



Filmmaking

Cómo hacer películas y series

Emeterio Diez Puertas
Piluca Baquero

Editores



Filmmaking

Cómo hacer películas y series

Editores:

Emeterio Diez Puertas y Piluca Baquero

Autores:

Luis Reneo, Emeterio Diez Puertas, Piluca Baquero, Francisco Reyes Sánchez, Sergio Milán, José de Arana, Juan Botella, Matías Sasaki, Susana Lumbreras, José Quelglas, Suso Ramallo, Max Römer Pieretti, Víctor Herreruella Ruiz, Jéssica Izquierdo Castillo, José Manuel Tourné, Santiago Toral, Diana Pacheco, Álex Mendíbil, Víctor Cerdán y María Elena Ros García

Colección COMUNICACIÓN Y HUMANIDADES. Volumen 1.

1ª edición. Octubre 2021

Diseño de cubiertas e interior: CREAPRO

© De los textos: los autores

© De las ilustraciones: María de Arana Aroca

© De las fotografías: los autores

© Universidad Camilo José Cela

Todos los derechos reservados.

ISBN 978-84-95891-98-3

Depósito Legal M-22412-2021

Edita: UCJC Stamp®

Impreso en España / *Printed in Spain*

UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA

Servicio de Publicaciones

Calle Castillo de Alarcón, 49

Urb. Villafranca del Castillo

28692 Villanueva de la Cañada (Madrid)

Índice

| | |
|--|-----|
| Índice | 3 |
| Presentación | |
| <i>Eva García Montero (UCJC)</i> | 5 |
| El secreto de hacer campanas | |
| <i>Piluca Baquero (UCJC) y Emeterio Diez Puertas (UCJC)</i> | 7 |
| Capítulo 1. Emprender: la empresa audiovisual | |
| <i>Luis Reneo (UCJC)</i> | 11 |
| Capítulo 2. Escribir: el guion | |
| <i>Emeterio Diez Puertas (UCJC)</i> | 29 |
| Capítulo 3. Producir: el capital financiero, técnico y humano | |
| <i>Piluca Baquero (UCJC)</i> | 47 |
| Capítulo 4. Dirigir: la puesta en imagen | |
| <i>Francisco Reyes Sánchez (UCM)</i> | 71 |
| Capítulo 5. Interpretar: del actor al personaje | |
| <i>Sergio Milán (ECE)</i> | 91 |
| Capítulo 6. Fotografiar: la cámara y la luz | |
| <i>José de Arana (UCJC)</i> | 111 |
| Capítulo 7. Decorar: la escenografía | |
| <i>Juan Botella (UCJC) y Matías Sasaki (UCJC)</i> | 129 |
| Capítulo 8. Vestir: la indumentaria | |
| <i>Susana Lumbreras (ECAM)</i> | 143 |
| Capítulo 9. Caracterizar: el maquillaje y el peinado | |
| <i>José Quetglas (Maquillador /Caracterizador FX)</i> | 159 |
| Capítulo 10. Grabar y sonorizar: el sonido | |
| <i>Suso Ramallo (ECAM)</i> | 171 |
| Capítulo 11. Componer: la música | |
| <i>Max Römer Pieretti (UCJC)</i> | 195 |

| | |
|--|-----|
| Capítulo 12. Montar: la edición <i>Víctor Herrerueta Ruiz (UCJC)</i> | 211 |
| Capítulo 13. Distribuir: la logística de venta <i>Jessica Izquierdo Castillo (Universitat Jaume I)</i> | 227 |
| Capítulo 14. Exhibir: las ventanas de explotación <i>José Manuel Tourné</i> | 241 |
| Capítulo 15. Estudio de caso. <i>Sin muertos no hay carnaval</i> (Sebastián Cordero, 2016) <i>Santiago Toral y Diana Pacheco (Universidad Casa Grande, Ecuador)</i> | 261 |
| Capítulo 16. Estudio de caso. <i>Camera Café</i> (Telecinco, 2005-2009) <i>Álex Mendibil (UCJC)</i> | 275 |
| Capítulo 17. Estudio de caso. <i>Perderlo todo</i> (Víctor Cerdán, 2021) <i>Víctor Cerdán (UCM)</i> | 291 |
| Capítulo 18. Entrevista. Santiago García de Leániz Caprile, una tradición de innovación. <i>María Elena Ros García</i> | 305 |
| Glosario de términos | 313 |
| Los autores | 323 |

Presentación

Querido lector, ¡no leas este libro!

Lejos de ser una provocación, esta primera frase es un consejo, pues este libro no está escrito para leerse sino para aprehenderse, masticarse, subrayarse, visualizarse y, en definitiva, estrujarse en aras de extraer toda la sabia savia que atesora.

Cuando en el 2011 la UCJC apostó por el lanzamiento del grado universitario en cine estaba haciendo historia: los estudios de cine iban a constituirse como área académica dando estatus de arte a lo que se venía estudiando como un oficio. Poco imaginaban sus padres fundadores (Piluca, Emeterio o Salvador Yagüe) que, 10 años después, la transformación de la industria iba a retorcerlo hasta convertirlo en un grado en cine y ficción audiovisual. Porque si algo tiene la industria del cine es su capacidad de adaptación a los nuevos mundos y su permeabilidad a los avances técnicos y tecnológicos.

En los días de pandemia, la gran pantalla dio el salto definitivo a la pequeña, y las salas de cine antes tan presentes fueron sustituidas por las plataformas, tan lejanas. De esa paradoja también se hace eco este libro que, como el grado, ya fue premonitorio de este salto de lo mayor a lo menor, pero no por eso menos arte. Las modas siempre han gustado de hablar de un arte grande y un arte chico, pero el tiempo acaba poniendo al arte donde corresponde, lo chico también es arte y ya está.

La complejidad del arte de hacer películas (y series) no podía transmitirla solo un autor. El libro es fiel reflejo del caleidoscopio que supone el mundo del cine y la ficción audiovisual por el grado de especialización que requiere cada una de las partes del proceso. Así, este libro puede leerse en cualquier orden y puede volverse a cualquiera de sus capítulos en cualquier momento. Otro aviso a navegantes: todos los que lo escriben tienen un olfato fino para desentrañar vocaciones ocultas y su nivel de exigencia es temible porque para todos los que aman el cine y disfrutan enseñándolo el enemigo del buen cine no es el malo sino el mediocre. Aunque esto no debe desanimar a estudiantes de cine que quieran quedarse a vivir en él (es un libro acogedor a pesar de todo).

Alguien dijo alguna vez que Dios nos dio la imaginación para no pensar en la muerte. Tengo una película, no la preferida sino a la que recurro cuando necesito remontar el día, ni siquiera tengo que volver a verla, es suficiente recordarla: ahí está Guido en el



Ilustración 1. El cine dentro del cine en Vida en sombras (1948): el director Lorenzo Llobet-Gràcia rueda al personaje de Carlos Durán, interpretado por Fernando Fernán Gómez, rodando una escena ambientada en la Guerra Civil Española.

barracón traduciendo las órdenes de los alemanes y haciendo creer a su hijo que los han llevado allí para jugar, y que, si llora, pide comida o llama a su mamá perderá puntos... ¡Cuántas veces el cine nos ha salvado el día!

Allá tú lector, si sólo pretendes leer el libro.

Eva García Montero

Decana de la Facultad de Comunicación y Humanidades de la UCJC

El secreto de hacer campanas

Piluca Baquero (UCJC) y Emeterio Díez Puertas (UCJC)

¿Viste el episodio de “La campana” de *Andrei Rublev* (1966), dirigida por Tarkovski? No es una pregunta para ponernos pedantes. Es que encierra el sentido de lo que quiere ser este libro. Andrei Rublev fue un monje y pintor de iconos rusos de los siglos XIV y XV. En uno de sus viajes, conoce a un joven adolescente llamado Boriska. Está al frente de un grupo de obreros y se le ha encomendado la fundición de una campana de bronce para el Gran Príncipe porque asegura que él conoce el secreto de fabricar las campanas. Se lo contó su padre. Pero si la campana no suena, el Gran Príncipe los hará decapitar a todos. Tras muchas dudas, resistencias de los obreros e imponderables, Boriska funde la campana. La corte organiza una ceremonia para que el Gran Príncipe pueda oírla sonar por primera vez. Cuando el badajo la golpea, suena de forma celestial. “¡Boriska, pese a su juventud, es un maestro!”, piensan todos. Poco después, mientras se celebra una fiesta por el éxito conseguido, Andrei encuentra a Boriska llorando. Este le confiesa que toda su familia murió en una plaga y que su padre no le transmitió el secreto de fabricar campanas. Tuvo que fingir que sabía qué arcilla debía usar, cómo construir el molde, a qué temperatura debía ser la fundición, etc. Con la historia de Boriska, Tarkovski ejemplifica los elementos contradictorios que aparecen en los procesos creativos: osadía y templanza, euforia y llanto, revolución y tradición, arte y política, teoría y práctica, improvisación y técnica...



Ilustración 2. Andrei Rublev le dice a Boriska: “¡Mira qué fiesta has dado a la gente, qué alegres están y sigues llorando!”

Pues bien, este libro, pese a su título y subtítulo, no esconde “el secreto de hacer películas y series de ficción”. O si tiene un secreto es tan evidente que no es tal secreto: se aprende haciendo. Pero debes entender la palabra hacer no solo como una actividad que comporta un resultado, en este caso, fabricar una obra audiovisual: *filmmaking* que dirían en inglés. Hacer es una palabra vacía salvo que se entienda como un término que sirve para incluir toda una serie de actividades necesarias para crear una película o una serie. Entonces hacer es emprender, presupuestar, escribir, iluminar, decorar, vestir, maquillar, actuar, rodar, sonorizar, montar, distribuir, exhibir... y, por supuesto, pensar como un intelectual, ver películas como un cinéfilo y leer como un ratón de biblioteca.



Ilustración 3. Prácticas de los alumnos de la UCJC. Grabación en plató.

Leer libros como este, donde se explica de forma muy sencilla y elemental (este es un libro para los no iniciados) qué significan todos esos verbos. Cada uno de ellos es glosado por un profesor de la Universidad Camilo José Cela, donde se imparte el Grado en Cine y Ficción Audiovisual, y por profesores de otras instituciones o profesionales que conocen bien esas actividades. Nuestro agradecimiento como editores por su desinteresada labor. Sus textos reflejan en qué consiste el trabajo del personal ejecutivo y creativo que participa en la confección y venta de una película o serie. Según la ley española del cine de 2007, el personal creativo de una obra audiovisual está formado por:

- Los **autores**, que a los efectos del artículo 5 de esta Ley son el director, el guionista, el director de fotografía y el compositor de la música.
- Los **actores** y otros artistas que participen en la obra.
- El **personal creativo de carácter técnico**: el montador jefe, el director artístico, el jefe de sonido, el figurinista y el jefe de caracterización.

Los capítulos están ordenados siguiendo el orden del proceso que la gran industria ha estandarizado, pero que hasta el cine independiente termina por seguir, aunque no sea en todos sus pasos o evitando sus implicaciones ideológicas. Porque las tiene. Por eso, para compensar, hemos empezado citando una película soviética que, al mismo tiempo, fue dirigida por un disidente soviético. En concreto, ese proceso que podemos llamar de **mercado** implica cinco fases:

- **Desarrollo**: se crea la empresa, se buscan ideas, se compran derechos de libros y otros contenidos, se escribe el guion y se busca la financiación.
- **Preproducción**: se prepara el material técnico de rodaje, se contratan los actores y los técnicos, se buscan localizaciones, se construyen decorados, etc.
- **Producción**: se ruedan y visionan las tomas de las escenas/secuencias de acuerdo con el plan de rodaje.
- **Postproducción**: se editan las imágenes, los sonidos y la música y se preparan las copias o máster para distribuir y exhibir.



Ilustración 4. Los hogares españoles cuentan con más de 100 millones de pantallas entre televisores, ordenadores, tabletas y teléfonos móviles.

- **Venta:** el producto audiovisual se comercializa mediante empresas de distribución y distintas redes de exhibición y ventanas: salas de cine, Blu-ray, *streaming*, televisión en abierto, etc.

Además, al final del libro se han incluido tres capítulos donde el lector puede observar cómo se concreta en cada producción este proceso industrial y creativo. Hemos escogido una película independiente, una serie de televisión y un caso singular de un largo que cambia el proceso tradicional de producción y, en consecuencia, lo aleja de la hechura de los filmes comerciales. Así mismo, se incluye una entrevista con el guionista, productor y director Santiago García de Leániz Caprile, todo un ejemplo de cómo hacer del cine una forma de vida.

Por las razones expuestas, los capítulos se titulan con un verbo: emprender, escribir, producir, etc. En muchos casos, somos conscientes, dicho verbo no expresa todas las tareas que realiza un determinado departamento.

En fin, estimado lector/a, después de asimilar estos contenidos, y mientras los amplías con otros textos, conferencias, cursos, talleres, etc., pon en práctica lo que aquí aprendiste y sí, finge que sabes lo que haces: que conoces el secreto de fabricar campanas (ficción audiovisual). Que estés inspirado y suene.

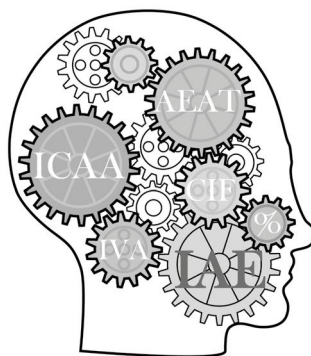
Bibliografía básica

- ✓ CHABROL, Claude y GUÉRIF, François (2004). *Cómo se hace una película*. Madrid: Alianza.
- ✓ LUMET, Sidney (1999). *Así se hacen películas*. Madrid: Rialp.
- ✓ MAKENDRIK, Alexander (2013). *On Film-Making. Manual de escritura y realización cinematográfica*. Madrid: Jaguar.
- ✓ SEGER, Linda y WHETMORE, Edward J. (2004). *Cómo se hace una película*. Barcelona: Ma Non Troppo.

Capítulo 1

Emprender: la empresa audiovisual

Luis Reneo (UCJC)



Sumario

1. *Qué es una empresa audiovisual*

2. *Cómo se constituye una empresa en España*

2.1. *Escoger la forma jurídica*

2.2. *Certificación Negativa del Nombre*

2.3. *Capital social*

2.4. *Solicitar el NIF*

2.5. *Creación de la sociedad*

2.6. *Inscripción en el Registro Mercantil*

2.7. *Alta en el impuesto sobre Actividades*

Económicas

2.8. *Libros de sociedades*

2.9. *Registro de patentes y marcas*

2.10. *Gestiones de puesta en marcha de la empresa*

2.11. *Certificado electrónico*

3. *Inscripción de la productora en el ICAA*

4. *La financiación de la empresa*

5. *La gestión de proyectos*

6. *La fiscalidad*

7. *Seguridad Social*

Emprender es acometer una obra, un negocio, un empeño que encierra cierto peligro, desafío o dificultad. Desde hace unos años se utiliza para animar a las personas a fraguarse por sí mismas, y solas o en colaboración con otros, su futuro profesional mediante la creación de una empresa y hacerlo, además, en sectores pioneros o estratégicos. Dice la Ley del Cine de 2007:

La actividad cinematográfica y audiovisual conforma un sector estratégico de nuestra cultura y de nuestra economía. Como manifestación artística y expresión creativa, es un elemento básico de la entidad cultural de un país. Su contribución al avance tecnológico, al desarrollo económico y a la creación de empleo, junto a su aportación al mantenimiento de la diversidad cultural, son elementos suficientes para que el Estado establezca las medidas necesarias para su fomento y promoción, y determine los sistemas más convenientes para la conservación del patrimonio cinematográfico y su difusión dentro y fuera de nuestras fronteras. Todo ello considerando que la cultura audiovisual, de la que sin duda el cine constituye una parte fundamental, se halla presente en todos los ámbitos de la sociedad actual.

Una empresa audiovisual es una persona jurídica, con una identidad fiscal única e independiente, que desarrolla una actividad mercantil en el sector de la industria audiovisual y que tiene derechos y obligaciones legales

El emprendimiento, por lo tanto, consiste en adentrarse en territorios donde todavía nadie ha pisado o donde, por su dificultad, como es la industria audiovisual, pocos se atreven a pisar. Como decimos, emprender lleva riesgos, pero da gran libertad, que es fundamental en las actividades creativas. Por eso los mejores guionistas, directores, actores, etc. terminan creando

su propia empresa o asumen algún tipo de responsabilidad empresarial, como puede ser la de productores ejecutivos. En este sentido, este capítulo pretende mostrar cómo crear una empresa audiovisual o, si no eres un emprendedor, vas a conocer qué hay detrás de la empresa para la que vas a trabajar. En ambos casos, de lo que se trata es de fabricar una **obra audiovisual**. Así se llama al producto resultante de una creación de imágenes y sonidos cuyo destino es la comunicación pública. Son obras audiovisuales las películas, los documentales, las series, los programas de televisión, un videoclip, un



Ilustración 5. Una persona jurídica: los estudios cinematográficos CEA (1932-1977). Ubicados en Madrid, fueron creados por varias personas físicas, entre otras, el empresario Rafael Salgado Cuesta y varios intelectuales, como los dramaturgos Jacinto Benavente y los hermanos Álvarez Quintero.

spot publicitario, un vídeo corporativo o institucional, un vídeo educativo, un tutorial en la red, etc. La comunicación pública, según la Ley de Propiedad Intelectual, significa que los consumidores pueden acceder a la obra audiovisual en un lugar público, como una sala de cine, trenes, aviones u hoteles, a través de Internet, cable, fibra óptica, etc.

1. Qué es una empresa audiovisual

Para comprender qué es una empresa, debemos definir dos figuras jurídicas básicas, es decir, dos tipos de entidades contempladas por la legislación vigente: la persona física y la persona jurídica.

La **persona física** es una persona natural: un ser humano. Desde el punto de vista del emprendimiento, la persona física tiene unos derechos garantizados por las leyes y unas obligaciones que se derivan de cualquier actividad mercantil o empresarial que dicha persona emprenda. Las personas físicas de nacionalidad española se identifican mediante su número de Documento Nacional de Identidad (DNI), pero cuando una persona física acomete una actividad económica de cualquier naturaleza, este mismo número se denomina Número de Identificación Fiscal (NIF). El NIF identifica tanto a personas físicas de nacionalidad española como extranjera.

La **persona jurídica**, dice la Real Academia de la Lengua Española (RAE), es: “Institución dotada de personalidad propia e independiente y plena capacidad para el



Ilustración 6. La marca PARAMOUNT se fundó en 1912. Hoy es propiedad de la persona jurídica Viacom-CBS, un conglomerado internacional de medios de comunicación con negocios en el cine, la televisión e internet.

cumplimiento de sus fines, creada por las leyes o conforme a lo establecido en las mismas.” Al contrario que la persona física, una persona jurídica es una entidad ficticia, creada ante la ley, que tiene derechos y obligaciones propios de su naturaleza jurídica (más adelante veremos las obligaciones de una empresa o sociedad mercantil). Una persona física, o varias, pueden constituir una persona jurídica.

Una **empresa** no es más que una persona jurídica constituida y administrada por una o varias personas físicas. La actividad de emprender se puede desarrollar como persona física o como persona jurídica. Esta distinción es vital a la hora de tomar las primeras decisiones del productor o productora audiovisual que desea iniciar su actividad mercantil. ¿Qué diferencia fundamental hay entre el emprendimiento como persona física y como persona jurídica? Las personas jurídicas soportan una responsabilidad indirecta que puede ser limitada o no, y operan en un régimen fiscal diferente al de las personas físicas.

Por lo tanto, una **empresa audiovisual** es una persona jurídica, con una identidad fiscal única e independiente, que desarrolla una actividad mercantil en el sector de la industria audiovisual y que tiene derechos y obligaciones legales. En el caso de la producción, y según la Ley del Cine, fabrica dos tipos de productos:

a) **Película cinematográfica:** Toda obra audiovisual, fijada en cualquier medio o soporte, en cuya elaboración quede definida la labor de creación, producción, montaje y posproducción y que esté destinada, en primer término, a su explotación comercial en salas de cine. Quedan excluidas de esta definición las meras reproducciones de acontecimientos o representaciones de cualquier índole.

b) **Otras obras audiovisuales:** Aquéllas que, cumpliendo los requisitos de la letra a), no estén destinadas a ser exhibidas en salas cinematográficas, sino que llegan al público a través de otros medios de comunicación.

2. Cómo se constituye una empresa en España

El proceso de creación de la empresa audiovisual se puede dividir en una serie de trámites que se deben seguir en riguroso orden para garantizar el cumplimiento de la ley. La información es, básicamente, una pista para convertirse en un productor independiente o un empresario de las industrias técnicas. El **productor independiente** es una persona física o jurídica que elabora obras audiovisuales sin vínculo con capital procedente de fuera de la Unión Europea, sin participación en un canal de televisión, sin dependencia de los consejos de administración de terceras compañías y sin otras empresas que le permitan ejercer una influencia dominante como prestador de un servicio de comunicación/difusión audiovisual. Las **empresas técnicas**, según la Ley del Cine,

comprenden “las industrias necesarias para la elaboración de la obra cinematográfica o audiovisual, desde el rodaje hasta la consecución de la primera copia estándar o del máster digital, más las necesarias para la distribución y difusión de la obra por cualquier medio.” Pueden ser, por ejemplo, empresas que prestan servicios de contratación de figurantes, de alquiler de equipos, de vestuario, de montaje, etc. Estos trámites son:

2. 1. Escoger la forma jurídica

La primera decisión que tomar consiste en determinar el tipo de empresa idóneo para la actividad que vamos a desarrollar y cuál es la forma jurídica correspondiente. Existen varias formas jurídicas disponibles en el territorio español, clasificadas fundamentalmente según tres variables:

1. El número de socios. Una empresa puede tener uno, varios, o muchos socios. Las empresas con un solo socio se denominan **unipersonales**. Las empresas que cotizan en los mercados de valores, también conocidos como **empresas en la bolsa**, pueden llegar a tener millones de socios.
2. El **capital social** de la empresa. Se refiere al valor del conjunto de bienes que posee la empresa. Puede ser el resultado de las aportaciones de los socios/as de la empresa o de la actividad propia de la empresa.
3. La responsabilidad de los socios de la empresa. Dependiendo de la forma jurídica de la empresa, los socios tendrán una **responsabilidad limitada** por el capital social de la empresa, o bien, serán **responsables directos** y responderán con sus bienes personales.

A continuación, ofrecemos una tabla resumen de las principales formas jurídicas en las que se puede constituir una empresa:

Tabla 1. Principales formas jurídicas de una empresa

| Tipo de empresa | Nº Socios | Capital | Responsabilidad |
|---|-----------|------------------------|---|
| Empresario Individual (Autónomo) | 1 | No existe mínimo legal | El socio se responsabiliza con todos sus bienes |
| Emprendedor de Responsabilidad Limitada | 1 | No existe mínimo legal | Ilimitada con excepciones |
| Comunidad de Bienes | Mínimo 2 | No existe mínimo legal | El socio se responsabiliza con todos sus bienes |
| Sociedad Civil | Mínimo 2 | No existe mínimo legal | El socio se responsabiliza con todos sus bienes |
| Sociedad Colectiva | Mínimo 2 | No existe mínimo legal | El socio se responsabiliza con todos sus bienes |

| Tipo de empresa | Nº Socios | Capital | Responsabilidad |
|--|--|--|---|
| Sociedad Comanditaria Simple | Mínimo 2 | No existe mínimo legal | El socio se responsabiliza con todos sus bienes |
| Sociedad de Responsabilidad Limitada | Mínimo 1 | Mínimo 3.000 euros | Limitada al capital aportado en la sociedad |
| Sociedad Limitada de Formación Sucesiva | Mínimo 1 | No existe mínimo legal | Limitada al capital aportado en la sociedad |
| Sociedad Limitada Nueva Empresa | Mínimo 1 Máximo 5 | Mínimo 3.000, máximo 120.000 euros | Limitada al capital aportado en la sociedad |
| Sociedad Anónima | Mínimo 1 | Mínimo 60.000 euros | Limitada al capital aportado en la sociedad |
| Sociedad Comanditaria por acciones | Mínimo 2 | Mínimo 60.000 euros | El socio se responsabiliza con todos sus bienes |
| Sociedad de Responsabilidad Limitada Laboral | Mínimo 2 | Mínimo 3.000 euros | Limitada al capital aportado en la sociedad |
| Sociedad Anónima Laboral | Mínimo 2 | Mínimo 60.000 euros | Limitada al capital aportado en la sociedad |
| Sociedad Cooperativa | Cooperativas 1º grado: mínimo 3. Cooperativas 2º grado: 2 cooperativas. | Mínimo fijado en los Estatutos | Limitada al capital aportado en la sociedad |
| Sociedad Cooperativa de Trabajo Asociado | Mínimo 3 | Mínimo fijado en los Estatutos | Limitada al capital aportado en la sociedad |
| Sociedades Profesionales | Mínimo 1 | Según la forma social que adopte | Limitada al capital aportado en la sociedad |
| Sociedad Agraria de Transformación | Mínimo 3 | No existe mínimo legal | El socio se responsabiliza con todos sus bienes |
| Sociedad de Garantía Recíproca | Mínimo 150 socios partícipes | Mínimo 10.000.000 euros | Limitada al capital aportado en la sociedad |
| Entidades de Capital-Riesgo | Al menos 3 miembros en el Consejo de Administración | Sociedades de Capital Riesgo: mínimo 1.200.000. Fondos de Capital Riesgo: mínimo 1.650.000 euros | Limitada al capital aportado en la sociedad |
| Agrupación de Interés Económico | Mínimo 2 | No existe mínimo legal | El socio se responsabiliza con todos sus bienes |

2.2. Certificación Negativa del Nombre

Debemos solicitar en el Registro Mercantil Central un nombre para la empresa de nueva creación. Para ello es necesario solicitar una **Certificación Negativa del Nombre (CNN)** de la sociedad que acredite la exclusividad y no existencia de otra sociedad con el mismo nombre. Se puede tramitar presencialmente con un impreso en el Registro Mercantil, por correo o a través de la [web: https://www.rmc.es/privado/CertificacionesDenominaciones.aspx](https://www.rmc.es/privado/CertificacionesDenominaciones.aspx).



Ilustración 7. En 1955 Walt Disney abre en California el primer parque temático relacionado en el cine. Luego funda otros en Orlando (Florida), Tokio y París.

2.3. Capital social

La creación de una nueva entidad jurídica exige que dicha entidad cuente con un capital social mínimo. El capital social se encuentra en el pasivo del balance y tiene una función de garantía por parte de la empresa hacia terceros. Este capital social es el valor de la suma de todos los bienes que posee la empresa y de la aportación que realicen los socios. El capital social aportado por los socios puede ser dinerario o no dinerario.

La creación de una nueva entidad jurídica exige que dicha entidad cuente con un capital social mínimo

A efectos de la creación de una nueva empresa, será necesario depositar en una entidad bancaria la cantidad de dinero correspondiente al capital social mínimo requerido por la ley, según la forma jurídica de la empresa.

Las dos formas jurídicas más comunes son:

- **Sociedad Anónima.** Sociedad cuyo capital se divide en acciones, que confor-

man la participación de cada uno de los socios. El capital social mínimo de esta forma jurídica es de 60.101,21 euros.

• **Sociedad Limitada.** Sociedad con capital dividido en participaciones iguales para todos los socios. En esta forma jurídica, la responsabilidad de los socios se limita al capital aportado. El capital social mínimo es de 3.005,06 euros.

La **Sociedad Limitada Nueva Empresa** es una especialidad de la forma jurídica anterior creada para empresas nuevas que cumplan una serie de requisitos y en la que las aportaciones de los socios serán dinerarias. Capital social mínimo de 3.012 euros.

2. 4. Solicitar el NIF

El siguiente paso es obtener el **Número de Identificación Fiscal (NIF)** en la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT) o Agencia Tributaria. En primera instancia, se obtendrá un NIF provisional mediante la presentación de la documentación necesaria (modelo O36, copia de la escritura de constitución y copia de los estatutos). La obtención del NIF definitivo se producirá en un plazo máximo de 6 meses. Para ello será necesario presentar la escritura de constitución de la empresa.

¿Qué es la **Agencia Tributaria**, también conocida coloquialmente como Hacienda? La Agencia Tributaria es un organismo estatal que tiene encomendada la aplicación efectiva del sistema tributario estatal y aduanero, así como de aquellos recursos de otras Administraciones públicas nacionales o de la Unión Europea. La Agencia Tributaria se encarga, por lo tanto, de la gestión, inspección y recaudación de los impuestos de titularidad estatal:

- Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF).
- Impuesto de Sociedades.
- Impuesto sobre la Renta de No Residentes.
- IVA.
- Impuestos Especiales.

Aparte de estos impuestos, la **Seguridad Social** gestiona las contribuciones relativas al empleo. Pero la Seguridad Social no tiene potestad en la creación de la empresa, ni en la emisión del CIF.

2.5. Creación de la sociedad

Se debe realizar una escritura pública ante notario en el que los socios firman la constitución de la sociedad. Esta escritura pública debe incluir:

- Cuál es el **objeto social** de la empresa, es decir, la actividad que desarrollará.
- Quiénes son los **socios/as** de la empresa: los titulares o propietarios de dicha persona jurídica.
- Quién o quiénes son los/as **administradores/as** de la empresa. Son los/las responsables de tomar las decisiones de gestión y administración de la empresa.
- Cuál es el capital social de la empresa. Como se ha señalado, la ley establece una cifra de capital social mínimo exigido para cada tipo de empresa, pero la inversión en capital social por parte de los socios puede variar siempre y cuando se respeten los límites permitidos.

2.6. Inscripción en el Registro Mercantil

A continuación, se debe inscribir la empresa de nueva creación en el **Registro Mercantil Provincial** correspondiente para obtener la plena competencia jurídica. El registro debe hacerse en la oficina de la misma provincia donde la empresa esté domiciliada.

2.7. Alta en el Impuesto sobre Actividades Económicas

Toda persona jurídica que desarrolle una actividad mercantil debe darse de alta en el **Impuesto de Actividades Económicas (IAE)** en el epígrafe correspondiente a la actividad empresarial que vaya a realizar. Cada epígrafe abarca determinadas actividades económicas. Esta alta se puede hacer por vía telemática en el registro electrónico de la Agencia Tributaria o en persona en una oficina de la misma. Aquí están los principales epígrafes en los que se deben inscribir las productoras audiovisuales:

Toda persona jurídica que desarrolle una actividad mercantil debe darse de alta en el Impuesto de Actividades Económicas en el epígrafe correspondiente a la actividad empresarial que vaya a realizar

- Grupo 961. Producción y servicios relacionados con la misma de películas cinematográficas (incluso vídeos).
- Epígrafe 961.1. Producción de películas cinematográficas (incluso vídeos). Este epígrafe faculta para la venta, reproducción y alquiler de las películas producidas (incluso vídeos), comprendiendo cualquier actividad relacionada con la producción.
- Epígrafe 961.2. Doblaje, sincronización y montaje de películas o cintas

cinematográficas (incluso vídeos) siempre que no se efectúe por la propia empresa productora.

- Epígrafe 961.3. Decoraciones escénicas para películas o cintas cinematográficas siempre que no se efectúe por la empresa productora.

2.8. Libros de sociedades

Es necesario legalizar los **libros de sociedades** en el Registro Mercantil correspondiente de la provincia en la que la empresa tenga su domicilio social. Son libros de inventarios, de cuentas anuales, de actividades diarias.

El trámite consiste en poner un certificado oficial en la primera página de los libros y marcar el resto de las hojas con el sello del Registro.

Estos ocho trámites son necesarios para la constitución de toda empresa en el territorio español. Además, hay otros trámites que resultan de la actividad de ciertas empresas. A continuación, mencionamos algunos de los más comunes.



Ilustración 8. Logotipo de la mítica empresa norteamericana MGM en el que puede leerse: “Arte por el arte”. La marca y su catálogo acaban de ser adquiridos por Amazon.

2.9. Registro de patentes y marcas

Es preciso el registro de signos distintivos, como pueden ser palabras, frases, imágenes o símbolos, en la **Oficina Española de Patentes y Marcas**, ya que haber registrado anteriormente una denominación en el Registro Mercantil no significa tenerla protegida como **marca**: el distintivo de fábrica que personaliza los productos de una empresa. En el caso de una empresa productora, puede ser conveniente registrar el logotipo de la productora, sus producciones y sus derivados destinados al *merchandising* u otra finalidad: personajes icónicos, diseños artísticos... El **logotipo** es el símbolo gráfico de la empresa. Todavía se recuerda el león de la Metro-Goldwyn-Mayer. El *merchandising* consiste en generar productos derivados de la obra audiovisual en múltiples soportes para maximizar beneficios: camisetas, tazas, juguetes, etc. Un ejemplo claro son las sagas *Star Wars* y *Harry Potter*.

2.10. Gestiones de puesta en marcha de la empresa

Si la empresa va a contratar trabajadores, deberá comunicar la apertura del centro de trabajo a la Dirección Provincial del Ministerio de Empleo y Seguridad Social. También era necesario tener un libro de visitas para las inspecciones. Pero este requisito ha desaparecido y la administración es la que registra las visitas de los **inspectores de trabajo** a las empresas y las incidencias. Este funcionario puede exigir leer los contratos, medidas de seguridad, comprobar altas en la Seguridad Social, ver si hay menores o extranjeros, etc.

2.11. Certificado electrónico

Además, es muy recomendable obtener un certificado electrónico para poder firmar documentación por internet y agilizar procesos. Un **certificado electrónico** es un archivo de identificación que nos permite el acceso a las sedes electrónicas de los organismos oficiales para llevar a cabo trámites *online*.

Para obtener un certificado electrónico, debemos solicitarlo a la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre (FNMT). Los pasos que se deben seguir para la obtención del certificado son:

- Configurar el ordenador en el que se descargará el certificado electrónico en primera instancia. El certificado podrá exportarse a otros dispositivos posteriormente, pero es imprescindible que el primer ordenador de descarga cumpla los requisitos necesarios para la instalación del archivo. La FNMT provee, en su web, del software que el solicitante debe instalar en su ordenador.

- Solicitar por internet, en la web de la FNMT el certificado. Esta web nos adjudicará un código referencia de la solicitud que debemos conservar para poder descargar el certificado.
- Acreditar nuestra identidad. Podemos acreditar nuestra identidad en cualquiera de las oficinas que aparecen en la lista de la web de la FNMT. Generalmente en las oficinas de la Agencia Tributaria. En el caso de que dispongamos de un certificado digital personal, podremos acreditar nuestra identidad *online*.

El precio de este certificado es de 14 euros, impuestos no incluidos, y se emite con un periodo de validez de 2 años.



Ilustración 9. Presentación de la serie de Movistar+ La Peste (2018-2019). José Antonio Fález (productor), Domingo Corral (director de producción original de Movistar+), Alberto Rodríguez (director) y Rafael Cobos (guionista).

3. Inscripción de la productora en el ICAA

Las empresas productoras deben inscribirse en el Registro de Empresas del **Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales (ICAA)**. Este es el organismo público adscrito al Ministerio de Cultura que gestiona el fomento al cine y dicta la política audiovisual en España mediante premios, subvenciones, leyes, convenios, etc. Una vez inscrita, una empresa productora puede acceder a todos los recursos del ICAA, incluidas las ayudas a proyectos y a su difusión. Por ejemplo, las dirigidas a **nuevos realizadores**: aquellos que no hayan dirigido o codirigido más de dos largometrajes calificados para su explotación comercial en salas de exhibición cinematográfica.

El Registro de Empresas Cinematográficas y Audiovisuales se estructura en cuatro secciones:

- **Empresas de producción.** Fabrican las películas cinematográficas y obras audiovisuales.
- **Empresas de distribución.** Comercializan las películas cinematográficas y obras audiovisuales.
- **Empresas de exhibición.** Proyectan las películas cinematográficas y obras audiovisuales.
- **Empresas de exportación.** Llevan al extranjero las películas y otras obras audiovisuales.

El procedimiento de inscripción se puede llevar a cabo por diferentes vías:

- De oficio, cuando los solicitantes de certificados, ayudas y demás medidas se dirijan al ICAA para iniciar el procedimiento de que se trate, y siempre y cuando su solicitud incluya los datos correspondientes a la personalidad interesada y a los representantes o apoderados con capacidad para actuar en su nombre.
- A solicitud del interesado.
- Mediante la inscripción de una empresa en el registro de empresas cinematográficas y audiovisuales de una Comunidad Autónoma, que conlleva su inscripción en la sección correspondiente del Registro del ICAA sin necesidad de solicitar una nueva inscripción.

Una vez cotejada la información de la solicitud, el ICAA procederá a la inscripción de la empresa en su registro. Esta inscripción se cancelará de oficio o a instancia de parte en los casos de inactividad de la empresa durante cinco años.

Los documentos necesarios para la inscripción en el Registro de Empresas Cinematográficas son:

- Si el solicitante es persona física: autorización para que sus datos personales puedan ser consultados por el órgano instructor mediante el Sistema de Verificación de Datos de Identidad. En caso de no prestar la autorización expresa, el solicitante deberá aportar fotocopia del Documento Nacional de Identidad o documento acreditativo de la identidad de extranjeros residentes en España o tarjeta equivalente.
- Si el solicitante es persona jurídica: fotocopia de la tarjeta de identificación fiscal; fotocopia de la escritura de constitución con el cajetín de inscripción en el registro público en que la misma se encuentra inscrita; y documentación

acreditativa de la representación y capacidad con la que actúa su representante legal.

- En ambos casos: Justificante del alta en el Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores. El interesado podrá optar entre presentar dicho documento o autorizar expresamente al ICAA para su obtención directa. Si se utiliza nombre comercial, marca o rótulo, deberá aportarse la acreditación de su inscripción conforme a la normativa de propiedad industrial

En el caso de empresas no españolas nacionales de estados miembros de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo que pretendan acceder a las ayudas, se practicará una inscripción provisional con base en la documentación acreditativa de la personalidad jurídica, capacidad de obrar y representación con la que actúe, que deberá aportarse con la solicitud de la ayuda. La inscripción definitiva se practicará una vez efectuada la correspondiente propuesta de resolución de la ayuda en que dicha empresa hubiera resultado beneficiaria.

En los casos de inscripción a solicitud de los interesados, la notificación de la inscripción o su desestimación se efectuará en el plazo máximo de 15 días desde la presentación de dicha solicitud. De no notificarse la inscripción en ese plazo el interesado deberá entenderse estimada.



Ilustración 10. Enrique Cerezo, propietario de, entre otras, las empresas Enrique Cerezo Producciones Cinematográficas, la cadena de cines madrileños Conde Duque, el canal 8madrid y FlixOlé, vídeo bajo demanda a través de internet.

4. La financiación de la empresa

Las empresas productoras de nueva creación requieren una inversión mínima para financiar sus costes fijos y sus operaciones mercantiles (costes variables). Los **costes fijos** son aquellos en los que la empresa incurre independientemente de su volumen de contratación. Los más comunes son: alquiler de inmueble para oficinas o almacenaje, electricidad, telefonía e internet, gestoría e impuestos fijos.

Los **costes variables** son aquellos que se derivan de la actividad empresarial y que varían en función del nivel de actividad de la empresa. En el caso de una productora audiovisual, algunos de los costes variables más comunes son: contratación de personal temporal, alquiler de maquinaria de producción, alquiler de espacios relacionados con la producción (estudios, platós), alquiler de vehículos, contratación de servicios...

y, en definitiva, todos los costes que se incluyen en el presupuesto de una producción audiovisual.

Los costes fijos son aquellos en los que la empresa incurre independientemente de su volumen de contratación. Los costes variables son aquellos que se derivan de la actividad empresarial y que varían en función del nivel de actividad de la empresa

Existen **ayudas a empresas de nueva creación** que se pueden consultar en las publicaciones del Boletín Oficial del Estado (BOE) y en las páginas de internet oficiales de los ministerios y de las comunidades autónomas. Es conveniente estudiar las diferentes modalidades de ayudas a nuevos/as empresarios/as para aprovechar las posibilidades de apoyo en diferentes áreas de la empresa. Por ejemplo, existen ayudas para adquisición de equipos y para la contratación de personal. Otro ejemplo de ayuda es la minoración del impuesto de cotización en régimen de empleado/a autónomo/a, que reduce la cuota mensual de 350 euros (dependiendo del sector y epígrafe de actividad mercantil) hasta 50 euros por un plazo prorrogable a dos años.

Es evidente que será necesario contar con una financiación inicial para sufragar los costes de la constitución de la empresa, y para aportar el capital social mínimo requerido por la legislación vigente.

5. La gestión de proyectos

Como se verá después, el emprendedor lo que hace es crear una empresa para, en nuestro caso, desarrollar y gestionar proyectos audiovisuales. En este sentido, la principal preocupación de una empresa de nueva creación que se enfrenta a sus primeros pro-

yectos audiovisuales es el denominado *cash flow* o flujo de caja. Cuando acometemos una producción audiovisual, debemos prever los costes a los que hay que hacer frente durante la producción y los plazos de pago de dichos costes frente a los plazos de ingresos generados por el proyecto.

Las ayudas del ICAA y las ayudas de las comunidades autónomas nunca podrán alcanzar el 100%, del coste total de la producción

En el caso de producciones cinematográficas, las ayudas del ICAA y las ayudas de las comunidades autónomas se pueden recibir antes del inicio de la producción, pero la intensidad de estas ayudas sobre el coste total de la producción nunca podrán alcanzar el 100%, por lo que recurriremos a otras fuentes

para completar la financiación del proyecto. En muchos casos estas fuentes proceden de las ventas a medios de difusión (cadenas de televisión, plataformas, agentes de ventas internacionales) que pagarán por el producto audiovisual una vez lo reciban. ¿Cómo podemos completar la producción sin esta porción de la financiación? Mediante la contratación de un **empréstito bancario**. La productora puede obtener este préstamo aportando, como aval, el contrato de venta del producto audiovisual al medio de difusión. El banco adelantará el principal del préstamo, una vez descontados los intereses financieros del préstamo. Es decir, un contrato de venta de una película a una cadena de televisión por 300.000 euros se puede “descontar” en un banco que nos puede adelantar 278.000 euros (300.000 euros-12.000 euros de intereses, si el tipo de interés del préstamo es del 4%). Una vez completada la producción y entregada la película a la cadena de televisión, ésta nos abonará el precio de adquisición de la película (300.000 euros) con el cual pagaremos el préstamo al banco. Ahora bien, en algunos casos, las cadenas de televisión no abonan el precio de adquisición de una serie hasta la fecha de emisión de los capítulos. En este escenario conviene dosificar la inversión en la producción de forma progresiva.

En proyectos de corta duración, como, por ejemplo, las producciones de *spots* publicitarios, será necesario hacer frente a los costes de producción con una inversión de la propia empresa hasta que el proyecto genere ingresos. En algunos casos, es posible negociar el **pago aplazado** a 30 o 60 días de las facturas de proveedores, pero los contratos laborales y la adquisición de materiales tendrán que ser sufragados por la empresa. Por esta razón, es vital para la salud financiera de una productora que se cumplan los plazos de entrega de sus productos audiovisuales.

6. La fiscalidad

Toda persona física o jurídica que desarrolla una actividad mercantil debe realizar declaraciones de impuestos relacionadas con su actividad. Los principales impuestos son:

- **Impuesto de Actividades Económicas.** Se paga por el mero hecho de, como su nombre indica, ejercer una actividad económica.
- **Impuesto de Sociedades.** Grava por los beneficios que consigue una empresa. El tipo general es del 25% de los rendimientos.
- **Impuesto de Valor Añadido (IVA).** Grava la prestación de productos y servicios por la empresa. El prestador de un servicio recauda del cliente un dinero que es del Estado y que debe devolver. Es entre el 21 y el 4% del precio del coste del producto o servicio. Al mismo tiempo, la empresa puede deducirse el IVA que a ella le cobran. Debe declararse trimestralmente.

7. Seguridad Social

Aparte de estos impuestos, la Seguridad Social estipula que toda persona física que desarrolla una actividad laboral debe pagar un impuesto sobre su retribución salarial o cotización a la seguridad social. Existen varios regímenes de trabajadores contemplados por la seguridad social. Los dos más habituales son:

- **Régimen General de la Seguridad Social.** En él se inscriben los trabajadores por cuenta ajena. Los trabajadores y la empresa deben pagar una cotización a la seguridad social que depende directamente del nivel salarial. Esta cotización debe ser retenida por el empleador/a y liquidada con la administración de la seguridad social.
- **Régimen Especial de Trabajador Autónomo.** En él se inscriben los trabajadores por cuenta propia. Toda empresa debe designar un administrador, y todo administrador debe estar dado de alta en el régimen especial de trabajadores autónomos. El impuesto en este régimen consiste en una cuota mensual fija independiente del volumen de actividad o de ingresos de la empresa.

Es conveniente contratar los servicios de una gestoría que nos asesore en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de la empresa y que presente todas estas declaraciones de impuestos en nombre de la empresa, y a partir de la información contable pertinente.

En fin, meterse en el mundo de las películas y las series es imitar a profesionales metidos a empresarios cinematográficos, como Pedro Almodóvar (El Deseo), y también aspirar a seguir los pasos de emprendedores que han creado marcas tan importantes en la historia de la ficción audiovisual española e iberoamericana como Vicente Casanova (CIFESA), los Mentasti (Argentina Sono Film), Cesáreo González (Suevia Film), Elías Querejeta (Elías Querejeta P.C), Alfredo Matas (Jet Films) o Elisa Salinas Gómez (TV Azteca).

Bibliografía básica

- ✓ CALVO, Concepción (2003). *La empresa de cine en España*. Ediciones Laberinto: Madrid.
- ✓ MEDINA LAVERÓN, Mercedes (2011). *Estructura y gestión de las empresas audiovisuales*. Pamplona: EUNSA.

Capítulo 2

Escribir: el guion

Emeterio Diez Puertas (UCJC)

*Todos estos momentos se
perderán en el tiempo, como
lágrimas en la lluvia
Sayonara Baby
La vida es como una
caja de bombones
Nadie es perfecto
Stella... Stella
Hasta el infinito y más allá
y un huevo duro
Míenteme. Dime que me has
esperado todos estos años*

Sumario

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------|
| 1. Modalidades y modelos del guion | 3. Cómo se cuenta: el discurso |
| 2. Qué se cuenta: la historia | 3.1. La transmisión narrativa |
| 2.1. El pensamiento | 3.2. El lenguaje audiovisual |
| 2.2. La trama | 4. Formatos de ficción |

Una de las mayores paradojas de la comunicación audiovisual reside en que, en la mayoría de los casos, y sobre todo en la ficción, antes de producir, rodar y montar imágenes y sonidos, es preciso **escribir** un texto en palabras que dé sentido a ese material audiovisual: representar con palabras acciones, personajes, lugares, épocas, diálogos... Normalmente, dicho texto recibe el nombre de guion, pero, en realidad, la industria trabaja con distintos tipos de documentos escritos. Los más importantes y por los que el guionista recibe una remuneración son:

- La **idea**: el relato contado en 25-30 palabras.
- El **argumento**: el desarrollo narrativo de la idea.
- La **escaleta**: el relato estructurado y desarrollado por escenas, secuencias, actos y bloques.
- El **tratamiento**: el relato novelado.
- El **guion**: el relato dramatizado mediante acotaciones y diálogos.
- La **biblia**: el proyecto de desarrollo de un relato en formato de serie.

Hay que tener en cuenta que generar un producto audiovisual es algo tan caro, complejo y laborioso que nadie se atreve a hacerlo sin contar antes con una mínima partitura de palabras. Del guion, por ejemplo, sale el presupuesto, el plan de trabajo, un particular equipo artístico. Además, inspira y marca los guiones de realización que vienen

después: técnico, de ensayo, de cámara y de postproducción. Todo el que ha asistido al rodaje de una película, una serie y hasta un *spot* publicitario sabe que “la gente importante” es la que tiene una copia del guion. Da igual que esté arrugado, manchado de café, aparentemente abandonado en una esquina o perdido en alguna carpeta del disco duro de la tablet o del móvil. Al menor contratiempo, irán a consultarlo. Y, desde luego, tampoco importa que esté lleno de anotaciones que cambian y adaptan el guion a las circunstancias de producción, rodaje y montaje. Así debe ser. El guion es una pieza literaria viva: lo escriben normalmente varias personas (argumentistas, escaletistas, dialoguistas, revisores...), pasa por numerosas versiones, se ajusta a la necesaria improvisación del rodaje y, en definitiva, sufre los vaivenes propios de un proceso creativo colectivo.

1. Modalidades y modelos de guion

Al escribir, producir, rodar y montar un texto audiovisual perseguimos, básicamente, cuatro propósitos comunicativos: informar, formar, vender y entretener. En virtud de estas cuatro intenciones expresivas los textos audiovisuales adquieren distintas modalidades. La palabra **modalidad** viene de *modus* (forma de decirlo) y se diferencia del *dictum* (lo que se dice). La frase “Juan estudia” se escribe de modo distinto si quiero expresar una duda (¿Pero Juan estudia?), un deseo (Seguro que Juan estudiará) o un temor (Nunca veo a Juan estudiar). Como indican las palabras subrayadas, para el cambio de modo ha bastado con añadir uno o dos vocablos y cambiar algunas conjugaciones. Tomemos ahora un plano general de un coche marca SEAT circulando por una carretera. Si una voz superpuesta dice, “Deberías probarlo. Autoemoción”, es un anuncio. En cambio, si dice, “La venta de coches en España vuelve a crecer este trimestre”, es una noticia.

Pues bien, en función de la modalidad, los textos audiovisuales se clasifican en seis modelos, cada uno con su propia forma de guion audiovisual. Esos modelos son: los espacios informativos, como un telediario (**modalidad informativa**); los programas formativos y divulgativos, como un curso de inglés o un documental (**modalidad didáctica**); los textos publicitarios, por ejemplo, un anuncio (**modalidad publicitaria**); y, dentro del entretenimiento, dos variantes: las producciones de ficción, como una película o una serie (**modalidad ficcional o dramática**); y los géneros espectaculares, como la retransmisión de un partido de fútbol o un concierto (**modalidad espectacular**). Podría considerarse, además, un modelo mixto, cuya esencia consiste no tanto en que una modalidad parasite otra (un anuncio de coches que adapta la fábula del Gato con botas para vender) como en lograr una mezcla de intenciones (**modalidad mixta**). Tal es el caso de buena parte de los programas infantiles, donde, por ejemplo, con la intención de



Ilustración 11. La literatura sigue siendo una fuente muy importante de argumentos para el cine y las series.

formar y entretener, los niños aprenden las letras del abecedario (formación) con una tortugueta (ficción) que canta y baila una melodía pegadiza (espectáculo).

En estas páginas nos referimos únicamente al guion de ficción y dentro del paradigma de Hollywood. Esta modalidad adopta la forma de un **relato**. El relato es uno de los productos culturales más importantes que ha dado la humanidad. Casi lo de menos, es si ese relato se consume como cuento oral, novela, obra de teatro, ballet, cómic, película, serie, videojuego... Aunque veremos que el cómo se cuenta es, en realidad, muy relevante. Un relato es un texto que pretende generar en el lector o espectador determinados pensamientos y emociones mediante la narración de una serie de sucesos vividos por unos personajes que están poseídos por un deseo e inmersos en unas fatales circunstancias. En *La lista de Schindler* (*Schindler's List*, 1993) reflexiono sobre el Holocausto y vivo de forma dramática la historia de cómo Schindler salva a cientos de judíos de los nazis. En *Ocho apellidos vascos* (2014) reflexiono sobre el terrorismo de ETA y los estereotipos sociales y vivo de forma cómica la historia de cómo Rafa, un andaluz, se mete en el corazón abertzale del País Vasco para conquistar a Amaia. En *Don Quijote de la Mancha* (1605) vivo de forma cómica y dramática la histo-

**Un relato es una
partitura de emociones**

ria de un hidalgo loco que sale con su escudero a vivir aventuras y con esta historia reflexiono sobre los prejuicios de ciertas lecturas, de ciertos relatos consumidos en exceso, como son los libros de caballerías, es decir, la fantasía épica que hoy triunfa en nuestras pantallas en películas como la trilogía *El señor de los anillos* (*The Lord of the Rings*, 2001-2003) y series como *¡uego de tronos* (*Game of Thrones*, HBO, 2011-2019). El ejemplo de *Don Quijote*, también de los cuentos infantiles, demuestra que un relato puede estar vigente y ser disfrutado durante cientos de años.

2. Qué se cuenta: la historia

Para el guionista, el proceso creativo de la **historia** comienza cuando busca una idea narrativa para escribir un guion original o bien cuando recibe el encargo de adaptar un cuento, una novela, un cómic, etc. Pensar esta idea o pensar cómo hacer esa adaptación significa decidir sobre su contenido narrativo, ético y emocional.



Ilustración 12. Beatriz Guido, guionista argentina estrechamente vinculada a la obra del director Leopoldo Torre Nilsson.

2.1. El pensamiento

En el caso de la historia propia, lo importante es encontrar una idea narrativa que resulte personal, atractiva, sorprendente y con grandes posibilidades de desarrollo. Para ello el guionista emplea **técnicas de escritura creativa**, como la escritu-

ra libre, la asociación de ideas, partir de una imagen, la ensalada de cuentos, los titulares y noticias de periódicos, etc.

A continuación, el guionista condensa esa idea original en una frase. En Hollywood se llama **logline**. Es un texto técnico (no un microrrelato) en unas 25 palabras. Contiene todos los elementos necesarios para desarrollar una historia: dónde, cuándo, quién quiere qué y problema. Por ejemplo: “En un restaurante (espacio), en la despedida de soltero de su hermano (tiempo), Juan, un nini, (protagonista) decide salir del armario (meta), pero su hermano es homófobo (problema o conflicto).” Esta frase se aprende de memoria y los guionistas norteamericanos la usan en sus reuniones para vender ideas, actividad que llaman **pitching**.

El relato encierra un saber narrativo, es decir, ético y estético: nos habla del bien y de la belleza

Toda **logline** debe tener implícita un tema. El **tema** es la cuestión ética sobre la que versa el relato: la muerte, el amor, el poder, la homofobia... En 2015 dos películas tan distintas como la chilena *El club* y la norteamericana *Spotlight* trataron un mismo tema: la pederastia en el seno de la Iglesia. *The Wire* (HBO, 2002-2008), una serie situada en Baltimore, trataba en cada temporada un tema: las drogas, el contrabando en el puerto, el poder político en la ciudad, la educación y el papel de los medios de comunicación. La **orientación**, por su parte, es aquello que el guionista dice del tema. ¿Qué opina del paro, de la falta de vivienda, del feminismo, etc.? En este caso, el guionista escribe una segunda frase que contiene la construcción del sentido de su relato. Esta frase se llama **premisa**. Si la premisa se dice

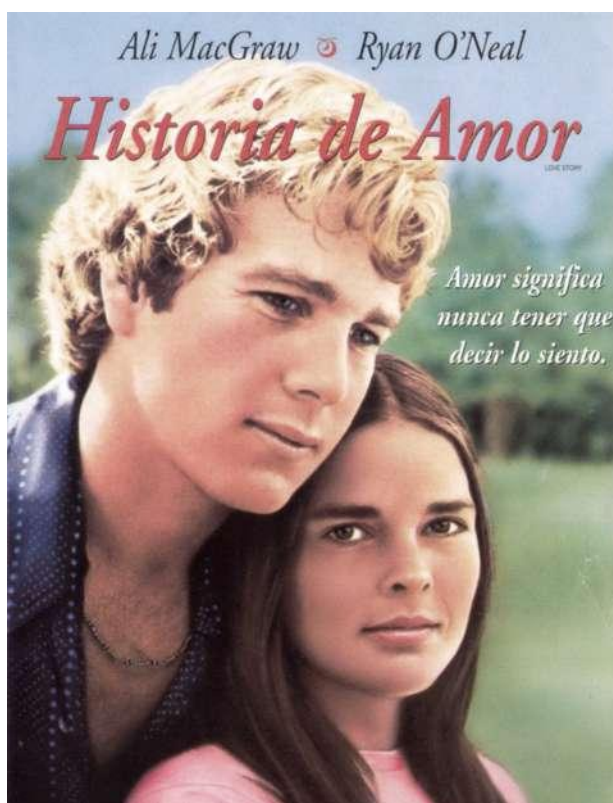


Ilustración 13. Cartel de Love Story con su tagline.

en un diálogo, da lugar a una **sentencia**; si se pone en el cartel de la película, es un **tagline**; y si se expresa en un símbolo, es un **leitmotiv**. Por ejemplo, en el amor (tema), “lo más grande que te puede suceder es que ames y seas correspondido” (orientación) es la sentencia de *Moulin Rouge* (2001). “Amar (tema) significa nunca tener que decir lo siento (orientación)” es el **tagline** de *Love Story* (1970). Los pétalos de rosa son el **leitmotiv** de *American Beauty* (1999) y la mariposa y la polilla, de *El silencio de los corderos* (*The Silence of the Lambs*, 1993).

Al mismo tiempo, el guionista debe decidir sobre la expresión emocional de la idea a escribir, pues un relato es un pensamiento dentro de una partitura de emociones: la risa, la pena, el miedo, la ternura... Para ello debemos determinar el **género** del relato: comedia, drama, terror psicológico, fantasía romántica, aventuras... Básicamente se trata de fijar las categorías estéticas o **sentimientos estéticos** con los que vamos a comunicarnos con el público. Ahora bien, es importante tener en cuenta que esas vivencias no se agotan en los géneros impuestos por Hollywood. Cabe expresarse desde lo amoroso, lo pasional, lo sexual, lo filial, lo cómico, lo absurdo, lo satírico, lo demoníaco, lo diabólico, lo satánico, lo trágico, lo patético, lo dramático, lo melodramático, lo épico, lo fantástico, lo maravilloso, lo misterioso, lo onírico, lo terrorífico...

A continuación, el guionista debe emprender un trabajo de **documentación** (datos, ejemplos, curiosidades, entrevistas, etc.) en relación con su idea para ser capaz de desarrollar una buena trama.

2.2. La trama

Llamamos **trama** al conjunto de sucesos que unos personajes protagonizan en una **situación** dada y conflictiva con el fin de que uno de ellos consiga una meta. La trama tiene, por lo tanto, cuatro elementos: la fábula, los personajes, las situaciones dramáticas y el conflicto que anuda todo ello. La **fábula** son los sucesos de la historia: “Juan

Fabulación es la capacidad que tiene el guionista para inventarse, huyendo siempre de los clichés, los sucesos que formarán el relato

roba un coche”. “María trabaja como cajera en un supermercado”. Cada suceso será después una **escena** (una acción o acontecimiento en una unidad de lugar y de tiempo; en Europa, y desde el punto de vista de la filmación de la serie o película, **secuencias**). Las escenas se llaman

secuencias o secuencias mecánicas, ya que la escena es la unidad dramática que estructura y subdivide el guion. Algunos guionistas convierten estos sucesos o futuras escenas en una tarjeta de papel que colocan en un tablero de corcho, de modo que,

con 10, 20, 100 tarjetas, depende del formato del relato, pueden visualizar el mapa de la fábula. Es la **técnica de las tarjetas**, que hoy emplea también el software para guiones, programas que, además, proporcionan herramientas para el formato, el diseño de personajes, etc. Nos referimos a aplicaciones como *Movie Magic Screenwriter*, *Final Draft*, *Story*, *Celtx* y *Dramática*.

Estas tarjetas se crean y estructuran según una lógica de conexión, una lógica de jerarquía y una lógica de disposición. La **lógica de conexión** está gobernada por, entre otras, las reglas de la causalidad, la verosimilitud, la identificación, la probabilidad y la intención dramática.

La **lógica de jerarquía** señala que existen unos puntos de acción imprescindibles para la articulación de la historia, los cuales, además, se sitúan en un lugar concreto de la fábula. Junto con las barreras y complicaciones, los puntos más importantes y su función son los siguientes:

1. La **situación inicial**. Consiste en una serie de escenas que presentan al protagonista y el cronotopo en el que habita.
2. El **incidente desencadenante**. Narra una alteración del mundo dado (una trasgresión, un engaño, un acto de complicidad, una fechoría, una carencia, la llegada o alejamiento de un personaje, un mandato) que pone en marcha la historia, establece una meta en el protagonista que le obliga a actuar, crea el conflicto principal y genera en el espectador una pregunta (**pregunta central**) acerca de si el protagonista será verdaderamente capaz de conseguir la meta que se ha propuesto.
3. Los **puntos de giro**. Son sucesos que provocan cambios bruscos en la acción y hacen cuestionar que el protagonista consiga su meta. Resultan tan sorprendentes que se utilizan para marcar las caídas de telón en el teatro y las pausas publicitarias en la televisión convencional. Una forma especial de punto de giro es la **crisis**. Sirve para cerrar el nudo y, aunque es un momento penoso para el protagonista, los relatos con crisis suelen tener un final feliz.
4. El **clímax**. Está situado en el desenlace y es la escena más importante y emocional del relato porque responde a la pregunta central. ¿El protagonista gana, pierde, pierde ganando, gana perdiendo...?
5. La **situación final**. Cierra el relato y presenta cómo queda el mundo dado tras la victoria o derrota del héroe.

Estructura clásica del formato largometraje

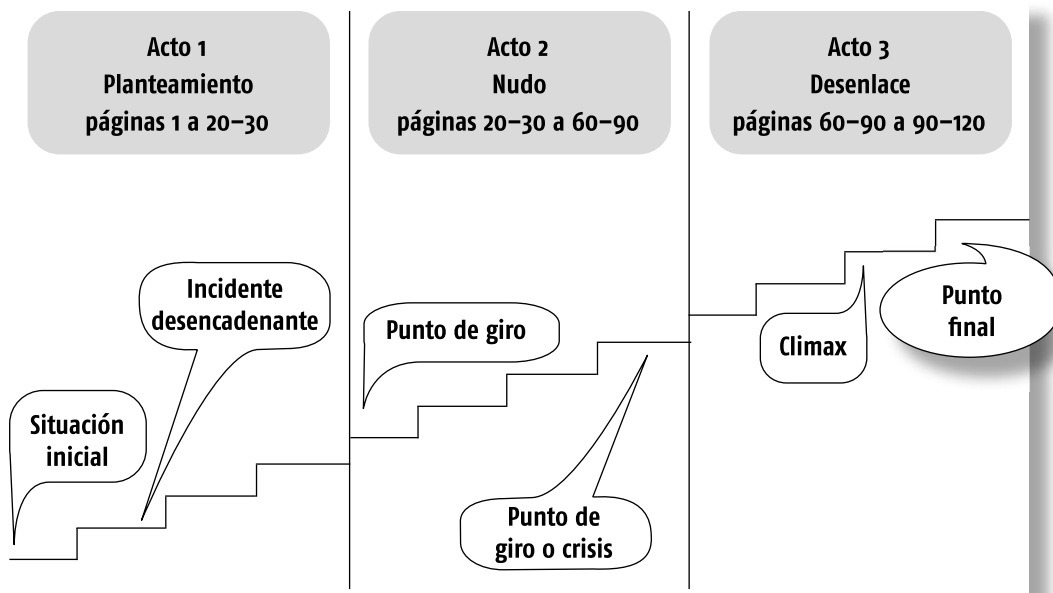


Ilustración 14. Rafael Azcona, guionista ganador de varios Premios Goya y el Premio Nacional de Cine.

Ahora bien, puede que, en realidad, tengamos que componer más de una fábula, esto es, hay relatos con más de una meta o con una meta principal y otras secundarias. En este sentido, existen relatos con una trama principal y **subtramas** subordinadas y relatos con varias tramas principales (**multitrama**).

En fin, la **lógica de disposición** establece que las escenas pueden agruparse en unidades mayores, llamadas secuencias, actos y bloques. Las **secuencias de guion** (o secuencias dramáticas para diferenciarlas de las secuencias mecánicas) son un conjunto de escenas con unidad dramática. Estas secuencias se disponen en **actos** o

conjunto de secuencias hasta un punto de giro. Los actos, a su vez, se organizan en tres **bloques**: planteamiento, nudo y desenlace. En ocasiones, también aparecen un **prólogo** (suceso a menudo anterior a los títulos de crédito) y un **epílogo** (suceso que suele situarse durante o después de los créditos finales). Los relatos que, como las series de televisión, duran horas y horas se denominan **macrorrelatos** y poseen una macroestructura organizada en partes, episodios, capítulos y temporadas con o sin continuidad de una entrega a otra.

La fuerza de una trama clásica se mide por el arco de transformación del personaje: cómo era al comienzo y cómo es al final

En cuanto a los **personajes**, estos se componen a base de rasgos y de roles. Los **rasgos** son las características físicas y psíquicas de los personajes: alto, gordo, moreno, colérico, celoso.... Los **roles** determinan los papeles sociales de esos personajes y su estatus: obrero, caballero, madre, profesor, esclavo... Unos y otros deben hacer más verdad la fábula y darle mayor dramatismo, de modo que aumente el impulso. ¿Qué es mejor? ¿Que el villano



Ilustración 15. Catwoman y Batman son personajes del cómic que hemos visto en dibujos animados y películas. Hoy los personajes también tienen registro de propiedad intelectual.

sea huérfano o hijo único? ¿La chica debe ser rubia, morena o pelirroja? Así mismo, para componer personajes complejos, es necesario que tengan rasgos y roles peculiares, contradictorios, cambiantes (**arco de transformación**) y que posean un pasado.

Si dar nombre a un personaje es tan complicado, se debe, precisamente, a que dicho nombre debería reflejar su rasgo o rol más personal: Yerma, Blanca, Liberto, El Penas...

Ahora bien, los rasgos y roles solo son la carne del personaje. También hay que componer su hueso, es decir, su **función** en la trama. Básicamente todos los personajes de un relato pueden situarse en uno de los siguientes seis puestos narrativos: **sujeto** (el que desea), **objeto** (lo que desea el sujeto), **destinador** (quien motiva el deseo), **destinatario** (quien recibe el objeto), **ayudante** (quien auxilia al sujeto) y **oponente** (quien se enfrenta al sujeto).

El tercer elemento de la trama es la **situación**. Se refiere al lugar, momento y modo en que se encuentran los personajes. El lugar o **espacio** se define, al igual que el personaje, mediante rasgos y roles, de modo que fijamos su tipo, clase, ubicación, pasado y, sobre todo, la atmósfera: su constitución psicológica. El espacio, incluso, puede ser el tema del relato, como en la película colombiana *La estrategia del caracol* (1993), o tan importante que da título al relato, como la colonia Roma en la película de Alfonso Cuarón *Roma* (2018). Lo importante es que los rasgos y los roles del espacio hagan más dramática la trama. ¿Dónde es mejor que suceda el crimen que se narra en el incidente desencadenante? ¿En un parque a plena luz del día o en el aparcamiento de su casa de madrugada?



Ilustración 16. Jaime de Armiñán, uno de los guionistas de televisión más importantes en España, además de director de cine.

¿En un día de sol, de lluvia o de nieve? Si el marco de la escena, por ejemplo, PARQUE. EXT. DIA, marca tanto la estructura del guion no es solo porque determina la planificación del rodaje sino también porque señala las situaciones dramáticas.

Llegados a este momento ya tendremos definidos y habremos compactado la trama con alguno de sus **niveles de conflicto**, incluso con los tres: el conflicto con la naturaleza (sobrevivir a un terremoto) el conflicto social y de relación (sobrevivir al Holocausto) o el conflicto interior (superar un trastorno psicológico).

Todo este trabajo sobre la trama termina dando lugar a dos tipos de textos. Unos guionistas prefieren reflejar la historia en una escaleta, otros redactan un argumento.

3. Cómo se cuenta: el discurso

Una vez decidido el contenido del relato se entra en la fase de la expresión o **discurso**. El guionista maneja una serie de recursos textuales que le permiten reflexionar sobre cómo debe transmitir al público el pensamiento y la trama. Básicamente procede a una manipulación de la historia en dos ámbitos: la transmisión narrativa y el lenguaje audiovisual.

3.1. La transmisión narrativa

En este sentido, el guionista debe decidir entre una narración personal o impersonal, esto es, debe pensar si conviene que un **narrador** (normalmente en forma de voz superpuesta) enuncie la historia o una parte de la historia. ¿Cómo contaría un celoso la escena en la que maltrata a su novia? Además, todo narrador introduce un **nivel narrativo**, de modo que la existencia de distintos narradores puede ocasionar, como en las muñecas rusas, historias dentro de la historia. Por ejemplo:

¿Introduzco un narrador que cuente la historia? ¿La historia se ve por encima de los personajes, desde fuera de los personajes o con los personajes? ¿En qué orden dispongo los sucesos, con qué frecuencia, con qué duración?

- 1) en el salón de su casa un camarero cuenta a su mujer que
- 2) ayer en la cafetería oyó como un cliente contaba a su amiga
- 3) que el fin de semana vio en el cine una película
- 4) en la que un personaje en su buhardilla lee una novela de caballerías donde
- 5) un narrador omnisciente cuenta que, en el salón de un castillo, un caballero cuenta a su escudero que
- 6) anoche en su dormitorio tuvo un sueño, donde
- 7) una bruja en su cabaña predice al caballero el futuro que ve a través de
- 8) una bola de cristal, etc.

En segundo lugar, se determina el **aspecto** o perspectiva narrativa del relato. Esto implica establecer la **visión** que el público tendrá de la historia. Básicamente implica tres posibilidades: expectación, intriga y suspense. También se compone el **punto de vista** o qué sucesos de la trama se deben ver a través de un personaje. Así mismo se reflexiona sobre si conviene presentar la historia desde la faceta de uno o varios personajes o bien desde fuera, esto es, se decide qué personaje guía el relato (**focalización**).

Finalmente, se configura el **tiempo expresado**. ¿Qué orden, duración y frecuencia tendrán los sucesos de la trama? Básicamente hay dos opciones: seguir una disposición natural, de modo que los sucesos se presentan en disposición cronológica y, por lo tanto, la historia y el discurso coinciden; o bien se compone un tiempo artificial, mediante una temporalidad diferente a la de la historia. Si se cambia el **orden**, se introducen saltos hacia atrás (**flashbacks**) o bien se deciden saltos hacia delante (**flashforward**). Si se cambia la **duración**, algunos sucesos de la trama se dan de forma resumida y quizás otros se eliminan creando una **elipsis** que el público debe completar. Finalmente, si se cambia la **frecuencia**, algunos sucesos de la trama se repiten varias veces, casi siempre desde distintos puntos de vista, como en *Jackie Brown* (1998).

Básicamente el trabajo con la transmisión narrativa conduce a la redacción de una segunda escaleta (o de un segundo argumento). Ahí plasma la historia y la forma de transmitirla. El guionista puede vender esa escaleta o avanzar en el proceso de escritura. En cualquier caso, la siguiente fase es escribir un tratamiento, incluso pasar directamente al guion literario. En el cine, la mayoría de los productores prefieren ver primero un tratamiento.

3.2. El lenguaje audiovisual

Finalmente, se escriben distintas versiones o borradores del guion literario. El guion organiza el relato en escenas y lo dramatiza a través de las palabras de los personajes y de su conducta exterior. Las palabras pronunciadas se manifiestan en forma de registros de habla pura, ya sea el diálogo (cuando intervienen dos o más personajes) o bien el **monólogo** (un solo personaje). La acción y el retrato de personajes y espacios, por su parte, aparecen en las acotaciones.

Es importante comprender que el **diálogo** es pura convención. No se trata (o no se trata solo) de copiar el habla de la gente, sino que al dialogar transmitimos la acción del relato, la personalidad de quién lo dice, el nivel de conflicto, el subtexto, el tono... y, en ocasiones, la premisa o mensaje. Todo ello implica una compleja construcción fónica, léxica y sintáctica.

Las **acotaciones** son indicaciones verbales (el tono de las frases) y no verbales (mímica, luz, música, baile...) sobre cómo, cuándo y dónde ocurre la acción. Es algo más que

una serie de descripciones del decorado, del aspecto físico de los personajes y de las acciones. Al escribir las acotaciones el guionista demuestra su capacidad para contar una historia mediante imágenes audiovisuales poderosas, emotivas, contradictorias y, en definitiva, imágenes plásticas y dramáticas, todo ello muy útil en caso de necesitarse posteriormente un guion gráfico o *storyboard*. Salvo en casos muy concretos, la acotación nunca debe emplear la terminología propia del guion técnico: primer plano, barrido, picado, fundido, etcétera.

La plasticidad es la capacidad del guionista de dar al relato una forma audiovisual: palabras que remiten a imágenes y sonidos



Ilustración 17. Una página de un guion de la serie *El comisario* (Telecino, 1999-2000) con los formatos de escritura. Una página en este diseño y papel DIN A4 viene a ser un minuto de imagen.

En el caso de las series de televisión, todo el desarrollo que aquí hemos detallado, además de conducir a un **guion piloto** que sirva de presentación de la serie, debe traducirse en la escritura de una biblia. La biblia es un documento que define las características

El concepto o premisa dramática es una frase que expresa la esencia de la serie, aquello que la hace reconocible, pero diferente

dramáticas y de formato de un relato seriado. Lo más importante es determinar el **concepto de la serie**. El concepto se refiere a la pregunta ¿de qué va este relato seriado? Esto implica contar la historia de un personaje que se halla en una situación peculiar: policías forenses aplicando

los avances de la criminología científica (*CSI*, CBC, 2000-2015), unos niños que con la ayuda de una niña con poderes paranormales buscan a un amigo desaparecido en otra dimensión (*Stranger Things*, Netflix, 2016-), un ama de casa judía de 1958 que descubre su gran talento para los espectáculos de comedia en vivo (*La maravillosa Señora Maisel*, *The Marvelous Mrs. Maisel*, Amazon, 2017).



Ilustración 18. La serie *The Walking Dead* (AMC, 2010-2022) cuenta con dos spin-off: una serie precuela titulada *Fear the Walking Dead* (AMC, 2015-) y otra serie que transcurre diez años después del apocalipsis zombi, *The Walking Dead: World Beyond* (AMC, 2020).

4. Formatos de ficción

Los **formatos** son formas de empaquetar los productos audiovisuales en función de las condiciones de producción y las estrategias de programación: grabación con una o varias cámaras, número de decorados, duración del programa, número de episodios o entregas, etc. Las **series**, por ejemplo, son un conjunto de episodios de ficción, ani-

mación o documental con un título genérico común que se emiten de forma sucesiva. En la biblia, se establece cómo es esta sucesión de los episodios. En los comienzos de la televisión, era habitual la llamada **serie antológica**. Consistía en episodios que contaban historias diferentes y con diferentes actores y localizaciones. La unidad venía del tema, del género, del material de partida en el caso de adaptaciones literarias. Entre los ejemplos actuales más notables está *Black Mirror* (Netflix, 2011-). Luego se impuso la **serie episódica**, donde uno o varios personajes se enfrentan en cada episodio a nuevas situaciones. Me refiero, por ejemplo, a relatos como *Colombo* (NBC y ABC, 1971-2003). La emisión de *Canción triste de Hill Street* (*Hill Street Blues*, NBC, 1981) marca un nuevo cambio. Se impone la **serie polifónica**, con muchos personajes y con muchas subtramas o multitramas que se prolongan de un episodio a otro, lo que obliga a dibujar mapas de tramas.

El formato designa las características técnicas y de presentación de un producto audiovisual

La convergencia digital y las plataformas en *streaming* están produciendo novedades muy relevantes en la forma de producir y exhibir los relatos audiovisuales. Tarde o temprano generarán sus propios formatos, de modo que el catálogo que presentamos a continuación, referido a la industria de Estados Unidos, ha de entenderse como una realidad que está en transformación o que es preciso transformar. Dejamos de lado,

Categorías profesionales implicadas en la escritura de las series norteamericanas

Showrunner: *no existe este crédito, pero así se llama al productor ejecutivo que es el creador de la serie y el máximo responsable de esta en todos sus aspectos.*

Executive Producer; Co-executive Producer; Supervising Producer; Producer; Co-producer: *diferentes escalas de sueldos y responsabilidades de guionistas con cometidos también en la producción de los capítulos.*

Consulting Producer: *guionista contratado para pulir o asesorar en ciertos guiones.*

Executive Story Editor; Story Editor: *edita los guiones del equipo, redacta documentos y coordina las notas que envía la cadena o el estudio.*

Script Coordinator: *a diferencia del anterior, no tiene por qué ser guionista ni asume tareas de mando, edita los guiones (es decir, les da formato, corrige las erratas y elabora separatas con cambios) y, al mismo tiempo, vela por la continuidad y la coherencia de la serie y está en contacto con el resto de los departamentos (Vestuario, Decorado...) para resolver dudas.*

Staff Writer: *propone ideas, elabora escaletas y escribe uno o varios guiones de la temporada.*

Freelance: *guionista fuera del equipo contratado para escribir algún episodio.*

Writer's Assistant: *toma nota en las reuniones, las organiza e imprime y reparte los guiones.*

además, los **dibujos animados**, aunque es una forma de ficción que ha dado éxitos tan importantes como *Los Simpson* (Fox, 1990-).

La sitcom. En Estados Unidos, la telecomedia se desarrolla en dos relatos claramente diferenciados: la comedia de situación y la comedia dramática. La *sitcom* corresponde al modelo de programas como *Friends* (NBC, 1994-2004). Se trata de un relato cómico de 22-25 minutos dividido en dos actos con entre 3 y 7 escenas por acto.

La comedia dramática. Este formato se diferencia de la *sitcom* en su tono (más dramático como su propio nombre indica) y, sobre todo, en su formato: no tiene risas entalladas, se rueda con una puesta en escena cinematográfica, hay exteriores y pocas limitaciones de espacios, posee un reparto mucho mayor y mucho más tiempo para la postproducción. Ejemplo sobresaliente es *Sexo en Nueva York* (*Sex and The City*, HBO, 1998-2004).

En la actualidad, predominan las series con muchas tramas o subtramas y con un final inesperado que incita a ver la siguiente entrega

La serie (dramática). Según la nomenclatura norteamericana, la palabra serie equivale a serie dramática, ya que por drama entiende los rela-

tos en tono épico, misterioso, melodramático, maravilloso... y, en definitiva, todo lo que no corresponde a un tono cómico. Se trata de un relato de 45 minutos organizado en 8-13 episodios por temporada. La estructura de los episodios es de cuatro o cinco actos. Un buen ejemplo sería *House* (Fox, 2004-2012).

La miniserie. Es un relato estructurado en un número limitado y cerrado de capítulos: de 2 a 13 capítulos de 45-50 minutos. Hay muchos casos de miniseries, como *Big Little Lies* (HBO, 2017-), que por su éxito se transforman en series.

El serial. En este caso, estamos ante un relato de emisión diaria, por lo que, dependiendo de su éxito, se pueden rodar cientos de capítulos. El serial ha triunfado en dos modelos bien diferenciados: la telenovela norteamericana en formato de 45 minutos y cuatro actos (*soap opera* o *TV soap*), como *Dallas* (CBS, 1978-1991), y la telenovela latinoamericana en formato de media hora o de una hora (el culebrón), como *Yo soy Betty, la fea* (RCN, 1999-2001).

Tabla 2. Salarios mínimos de guionistas en contenidos televisivos e internet (2017)

| Categorías profesionales | Salario base mensual en euros |
|---|-------------------------------|
| A) Producciones únicas o seriadas con presupuesto igual o superior a 2.500.000 euros por temporada o 300.000 euros por programa, capítulo o producción unitaria: | |
| Coordinador de guiones | 4.377,94 |
| Guionista de ficción | 2.916,04 |
| Guionista de no ficción | 2.671,86 |
| B) Producciones únicas o seriadas con presupuesto comprendido entre 40.000 euros por temporada o 5.000 euros por programa, capítulo o producción unitaria y presupuesto inferior a 2.500.000 euros por temporada o 300.000 euros por programa: | |
| Coordinador de guiones | 3.283,46 |
| Guionista de ficción | 2.187,03 |
| Guionista de no ficción | 2.003,89 |
| C) Producciones únicas o seriadas con presupuesto inferior a 40.000 euros por temporada o 5.000 euros por programa, capítulo o producción unitaria: | |
| Coordinador de guiones | 2.462,59 |
| Guionista de ficción | 1.640,27 |
| Guionista de no ficción | 1.502,92 |

Fuente: Convenio colectivo de la industria de producción audiovisual (técnicos). En el caso de largometrajes de gran presupuesto el guionista recibe el 5% del presupuesto total. En producciones de bajo coste, alrededor de 50.000 euros por la escaleta, el tratamiento y el guion. Buscar actualizaciones en Internet.

El largometraje y la película para televisión. Son obras de ficción audiovisuales unitarias, aunque pueden tener distintas entregas: las películas sobre James Bond, Alien, Bridget Jones, Narnia, etc. El **largometraje cinematográfico** es un producto (hasta la pandemia del COVID 19) destinado a estrenarse en sala de cine. Se caracteriza por estar rodado en digital de alta calidad, incluso puede que en 3D, lo que implica un gran presupuesto. Su extensión va de los 70 minutos a las 3 horas. La **película para televisión** suele tener mucho menor presupuesto y una duración de unos 75 minutos (90 con publicidad). En España, en los últimos años, la sobremesa de los fines de semana de las cadenas en abierto se llena de telefilmes alemanes. Están protagonizados por mujeres de mediana edad y éxito profesional que despiertan el interés de hombres maduros atractivos o buscan hijos “perdidos”. Uno de los de mayor éxito fue *Un verano en Amsterdam* (*Ein Sommer in Amsterdam*, 2014).

Lo relevante de todo lo expuesto hasta aquí es que el guion contiene el relato. Y si este es de calidad convence al productor para invertir mucho dinero, da seguridad al director, permite contratar a casi cualquier actor e inspira el trabajo de los departamentos técnicos. Lamentablemente, en España e Iberoamérica, se dedica poco tiempo y presupuesto al proceso de escritura y, en consecuencia, el oficio de guionista es uno de los

peor pagados de la industria, apenas atrae a los escritores que han conseguido prestigio en el campo de la literatura y, siendo el creador literario del relato audiovisual, su contribución queda en el anonimato. Solo los muy cinéfilos saben de figuras como Rafael Azcona, el guionista detrás de numerosos clásicos del cine español, o de Beatriz Guido, la guionista más importante del cine argentino.

Bibliografía básica

- ✓ DE ROSENDO KLECKER, Teresa y GATELL, Josep (2015). *Objetivo Writers´Room: las aventuras de dos guionistas españoles en Hollywood*. Barcelona: Alba.
- ✓ DI MAGGIO, Madeline (1992). *Escribir para televisión*. Barcelona: Paidós.
- ✓ DIEZ PUERTAS, Emeterio (2006). *Narrativa fílmica*. Madrid: Fundamentos.
- ✓ FIELD, Syd (1996). *El manual del guionista*. Madrid: Plot.
- ✓ GOLDMAN, William (1992). *Las aventuras de un guionista en Hollywood*. Madrid: Plot.
- ✓ MCKEE, Robert (2013). *El Guion*. Barcelona: Alba.
- ✓ RAMOS, Jesús y MARIMÓN, Joan (2002). *Diccionario del guion audiovisual*. Barcelona: Océano.
- ✓ SEGER, Linda (1991). *Cómo convertir un buen guion en un guion excelente*. Madrid: Rialp.
- ✓ TOLEDANO, Gonzalo y VERDE, Nuria (2007). *Cómo crear una serie de televisión*. Madrid: T&B.

Capítulo 3

Producir: el capital financiero, técnico y humano

Piluca Baquero (UCJC)



Sumario

1. Desarrollo del proyecto

2. Desglose de guion

3. Presupuesto

3.1. El control presupuestario

3.2. Flujo de caja

4. Financiación

5. Preproducción

5.1. Localizaciones y decorados

5.2. Contratación del equipo técnico

5.3. Contratación del equipo artístico y casting

5.4. Lecturas de guion

5.5. Ensayos y pruebas con los actores

5.6. Plan de rodaje

6. Rodaje

6.1. La orden de rodaje

6.2. El parte de producción

7. Postproducción

8. Distribución y promoción

Desde fuera, la imagen que se tiene de los productores está distorsionada. Se tiende a pensar que son señores con corbata y puro, que están siempre enfadados. En realidad, su función no es exactamente la de asumir el riesgo en una producción. Por otro lado, se tiende a pensar que productor y productor ejecutivo son la misma cosa; pero no es así.

Un productor o empresa productora es el propietario de la obra audiovisual y, al mismo tiempo, la persona o entidad que asume el riesgo, es decir, aquel que responde ante terceros jurídicamente ante cualquier incidencia ocurrida durante cualquiera de las fases de una producción audiovisual. Responde, por ejemplo, ante un banco, pues se ha recurrido a este para la financiación. Responde también ante un posible accidente laboral. Y así en cualquier otra reclamación que se produzca. Sobre esta figura se ha hablado en el capítulo dedicado al emprendimiento.

El productor ejecutivo o director de producción, por su parte, es la persona responsable de financiar y hacer viable económicamente la producción de la obra audiovisual según el encargo del productor o la empresa productora. Un productor ejecutivo vela

El productor ejecutivo es la persona responsable de financiar y hacer viable económicamente la producción de la obra audiovisual según el encargo del productor o la empresa productora

por la financiación y el buen empleo de la misma para conseguir la máxima calidad artística, lo que supone implicarse en todas y cada una de las fases de creación de una obra audiovisual: desarrollo del proyecto, preproducción, rodaje, postproducción y, en parte, la comercialización.

1. Desarrollo del proyecto

El proceso de producción de la obra audiovisual puede iniciarse por varios caminos. En ciertos casos, el productor ya tiene un guion que le ha llegado a la productora o que él lleva meses desarrollando con un guionista mediante el pago de la idea, la escaleta o el tratamiento. Pero todavía no sabe si esa propuesta va a gustar a una serie de personas e instituciones indispensables para lograr su apoyo a lo que todavía es un proyecto, es decir, no sabe si esa obra audiovisual en papel es viable. El desarrollo de un proyecto cinematográfico, de una película o serie, es el período que va desde la decisión de intentar producirlo hasta el momento en el que la obra audiovisual resulta viable artística, financiera e industrialmente, es decir, es el período que va desde “quiero producir este proyecto” a “puedo producir este proyecto”. El objetivo principal del productor ejecutivo en esta fase es, por lo tanto, determinar su viabilidad y decidir si se emprende la producción o no. Esto implica:

1. Comprar el guion o desarrollar la idea para obtener un guion literario y adquirir los derechos de explotación correspondientes.
2. Elaborar un paquete o *dossier* atractivo para la obtención de los recursos financieros necesarios.
3. Obtener, según el guion propuesto, un **plan de rodaje**.
4. Elaborar un **presupuesto provisional** según el plan de rodaje.
5. Obtener un **plan financiero** viable y realista para financiar los costes del presupuesto.
6. Realizar un **plan de amortización** que establezca la expectativa de beneficio.

Hay programas informáticos como *Movie Magic Budgeting*, *Movie Magic Scheduling* y *StudioBinder* que ayudan mucho en esta tarea.

Obviamente todo ello requiere dedicar recursos financieros para soportar los costes de desarrollo. Dichos costes deben estar contemplados en un **presupuesto de desarrollo**, el cual deberá incluir necesariamente al menos los costes de:



Ilustración 19. Elías Querejeta, productor español de directores como Carlos Saura, Víctor Erice, Manuel Gutiérrez Aragón o Julio Medem.

1. Un guionista y sus eventuales colaboradores: coguionistas, dialoguistas, documentalistas y asesores. Estos profesionales presentarán distintas versiones del guion, según se determine en el contrato correspondiente, hasta la obtención de una versión que el productor considere suficiente para iniciar su circulación entre los diversos agentes a los que se pretende interesar y de los que se pretende obtener fondos.
2. Un director de producción, que no tiene porqué ser el mismo que se haga cargo de la película en el caso de que la misma resulte viable. Su cometido esencial es el de elaborar, basándose en el guion, un plan de rodaje y un presupuesto.
3. Asesores legales, necesarios en las negociaciones con otros productores, contratos de preventas, etc.
4. Otros asesores si fueran necesarios para la escritura del guion dependiendo del tema a tratar: historiadores, médicos, forenses, criminalistas, etc.
5. Traductores especializados.
6. Artistas gráficos y multimedia que elaboren dossieres atractivos sobre el proyecto con los que acudir a mercados y festivales para obtener recursos.
7. Gastos generales de oficina, comunicaciones, viajes, hoteles, comidas, etc., que se generarán en esta etapa.

Cuadro 1. Contenido de un *dossier* para presentar un proyecto

Guion

- ✓ *Sinopsis corta (medio folio) del guion o story line. Tiene que vender, debe ser clara y atractiva.*
- ✓ *Sinopsis larga de un folio y medio a tres folios. Es muy útil para dárselo a la prensa.*
- ✓ *Tratamiento de la historia.*
- ✓ *Descripción de los personajes principales.*

Características del proyecto

- ✓ *Aspectos del guion: describir la época, los personajes, el contexto, etc.*
- ✓ *Aspectos de producción: diseño de producción (si es una coproducción, cómo se rueda la película: plató, decorados, etc.; en definitiva, todas las particularidades y aspectos positivos).*
- ✓ *Localizaciones: fotografías.*
- ✓ *Historial de los productores.*
- ✓ *Director: notas del director o memoria del director.*
- ✓ *Ficha artística con todos los personajes y casting con fotos. Si el casting está cerrado, se pone el nombre de los actores que van a participar. Si el casting está abierto, se pone el nombre de los actores que dan el perfil y que nos gustaría que lo interpretasen.*
- ✓ *Ficha técnica: guion, director, productor ejecutivo, director de producción, ayudante de dirección, director de fotografía, decorador, sonido, vestuario, maquillaje, montaje y música.*
- ✓ *CV del equipo técnico.*
- ✓ *Datos técnicos: se puede añadir o no este apartado (productores, localizaciones, formato, color, sonido, formato de proyección, inversores, inicio del rodaje, fin del rodaje, día de estreno).*

Financiación

- ✓ *Plan de financiación: se debe incluir si está pendiente de su financiación.*
- ✓ *Plan de rodaje: acorde al presupuesto y al guion.*
- ✓ *Plan de explotación.*
- ✓ *Fecha de estreno.*
- ✓ *Distribuidor.*
- ✓ *Festivales.*
- ✓ *Elementos de promoción de la película.*

Es muy importante definir el formato y el soporte de la película o serie porque de esta decisión se derivan repercusiones de todo tipo tanto en la fase de rodaje como en la de postproducción. El **formato** final de la imagen puede ser más o menos cuadrada o apaisada. El formato se define por la relación lineal que tiene la base de la imagen por la altura. Por ejemplo, si el formato es 1:1,85 significa que la base contiene 1,85 veces la altura de la imagen, y si el formato elegido es 1:2,35 (o *scope*) significa que la base contiene 2,35 veces la altura dando lugar así a un formato mucho más panorámico. La elección del formato tiene repercusiones económicas, técnicas y artísticas que tenemos que considerar y valorar. Incumbe, lógicamente, al director y al productor, pero tiene repercusiones importantes en los departamentos de cámara y arte. En cuanto al **soporte**, el digital está desplazando al filmico o celuloide.

2. Desglose de guion

En colaboración con el director de producción y el primer ayudante de dirección, el productor ejecutivo usa el guion literario para conseguir un presupuesto, un plan de financiación, un plan de rodaje y distintos desgloses. Los **desgloses** son listados temáticos de futuras partidas presupuestarias, es decir, de los elementos dramáticos del guion que más inciden en el presupuesto y la planificación del rodaje. Se realizan a partir de las secuencias/escenas que dividen el guion. Esta división nos sirve para ordenar la información que contiene el guion según:

1. El lugar donde se rueda: localización.
2. Los personajes que intervienen: reparto.
3. Los decorados que aparecen y su detalle (atrezo).
4. La indumentaria que usan los personajes: vestuario, maquillaje y peluquería.
5. Si la acción transcurre en un interior o un exterior.
6. Si es día o noche.



Cuadro 2. Ejemplo de desglose por páginas de guion

3. Coche. Calles de Tetuán. Int/ext. Día 1 1 pp.

Santiago habla con un Abogado. Personajes

1. SANTIAGO y 14. ABOGADO

Vestuario: pañuelo Abogado, traje entretiempo Santiago

Pequeñas Partes: CONDUCTOR

Maquillaje: sudor Abogado

Vehículos: coche vulgar

Figuración: Paseantes Árabes, Paseantes Españoles

Equipos Especiales: Car Mount y Cámara Car

Animales: rebaño de cabras

Varios Producción: control tráfico calles

Los listados dan lugar a distintos desgloses que se utilizan por los distintos departamentos de una producción audiovisual:

1. Desglose de localizaciones.
2. Desglose de personajes.
3. Desglose de figuración (extras o figurantes).
4. Desglose de decorados.
5. Desglose de atrezzo (muebles, utensilios y elementos decorativos que aparecen en el plano).
6. Desglose de vestuario.
7. Desglose de maquillaje (especialmente cuando intervienen caracterizaciones especiales).
8. Desglose de peluquería (especialmente si intervienen caracterizaciones especiales).
9. Desglose de semovientes (transportes o animales que aparecen en plano).

Los desgloses son listados temáticos de futuras partidas presupuestarias, es decir, de los elementos dramáticos del guion que más inciden en el presupuesto y la planificación del rodaje

Una vez se tiene toda la información anteriormente citada se procede a la elaboración del plan de rodaje. Para ello, previamente, el equipo de dirección debe realizar lo que llamamos **guion técnico**. Este documento se hace sobre el guion literario y especifica plano a plano la acción que transcurre en cada una de las secuencias de la

película. El guion técnico ayuda, además, a realizar tres nuevos desgloses, también muy útiles para dirección y producción a la hora de componer el plan de rodaje y el presupuesto. Estos tres nuevos desgloses serían:

1. Desglose de material de cámara.
2. Desglose de material de iluminación.
3. Desglose de material maquinistas (grúas, trávelin...).

3. Presupuesto

El presupuesto total de la película o serie se elabora basándose en toda la información obtenida de los desgloses y abarca todos los costes que surgen en las fases de desarrollo, preproducción, rodaje y postproducción. Es decir, hasta que se obtiene lo que la industria llama “Primera Copia Estándar”: la primera copia definitiva con todas las correcciones necesarias y la banda de sonido sincrónica con la imagen. En ese momento tenemos la película o serie terminada y podremos obtener copias para su distribución y puesta a disposición del público.

El presupuesto está organizado por grandes capítulos que pasamos a comentar someramente:



Ilustración 20. Elena Manrique, productora ejecutiva de, entre otras, El laberinto del fauno (2006) y Celda 211 (2009).

Capítulo 1: guion y música. En este capítulo se incluyen todos los costes relacionados con la transmisión de derechos exceptuando al equipo artístico (actores) y director. Se incluyen costes tales como el guion, derechos de obras literarias preexistentes, asesores necesarios para la escritura del guion, etc., y la composición de las músicas originales, remuneración de los intérpretes, coros, cantantes, etc., así como derechos adicionales de otras músicas existentes.

Capítulo 2: equipo artístico. Costes de los actores, de toda persona que aparezca en la escena, esencialmente los actores organizados por categorías, protagonistas, principales, secundarios, etc., hasta la figuración, y ballet y orquesta si aparecen en la imagen

Capítulo 3: equipo técnico. Todos los costes del equipo técnico organizados por departamentos: Dirección, Producción, Fotografía, Decoración, Sastrería, Maquillaje, Peluquería. Efectos Especiales y Efectos Sonoros en rodaje, Sonido, Montaje, Electricistas y Maquinistas, Personal complementario.

Capítulo 4: escenografía. Se agrupan todos los costos de todo lo que se ve en la escena menos los actores, tales como decorados, ambientación de los mismos, jardinería, vestuario, zapatería, mobiliario, vehículos en escena, etc.

Capítulo 5: estudios de rodaje y varios de producción. Estudios de rodaje, de

sonorización, montaje y gastos generales en la fase de rodaje y postproducción, tales como alquiler de oficinas, comunicaciones, garajes, almacenes, etc.

Capítulo 6: maquinaria de rodaje y transportes. Por un lado, cámaras, elementos mecánicos de rodaje, tales como grúas, trávelin, material de iluminación, etc. Por otro lado, los transportes necesarios para el traslado de los equipos físicos, materiales y personal, así como sus gastos, gasolinas, peajes, reparaciones, etc.

Capítulo 7: viajes, hoteles y comidas. Son gastos relacionados con el enunciado del epígrafe y que pueden ser muy elevados en determinadas producciones cuando las mismas se desarrollan en varias localizaciones distantes y alejadas más de 45 km del domicilio de los técnicos y artistas.

Capítulo 8: material virgen o material digital de almacenamiento. Negativo filmico para el rodaje, en el caso de que se ruede sobre ese soporte, positivo para las copias y procesos de laboratorio, materiales de sonido, memorias, discos duros, etc.

Capítulo 9: laboratorio. Todos los procesos de laboratorio en la postproducción conducentes a la obtención del máster final, tales como revelado, trucajes, correcciones en el color final, etc. Aunque estos procesos hoy en día se realizan con tecnología digital los costes correspondientes se agrupan en este capítulo.

Capítulo 10: seguros y costes sociales. En este capítulo se detallan los costes sociales (Seguridad Social, Mutuas de Accidentes, etc.) y los seguros de Responsabilidad Civil y Especiales de Cinematografía que cubren riesgos específicos de esta actividad.

Capítulo 11: gastos generales. Gastos generales de la productora, no los administrativos del rodaje que se agrupan en el capítulo 5.

Capítulo 12: gastos de explotación, comerciales y financieros. Aquí están todos los gastos de copias, lanzamiento publicitario, promoción, etc., así como los gastos financieros originados por la financiación.

3.1. El control presupuestario

Una vez obtenido el presupuesto, y aprobado por el productor, hay que definir un procedimiento mediante el cual ese presupuesto se controla para analizar su realización, detectar posibles desviaciones tanto positivas (ahorros) como negativas (excesos). El responsable del **control presupuestario** (*cost report*) es el director de producción, aunque es habitual que delegue en un *controller*. Este, a su vez, se ayuda de una secretaria de produc-

ción y del departamento contable. El control presupuestario hay que realizarlo desde la primera semana de preparación y su cadencia es semanal durante la preparación y el rodaje, pudiendo ser mensual durante la postproducción y requiere una gran agilidad en el flujo de información.

Básicamente el control presupuestario tiene cinco columnas: el presupuesto, que nunca se modifica, el coste del período contabilizado, el coste comprometido, el coste realizado, el coste pendiente de realizar y la desviación. El concepto más importante es el **coste comprometido**, aunque todavía no se haya realizado ni contabilizado, porque esa información es la que nos va a dar si contamos con ahorros en una partida que podríamos utilizar en otra. El coste comprometido se está continuamente actualizando y requiere que el flujo de información sea muy eficaz.

El control presupuestario es un documento esencial y lo debe realizar un contable cualificado, un contable de producción que se debe incorporar en esta etapa de preparación cuanto antes.

3.2. Flujo de caja

Tenemos un presupuesto cerrado y, como veremos a continuación, un plan de financiación que cubre los costos de ese presupuesto. Sin embargo, esos fondos no suelen estar disponibles todos a la vez. Hay un calendario de disposición de dinero. Por ejemplo, puede que no se hayan podido descontar en los bancos o estos han dispuesto un calendario de disposiciones que puede que no concuerden necesariamente con el pago de los costos reflejados en el presupuesto. Por otro lado, no debemos perder de vista que los costos reflejados en un presupuesto no contemplan los impuestos indirectos, tales como el IVA, por lo que el importe de las facturas de los proveedores se verá incrementado con el citado impuesto y esto es algo que tenemos que prever en las salidas de dinero.

En definitiva, el flujo de caja (*cash flow*) nos permite saber cuándo podremos sufrir un desfase de tesorería que, aunque momentáneo, pueda poner en riesgo la producción porque en la misma los pagos son muy intensos y la maquinaria no se puede parar. Lo tenemos que saber para poner remedio a esta situación, bien atrasando algunos pagos, bien recabando recursos financieros adicionales.

El concepto más importante del presupuesto es el coste comprometido, aunque todavía no se haya realizado ni contabilizado, porque esa información es la que nos va a dar si contamos con ahorros en una partida que podríamos utilizar en otra

El flujo de caja nos permite saber cuándo podremos sufrir un desfase de tesorería.

4. Financiación

¿De dónde sale el dinero que financia una obra audiovisual o una película? Se tiende a pensar que los productores arriesgan al 100% esta inversión o por el contrario que toda ella procede de las subvenciones. Pero hay numerosas fuentes de financiación:

1. Una de las principales fuentes para financiar una obra audiovisual son las ayudas públicas. Estas pueden ser:

1.1. Nacionales: otorgadas a través del ICAA (Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales).

1.2. Autonómicas: las comunidades autónomas tienen previstos diferentes modelos de dinamización de sus sectores audiovisuales.

1.3. Internacionales: Programa Media de la Unión Europea y Programa Ibermedia de la CACI (Conferencia de Autoridades Cinematográficas Iberoamericanas).

2. Venta de derechos por anticipado: con el fin de obtener los derechos de emisión de una obra audiovisual, hay diferentes plataformas que adquieren previamente a su producción el derecho de emitir estas obras, bien sea en exclusiva, bien compartiendo estos derechos con otras plataformas:

2.1. Televisiones.

2.2. DVD, Blu-ray o PPV (Pago por Visión).

2.3. Internet.

3. Ventas internacionales: bien sea a través de coproducciones o de venta anticipada de derechos para emisión de televisión en otros países o explotación en salas cinematográficas.

4. Explotación en salas cinematográficas. El exhibidor liquida al distribuidor entre el 50-40% de la taquilla recaudada, y este liquida al productor un 75% de lo recibido, una vez descontados los gastos de lanzamiento.

5. **Product placement.** Proveniente de la inserción de productos que aparecen en plano en la obra audiovisual. Las marcas propietarias de dichos productos pagan por esta publicidad subliminal. Por ejemplo, el protagonista está desayunando y aparece en plano un tetrabrik de una marca de leche.

5. Preproducción

El objetivo principal de la preproducción es el de lograr que el rodaje y la postproducción, que son las etapas donde se concentra la mayoría del gasto, se desarrollen sin incidencias y sin desviaciones en el costo, proporcionando al director los recursos necesarios para que la película responda artísticamente al guion aceptado.

Los pasos que deben cerrarse en esta fase son: la búsqueda y cierre de localizaciones; la búsqueda del equipo completo de la película y cierre de contratos; la búsqueda y cierre de contratos con el reparto principal, secundarios y actores de pequeñas partes; y el plan de rodaje.



Ilustración 21. Prácticas de los alumnos de la UCJC en el anuncio corporativo para el Banco Santander Cyber heroes, de Luis Reneo. Rodaje en localizaciones.

5.1. Localizaciones y decorados

Durante la preproducción se localizan los decorados naturales definitivos y se evalúan las repercusiones que tienen para el rodaje, tales como distancia, permisos a obtener, facilidades logísticas para el equipo y los medios de transporte, dificultades para el sonido, etc. y, lógicamente, su costo. Se cierran acuerdos con los propietarios de las localizaciones y se gestionan y obtienen los permisos de las autoridades para rodar en lugares públicos. También se empiezan a construir los decorados y se buscan los elementos de ambientación.

5.2. Contratación de equipo técnico, proveedores, etc.

El director de producción se encarga de las negociaciones con el resto del equipo técnico y con los proveedores principales, estableciendo las condiciones económicas, las

modalidades y plazos de pago y derivando los contratos correspondientes al departamento administrativo para que dé de alta en la Seguridad Social a los trabajadores en las fechas acordadas. Toda la información derivada de estas negociaciones tiene que llegar al contable de producción para que la incorpore a los informes de control presupuestario en la columna de comprometido, actualizando este dato constantemente.

Cada película es diferente a otra y, por lo tanto, no es posible dar una pauta única respecto al calendario de incorporaciones. Baste decir que, en general, los jefes de equipo de Arte, Producción, Dirección y Vestuario se incorporan desde el primer momento, mientras que los jefes de equipo de Sonido, Cámara, Maquillaje y Peluquería se incorporan más tarde. Los siguientes escalones, como Montaje y Música, se van incorporando a lo largo del período atendiendo a las necesidades concretas y al coste.

5.3. Contratación de equipo artístico y *casting*

El reparto de una película u obra audiovisual es también una gran arma para producción. De su elección depende en gran medida el buen fin del proyecto. Debemos intentar como productores ejecutivos conjugar tres factores a la hora de aprobar el reparto de una película:

1. Las preferencias del director, pues debe estar cómodo con sus actores, que son el material humano que dará la cara en la película.
2. El presupuesto de la película, ya que debemos elegir actores que se ajusten al presupuesto de la producción y no supongan una descompensación entre lo invertido en equipo y material técnico y el caché de los actores.
3. Su idoneidad para hacer más comercial la obra audiovisual.

El *casting* de una película, como se verá en otro capítulo, es la elección del reparto y normalmente lo hace el director con la ayuda del ayudante de dirección, aunque es

Una vez elegido el reparto, el Departamento de Producción culmina las negociaciones con los representantes de los actores considerando el número de sesiones que se derivan del plan de rodaje

muy frecuente, sobre todo, en las grandes producciones, recurrir al jefe o director de *casting*. Esta figura se ocupa de preseleccionar una serie de actores que dan el perfil del personaje y presentárselos al director para su elección definitiva. La **figuración** de una película, lo que comúnmente se conoce como extras, también se contrata a través de una empresa de *casting* o figuración. Se les

indica el perfil de los figurantes y es la empresa quien se ocupa de su búsqueda.

Pero antes de cerrar el contrato con los actores, es fundamental que el productor ejecutivo dé su aprobación, teniendo en cuenta los factores antes mencionados. Una vez elegido el reparto, el Departamento de Producción culmina las negociaciones con los representantes de los actores considerando el número de sesiones que se derivan del plan de rodaje y elaborando una ficha por cada actor en el que se detallan todos los datos: costo por sesión, tallas y medidas para el Departamento de Vestuario, requerimientos especiales en cuanto a transporte, alojamiento, etc. Quizás los actores protagonistas no, porque suelen estar presentes a lo largo de todo el rodaje y se contrata con ello un tanto alzado por toda la película, pero el resto de los actores están contratados por sesiones y debemos ser cuidadosos para que esas sesiones se cumplan y, si es posible, se ahorre alguna sesión. Eso implica que, después del criterio de los decorados, deberemos agrupar en la medida de lo posible las sesiones de los actores.

Tabla 3. Salarios mínimos del Departamento de Producción (2017)

| Categorías profesionales | Salario base en euros | | | |
|----------------------------|-----------------------|-----------------|-----------------|----------|
| | Semana | Semana 45 horas | Semana 50 horas | Mes |
| | | 1,3 | 1,533 | 3,75 |
| Director de producción | 871,34 | 1.132,74 | 1.335,76 | 3.266,07 |
| Jefe de producción | 666,32 | 866,22 | 1.021,47 | 2.497,60 |
| Ayudante de producción | 403,42 | 524,45 | 618,45 | 1.512,17 |
| Auxiliar de producción | 254,39 | 330,71 | 389,98 | 953,55 |
| Secretaria/o de producción | 254,39 | 330,71 | 389,98 | 953,55 |
| Equipo de Contabilidad | | | | |
| Contable de producción | 400,72 | 520,94 | 614,31 | 1.502,03 |
| Ayudante de contabilidad | 254,39 | 330,71 | 389,98 | 953,55 |
| Cajero/Pagador | 254,39 | 330,71 | 389,98 | 953,55 |
| Auxiliar administrativo | 254,39 | 330,71 | 389,98 | 953,55 |
| Meritorios | 235,59 | 306,26 | 361,15 | 883,45 |

Fuente: Convenio colectivo de la industria de producción audiovisual (técnicos). Producciones de bajo presupuesto. Buscar actualizaciones en Internet.

5.4. Las lecturas de guion

Un momento importante en la preparación es la lectura del guion. Hay una lectura artística con los actores y una lectura técnica con presencia de todos los jefes de departamento. En esta última, el director explica en cada escena algunas características a tener en cuenta, tales como número de planos, maquinaria necesaria para la realización de

alguno de ellos, etc. y cada jefe plantea observaciones o dificultades que hay que tener en cuenta para el plan de rodaje y el presupuesto definitivo.

5.5. Los ensayos con los actores y las pruebas técnicas

El director, además de estar presente en todos los departamentos y trabajar estrechamente con su primer ayudante, se encarga particularmente de los ensayos con los actores. En esta etapa se realizan también las pruebas técnicas, tanto de vestuario, maquillaje y peluquería, como pruebas de cámara y de laboratorio.

5.6. Plan de rodaje

El plan de rodaje lo prepara el primer ayudante de dirección en estrecha colaboración con el director de producción, atendiendo a los requerimientos del director, pero teniendo en cuenta las limitaciones presupuestarias que el director de producción plantee. El plan de rodaje, en síntesis, se organiza atendiendo a lograr la máxima eficiencia en cuanto al costo y aprovechándose de un hecho diferencial que tiene el cine respecto al teatro, la ópera u otras artes escénicas, y es que en el cine no estamos obligados a rodar cronológicamente según avanza la historia escrita en el guion. Así podemos rodar la última escena de una película el primer día de rodaje (aunque no es muy recomendable porque los actores no habrán tenido tiempo de aclimatarse), o podremos agrupar todas las escenas que transcurran en una habitación en un mismo día de rodaje aunque en el guion estén en diferentes días o épocas.

Los elementos que intervienen más poderosamente en el coste de una película son los decorados en primer lugar y las sesiones de los actores, por lo que el plan de rodaje agrupa habitualmente las escenas de acuerdo a estos criterios.



*Ilustración 22. Agustín Almodóvar productor de, entre otros, su hermano Pedro Almodóvar, *Álex de la Iglesia*, *Guillermo del Toro*, *Isabel Coixet*, *Dunia Ayaso* o *Lucrecia Martel*. Foto: Rubén Ortega.*

6. Rodaje

El rodaje podemos definirlo como la fabricación de la imagen y sonido primarios de todas las secuencias en las diferentes localizaciones o decorados y sobre los que se trabajará posteriormente en la postproducción para obtener la imagen y el sonido definitivos o elaborados. En el intervienen todos los departamentos implicados en el proceso de producción, incluido el montaje, pues este se inicia en la segunda semana de rodaje. Es la fase más complicada de la producción.

Durante el proceso de rodaje, la principal función del director de producción es velar por el cumplimiento del presupuesto y el plan de rodaje. La dificultad de esta fase reside en la gran cantidad de procesos y factores que se desarrollan al mismo tiempo, y el director de producción debe coordinar a todos los departamentos que intervienen.

En el rodaje es esencial que la información fluya bien entre todos los departamentos para rodar dentro de los planes establecidos y el presupuesto disponible. Los documentos esenciales que la fase de rodaje genera son: la orden del día y el parte diario de producción. Además, como es natural, se siguen haciendo los controles presupuestarios.

6.1. La orden de rodaje

La orden del día u orden de rodaje es la convocatoria al equipo técnico y artístico para el día siguiente. En ella debe venir reflejadas las escenas a rodar señalando sus

Categorías profesionales del Departamento de Producción

Director de producción: es el responsable de la ejecución del presupuesto y su optimización y rinde las cuentas ante el productor y/o productor ejecutivo. Básicamente maneja el dinero disponible para producir la película y es el responsable de terminarla y entregarla al productor en el tiempo establecido y dentro del presupuesto.

Jefe de producción: jerárquicamente está por debajo del director de producción, pero sus funciones pueden abarcar las mismas que su superior excepto en lo que se refiere al manejo del dinero (salvo el que se le entrega para atender necesidades de rodaje) y al análisis de los informes de control presupuestario. Su presencia es casi exclusiva en el set o decorado, organizando el mismo, mientras que el director de producción estará más en la oficina de producción.

Ayudantes de producción, auxiliares y meritorios: dentro de este apartado hay cierta especialización, ya que, por ejemplo, hay ayudantes que se encargan de obtener los permisos de rodaje necesarios, de negociar las localizaciones, de la organización concreta del rodaje, del catering, de los procesos administrativos de preparación, control y recogida de información para los informes y el orden del día, etc.

Secretaria de producción: es la persona que trabaja en tareas administrativas a lo largo de todo el proceso. Ejecuta tareas de archivo y justificantes de los gastos, así como en su numeración e imputación correcta a los distintos conceptos del presupuesto. Coordina a los proveedores y al resto de equipo de producción. Gestiona el pago y supervisión de nóminas así como los servicios complementarios que afectan a la producción. Prepara los documentos contables.



Ilustración 23. Prácticas de los alumnos de la UCJC. Rodaje de Estraperlo (2021), de Charly Baixauli.

requerimientos, el decorado en donde se rodarán, las horas en las que los distintos departamentos deben estar listos en el decorado, la hora estimada de comienzo de rodaje y la hora estimada de final. También se adjunta un avance de la orden de rodaje del día siguiente y un mapa del set si es necesario.

La orden del día se realiza conjuntamente por el primer ayudante de dirección y el director de producción, que deben firmarla, aunque deleguen su redacción final en sus respectivos ayudantes. Esta orden se reparte al equipo antes de que haya terminado el rodaje del día corriente.

La información esencial de la orden del día proviene del plan de rodaje que se elaboró en la etapa de Preparación, pero debe incorporar las modificaciones al mismo que se hayan ido produciendo en el rodaje anterior, si las hubo.

A la orden del día se le adjunta una **orden de transporte** en el que detalla los conductores que deben recoger a determinados actores, hora de llegada al set de los camiones, etc.

6.2. El parte de producción

Si la orden del día es la previsión de lo que pasará mañana, el parte de producción es lo que pasó hoy y tiene como objeto evaluar lo que se va realizando, los consumos, los tiempos, las escenas rodadas, comparando esos datos diarios y acumulados con lo esperado.



Ilustración 24. Prácticas de los alumnos de la UCJC.

Si hemos previsto rodar 120 escenas en 40 días, nos interesa saber cuántas llevamos rodadas en el día 10, por ejemplo, y cuántas quedan por rodar, lo mismo que nos interesa saber cuánto material virgen llevamos gastado, o si las sesiones de los actores que estaban convocados en la orden del día efectivamente se realizaron.

Prácticamente cada departamento hace un parte diario detallando qué pasó en su departamento ese día. El *script* crea el suyo, el Departamento de Fotografía y el Departamento de Sonido, el suyo y así sucesivamente. Todos ellos se resumen en el parte diario de producción. Sin él no sabríamos, por ejemplo, si se han hecho horas extras.

La importancia de este documento es muy grande porque es un instrumento analítico esencial para saber por dónde va la película, si está cumpliendo los planes previstos o no. Por ejemplo, una copia del mismo debe llegar al contable de producción para que pueda evaluar los costos e incorporar en la columna de comprometido del control presupuestario el coste adicional que se haya podido producir (o los ahorros).

El parte diario de producción llega al productor y productores ejecutivos, a los agentes

XXXXX XXXXXXXX A LAS 20.00 H. PARA ATENDER A LA PRENSA

| FIGURACIÓN ESPECIAL | | CITACIÓN | |
|---|--|-----------------------|----------|
| XXXXXXXXXX (percusión) | | 19.45 h. en loc. 2 | |
| XXXXXXXXXXXX (guitarra 2) | | | |
| XXXXXXXXXXXX (bajo) | | | |
| XXXXXXXXXXXX (palmas/coros) | | | |
| XXXXXXXXXXXX (palmas/coros) | | | |
| TOTAL FIG. ESPECIAL : 5 músicos | | | |
| FIGURACIÓN NORMAL | | CITACIÓN | |
| 3 pescadores | | 17.15 h. en loc. 1 | |
| 2 camareros "XXXXXXXXXXXX XXXX XXX XXX" | | 17.15 h. en loc. 1 | |
| 1 repartidor | | 17.15 h. en loc. 1 | |
| 19 bañistas y clientes "XXXXXXXXXXXX XXXX XXX XXX" | | 17.15 h. en loc. 2 | |
| 4 camareros "XXXXXXXXXXXX XXXX XXX XXX" (los propios) | | 21.00 h. en loc. 2 | |
| 49 clientes "XXXXXXXXXXXX XXXX XXX XXX" | | 21.00 h. en loc. 2 | |
| TOTAL FIG. NORMAL : 80 personas (con raccord del día anterior) | | | |
| CITACIÓN DIRECTOR: | 17.15 h. | EQUIPO CÁMARA: | 17.15 h. |
| EQUIPO DIRECCIÓN: | O/P | MAQUINISTAS: | 17.15 h. |
| SCRIPT: | 17.15 h. | ELÉCTRICOS: | 17.15 h. |
| EQUIPO PRODUCCIÓN: | O/P | SONIDO: | 17.15 h. |
| DÉCORACIÓN: | O/P | VESTUARIO: | 16.30 h. |
| ATREZZO DE RODAJE: | 17.15 h. | MAQ./PEL.: | 16.30 h. |
| DTOR. FOTOGRAFIA: | 17.15 h. | | |
| NECESIDADES ORDEN DE RODAJE Nº 22 | | | |
| DECORACIÓN / AMBIENTACIÓN / ATREZZO: | | | |
| Necesidades para el ensayo de la sec. 59: Coche Marcos a las 15.00 h. en la Nave. | | | |
| SEC. 46 Rto. | Acotar terraza - Bandejas camareros - Cartas de platos - Carteles "Reservado" - Cena Natalia (pescado) y Miguel Angel (macarrones) - Comidas y bebidas figuración - Coronita (varias botellas) - Instrumentos de los músicos - Micrófonos escenario - Propio dec. Según indicaciones director. | | |
| SEC. 45 | Prever algún instrumento músicos - Prever tabaco y mechero Chelo - Propio dec. | | |
| SEC. 3 Rto. | Abrigos de piel en funda de plástico (coord. Vest.) - Bandejas camareros - Cajas de bebidas - Cañiún de reparto - Cañas de pescar, cubitos cebos y equipo propio (varias) - Carrito repartidor - Escenario medio montado - Mesas y sillas apiladas - Equipaje y neceser de mano Chelo - Propio dec. - Prever tabaco y mechero Chelo. | | |
| CÁMARA: | | | |
| Necesidades para el ensayo de la sec. 59: visor de director y maleta completa de ópticas. | | | |
| SEC. 46 Rto. | 2 cámaras (coord. Prod.) | | |
| SONIDO: | | | |
| SEC. 46 Rto. | Dat "Xx xxxxxxxx" para play-back. | | |
| VESTUARIO: | | | |
| SEC. 3 Rto. | Abrigos de piel en funda de plástico (coord. Atrezzo) - Bolso y gafas de sol XXXXXX - Uniformes 2 camareros "XXXXXXXXXXXX" | | |
| PRODUCCIÓN: | | | |
| SEC. 46 Rto. | 2 cámaras (coord. Cámara) - Cortes intermitentes de tráfico a partir de las 20.30 h. | | |
| CENA: | 20.00 h. | | |
| BOCADILLOS: | 2.00 h. | | |
| AVANCE DÍA SIGUIENTE: | | | |
| SECS. / DEC. / EFEC. / CRONOL. | PAGS./PL. | PERSONAJES | |
| SEC. 68 Rto. CUARTO DE BAÑO RTE. CRUZ DEL SUR. 1/N (7) | | 1 | |
| SEC. 59 Rto. COCHE MARCOS. Y-E/AMAN (7) | 1 5/8 | 1, 15 | |
| SEC. 59 Pte. DESCAMPADO-COHE MARCOS. I-E/AMAN (7) 1/8 | | 15 | |
| XXXXXXXXXXXX XXXXXXXXX | XXXXXXXX XXXXXXXX | | |
| JEFE DE PRODUCCIÓN | AYTE. DE DIRECCIÓN | | |

Ilustración 25. Orden del día u orden de rodaje.

7. Postproducción

La **postproducción** comprende todos los procesos necesarios, técnicos y artísticos, para convertir la imagen y el sonido obtenidos en la etapa de rodaje en la película o serie final montada. Se trata de un proceso de creación, depuración y perfeccionamiento, tanto del relato como de la calidad del sonido y de la imagen, con el añadido de las músicas, que culmina en la obra audiovisual terminada y completa.

La postproducción ha sufrido en los últimos tiempos grandes transformaciones técnicas con la irrupción de los procesos digitales, por lo que puede diferir mucho dependiendo del tipo de proceso:

- Rodaje en fílmico-Post en fílmico-Finalización en fílmico.
- Rodaje en fílmico-Postproducción en digital-Finalización en fílmico.
- Rodaje en fílmico-Post en digital-Finalización en digital.
- Rodaje en digital-Post en digital-Finalización en fílmico.
- Rodaje en digital-Post en digital-Finalización en digital.

El montador pega o junta las mejores tomas de cada plano según el orden del guion obteniendo así un **primer armado** o **copión** de la película. Sobre ese primer armado se empieza a depurar el montaje buscando siempre el mejor corte del plano elegido, ensayando con otras tomas del mismo plano inicialmente desechadas y buscando siempre el mejor efecto dramático y la máxima eficacia en la composición de la historia. En ese proceso se pueden desechar escenas completas, incluso bloques enteros al verificar que su desaparición mejora el ritmo y la calidad general de la historia. Pero también, en muy pocos casos, se puede detectar la necesidad de rodar un plano imprescindible que no se rodó o de acudir al trucaje para resolver un defecto inadvertido en rodaje.

Una vez terminado el montaje de la imagen o cerca ya de ese momento, se envía al montador de sonido ese montaje para que haga lo mismo que con la imagen, es decir, para depurar, perfeccionar, limpiar de ruidos, incorporar efectos sonoros, equalizar e igualar tonos, etc. en el sonido de esas imágenes.

La postproducción comprende todos los procesos necesarios, técnicos y artísticos, para convertir la imagen y el sonido obtenidos en la etapa de rodaje en la película o serie final montada

Así mismo, desde el primer momento, en la etapa de desarrollo, el director ha mantenido conversaciones con el compositor para ir acercándose a un concepto musical apropiado a la historia que se pretende contar. El compositor inicia entonces algunas aproximaciones

que irá mostrando al director y productor, pero no será hasta que no se le entregue el corte final con la película terminada, o al menos algunas escenas claves ya montadas, cuando el compositor dé forma final a su trabajo presentando bocetos previos a la producción final de la música. La producción final de la música requiere el montaje final de la película porque si no sería imposible encajarla en los tiempos exactos.

Una vez compuesta y producida la música, se entrega al mezclador. Este sincroniza el máster de imagen con la incorporación de efectos de sonido adicionales, con el posible doblaje de algún diálogo por el mismo actor que los pronunció en rodaje y con todas las bandas de la música compuesta por el compositor y producida por un productor musical. Esa mezcla final, en la que es imprescindible ver la imagen terminada, la realiza un mezclador especializado con la presencia del montador de sonido y la supervisión del montador y el director.

Todo este proceso de mezclas, que se realiza en estudios de sonido especialmente diseñados para ello y constituyen el proceso final en cuanto a sonido, suele durar bastante tiempo hasta obtener un **primer corte** o primer montaje que mostrar al productor. El productor hará comentarios y propondrá cambios en este primer montaje. También se podrá mostrar a otros profesionales y analistas de confianza para consensuar las líneas de mejora y se abordará un segundo montaje y así sucesivamente hasta obtener el **corte final** que satisfaga tanto al productor como al director.

Independientemente de que se trate de un **laboratorio** tradicional fílmico o de un proceso digital, una vez conformada la película a partir de la lista de corte es necesario hacer los efectos de imagen. Los mismos se pueden dividir en **efectos menores**, tales como fundidos, encadenados, congelados, reencuadres para evitar un objeto que aparece en imagen, etc., y **efectos mayores**, que son todos los efectos digitales que implican un tratamiento y manipulación de la imagen de envergadura, incluyendo la generación de imagen sintética a incrustar en la imagen original.

En cuanto a la **corrección de color**, la misma consiste en que, una vez obtenida la imagen final, es posible y deseable manipular los parámetros del color de cada plano, mejorando así el aspecto final. Hoy en día las posibilidades que ofrece la tecnología disponible implican un alto grado de manipulación y corrección y es preciso la presencia del director de fotografía que hace meses terminó el rodaje de la película.

8. Distribución y promoción

El último trabajo del productor, aunque ya se ha hecho en gran parte al buscar la financiación, es conseguir la mejor distribución posible para la obra audiovisual en los canales más adecuados para la misma. Eso significa llegar a un acuerdo con una distribuido-

ra y haber previsto un *making-off* o *Cómo se hizo*, elaborar cierta publicidad, garantizar entrevistas del reparto y director en medios de comunicación, demandar que vayan a festivales nacionales e internacionales o comprometerles a participar en la gala del estreno. Para la venta internacional se suele contratar un agente de ventas o *sales companies*. Es una empresa de distribución que explota la película en diferentes países y liquidan al productor un 50% de las ganancias, aunque se descuentan los gastos de promoción.

Bibliografía básica

- ✓ CALVO HERRERA, Concepción (2017). *Cómo financiar tu película*. Madrid: Fragua.
- ✓ FERNÁNDEZ DÍEZ, Federico y BARCO GARCÍA, Carolina (2009). *Producción cinematográfica: del proyecto al producto*. Madrid: Fundación Universitaria Iberoamericana.
- ✓ FERNÁNDEZ DÍEZ, Federico y MARTÍNEZ, José (1994). *La dirección de producción para cine y televisión*. Barcelona: Paidós.
- ✓ GÓMEZ-URDÁ, Félix G. y CABEZÓN, Luis Alberto (1999). *La producción cinematográfica*. Madrid: Cátedra.
- ✓ MOLLÁ FURIÓ, Diego (2012). *La producción cinematográfica: las fases de creación de un largometraje*. Barcelona: UOC.
- ✓ PARDO, Alejandro (2015). *Producción ejecutiva en proyectos cinematográficos*. Pamplona: ENUSA.
- ✓ POVEDA CRIADO, Miguel Ángel (2016). *Producción de ficción*. Madrid: Fragua.
- ✓ RANDALL, John (1994). *Películas de bajo presupuesto*. Madrid: Editorial Dors.
- ✓ SÁINZ SÁNCHEZ, Miguel (1999). *El productor audiovisual*. Madrid: Síntesis.
- ✓ WORTHINGTON, Charlotte (2015). *Bases del cine: Producción*. Barcelona: Parramón.

Capítulo 4

Dirigir: la puesta en imagen

Francisco Reyes Sánchez (UCM)



Sumario

1. ¿Cómo funciona el Departamento de Dirección?

- 1.1. Director/realizador: diferencias y similitudes
- 1.2. Funciones del realizador/director
- 1.3. El ayudante de dirección
- 1.4. La script

1.5. El segundo ayudante

1.6. El auxiliar de dirección

1.7. El director de casting

1.8. El coordinador de figuración

2. El casting

3. La orden de rodaje

4. Localizaciones y dirección

5. La teoría de la puesta en imagen

Dirigir es liderar y supervisar las actividades artísticas y técnicas necesarias para, en nuestro caso, confeccionar una obra audiovisual. A modo de resumen, diremos que un director o una directora puede reescribir o sugerir cambios en el guion, redacta el guion técnico y supervisa el *storyboard*. De ahí saldrá toda la información necesaria para el desglose, el plan de rodaje y la orden de rodaje. Además tiene que ver y elegir todas las localizaciones que le presentan, decidir el *casting*, escoger la ropa de entre todas las opciones que le presente el Departamento de Vestuario, al igual que con Maquillaje y Peluquería, tiene que diseñar, si es preciso, un *look* general con el director de fotografía, da instrucciones al director o directora de arte sobre decorados y atrezzo, elige las músicas, decide el montaje final y, en definitiva, interviene en todas las decisiones implicadas en la fabricación de la película o serie.

1. El Departamento de Dirección

Como se ha señalado en otro capítulo, el día uno de la creación de una obra audiovisual es el momento en el que le llega un encargo a la productora o esta emprende una producción. Puede que el guion sea de un director o directora o, por el contrario, una

de las primeras decisiones sea elegir a la persona que dirija el proyecto. El jefe de producción es la persona que va llamando a los jefes de cada departamento para formar equipo. En el caso del Departamento de Dirección, normalmente, es el director o directora quien elige a su primer ayudante y este, a su vez, el que forma el resto del equipo.

El Departamento de Dirección y sus funciones varían según el medio. Y aunque es el realizador/director el que toma las decisiones, tiene varias personas por debajo que le brindan toda la información que necesita y le facilitan todo el trabajo. Algunos de ellos con suficiente responsabilidad como para tomar decisiones importantes de manera autónoma. Así el director supervisa todo lo que tenga que ver con la imagen audiovisual, dejando a un lado el trabajo de gestión, ya que para eso está Producción y su primer ayudante.



Ilustración 27. Los actores Sylvia Sidney y George Raft, el director de fotografía Charles Lang y, sentado, el director Fritz Lang en el rodaje de *You and me* (1938).

Las tareas de este departamento, la composición de su equipo humano y la nomenclatura concreta de cada oficio dependen de si hablamos de cine, publicidad o televisión. Aunque aquí solo nos vamos a ocupar de la ficción para cine y televisión, quisiera

apuntar algunas de las implicaciones que puede suponer rodar un anuncio. En publicidad, por ejemplo, hay poco tiempo en pantalla, no hay tiempo de recrearse en planos generales y en conceptos no estereotipados. El realizador de publicidad, además, se ve obligado a justificar cualquier recurso visual frente a un cliente con explicaciones innecesariamente profundas. Debido a la distinta duración de las obras, en publicidad no se cuenta con la figura de *script*, ya que, al ser muy pocos planos los que caben en 20 o 30 segundos, no es necesario tener a una persona que lleve el record de tan poco material. Esta persona es, sin embargo, imprescindible en cualquier obra de ficción. Hay otras diferencias sustanciales, como, por ejemplo, que en publicidad no hay operador de cámara (función que lleva a cabo el propio realizador, director de fotografía o ayudante de cámara) y que en ficción no existe la figura del cliente-agencia ni la del cliente-producto.

1.1. Director/realizador: diferencias y similitudes

Igualmente, conviene matizar que realizador y director suelen ser términos sinónimos, excepto en los programas de televisión, en los que hay un director de programas y un realizador (un técnico). La diferencia más sustancial entre los directores y realizadores de televisión es el lenguaje

La diferencia más sustancial entre los directores y realizadores de televisión es el lenguaje que utilizan para contar historias

que utilizan para contar historias. El realizador se encarga de la puesta en imagen de programas que, en muchos casos, son en directo con varias cámaras o semidirecto, es decir, grabados en bloques. Así sucede con las comedias de situación. En este caso, el realizador, que cuenta con un mezclador y un control de continuidad, establece aspectos técnicos como la planta de cámara, de iluminación, la elección de músicas, grafismos e, incluso, marca contenidos a principio de cada temporada, los cuales permanecerán invariables, al menos, hasta el final de la misma. En rodajes de documentales, reportajes, recreaciones... para televisión la situación cambia bastante. No hay mezclador, no hay continuidad, trabajamos como un equipo de ficción.

1.2. Funciones del realizador/director

Las funciones del realizador/director dependen de si trabaja con guion propio o con un guion por encargo. Sin duda, en el primer caso, posee mayor libertad. Pero, independientemente de este punto de partida, una de las primeras funciones a realizar por el director, después de haberse leído el guion y de haber mantenido las primeras reuniones con los diferentes jefes de equipo, es empezar a recibir una serie de referencias audiovisuales de todos los departamentos que constituyen una producción. Irá recibien-

do fotos de los distintos tipos de localizaciones para que elija; el director de fotografía expondrá referencias audiovisuales que servirán de modelo para que el realizador o realizadora decida; Vestuario le propondrá varias opciones de estilismo para escoger una referencia con la que trabajar, de la misma manera que lo hará el Departamento de Arte o el Departamento de Maquillaje y Peluquería. Tanto su equipo de dirección como de producción le va proporcionando estas imágenes.



Ilustración 28. Prácticas de los alumnos de la UCJC.

Este es el trabajo más importante del director o directora durante la preproducción de cualquier obra audiovisual: imaginar, decidir y elegir cómo quiere que sea la serie o película. Toda esta responsabilidad no la asume solo. Debido a la carga de trabajo que supone guiar a todos y cada uno de los departamentos, tiene la obligación de delegar en el primer ayudante de dirección y en el resto de su equipo. Su ayudante, por lo tanto, intentará mantener alejadas del realizador o realizadora las cuestiones de logística o problemas de cualquier índole para que su creatividad fluya mejor. Un director nunca sabrá todo lo que ha costado o los problemas que ha supuesto llevar a cabo alguna de sus ideas.

Una vez han quedado aprobadas las referencias presentadas por todos los departamentos, es hora de ponerse manos a la obra y empezar a hacer realidad las peticiones del director. A partir de este momento, se sucederán reuniones y también lecturas de

guion con todos los jefes de cada equipo por un lado, y con los actores, por otro. A las primeras se les llama **lectura técnica** y a las segundas, **lectura artística**.

En efecto, con el *casting* cerrado, se dan las primeras lecturas de guion del director con los actores. Luego pueden seguir los ensayos. El director debe provocar la famosa química en esos ensayos. Esto le facilitará enormemente su trabajo, y el de todo el equipo técnico, cuando llegue el rodaje.

Con el director de fotografía continuará reuniéndose y compartiendo referencias, hasta haber cerrado las pautas sobre el aspecto general de la obra audiovisual en cuanto a luz, color y tono se refiere. Este es uno de los puntos que más conflicto suele generar, ya que, a estos niveles de toma de decisiones y conocimientos, puede haber dificultades para llegar a acuerdos. Eso sí, la última palabra debería tenerla el director.

Según la relevancia que tenga el maquillaje o la peluquería en un relato, se tomará más tiempo de reuniones, intercambio de referencias o cambios, hasta dar con la línea que han de seguir estos departamentos para cumplir con las expectativas del realizador o realizadora. No obstante, lo normal es que el Departamento de Maquillaje y Peluquería no reciba demasiadas instrucciones cuando no se necesita un maquillaje especial o caracterización.

Debe reunirse también con el director de arte. Este le explica o presenta referencias sobre las que basará su obra y sobre la cual debería trabajar en la búsqueda de localizaciones (trabajo que hará mano a mano con el Departamento de Producción), y su posterior decoración. Una vez escogidas las localizaciones y elementos de atrezzo, se le enseñan al director para que elija lo que más se acerque a lo que él se había imaginado.

Categorías profesionales del Departamento de Dirección

Director/Realizador: *lidera y coordina el equipo artístico y técnico que crea el producto audiovisual tomando decisiones en todos los ámbitos relacionados con la puesta en imagen del guion.*

Director de casting: *se encarga de preseleccionar a los actores que interpretarán a cada personaje.*

Primer ayudante de dirección: *está en contacto directo y constante con los demás departamentos y se ocupa de que todo esté listo para el rodaje.*

Script o secretaria/o de rodaje: *vigila que no se produzcan fallos de continuidad, lleva los partes con las tomas de cada plano y mide el tiempo de las escenas.*

Segundo ayudante de dirección: *se ocupa de todo lo que tiene que ver con el equipo de actores.*

Auxiliar de dirección: *se ocupa de los actores durante los procesos a contrarreloj, como peluquería, maquillaje y vestuario, para que el actor este en el set de rodaje a tiempo y, además, atiende a la figuración.*

Meritorio: *es el último eslabón de la cadena. Puede haber uno o varios meritorios en cada departamento. Suele ser su primer rodaje, y lo que se espera de él es únicamente una buena actitud. Si demuestra que la tiene, la próxima vez le llamarán como auxiliar.*



Ilustración 29. La directora Iciar Bollain en un momento del rodaje de Te doy mis ojos (2002).

En el caso de las tareas de producción, no es necesario que el mismo director se reúna tan constantemente como con el resto de los departamentos, ya que como hemos explicado antes, debe centrarse en los aspectos artísticos. Es, por tanto, el primer ayudante de dirección quien se encarga de estas reuniones con producción prácticamente diarias.

Todo esto tendrá lugar en la fase de preproducción. Después, en la fase final de postproducción, otra de las personas con las que trabajará mano a mano es el montador, que editará los planos rodados de la manera exacta en la que le vaya marcando el director y bajo su atenta mirada. En Estados Unidos, el montador monta sin el realizador o director de la obra y bajo la supervisión del productor ejecutivo, de ahí que sea habitual ver películas con la versión alternativa o el montaje del director.

El guion técnico planifica la acción que contiene las secuencias marcando los tipos de plano, los movimientos de cámara, los efectos... que servirán para narrar la historia de forma audiovisual

En montaje, se necesita incluir, en la mayoría de las producciones, música. Esta, normalmente, se elige y se cierra en el proceso de creación antes de llegar a montaje, independientemente de la manera de escoger la música que se haya elegido: comprando los derechos de un tema ya

existente, música de librería, un *cover* (no confundir con versionar una canción, puesto que un *cover* es prácticamente un plagio) o la composición de la música a posteriori y sobre el visionado de un primer montaje. Pero quizá la fórmula más habitual sería pagar a un compositor musical, productor musical, grupo o solista para que nos haga un tema o la banda sonora original de nuestra obra audiovisual.

El realizador, según el medio, debe transformar el guion literario en un guion técnico. El **guion técnico o de rodaje** planifica la acción que contiene las secuencias marcando los tipos de plano, los movimientos de cámara, efectos... que servirán para narrar la historia de forma audiovisual. Según el medio, podría haber también un **tratamiento de la puesta en imagen o diseño de realización**. Es una visión más detallada de ambiente, descripción de personajes, referencias de *casting*, arte o música entre otras. Y de



Ilustración 30. Storyboard.

ahí podríamos pasar a un *story* de realización o *storyboard*. Lo confecciona un dibujante mano a mano con el director. Ambos se ponen a hacer las viñetas, una por cada plano. Uno explica o aboceta lo que quiere y el otro dibuja la viñeta, cada una de ellas centrada y apaisada en un folio. Después de hacerlas a lápiz, se pasan a tinta, se escanean, se reducen de tamaño y se colocan una a continuación de la otra en orden cronológico. En estas viñetas, se pueden dejar reflejado, con flechas y apuntes, los movimientos de cámara, composición exacta del plano, *acting* de los actores, elementos de atrezzo reseñables... Naturalmente, se pueden usar herramientas informáticas para todo este proceso. El *storyboard* es el documento para seguir durante el rodaje de la forma más fiel lo que imagina el director o realizador.

1.3. El primer ayudante de dirección

Las funciones del director se canalizan a través del ayudante de dirección: todo lo gestiona, todo pasa por sus manos, el director siempre se dirigirá a su ayudante. Y es este ayudante quien se dirigirá al resto de departamentos.

El primer ayudante tiene, sobre todo, contacto directo y constante con producción: todo lo que se le ocurra al director tiene un coste y producción es quien paga. La nomenclatura de su cargo, ayudante, no hace justicia a la responsabilidad que acarrea. El primer ayudante de dirección es la persona que lleva el mando del rodaje, quien cuadra los tiempos, quien conoce al dedillo cada plano, a cada departamento y quien, en ocasiones, puede parecer el director de una producción, ya que lleva la voz cantante de qué se hace en cada momento en el set (entorno o lugar de filmación). Tiene todo el rodaje en su cabeza.

1.4. La *script*

La *script* o secretaria/o de rodaje tiene la función de evitar errores en los planos y fallos de **racord o continuidad** a la hora de montar dichos planos. Por ejemplo, que el micrófono de pértiga se meta en un plano o que, en una misma secuencia, el uniforme que lleva un general unas veces tenga una medalla y otras no. Para ello, se sienta junto al director o directora en el combo, se pone los cascos y habla con los actores entre toma y toma para que repitan gestos. El **combo** es el monitor por el que, en el set, se ve lo que se está rodando. La *script* evita así fallos en acciones, vestuario, sonido, posición de objetos... También alerta de posibles **saltos de eje** (de las líneas imaginarias marcadas por la mirada de los personajes) o fallos en la continuidad de la luz respecto a secuencias continuas rodadas en días diferentes. Además, se encarga de rellenar una serie de **partes de realización** que facilitarán el montaje, anotando qué toma es la buena según el director y anotando observaciones que pueden agilizar el trabajo del montador. También es la persona que va midiendo el tiempo que dura cada secuencia para ir informando sobre la duración de la película o capítulo y así poder ir ajustando día a día tanto en rodaje como en montaje.

1.5. El segundo ayudante de dirección

El segundo, además, tiene labores de gestión y organización de las siguientes jornadas de rodaje. Se encarga, entre otras tareas, del plan de rodaje, de las separatas de los actores o de las órdenes de rodaje que hará llegar a todo el equipo, aunque deben ser revisadas y firmadas por el primer ayudante de dirección y el jefe de producción para que tengan validez.

Al mismo tiempo, un ayudante de dirección se encarga de todo lo relacionado con los actores. Es aquí donde comienza la responsabilidad del segundo ayudante de dirección: buscar, ponerse en contacto con agencias, representantes, figuración, derechos...

Es un trabajo que podría parecer digno del Departamento de Producción debido a la logística que conlleva, pero que, sin embargo, suele hacerse cargo Dirección porque se ocupa de casi todo lo que tiene que ver con el equipo artístico antes, durante y después del rodaje.

En las producciones con mucho equipo actoral, suele haber dos segundos ayudantes. Uno de ellos, siempre junto a un ordenador, gestiona las siguientes jornadas de rodaje mientras se rueda. Otro hace de apoyo en el set para el director y el primer ayudante en cuanto a dirección de actores, normalmente secundarios o figuración. Es, además, la persona de dirección que se mantiene siempre en contacto, ya sea llevando dos *walkies* o cambiando constantemente de canal, con producción, para cualquier necesidad inmediata que haya que solucionar.

Tabla 4. Salarios mínimos del Departamento de Dirección (2017)

| Categorías profesionales | Salario base en euros | | | |
|----------------------------------|-----------------------|-----------------|-----------------|----------|
| | Semana | Semana 45 horas | Semana 50 horas | Mes |
| | | 1,3 | 1,533 | 3,75 |
| Primer ayudante de dirección | 666,32 | 866,22 | 1.021,47 | 2.497,60 |
| Supervisor de continuidad/script | 403,42 | 524,45 | 618,45 | 1.512,17 |
| Segundo ayudante de dirección | 266,53 | 346,48 | 408,59 | 999,03 |
| Auxiliar de dirección | 254,39 | 330,71 | 389,98 | 953,55 |
| Director de <i>casting</i> | 443,77 | 576,90 | 680,30 | 1.663,39 |
| Ayudante de <i>casting</i> | 266,53 | 346,48 | 408,59 | 999,03 |

Fuente: Convenio colectivo de la industria de producción audiovisual (técnicos). Producciones de bajo presupuesto (hasta 750.000 euros). Buscar actualizaciones en Internet.

1.6. El auxiliar de dirección

Por debajo de estos segundos de dirección, se encuentra el auxiliar de dirección, que es “el ayudante del ayudante del ayudante”. Se encarga de labores que pueden parecerse a las de producción, pero siempre relativas a los actores o la figuración. Entre sus funciones más importantes está la de controlar los tiempos durante el rodaje de los actores en **procesos** (el espacio donde trabajan a contrarreloj, como peluquería, maquillaje y vestuario, preparando a los actores para la siguiente secuencia) e ir informando de esto al primer y segundo ayudante en set. Muchas veces, es el auxiliar, siempre en comunicación constante por *walkie* con el resto de su departamento, quien da la acción a la figuración, es decir, a los actores sin papel (sin diálogos) que ambientan una secuencia.

1.7. El director de *casting*

Una figura con bastante peso en este departamento, pero solo durante la fase de preproducción, es el director o directora de *casting*. Es, como su propio nombre indica, la persona que coordina con las agencias de actores o representantes las jornadas de *casting* donde se encargará de escoger a los actores que interpreten a cada personaje del guion de la película o programa a producir. Será quien entregue una preselección de los actores, aunque la última palabra la tiene el realizador o realizadora.

1.8. El coordinador de figuración

Cuando en una jornada de rodaje se requiere de un gran número de figurantes, se contrata a un coordinador de figuración. No pertenece al Departamento de Dirección, pero trabaja codo con codo con ellos. Se encarga de coordinar a la figuración, de estar atento a sus necesidades y de transmitir las órdenes que le dan los ayudantes de dirección.

2. El *casting*

El *casting* o audición consiste en la selección de actores para configurar el **reparto**, es decir, la lista de intérpretes contratados para cada uno de los personajes. Es una de las primeras funciones a realizar cuando se empieza a preproducir una obra audiovisual y hay varias maneras de hacerlo. Es un proceso largo y tedioso que conviene explicar bien. Si el realizador/director o la productora han decidido que debe protagonizar uno de los papeles principales un actor o actriz muy conocida o consagrada, no se le hace *casting*. Directamente se contacta con el representante y se inician los trámites y negociaciones para su incorporación al equipo. Otros actores, protagonistas o secundarios, sí pasan por *casting* si se tiene dudas sobre cuál encaja mejor en el papel. Igualmente, la manera más habitual de encontrar actores para papeles menos relevantes o que requieren actores menos conocidos es convocar un *casting* a través de una agencia de actores. Se les manda un perfil y ellos seleccionan de su cartera actoral a quienes podrían encajar en el mismo. El perfil de dichos personajes viene reflejado en el tratamiento del director y generalmente responde a un estereotipo. Por ejemplo: “Cuarentón atractivo, aunque no guapo. Referencia: Edward Norton.” Esto no significa que la agencia tenga que enviarnos a un doble de Edward Norton, sino actores que tengan un perfil similar.

Una vez enviados los perfiles de los actores a elegir, es el director o directora de *casting* quien convoca la audición. Uno a uno y de manera individual, los actores y actrices van pasando por delante del director de *casting*, su ayudante y un operador de cámara que grabará todo el proceso para enseñárselo al realizador. Se puede hacer un *casting*



Ilustración 31. Luis Buñuel dirigiendo a Silvia Pinal en *Viridiana* (1961).

de varias maneras dependiendo del peso interpretativo que se necesite de ese actor: o bien interpretan el texto que se les ha enviado en una separata, se limitan al *acting* de su personaje o es el propio director de *casting* quien les hace preguntas del tipo: “¿Cómo te llamas?”, “¿Cuál es tu edad?”, “¿Qué experiencia tienes?”, “¿Cuál es tu agencia?”, “¿Estás disponible?”... Se empieza grabando en un plano general y, mientras avanza la audición, se va cerrando el plano hasta quedarse con un plano corto del rostro. A continuación, se graban los perfiles y se termina volviendo al plano general. Si al personaje se le ven las manos, por muy pequeña que sea su interpretación se le graba un plano corto de las manos. Una vez cerrado el proceso de audición, al director le llegan los videos seleccionados de los aspirantes bajo el criterio del director de *casting* de aquellos que cumplen con el perfil exigido. Para hacer esta selección, el director de *casting* se apoyó en una plantilla de *casting* en la que fue haciendo sus anotaciones durante el proceso. Cada video individual estará identificado con el nombre y apellidos de cada actor. Así el director podrá elegir el que más se ajuste a lo que se ha imaginado. También nos pueden enviar videos las agencias de figuración o actores, que organizan *casting* con las directrices y las separatas que se les envíen.

El video del *casting* no es el único documento con el que trabajará dirección para seleccionar a los actores. Además, se trabaja con las fichas de los actores, especialmente útiles cuando es necesario comprobar cómo encajan varios actores entre sí, por ejemplo,

a la hora de formar un grupo de amigos o una familia. En la ficha hay una foto del actor y una serie de datos fundamentales: nombre y apellidos, fecha de nacimiento, nombre de la agencia a la que pertenece o representante y teléfono, y la talla de ropa y calzado, dato básico para el Departamento de Vestuario. La ficha de *casting* suele ir acompañada de la declaración jurada del artista.

El *videobook* o *videocurrículum* es un recopilatorio de los mejores momentos actorales del actor en otras obras o proyectos audiovisuales

En el proceso de *casting* también se manejan otros recursos: los *videoprinters* o pantallazos del video del *casting* de la cara de cada actor; el *cineguía*, un anuario español del espectáculo y audiovisuales que puede consultarse en físico o en digital; las páginas web de las agencias de actores y figuración que ya cuentan con fotos y videos básicos de los actores de su carrera; los *composite*, es decir, cuartillas con la foto en grande del actor o actriz que al dorso llevan fotos pequeñas con diferentes poses y *looks*, además de las medidas y contacto de la persona; y, por último, el *videobook* o *videocurrículum*, recopilatorio de los mejores momentos actorales del actor en otras obras o proyectos audiovisuales. Generalmente los actores pecan de hacer sus *videobooks* demasiado largos, dificultando y ralentizando así el trabajo de dirección y perjudicándose a ellos mismos.

Al final de todo el proceso, a los actores preseleccionados se les coloca un *pencil*, un *click*, o una marca, y eso significa que están *bookeados*, es decir, están sobre aviso y comprometidos con la productora. Cada vez que se convoca *casting*, se empieza de cero. El pasado no existe.

Al final de todo el proceso, a los actores preseleccionados se les coloca un *pencil*, un *click*, o una marca, y eso significa que están *bookeados*, es decir, están sobre aviso y comprometidos con la productora. Cada vez que se convoca *casting*, se empieza de cero. El pasado no existe.

3. La orden de rodaje

La orden del día u orden de rodaje, como ya se ha comentado en otro capítulo, es un documento imprescindible. Se prepara diariamente y recoge todos los datos que tienen que conocer todos los departamentos para cada día de rodaje. No se puede hacer una orden de rodaje si antes no hay un desglose (listado de necesidades, localizaciones, personajes y *acting*) y un plan de rodaje.

En el plan de rodaje, preferiblemente cerrado desde la preproducción y que recoge todas las jornadas de rodaje de la producción, se colocan las secuencias que se van a rodar cada día. No por orden cronológico, sino por orden de rodaje. Son unas celdas en las que debe verse a primera vista la fecha, el número de plano o secuencia, el número de páginas de guion de cada secuencia, si es interior o exterior, si es noche o día, la localización con su dirección, los personajes que intervienen, el *acting* de cada uno, la figuración si la hubiera y observaciones.

A partir de aquí, y de manera diaria, se va elaborando la orden de rodaje. En ella figuran los datos de la productora, el director, el director o directora de fotografía y director o directora de producción, el jefe de producción, este último con su teléfono. Debajo de estos datos, el número de jornada de rodaje, la fecha y el horario de la jornada. A continuación, el “corta pega” del plan de rodaje perteneciente a este día. Justo debajo, irán las celdas con la citación del equipo técnico, con el cargo, el nombre y apellido, teléfono y hora a la que tienen que estar. Hay equipos que en lugar de tener una hora de citación tienen las siglas OP (Orden Propia). Suelen ser los equipos de Producción y de Arte. Producción antes que nadie, por supuesto. Están antes, durante y después. El Departamento de Arte se organiza en función de las necesidades que tenga esa jornada.

La orden de rodaje recoge las secuencias y planos que se van a rodar en una jornada de trabajo

Después va la citación del equipo artístico, con el nombre del personaje, el nombre del actor que lo interpreta, la hora de recogida, la hora a la que tiene que estar en procesos (peluquería, maquillaje y vestuario) y la hora de listos para rodar. En esta casilla, a veces, en lugar de la hora aparecen unas siglas CSR (Cuando Se Requiera). Esto es una mala práctica que consiste en hacer una recogida de varios actores y dejarlos en el set a primera hora, aunque su intervención no se produzca hasta varias horas después.



Ilustración 32. Luis García Berlanga en el rodaje de ¡Bienvenido, Mr. Marshall! (1952).

Debajo de la citación del equipo artístico, suele haber otra tabla, sacada del desglose de necesidades, en la que, departamento por departamento se irán detallando las necesidades relevantes de esa jornada de rodaje. Por ejemplo, el atrezzo que ha de llevar Arte, si hubiera que mojar la calle, si se necesitase humo o lluvia para el Departamento de Efectos, o si hubiera disparos o tuviéramos que cortar calles para el Departamento de Producción.

En la orden también se incluyen las citaciones de personas que no forman parte habitual del equipo técnico, pero que son necesarias para un día concreto, como vehículos de acción, semovientes (animales vivos), especialistas... además de los datos meteorológicos, a qué hora sale y se pone el sol, a qué hora se corta para comer y desayunar.



Ilustración 33. Steven Spielberg ganó el Óscar a la mejor dirección por La lista de Schindler (Schindler's List, 1993) y Salvar al soldado Ryan (Saving Private Ryan, 1998).

Al final de cada orden de rodaje, se incluye un **avance** de la siguiente jornada de rodaje prevista. Se copia el fragmento de plan correspondiente, añadiendo el horario aproximado, la localización y la fecha. Esta podrá sufrir cambios durante la jornada, hasta que se emita, por fin, la definitiva y se reparta a todo el equipo al final del día. Siempre van firmadas por el primer ayudante de dirección y el jefe de producción.

La orden de rodaje se envía al equipo diariamente junto con otros documentos que la complementan, como la orden de transporte, hecha por el ayudante de producción, y el mapa de la localización, hecha por el ayudante de localizaciones si lo hubiera, o en su defecto, por el Departamento de Producción.

4. Localizaciones y dirección

Aunque, como se ha visto, las localizaciones son cometido del Departamento de Producción, esta cuestión es otro de los puntos importantes en la toma de decisiones de Dirección, junto con el *casting*. Es Dirección quien da las referencias de qué tipo de localización quiere para cada secuencia y Producción se encarga de buscar las que más se ajusten, presentarlas y gestionar su uso llegado el caso. Para no entrar en explicaciones que ya se han mencionado, simplemente diremos en este capítulo que las localizaciones se presentan con fotografías de los sitios en los que se pretende rodar y que nos podemos encontrar con cuatro tipos de localizaciones. La primera es aquella que viene marcada por el director, es decir, ya está decidida y solo hay que hacer fotos para presentárselas al realizador si fuera necesario. La segunda es aquella en la que antes de hacer las fotos hay que pedir un permiso a un organismo, institución, empresa o una oficina de prensa. Por ejemplo, el Metro de Madrid o el Museo Reina Sofía. La tercera opción, en orden de dificultad, es aquella de lanzarse a la aventura a localizar con una referencia marcada; primero se consiguen las fotos y una vez elegida la localización, se harán las gestiones pertinentes para poder rodar ahí. Y la última, y más complicada de todas, aunque no lo parezca, es encontrar una localización incierta para un plano roto, desenfocado o que funciona simplemente como fondo en un *acting*. Ahí es difícil acertar con lo que tiene en la cabeza el realizador (que a lo mejor ha pedido una localización “que tenga rollo”) al no ser una imagen concreta.

Es Dirección quien da las referencias de qué tipo de localización quiere para cada secuencia

5. La teoría de la puesta en imagen

Hasta ahora, nos hemos centrado en el trabajo técnico que lleva a cabo todo el Departamento de Dirección. Pero todo este trabajo se hace para sacar adelante las ideas creativas de la figura más importante de cualquier rodaje: el director o directora. Todas estas ideas creativas requieren conocimientos técnicos y teóricos de dirección/realización audiovisual. Esta parte podría extenderse y dar de sí para hacer otro libro, pero ciñéndonos a un capítulo vamos a enumerar algunos de los aspectos más importantes.

Quien esté leyendo este libro seguramente no necesite que le expliquen lo que es un plano. Al igual que los movimientos de cámara que pueden utilizarse, así como los **ejes de acción**. También debería estar claro a estas alturas, la diferencia entre rodar o grabar (o rodaje y grabación). Sin embargo, sí que nos vamos a posicionar en la diferencia de conceptos como escena, secuencia, plano y toma.

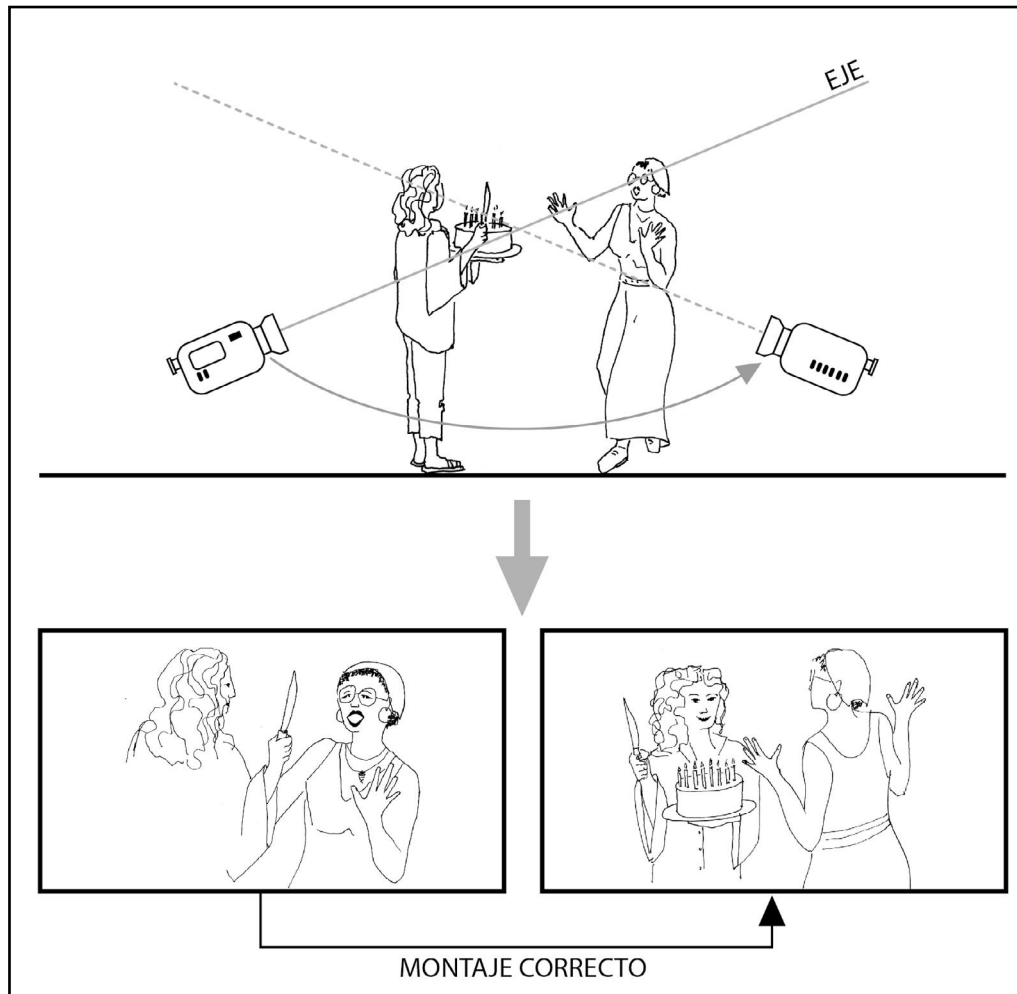


Ilustración 34. Ejes de la acción.

Para los que nos dedicamos a rodar, la **escena**, directamente, no existe. La prueba es que en ningún guion en español, ni en ninguna orden o plan de rodaje se habla de escenas, y sí de **secuencias** o, más exactamente, de secuencias mecánicas. Problema resuelto. Para los teóricos de lo audiovisual la escena existe; para los que rodamos solo existen las secuencias, planos y tomas (la escena nos puede sonar

más a teatro, pero en ningún caso usamos esa palabra en los rodajes ni la vemos escrita en ningún documento). Un **plano** es una imagen que recoge en un encuadre un espacio-tiem-

Las tomas son el número de veces que durante el rodaje se repite un plano hasta dar con el bueno

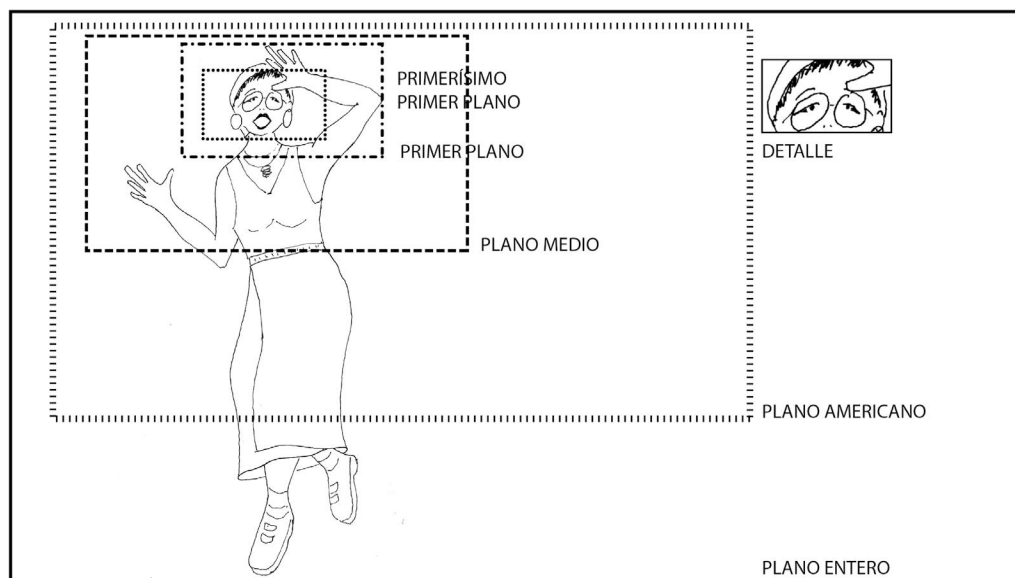


Ilustración 35. Escala de planos.

po. Viene marcado por los cuatros lados de la pantalla, la profundidad de campo y la movilidad de la cámara. Se clasifican siguiendo distintos criterios: la figura humana presente en dicho plano (**plano general, plano americano, plano medio, primer plano, plano detalle**), el movimiento (**panorámica, trávelin...**), la posición de la cámara (**plano cenital, plano picado, plano contrapicado, plano nadir**), el punto de vista (**plano subjetivo**), el montaje (**plano secuencia**) o la mecánica de rodaje (**plano de situación, plano máster, plano recurso**).

Tenemos también el espacio fuera de campo, que es aquel que no se ve pero que nos imaginamos. Se genera por entradas y salidas de cuadro de los actores, miradas fuera de campo y por la banda sonora. Las **tomas** son el número de veces que durante el rodaje se repite un plano hasta dar con el bueno.

Otros conceptos que inducen a confusión son el **encadenado**, el **corte** y el **fundido**. Se encadenan dos imágenes y se funde a un color. El corte es el paso de un plano a otro directo, sin transiciones.

Todo esto son recursos técnicos que ha de conocer un realizador para dar vida e intención a su relato, a los que se le han de añadir los recursos de postproducción como el montaje paralelo, los planos recursos, la **cámara lenta**, las elipsis, los *flashbacks*, los *flashforward*...

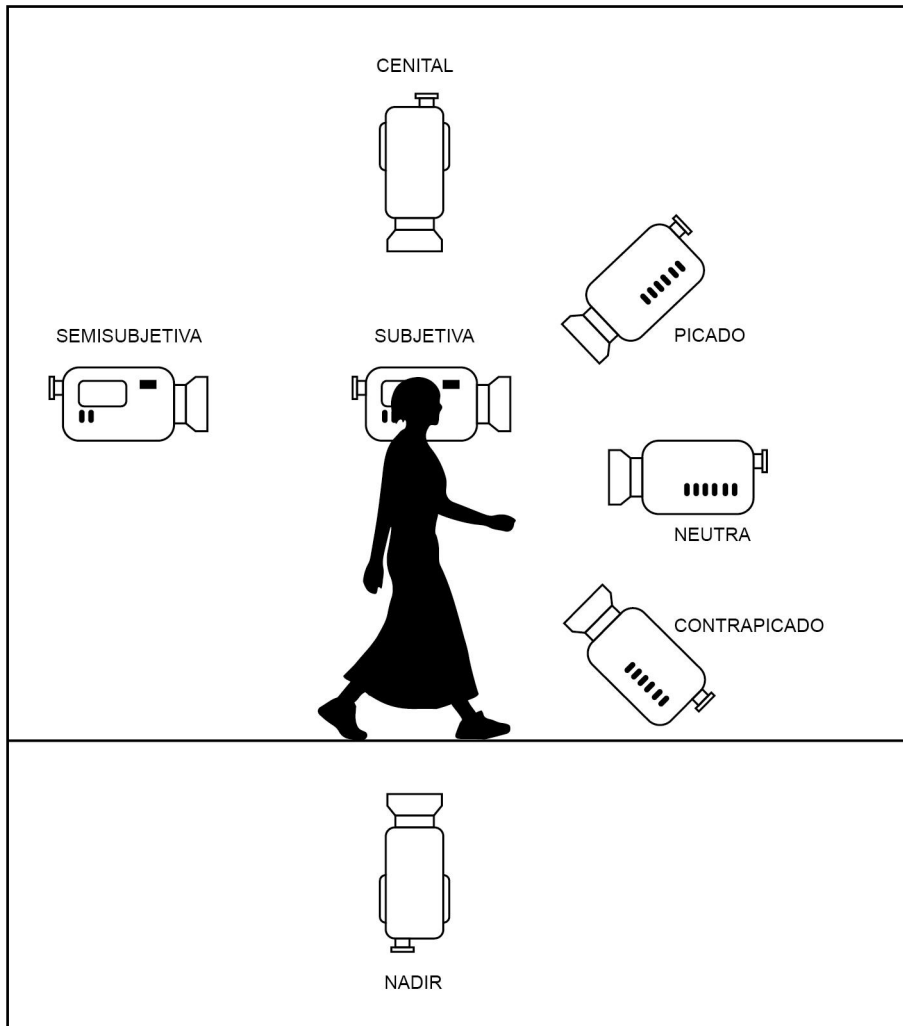


Ilustración 36. Posición de la cámara y el punto de vista.

El realizador maneja con estos recursos al espectador. La ubicación de la cámara resulta fundamental para ello, pues proporciona el punto de vista del espectador. Puede ser el punto de vista objetivo, cuando lo ve todo desde fuera; semisubjetivo, cuando vemos al personaje y lo que este ve; y subjetivo, cuando vemos únicamente lo que ve el personaje. También es importante el saber del espectador o, como se ha llamado en otro capítulo, la visión. En este sentido, hay varias opciones: que el espectador sepa lo mismo que el protagonista, que sepa más que el protagonista (es la situación más frecuente) y que sepa menos que el protagonista.

Combinando lógica y saber, construimos una historia que podemos dividir en tres partes: la formulación de la expectativa, el tiempo de suspense y resolución de la expectativa. Cada una de ellas predomina en uno de los bloques del relato: planteamiento, nudo y desenlace.

Tan importante como la imagen es el sonido, pues crea y mantiene estados de ánimo y tiene un gran poder de evocación. Podemos crear imágenes que no se están viendo en pantalla. Tenemos el recurso del narrador, sonidos diegéticos y extradiegéticos, tenemos el *sound flow*, el sonido ambiente, diálogos, música y silencios.

Podríamos seguir hablando eternamente sobre uno de los pilares fundamentales de cualquier producción audiovisual, como es el director, y por ende, de todo su equipo de dirección. Como se verá a lo largo del libro, para conseguir un buen producto final, es importante que fluya la información entre el equipo de Dirección y los demás departamentos y que el respeto ante el trabajo de todos los profesionales sea la clave de la relación entre estos. Solo así se conseguirá un producto que, imaginado y dirigido por el director o realizador, el resto del equipo al completo se sienta orgulloso del mismo.

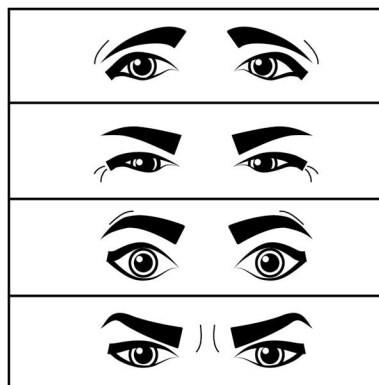
Bibliografía básica

- ✓ BORDWELL, David y THOMPSON, Kristin (1995). *El arte cinematográfico*. Barcelona: Paidós.
- ✓ EDGAR-HUNT, Robert (2015). *Bases del cine: Dirección*. Barcelona: Parramón.
- ✓ EDGAR-HUNT, Robert, MARLAND, John y RAWLE, Steven (2016). *El lenguaje cinematográfico*. Barcelona: Parramón.
- ✓ GOODRIDGE, Mike (2014). *Dirección cinematográfica*. Madrid: Blume.
- ✓ HUERTAS JIMÉNEZ, Luis Fernando (1986). *Estética del discurso audiovisual*. Madrid: Mitre.
- ✓ TRUFFAUT, François (1974). *El cine según Hitchcock*. Madrid: Alianza Editorial.
- ✓ ZAVALA, Juan (2000). *El cine contado con sencillez*. Madrid: Maeva.

Capítulo 5

Interpretar: del actor al personaje

Sergio Milán (ECE)



Sumario

- | | |
|---|--|
| 1. Desarrollo del proyecto | 3.2. La cámara ve más allá de lo que crees |
| 1. Metodologías y estilos de actuación | 3.3. Olvídate del ensayo tal y como lo conocías |
| 2. Actitudes | 4. Hacer nuestro el papel: el análisis del guion |
| 2.1. Disciplina | 5. Fase de preproducción |
| 2.2. Conocimiento | 5.1. Casting |
| 2.3. Respeto | 5.2. Pruebas técnicas |
| 2.4. Buena gestión de la soledad | 6. Fase de producción |
| 3. Del teatro al cine | 7. Fases de postproducción y venta |
| 3.1. “Por qué me chillas si estoy aquí al lado” | |

Este capítulo está dedicado a describir el trabajo del actor y la actriz en el audiovisual, esto es, los profesionales que interpretan los personajes o papeles de una película (largometraje o cortometraje) y una serie. **Interpretar** se refiere al proceso de creación de un personaje cuando en el set de rodaje el actor le da vida, cuando dice sus palabras y ejecuta sus acciones, cuando juega a ser “ese otro”. Por eso la palabra actuar en francés es *jouer* o en inglés dicen *to play*. Nuestro propósito es dirigirnos a un hipotético futuro actor y actriz, pero sin que ellos sean los únicos lectores implícitos del capítulo. Al contrario, se pretende que el resto de los profesionales que intervienen en una película o serie se introduzcan en este apartado del *filmmaking* a través de los ojos del actor, que lo observen desde sus distintas categorías profesionales, fases de trabajo, metodologías, actitudes, prácticas, etc.

1. Metodologías y estilos de actuación

En cine e imagen, no hay un **método** clave de interpretación. Muchos actores, los más listos, se limitan a hacer un *mix-paste* de todas las enseñanzas que han aprendido y coger lo que más les sirve en cada momento. Aprenden a desaprender.

El método se refiere al conjunto de técnicas específicas empleadas por un actor para interpretar un papel. Puede incluir técnicas de relajación, imaginación, memoria, encarnación, dicción, análisis de texto, maquillaje, etc.

Por supuesto que hay muchas corrientes interpretativas: del conocido método Stanislavski llevado a su vertiente más audiovisual bajo la batuta de Lee Strasberg en el *Actors Studio*, al método Meisner, pasando por Chéjov (Michael, no su tío Antón), Stella Adler y tantos otros que han puesto su nombre en la historia de la interpretación.

No sólo harían falta miles de páginas para explicar a cada uno, sino que ya existen. Así que lee cuanto puedas de estas corrientes, escoge lo que te valga, desecha lo que te sobre, estudia en todas las escuelas que tu tiempo y economía permitan, no te vuelvas un sectario de una técnica como única vía... y solo entonces olvídate de todo lo aprendido. Si el camino se ha recorrido correctamente, en cada poro de tu piel estarán instauradas las herramientas que te darán tu propia verdad y seguridad interpretativa.



Ilustración 37. Los actores ante la cámara: Sam Levene, William Powell y Myrna Loy. Rodaje en el Hollywood de Ella, él y Asta (*After the Thin Man*, 1936), dirigida por W.S. Van Dyke.

No olvidemos que en cine se cuentan por cientos los casos de protagonistas que no han cursado estudios interpretativos y cuyo sentido de la verdad les hace únicos y genuinos. Bien es cierto que ese perfil es válido solo cuando le dan el mismo tipo de papel

una y otra vez. Nadie hace mejor de sí mismo que uno mismo. Luego hay dos posibilidades para este perfil. O bien empiezan a formarse a posteriori para crecer como actores o bien se quedan como están si encima les va bien.

Y si deciden formarse pueden pasar dos cosas. O bien mejoran exponencialmente en habilidades como la **dicción**, la profundidad interpretativa, el uso del cuerpo, la caracterización del personaje, etc. O bien estudiar les quita esa frescura genuina que tenían, dejándolos más perdidos aún.

Yo soy un gran defensor de la formación, pero también he de decir que esta es la profesión de la bombilla. ¿Os sabéis el chiste de cuántos actores hacen falta para poner una bombilla? La respuesta es diez millones. Uno para ponerla y 9.999.999 para decir que la hubieran puesto mejor. Cuidado.

En teatro esto no pasa, por ser un código mucho menos naturalista y con unas habilidades técnicas más complejas, pero en cine hay actores realmente increíbles que no han pisado una escuela de interpretación en su vida y otros muchos que las han pisado todas y no consiguen ni que su abuela les crea una frase. Cuidado con el creer que formarte mucho te hace mejor actor de cine. Te hace una persona más formada y, seguramente, con muchas más herramientas, pero no te convierte en mejor actor frente a la cámara. El talento se puede pulir, pero la extrema formación no necesariamente conduce al talento. Cuidado con las envidias y comentarios de visillo. En esta profesión echar pestes de los compañeros se paga con el ostracismo. En un rodaje se quiere luz, no oscuridad... Y un actor criticón es cáncer para un rodaje.

2. Actitudes

Precisamente, lo importante es que el actor y la actriz posean un conjunto de actitudes, como disciplina, conocimiento, respeto y buena gestión de la soledad. Son los cuatro pilares que significan el mantra diario necesario para la supervivencia a lo largo de los años de un actor o de una actriz en el medio audiovisual.

2.1. Disciplina

Disciplina diaria para el estudio pormenorizado del papel, para saberte cada coma hasta hacerla tuya. Muchos son los actores, sobre todo los que trabajan en series de emisión diaria (*El secreto de Puente Viejo*, *Acacias 38*, *Amar es para siempre...*), que admiten haber dejado de hacer planes personales para dedicar cada segundo libre al estudio de los guiones recibidos y así llegar con la seguridad necesaria al rodaje. No diremos los que admiten tener problemas de sueño, ansiedad y agotamiento mental después de

Disciplina diaria para el estudio pormenorizado del papel, para saberte cada coma hasta hacerla tuya

varias temporadas trabajando a este endiablado ritmo. Súmales a las horas de rodaje diarias y el estrés que suponen per se, el hecho de dedicar el resto de tu tiempo libre a estudiar como loco para las próximas jornadas.

Tengamos en cuenta que, en este tipo de series, si tenemos un personaje protagonista, rodamos un promedio de unas 35 o 40 secuencias por semana. Eso nos lleva a rodar unas 7 secuencias por jornada a una media de 2 o 3 páginas por secuencia.

¿Eres estudiante de interpretación? ¿Has sufrido ese momento infernal de que se te olvide una línea de un único texto de apenas 5 hojas con el que llevas 2 semanas trabajando? Pues sí, siento decirte que la suma que te ha salido es la correcta. Estamos hablando de aprenderte cada día 21 páginas de guion.

No te las dan de un día para otro, claro está, aunque no sería la primera vez que los problemas en el plan de rodaje o en la producción hagan que casi se solape el momento de recibir guion con el de rodar, pero, normalmente, uno recibe a principios de semana o, incluso, de mes todos los guiones capitulares y el plan de rodaje de dichos capítulos. Es el momento de tener disciplina y agendar un plan de estudio factible para estar preparado cuando llegue el momento de decir: “¡Acción!”. Cada uno tiene sus propios procesos: unos tienen memoria fotográfica y otros necesitan echarle muchas horas. Encuentra lo que necesitas tú, pero no lo que crees que es suficiente, sino aquello que te dé absoluta seguridad. Es la única manera de ocuparte de aquello que no es texto en rodaje, o sea, actuar.

También hablamos de disciplina en el hecho de ser extremadamente puntual en la llegada a tus convocatorias de rodaje. Normalmente al elenco se les suele poner un *transfer* o coche de producción, pero no os llevéis a engaño. No es porque el reparto sea más importante que cualquier técnico del rodaje. Es por ser el sector en el que más se desconfía en cuanto a su puntualidad.

En general, sobre todo en vuestros primeros trabajos en producciones más humildes o medianas, dependeréis de vosotros para llegar al rodaje. Es un buen momento para demostrar vuestra responsabilidad y puntualidad y con ello vuestra profesionalidad. Nunca se sabe a quién podemos conocer en cada rodaje y cómo nuestra buena actitud nos puede brindar una nueva oportunidad en otro proyecto.

Por tanto, esa creencia de que ser un actor de éxito es salir del rodaje para ir directo a saraos, fiestas y despendole nocturno es una falacia como una catedral. Claro está, que podéis hacerlo y llegar con resaca y el texto cogido con pinzas, pero os aseguro que si esa es vuestra actitud, vuestros días como actores y actrices de este medio están contados.

Tendréis quizás un efímero éxito, pero nadie de la profesión os colocará en la lista de actores serios y profesionales. En el cine y la televisión el tiempo cuesta mucha pasta y si hacéis perder un solo segundo al rodaje, estáis acabados, creedme. Disciplina, mucha disciplina. No os queda otra.

2.2. Conocimiento

Este libro es sin duda una herramienta maravillosa para cualquier intérprete. ¿Por qué? Sencillamente porque es vital y extremadamente positivo para cualquier actor y actriz conocer las labores que desempeñan sus compañeros en el rodaje.

Conocer cómo se alumbra un guion: entender que cada uno de los puntos suspensivos tienen su porqué para así poder aportar y darles vida con nuestra interpretación desde el máximo respeto. Uno no aprende a valorar a un jugador de baloncesto hasta que uno no ha tirado a canasta desde un escaso metro de distancia cinco veces, fallando seis. Siempre recomiendo a mis alumnos de interpretación que hagan el ejercicio de escribir una sencilla escena. Es en el instante en el que se enfrentan a la hoja en blanco cuando empiezan a entender de qué va esto de respetar cada palabra escrita y analizarlas como es debido, sin limitarse a repetir como loros o lo que es peor, a “*morcillear*” (inventar términos y frases no escritas) como si no hubiera un mañana.

Es vital conocer las labores que desempeñan tus compañeros en el rodaje



Ilustración 38. A medio camino (2021), Trabajo de Fin de Grado de Borja Pavón López.

Es importante conocer los tipos de planos y encuadres (mencionados en el capítulo de dirección) para así tener una comunicación más fluida con los directores y ser conscientes al momento de nuestras limitaciones espaciales para la interpretación. Tener conciencia de cómo funciona la cámara: sus movimientos, las incidencias de luz... No tanto porque eso deba preocuparnos, no es nuestro trabajo, sino por entender cómo podemos remar a favor del trabajo de dicho departamento y entender sus peticiones sin rechistar, siempre y cuando no se excedan en dichas indicaciones, claro está.

Y así con todas las diferentes vertientes de este noble arte. No se trata de ser un erudito en la materia, con el tiempo uno va aprendiendo de qué va todo esto, pero tener ese mínimo conocimiento sin duda es muy importante para entrar con buen pie.

2.3. Respeto

El conocimiento nos conduce irremediablemente hacia el respeto. A valorar todos y cada uno de los engranajes que hacen posible la magia del cine para con ello ganar humildad y aprender a trabajar en equipo. Esto parece obvio, pero te sorprendería saber la cantidad de veces que el ego del actor entra por la puerta del set antes que el propio actor.

Sí, sois los únicos que ponéis el rostro frente a la cámara, pero no sois ni más ni menos que ninguno. Es más, os diré quiénes son las personas más importantes en todo rodaje: los responsables del *catering*. Si el equipo come tarde y mal, todo se va al garete. En cambio, si vosotros no tenéis el día, ya habrá alguna montadora que os hará parecer hasta buenos actores.

Debéis tener en cuenta que sois los últimos en llegar a un rodaje y los primeros en iros cada jornada; que a todos gusta ser reconocidos por su labor y que, generalmente, seréis vosotros los que recibáis esa golosina, a diferencia de una operadora de cámara o el auxiliar de maquillaje; que cobráis más que el resto y os ponen chófer... Por tanto, respeto.

Un buen ejercicio, que parece sencillo y no lo es, pero tremendamente valorado por una familia de rodaje, es que hagáis el esfuerzo de aprenderos los nombres de vuestros compañeros. Dais por sentado que todo el set conoce el vuestro, pero a todos nos agrada que el de enfrente haga el mínimo esfuerzo de recordar nuestro nombre como símbolo de sencillo respeto. Hacedlo, buscar vuestros trucos para recordarlos. Creedme cuando os digo que una sonrisa y ese sencillo gesto harán que en la profesión se corra el rumor de que es un placer trabajar con vosotros. Eso es el mejor y más garantista piropro de continuidad en este oficio que os podáis imaginar.

2.4. Buena gestión de la soledad

Si algo caracteriza el trabajo del actor y la actriz de cine es la convivencia diaria con la soledad. ¿En qué sentido? En todos. Soledad a la hora de trabajar, de ensayar, de prepararte, de viajar, de estudiar. Claro que puedes hacer un maravilloso grupo de amigos en un rodaje, pero si son profesionales, cada uno estará concentrado en su trabajo y no necesariamente en el tuyo. ¿Sabes esos abrazos y aplausos al terminar una buena función teatral o al terminar un excelente ensayo? Olvídate de ellos. El aplauso en audiovisual se manifiesta en un: “Ok. Vamos a la siguiente”. Y el abrazo, generalmente, te lo da el equipo de maquillaje a principio y final de la jornada, si haces buenas migas con ellos claro. El propio rodaje de una secuencia puede convertirse en un acto de tremenda soledad y vacío existencial si no estamos preparados para lo que nos pueda tocar, pero de ello hablaremos después.

3. Del teatro al cine

Una cuestión importante son las diferencias entre la interpretación sobre las tablas y en el nuevo lenguaje que se nos presenta en audiovisual. ¿Por qué hablar de este importante paso o relevo entre ambas artes? Principalmente, por la mera suposición de que cualquier actor o actriz que siga los lógicos pasos de formación hasta llegar frente a

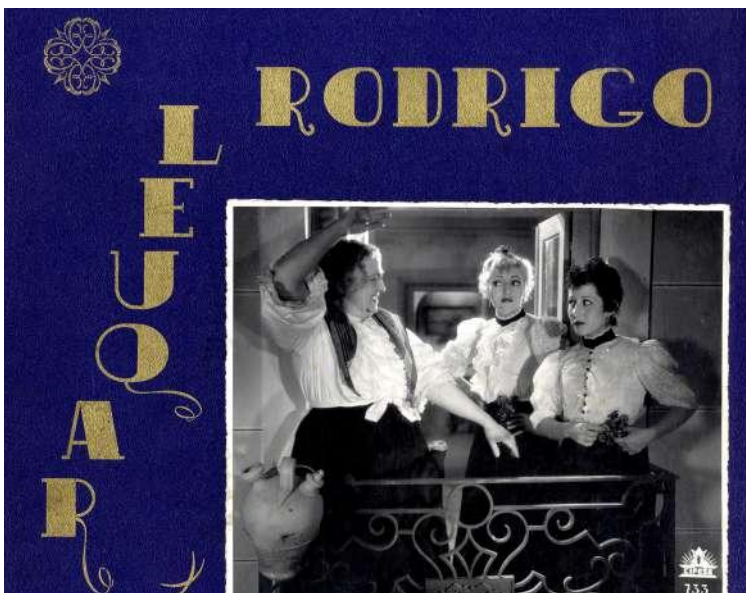


Ilustración 39. Foto de la compañía CIFESA para colocar en la cartelera de los locales cinematográficos promocionado la figura de Raquel Rodrigo en el clásico de Benito Perojo La verbena de la Paloma (1935).

una cámara ha estudiado en una escuela de interpretación y, aunque suene ciertamente surrealista, pocas son las que destinan parte de su plan de estudios a conocer el trabajo en cine. Sin ir más lejos, la propia Real Escuela Superior de Arte Dramático de Madrid y sus homónimas por el país no cuentan con esta formación o la reducen a una asignatura. Contar con la base formativa de estas escuelas, por supuesto, te da una base muy sólida, pero hay unos cuantos detalles que pulir, ya sea en cursos especializados o a base de mucha práctica, aunque sea autodidacta, grabándose y analizándose uno mismo mil veces, con todo el dolor que eso supone para muchos.

3.1. “¿Por qué me chillas si estoy aquí al lado?”

Esta frase, relacionada con la **proyección de la voz**, es lo primero que digo a mis alumnos en cuanto interpretan su primer texto frente a una cámara y bajo una pértiga de sonido. Ciertamente, yo suelo estar sentado a unos 5 metros de ellos, pero sus rostros inundan toda la pantalla del monitor que tengo enfrente. ¿Y qué recibo? Una bofetada de energía y volumen ciertamente desagradable. En cine, tu receptor de la fila 19 está a un palmo de tu cara. Está sentado frente a ti a la distancia de una comida romántica. Quieres seducirle, ¿no? Quieres que te escuche, ¿no? Pues empieza por dejar de gritarle. No se trata de actuar para que te oigan bien los que crees tus espectadores del momento: el equipo de rodaje situado a lo largo y ancho del set. Se trata de que te escuche el personaje al que estás dirigiéndote. Si está tumbado junto a ti a 20 cm, pues háblale como tal. Si está en la acera de enfrente, grítale para que pueda oírte. Así de sencillo. Otra cosa es si le estás diciendo un secreto en mitad de un restaurante que no quieres compartir con el resto de los comensales o si estás intentando despertarle de una conmoción en mitad de un incendio a un metro de distancia. Pero eso ya es cuestión de interpretación del personaje en determinado contexto. No es algo que dependa del público y si te oyen bien o no. Confía en los maravillosos aliados que tienes en el equipo de sonido. Ellos harán que se te oigan los latidos del corazón si es necesario y que hasta tus gritos justificados no sean desagradables.

3.2. La cámara ve más allá de lo que crees

Otro consejo: deja de sobre-exresar con tu cuerpo innecesariamente. La cámara es capaz de ver todo lo que piensas solo con tu mirada. Ya no hace falta hacer cómplice al lejano espectador con aspavientos, paseos de un lado a otro de escena que muestren nerviosismo o dirigiendo su atención hacia un punto con una mano que se estira. En un primer plano, basta con que tu mirada se mueva un centímetro a la derecha del personaje que tienes enfrente para entender que algo está pasando tras este. Basta una ligera aspiración casi

imperceptible para justificar que hueles a quemado. Se acabó eso de aspirar sonoramente todo el aire de la habitación para que el público entienda que algo huele mal. La cámara te observa de cerca, recoge cada micro-gesto que le ofreces, lee en tu mirada perfectamente todos tus pensamientos. Por tanto, ya no te vale eso de intentar acordarte de qué frase venía o qué acción te tocaba hacer porque la cámara lo verá, a diferencia de la espectadora de la segunda fila. Más te vale que tu mente esté en el conflicto del personaje porque, si estás desconcentrado, no podrás mentir a la cámara o esquivar su atenta mirada.

3.3. Olvídate del ensayo tal y cómo lo conocías

Ojo: no es que en audiovisual no se ensaye, pero los casos son bastantes contados y casi todos se producen a escasos minutos de tirar la toma. En este juego, estás bastante solo. Por supuesto, cómo se ha visto en capítulos anteriores, tendrás una lectura de guion con el director o directora y resto de elenco en caso de ser un largometraje o el capítulo de una serie en la que tengas la suerte de ser protagonista. De hecho, las lecturas de equipo suelen hacerse solo del capítulo piloto como toma de contacto y del último capítulo como acto artístico y emocional más destinado al *Making Of* de promoción que otra cosa.

Pero no siempre vas a tener esa suerte y serán muchas las ocasiones, realmente las que más, en las que tengas un papel secundario y llegues a set directo a rodaje el día que te convoquen a sencillamente sobrevivir. A veces, incluso, ni tendrás al compañero real



Ilustración 40. Ensayo con actores para el cortometraje Ensalada de atún crudo (2017), de Sergio Milán.

que te da la réplica en la secuencia, leyéndote dicho texto algún ayudante o auxiliar de dirección desde el otro lado de cámara de manera totalmente aséptica mientras tú miras a un punto del pie de un foco.

Además, sumemos a esto, la demanda constante de frescura en la interpretación que el cine reclama, razón por la cual pocos son los directores o directoras que se arriesgan a ensayar mucho con sus actores por miedo a perder dicha frescura o naturalidad, palabra que te hartarás de escuchar. Si un día te encuentras en un proceso de ensayo exhaustivo, créeme, es más por los movimientos técnicos del equipo de cámara a lo largo de un posible plano secuencia que por ti y tu calidad interpretativa.

Por tanto, toca empezar a olvidarnos de depender de un proceso conjunto de ensayo donde encontrar puntos de encuentro con el otro, comodidad en el espacio o escenografía y la calma que aporta el control de nuestra propuesta. Esto es saltar al vacío y estar al 100% en el aquí y el ahora. Si tienes suerte y te toca un gran compañero, escucha, reacciona y rema a favor de la melodía que se va a crear en ese momento entre ambos al grito de acción. Si te toca uno malo, más te vale que tengas muy clara cuál era tu propuesta y sepas dar lo mejor de ti sin depender de nadie más, porque si no vas a sufrir. Peor, aún si te toca un mal director, quizás te compren tu toma siendo horrible y después la montadora la tire a la basura.

Aprovecha cada espera, de las miles que te van a tocar en cada rodaje, para repasar texto. Si tienes al compañero cerca, pídele educadamente que pase texto contigo. Si el director es comunicativo, aprovéchalo al máximo para hablar de la secuencia antes de rodar. Puede que, incluso, este se vaya a un lugar apartado contigo y el resto de elenco para hacer una lectura rápida y resolver posibles dudas. Eso es lo más parecido a un ensayo que vas a tener. Lucha por encontrar las oportunidades y huecos en el propio rodaje en vez de ponerte a mirar el móvil.

Un consejo: hazte escuchar, siempre desde el respeto. Muchos directores piensan que el intérprete tiene un botón donde pone "llorar", una batería infinita que le permite estar al 200% durante 25 tomas y una garganta inagotable que le permiten pegar el mismo grito desde las entrañas 7 tomas desde 5 ángulos distintos. Pues NO. Si te piden para una toma de acción muy coreografiada que lo hagas en el ensayo tal cual lo vas a hacer en rodaje, haz saber que si haces eso durante mucho tiempo te vas a desgastar. Haz entender que es difícil llorar y emocionarse en una postura que parece un homenaje al consejo más imposible del *Kamasutra* para que el rayito de luz preciso incida sobre tu pupila en un espacio endemoniado en el momento preciso. Hay que equilibrar, hay que saber dosificar, hay que poder comunicarse con sinceridad y

educación... pero cuidado con confundir esto con las excusitas. Si no tienes el día o no te sale la emoción deseada, no inventes excusas o tires balones fuera echando la culpa a alguien que no la tiene. Concéntrate, sobrevive y da lo mejor de ti. Hablando se entiende la gente.

4. Hacer nuestro el papel: el análisis del guion

No hay papel pequeño. Incluso un personaje episódico que sale en tres secuencias del capítulo de una serie tiene mucho que expresar: toda una historia tras de sí. No somos loros, ni la voz de Google... Somos los guionistas de lo que no está escrito: del subtexto.

En esta profesión, aunque parezca increíble, no hay tantos directores de actores como uno puede creer a priori. Cada vez más, el perfil que uno encuentra enfrente es el del director o directora visual. Auténticos genios de la imagen, el ritmo, el color, la composición..., pero que entran en modo ictus cuando una actriz les hace una pregunta sobre su personaje. Esto puede ser un problema o una gran oportunidad. Quiero decir...

No hay papel pequeño. Incluso un personaje episódico tiene toda una historia tras de sí

Muchos serán los compañeros que sepan aprenderse un texto igual de bien que tú, que sepan decirlo de una manera correcta cinematográficamente hablando (volumen de voz, control del gesto, seguridad...), pero no son tantos los que saben crear al personaje, lo que verdaderamente siente y padece, en lo que no es palabra, si no son dirigidos hacia ese lugar por la directora o el director. A veces, recibiremos una separata perfectamente definida donde nos hablarán del objetivo del personaje, de su vínculo con el resto de los perfiles, un dibujo de su personalidad..., pero, muchas veces, lo que recibiremos es un diálogo con la acotación "Serio" o "Triste" encima de nuestra frase. Ahí es donde podemos entrar en acción. Un ejemplo. Puede que recibamos la siguiente separata:

Una **CLIENTA** se acerca rápidamente a **PABLO**.
Lleva un bolso con el asa rota.

PABLO
(Sonriente, agradable.)
Buenos días.

CLIENTA
(Acelerada.)
Hola, buenos días.

PABLO

¿Puedo ayudarla?

CLIENTA

Sí. ¿Dónde está la planta de...? O sea, dónde...

PABLO

¿Los bolsos?

CLIENTA

Sí, exacto.

PABLO

Tercera planta.

CLIENTA

¿Tercera? Gracias.

Pues bien... Imaginemos que el protagonista de la serie es Pablo y estos parlamentos son sólo un momento antes de que él vaya a comenzar un importante diálogo con un compañero de trabajo. Resulta que nos llaman para interpretar el papel de la clienta. Puede que el director de *casting* de la serie ya nos conozca de otras pruebas y directamente nos convoquen o que la directora del capítulo haya trabajado anteriormente con nosotros y haga que producción contacte con nuestro representante para esta pequeña secuencia. Primer error, de pequeña nada. Nunca se sabe dónde está nuestra oportunidad o, al menos, siempre podemos aprovechar cada personaje para aprender y disfrutar.

La actriz puede limitarse a aprenderse las cuatro frases y decirlas muy acelerada, pero, como ya hemos dicho, eso puede hacerlo cualquiera. ¿Qué pasaría si nos lo preparáramos un poco más?

Podríamos, por ejemplo, trabajar como propuesta que esa clienta, en realidad, se llama Clara, que iba rumbo a una entrevista de trabajo muy importante y que su expareja la maltrataba. Resulta que se ha encontrado con dicho ex en la calle y ha intentado esquivarle sin éxito. Este le ha agarrado del bolso para retenerla, rompiéndolo, y ella se ha zafado golpeándole. Aprovechando la confusión, ha salido corriendo con el bolso roto por el forcejeo y ha entrado en el centro comercial dos calles más adelante. No sabe si le sigue su ex, se ha despeinado, tiene el bolso roto y lo peor... está a cinco minutos de llegar tarde a la importante entrevista. Y de pronto, se encuentra frente a ella a un vendedor que le dice: "Buenos días".

¿Cambia o no cambia la escena? ¿Nos ayuda o no nos ayuda a entender nuestro ace-

lere y su por qué? No sólo eso. También nos ayuda trabajar el entorno o parte de las **circunstancias dadas** en busca de nuestro perseguidor, a trabajar la **urgencia**, incluso nos ofrece el abismo de trabajar frases no escritas que nunca llegaremos a decir como: “Ayúdeme, por favor. Me están persiguiendo.”

¿Dónde se manifiesta esto? Por ejemplo, en la **pausa dramática** que podemos trabajar antes de decir el primer “Hola, buenos días”. O en el maravilloso espacio que nos queda entre decir “¿Tercera?” y el posterior “Gracias”. Mientras estemos en nuestro momento textual, somos dueños de nuestros silencios intermedios.

Está claro que el público quiere saber qué le va a pasar a Pablo. La clienta no es más que el comodín para que el espectador entienda que Pablo es un dependiente atento que con cuatro datos es capaz de adivinar qué necesita cada cliente. Pero eso no quiere decir que no podamos encontrar posibilidades de trabajo que nos ayuden a crear un buen personaje convincente y a encontrarnos cómodos con lo que nos toque en dicho rodaje porque tenemos muy clara cuál es nuestra propuesta.

En la mayoría de los casos, ¿sabéis qué pasará? Que al director le gustará, aunque no sepa ni por qué. Verá un personaje creíble, acelerado como pide el texto, al que Pablo da una solución. Habremos hecho bien nuestro trabajo porque por nosotros mismos hemos descubierto con qué trabajar.

Este ejercicio es extrapolable a todo un personaje a lo largo de una película o serie. Cuando leemos el guion debemos comprender perfectamente qué persigue nuestro personaje, cuáles son sus circunstancias dadas, sus rasgos de carácter, etc. Muchas veces podremos conversar con nuestros directores para hacerles preguntas y en común ir puliendo dicho personaje. Podremos encontrar auténticos mundos en esas pausas, en el cómo lanzo una pregunta o cuánto tardo en dar una respuesta. Debemos comprender a nuestro personaje para darle su propio tempo. No se le dice de la misma manera “Buenos días” al conductor de un autobús de línea por la mañana al ir al trabajo que si ese conductor resulta ser el tío que nos hacía *bullying* en el colegio y al que no vemos desde hace veinte años.

Debemos comprender a nuestro personaje para darle su propio tempo

Con suerte, en la propia biblia del personaje podremos encontrar respuesta a todas estas dudas, pero, a veces, deberemos ser nosotros los que creemos ese pasado. No obstante, siempre tendremos al guionista y al director de nuestro lado, que nos ayudarán a resolver nuestras dudas y comprar, o no, nuestras propuestas.

Un consejo. Tanto en *casting* como en personajes pequeños, siempre y cuando tengamos la suficiente cabeza de no cambiar el orden natural de la escena con nuestra propuesta, mejor no hablar con la directora o el director de lo que vamos a trabajar para ver si les gusta o no antes de hacerlo. Mejor lo hacemos y punto. Si no les gusta, ya se encargarán de decirnos que estamos muy pausados o con excesiva profundidad o demasiado presentes. O que entienden por dónde vamos, pero no funciona. Es momento, entonces, de escucharlos atentamente y saber materializar en tiempo récord a qué se refieren y qué puede estar fallando de nuestra idea para cambiarlo rápidamente o directamente desecharlo.

Si les gusta nuestra propuesta pasarán a la siguiente toma y hasta puede que nos digan eso de: “No sé lo que has hecho, pero me ha gustado mucho”. Quien no arriesga no gana.

5. Fase de preproducción

5.1. El *casting*

En el capítulo de dirección ya se habló de este tema, así que solo añadiré que el *casting* dura desde que te despiertas hasta que te acuestas. El *casting* empieza con cómo te diriges a los compañeros en un set, cómo tratas al camarero del bar en el que estás desayunando, cómo eres de cercano con aquellos que te presentan en una cena entre amigos, cómo contestas a un mensaje de producción, cómo te expresas en las redes sociales...

En la actualidad, casi todos los actores y actrices deben hacerse ver y deben hacerlo con cercanía, luz y estilo. Mucho de ello es parte del trabajo de sus representantes, pero baste decir, como ya comentaba Michael Caine en su libro *Actuar para el cine*, que nunca se sabe quién puede darte una oportunidad, quién es primo, amigo o el propio director de *casting* de la peli de tu vida. Depende de cómo sepamos vendernos y de nuestra buena actitud en cada parcela social de nuestra vida que quizás consigamos la oportunidad soñada.

No hablo de ser un falso y un personaje impostado las 24 horas de nuestro día. Hablo sencillamente de ser buena persona, de tratar bien a los demás, de ser educados con cualquier admirador que se acerque, de mostrarnos con inteligencia sin que nuestro ego abarque toda la conversación y una vez más de mostrarnos profesionales, serios y disciplinados.

En cuanto a los procesos de *casting* he de decirnos que no hay un libro de Petete al respecto. Puede que hagas una única prueba y el papel sea tuyo.

Puede que hagas hasta seis pruebas para convencer al último productor de que eres la persona indicada. No solo por el hecho de demostrar nuestro talento y capacidad de meternos en el papel, sino también para ver si empastamos bien físicamente con otro de los personajes protagonistas ya dados, si hay *feeling* entre nosotros, si sabemos materializar rápidamente las indicaciones del director, si soportamos bien los procesos de maquillaje y un largo etcétera.

A veces la primera prueba que hacemos es nefasta, pero ven tantas cosas del personaje en nosotros que nos dan una segunda oportunidad. Incluso hay casos de actores que al irse se han dado la vuelta y han vuelto al *casting* a decir: “Por favor, déjeme hacer otra prueba”, acabando por llevarse el papel.

Hay tantas historias como *castings*, tantos factores como personas. Sea como fuere, el consejo es que llegues a la audición puntual (incluso un poco antes si puedes), con una propuesta clara, el texto aprendido como tu propio nombre, lo más relajado posible y con la escucha muy abierta y enfocado en el aquí y el ahora. El resto, es suerte. Tú ya has cumplido con lo tuyo.

Categorías del grupo profesional de actores y actrices

Actor protagonista: sobre ellos recae la mayor parte del texto y de la acción de las tramas.

Actor secundario o de carácter: acompañan a los actores protagonistas para darles réplica y credibilidad.

Actor de reparto: tienen un texto que no supera las 20 líneas con un máximo de 60 espacios mecanografiados.

Actor de pequeñas partes: tienen un texto de menos de dos líneas de texto con un máximo de 60 espacios mecanografiados e incidencia en la acción.

Figuración o extras: no tienen texto ni incidencia o peso en la acción.

Especialistas: realizan las escenas de peligro y riesgo para evitar lesiones de los actores.

Dobles de luces: sustituyen a los actores y trabajan bajo los focos mientras se ilumina la secuencia.

Coaches: asesoran al actor para conseguir el lenguaje y el tono necesarios para un personaje, para interactuar con animales (adiestradores), para manejar espadas, pistolas y similares (maestro de armas), etc.

Tabla 5. Salario mínimo de los actores (2017)

| Categoría | Por sesión | Por semana | Por mes |
|-----------------|------------|------------|----------|
| Protagonista | 552,23 | 2.495,57 | 6.654,87 |
| Secundario | 451,83 | 2.009,34 | 5.607,46 |
| Reparto | 351,42 | 1.452,15 | 4.119,09 |
| Pequeñas Partes | 140,57 | 580,85 | 1.647,63 |
| Figuración | 43 | | |

Fuente: Producciones de bajo presupuesto. Convenio colectivo estatal regulador de las relaciones laborales entre los productores de obras audiovisuales y actores que prestan servicios en las mismas y Convenio colectivo estatal regulador de las relaciones laborales entre los productores de obras audiovisuales y los figurantes. En los actores: producciones con coste hasta 750.000 euros. Dietas a los actores por comida principal: 40,16 euros. Complemento por pernocta: 20,07 euros. Kilometraje: Mínimo exento IRPF (actualmente 0,19 euros km). En concepto de cesión de derechos de fijación, reproducción y distribución el actor cobrará el 5 % del salario. Buscar actualizaciones en Internet.

5.2. Pruebas técnicas

Una vez que el papel es nuestro llega el momento, como veremos en próximos capítulos, de la jornada o jornadas de pruebas de procesos o **pruebas técnicas**. Son jornadas donde nos convocarán para hacer pruebas de vestuario y maquillaje, por ejemplo.



Ilustración 41. Maquillaje del actor para el corto Socialmente muertos (2014), de Sergio Milán.

Normalmente para ahorrar jornadas se intenta condensar todo este trabajo en el mismo día y puede ir desde una convocatoria de 2 horas a una jornada o varias jornadas enteras dependiendo de las complicaciones que genere nuestro personaje. Es decir, no es lo mismo el proceso de una actriz que debe ir de manera natural y de vestuario contemporáneo que el proceso de Karen Gillan para hacer de Nébulas en *Guardianes de la Galaxia* (*Guardians of the Galaxy*, 2014).

Normalmente, el estándar será una convocatoria de media jornada, pero si se avecina maquillaje de FX o prótesis complejas espero que no seáis claustrofóbicos o con tendencia a la crisis de ansiedad por estar horas quieto en un molde de cuerpo entero. Esto parece fácil hasta que te pones y te das cuenta del enorme ejercicio de autocontrol que supone estar inmóvil durante horas cada día para dichos procesos. Aprovecha para repasar texto en tu cabeza e imaginar las secuencias del día una y otra vez.

6. Fase de producción

O lo que es lo mismo, el maravilloso mundo de esperar durante horas para hacer tu magia en escasos minutos sin hacer perder tiempo a la producción. Porque así funciona esto. Te va a tocar estar mucho tiempo esperando a que el set esté preparado, iluminado y atrezado. Salvo cuando estamos en *sitcoms* de escenarios fijos a lo largo de los capítulos, cuyo sistema de rodaje es más parecido al teatro registrado a varias cámaras. Más te vale saber dosificar y aprovechar las infinitas pausas que se convertirán en tus compañeras de viaje.

Como hemos comentado, aprovecha para repasar una y otra vez el texto, coger seguridad, relajarte, sacar la tensión de tu cuerpo. Hay

Los tiempos de rodaje y el trabajo de cada secuencia tienen infinitas variables

actores que incluso se llevan libros al rodaje o se ponen a mirar el móvil..., pero, curiosamente, los que se ponen a ensayar con los compañeros o a concentrarse en ese tiempo son los que nos regalan mejores interpretaciones. Tú decides. Lo único que no debes nunca hacer es quejarte de que estás esperando mucho. Es lo que toca. Por eso te pagan.

Debemos saber trabajar con **marcas**. ¿Qué tipo de marcas? Principalmente de tres tipos:

1. Las **marcas textuales** son aquellas cuyas acciones físicas están pautadas en un momento determinado del texto. Por ejemplo, apuntar con una pistola a un lado concreto de la cámara después de decir una determinada palabra del texto para que el foquista esté preparado para hacer un cambio de foco de nuestro rostro a la punta de la pistola cuando la levantemos.

2. Las **marcas en suelo** suelen estar registradas con cinta de cámara en determinados puntos y señalan el lugar donde deberemos pararnos en un momento determinado por cámara, luz, encuadre, sonido... A veces marcan el límite que no podemos pasar con la punta de nuestros zapatos y, a veces, una zona determinada más amplia donde debemos más o menos detenernos.
3. Las **marcas en base** a elementos del atrezzo vienen determinadas por los objetos o espacios concretos donde estamos actuando y donde debemos detenernos por pautas de dirección. Por ejemplo, “Camina hasta el borde del escritorio. Coge la silla para desplazarla. Rodea la mesa por la derecha y sitúala justo enfrente de esta otra silla, a un metro aproximadamente. Acto seguido siéntate en ella”.



Ilustración 42. Prácticas de los alumnos de la UCJC. Rodaje de una escena.

Un híbrido de los tres ejemplos de marcas sería: “Di toda la primera frase. Acto seguido camina hasta el borde del escritorio en silencio. Coge la silla para desplazarla. Rodea la mesa por la derecha y sitúala justo en la marca en el suelo que tienes frente a la otra silla. Siéntate y di la última pregunta una vez sentado mirando al otro personaje directamente a los ojos”.

Los tiempos de rodaje y el trabajo de cada secuencia tienen infinitas variables. Puede que en un día nos quitemos tres secuencias de un largometraje que transcurren en una

misma localización o puede que tardemos cinco días en hacer un plano secuencia sin corte debido a los exhaustivos ensayos y diferentes tomas a tirar hasta tener la buena. Sea como sea, sé paciente, está bien preparado, busca tus tiempos personales de ensayo, rema a favor de la obra y sé un buen compañero. Este último consejo incluye un subapartado muy importante.

No seas tan egoísta de darlo todo en tu plano y no darle nada al otro en su contraplano. Sabemos que son los otros los que nos hacen mejores actores con su ayuda. Por tanto, aunque no salgamos en plano démosle todo nuestro talento al compañero en el suyo, quedémonos un poco más en rodaje si es factible, aunque no esté pautado, si con ello ayudamos a otro actor en su plano con nuestra réplica.

Tus compañeros de reparto en ocasiones serán actores, otros famosos haciendo un cameo e incluso a veces personas reales que jamás han actuado o conocido un rodaje y con los que deberás trabajar codo con codo en pos de conseguir la mejor secuencia jamás interpretada.

Por todo ello, cuida a tus compañeros. Son detalles que se agradecen infinitamente y ayudan a generarnos un buen nombre entre el resto del sector.

7. Fases de postproducción y venta

Básicamente se nos requerirá una vez hayamos terminado rodaje en dos situaciones. La primera se centrará en la fase de **doblaje**. Esta es una asignatura que reivindicar en las escuelas de interpretación. Porque os va a tocar doblaros muchas veces a vosotros mismos debido a problemas en las tomas de sonido directo en rodaje. Es en ese momento cuando mayores bloqueos del elenco se encuentra uno como director. Cuando nos dan un cuerpo, un contexto, un compañero, una energía concreta somos todopoderosos. Pero cuando se nos limita a expresar todo eso solo con la voz, copiando nuestra propia energía en toma y metiéndolo en labiales se convierte en un momento de grandes penurias. Aprended las nociones básicas de doblaje, como disociar y centraros en el uso de vuestra voz frente al micrófono en un entorno de estudio de sonido. Ahorraréis al proceso y a vosotros mismos muchos quebraderos de cabeza.

También se nos requerirá en la fase de venta. O lo que es lo mismo: los viajes, estrenos, pases de prensa, festivales de cine, *junket* de entrevistas infinitas... de promoción. Es una parte indispensable que realmente solo os compete a vosotros y al director o directora del proyecto. Esta fase no se cobra por jornadas, directamente va incluida en el caché que firmasteis por protagonizar tal peli o tal serie. Es parte indispensable del trabajo, así que os toca respirar, sonreír, ser cercanos, tener paciencia y explicar con

toda vuestra pasión por qué este es el mejor proyecto en el que jamás habéis estado. Tranquilos, el Departamento de Producción se encarga de todo. Vosotros solo tenéis que ir donde os digan y mantener la ilusión. Por lo menos, se viaja.

En fin, nos quedan infinidad de temas por narrar, cantidad de detalles por tratar, situaciones que se nos pueden plantear como actores en cine, pero esto solo es un acercamiento. Sé que la forma de expresarlo todo, de ponerte en situación y que empieces a hacerte una idea de lo que es un rodaje de verdad no ha sonado de la manera más atractiva o alentadora posible. Pero créeme, no hay nada más mágico que esa sensación de equipo, de familia, de trabajo bien hecho, de que estás haciendo algo único, algo grande, algo hermoso. Ese pellizco que sientes al verte actuar en una sala llena de público y que alguien se te acerque al terminar y te diga: "Gracias por tu trabajo". Sentir que eres parte de una cadena que hará que un espectador en cualquier parte del mundo se emocione, reflexione, sonría, olvide sus pesares, recupere sus ilusiones o, incluso, quién sabe, que sueñe con algún día dedicarse a este maravilloso arte de actuar frente a una cámara, como tú.

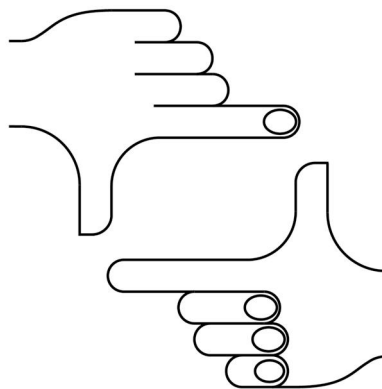
Bibliografía básica

- ✓ BARR, Tony (2002). *Actuando para la cámara*. Madrid: Plot.
- ✓ CAINE, Michael (2021). *Actuar para el cine*. Madrid: Plot.
- ✓ CARDULLO, Bert; GEDULD, Harry; GOTTESMAN, Ronald y WOODS, Leigh (eds.). (2003). *Un siglo de actores: 42 magos de la interpretación desvelan los secretos de su oficio*. Madrid: Plot.
- ✓ KNÉBEL, María Ósipovna (2011). *El último Stanislavsky*. Madrid: Fundamentos.
- ✓ MIRALLES, Alberto. (2000). *La dirección de actores en cine*. Madrid: Cátedra.
- ✓ NACACHE, Jacqueline. (2006). *El actor de cine*. Barcelona: Paidós.
- ✓ SERNA, Assumpta (2002). *El trabajo del actor de cine*. Madrid: Cátedra.
- ✓ WESTON, Judith (2004). *La dirección de actores, cómo obtener actuaciones memorables en cine y televisión*. La Coruña: Fluir Ediciones.

Capítulo 6

Fotografiar: la cámara y la luz

José de Arana (UCJC)



Sumario

- | | |
|---|-----------------------------|
| 1. Funciones del director de fotografía | 3.1. La luz. |
| 1.1. Preproducción | 3.1.1. Cualidades de la luz |
| 1.2. Rodaje | 3.1.2. Fuentes de luz |
| 1.3 Postproducción | 3.2. La cámara |
| 2. El Departamento de Fotografía | 3.2.1. Lentes |
| 3. Herramientas de la dirección de fotografía | 3.2.2. Filtros |
| | 3.2.3. Soportes |

Cuando en 1985 los espectadores salían de las salas de cine todavía maravillados por la belleza de la secuencia de la avioneta de *Memorias de África* (*Out of Africa*) comentaban: “¡Qué fotografía tan bonita, menudos paisajes!”. Pero David Watkin no ganó el Óscar ese año a la mejor fotografía simplemente por retratar paisajes. La dirección de fotografía no es solo eso. Es mucho más.

Fotografiar una película (o cualquier obra audiovisual) supone usar la cámara y la iluminación para crear emociones y retratar ambientes y rostros por medio del encuadre, el foco, la dirección de la luz, el color.... La fotografía, por ejemplo, es una herramienta fundamental para tratar de dar en la tecla emocional que se busca. Ayudará al conjunto de elementos del filme a transmitir alegría (con ese rayo de luz que entra por el parabrisas cuando el chico y la chica deciden conducir hasta el río), tristeza (gracias a esa luz azul que envuelve a la actriz y parece no dejarla olvidar su pasado) o tensión (con esos violentos rayos de luz que entran, rasgando la oscuridad, a la habitación del motel a través de los agujeros de bala de la pared).

Durante la preproducción debe definirse la estética que tendrá la película

Junto con la dirección artística, la dirección de fotografía también será clave en la creación de ambientes, ya sea en una nave del futuro, en un clásico de cine negro o en el glamur de un musical. En cualquiera de los casos, la luz ayuda a construir los mundos que nos muestra la pantalla. Pero la dirección de fotografía no se encarga sólo de la luz, las sombras también son su dominio. Sombras que ocultan elementos de la imagen para destacarlos porque muchas veces importa más lo que no vemos que lo que queda a la vista.

Y si pensamos en la relevancia de los rostros en el cine de nuevo entra en juego la dirección de fotografía. La luz es básica para moldear los rasgos de los actores y actrices, para que transmitan glamur o misterio, para resaltar la belleza o buscar el lado oscuro del personaje. Por todo ello y mucho más, la dirección de fotografía es indispensable en la creación cinematográfica.



Ilustración 43. Cámara de cine sobre trípode en el rodaje de Killer Barbies (1996).

1. Funciones del director de fotografía

1.1. Preproducción

La persona al cargo de la dirección de fotografía será la responsable del acabado final de la imagen, que se alcanza a base de muchísimas decisiones tomadas a lo largo de todo el proceso de creación de la película. Todas esas decisiones deben de ser coherentes con el objetivo que se haya acordado previamente con el director en la fase preliminar del proceso. Cuando ambas figuras entran en contacto por primera vez, el director deberá trans-

mitirle qué es lo que la película quiere expresar y el director de fotografía deberá aportar soluciones plásticas para lograrlo. Es muy importante que se entienda bien este objetivo final hacia el que se quiere llevar la película a nivel formal para que tanto el Departamento de Fotografía como el resto de los departamentos se encaminen en esa dirección y todas sus decisiones lleven el mismo sentido. Para definir la estética final es muy útil acudir a referencias plásticas, ya sean otras producciones, pinturas o fotografías. El tipo de referentes puede ser muy variado. Un director español le decía a su director de fotografía que quería las noches del color de los sobrecitos de café que servían en el *catering*. Y, efectivamente, el director de fotografía supo cómo tratar la luz para lograr esa tonalidad.

En esta fase inicial, Fotografía trabajará con Arte, Vestuario y Maquillaje para encontrar la estética de la película, guiados por ese planteamiento básico del director. Desde cada departamento se aportará lo necesario para conseguirlo con propuestas que no choquen entre sí. Si el tono que se busca es frío y en esa línea trabajarán Arte, Vestuario y Maquillaje, una iluminación cálida estropeará el trabajo de los demás e impedirá que la visión del director se plasme en el film.



Ilustración 44. En la filmografía de Kiko de la Rica, además de Mataharis (2007), figura Blancanieves (2013), por la que recibió un Goya a la Mejor Fotografía.

Una vez clara la estética del filme la persona responsable de la fotografía empezará a definir cómo lograrla. Pero antes de empezar hay dos aspectos que le conviene conocer: la planificación y las localizaciones dónde se rodará. La **planificación**, lista con los planos que tendrá cada escena/secuencia, es responsabilidad de dirección, pero el

director de fotografía puede también aportar muchas soluciones plásticas en su elaboración. En caso de que se rueda en localizaciones naturales (tanto interiores como exteriores), el director de fotografía se involucrará en su búsqueda para supervisar que son válidas estética y técnicamente.

Y ahora que ya conoce cómo serán los planos y dónde se rodarán puede dedicarse al **diseño de la iluminación**. Este es uno de los momentos más creativos en las funciones de la dirección de fotografía: imaginar cómo serán los mundos que queremos crear para materializar la idea original. Aquí entra en juego toda su capacidad para inventar la luz adecuada para la película a base de ideas visuales de las que se extraerá la lista del material de iluminación necesario para realizarlas correctamente. Junto con la lista de material de iluminación deberá hacerse la lista de material de cámara especificando entre otras cosas el modelo de cámara, el juego de ópticas, los filtros de cámara, trípodes y demás accesorios que considere adecuados para obtener la imagen buscada. A parte del material también deberá configurar el equipo humano que mejor encaje en ese proyecto concreto. Por fin están todas las piezas listas, sólo falta juntarlas y pedir motor.

1.2. Rodaje

Durante el rodaje, la dirección de fotografía abarca todo aquello relacionado con la iluminación y con la cámara. Por un lado, obviamente, hay que iluminar cada plano, cada decorado que se va usando, pero también hay que pre-iluminar los decorados a

Para elaborar cada plano primero se fijará el encuadre y después se iluminará

los que se irá en las siguientes jornadas. Para ello el director de fotografía deberá abandonar el **set** principal (espacio en el que tiene lugar el rodaje) en algún momento en el que su presencia no sea imprescindible (un descanso, la hora de la comida)

y dar indicaciones a los eléctricos que trabajan en ese futuro set. De esta manera se puede ahorrar mucho dinero, ya que la luz estará lista cuando al siguiente día llegue todo el equipo a esa nueva localización y no tendrán que esperar a que se monte la iluminación empezando de cero.

El **encuadre** entra también dentro de las funciones de fotografía, aunque la última palabra la tendrá el director. Hay directores que se centran más en la interpretación delegando el grueso de decisiones técnicas en el equipo mientras que otros están muy pendientes de que el encuadre se ajuste a su idea previa. El proceso para fijar el encuadre es el siguiente: primero el director explica las posiciones de los actores, sus movimientos y la posición y movimiento de la cámara. Mientras los actores y actrices se van a vestuario y maquillaje se ajustan la iluminación y los movimientos de cámara con los

dobles de luces (personas con fisionomías parecidas a las de las estrellas principales que les sustituyen durante los preparativos del plano). Cuando está todo listo vuelve el director junto con los actores y actrices para hacer un ensayo general y, finalmente, rodar la secuencia.

Cuando se rueda en celuloide, otra de las tareas del director de fotografía es ver con el director (y otros miembros del equipo, jefes de departamento y actores y actrices) al final de cada jornada el material rodado el día previo. De esta manera se supervisa que todo esté saliendo de acuerdo con lo deseado. El fácil acceso al material rodado en digital ha hecho que este ritual no sea tan necesario y los planos pueden revisarse en cualquier momento que se desee.

Mientras dure el rodaje es posible que aún haya que visitar localizaciones que no estuvieran cerradas previamente. Para verlas el director de fotografía deberá encontrar un hueco durante el rodaje sin abandonar el resto de sus responsabilidades.

1.3. Postproducción

Terminado el rodaje, la siguiente fase que debe asumir fotografía es el **etalonaje** (la postproducción de la imagen). Consiste en los últimos ajustes del material ya rodado para alcanzar la imagen final que se buscaba desde un inicio. El etalonaje también servirá para aportar *racord* visual en dos niveles diferentes. Por un lado, se intenta dar al conjunto una unidad, que el aspecto visual del film tenga coherencia y que ayude a contar la historia. Por otro lado, se trabajará cada secuencia para que los planos que la componen “peguen” entre sí, que no haya en la imagen saltos injustificados de un plano a otro que nos saquen de la narración. El etalonaje deberá hacerse cuando la película ha terminado de montarse para asegurarse de que sólo se retocan los planos que vayan a usarse en el montaje definitivo. Este trabajo es responsabilidad de la dirección de fotografía, pero se realiza juntamente con un *etalonador* (expertos en retoque de imagen con un gran conocimiento técnico de los procesos de postproducción).

2. El Departamento de Fotografía

Ya hemos visto cuáles son las funciones de la persona responsable del departamento, pero a su lado hay todo un equipo sin el que sería imposible desarrollar una buena fotografía.

El ayudante de cámara hará que las imágenes se vean nítidas y enfocadas

El operador de cámara o segundo operador es la persona encargada de manejar la cámara. Deberá encuadrar cada plano siguiendo los requerimientos del director y del

Categorías profesionales del Departamento de Fotografía

Director de fotografía: jefe de la cámara y los equipos de iluminación y responsable del acabado final de la imagen.

Operador de cámara/Segundo operador: persona encargada de manejar la cámara.

Ayudante de cámara/Foquista: responsable de chequear el material técnico, montar y mover la cámara y enfocar la toma.

Auxiliar de cámara: entre sus responsabilidades están la claqueta, el parte de cámara y las tarjetas de memoria.

Técnico en imagen digital: controla los parámetros de la imagen digital, incluido el tratamiento del color, además de preparar las archivos para posibles visionados.

Foto fija: realiza fotografías durante el rodaje que sirven de referencia para la continuidad de escenas posteriores o para publicidad.

Maquinista: se ocupa de los movimientos de cámara que impliquen un trávelin o una grúa.

Jefe de eléctricos: es responsable del material de luces y de organizar a los eléctricos.

Eléctrico: monta la iluminación.

director de fotografía. Se le presuponen, por un lado, conocimientos de composición y gusto estético y, por otro, la habilidad para ejecutar correctamente los movimientos de cámara que sean necesarios. También deberá estar muy atento mientras se rueda el plano para asegurarse de que no se ve nada que no deba aparecer en cuadro (micrófonos, aparatos de iluminación...).

El ayudante de cámara/foquista deberá chequear el material técnico en los días previos al rodaje (dependiendo del tamaño de la producción este proceso puede durar una semana o más) para que todo funcione correctamente y no haya sorpresas al comenzar a rodar. El chequeo se realiza en la propia casa de alquiler de material, de manera que cualquier equipo defectuoso pueda reemplazarse inmediatamente. Una vez comenzado el rodaje el ayudante es el responsable de la cámara. Esto incluye el correcto funcionamiento de los equipos de cámara y montar y desmontar la cámara al principio y al final de cada jornada. También se encargará de desplazar la cámara de un sitio a otro entre plano y plano.

Otra de sus principales funciones, por la que también se usa el nombre de foquista, es la de mantener la imagen enfocada durante la toma. Para lograrlo, primero, durante los ensayos, tomará medidas de las distancias que habrá en la toma entre el sujeto u objeto y la cámara, incluyendo las variaciones que se producirán si alguno de estos elementos o la propia cámara se mueven. A continuación, al rodar la toma, irá girando el anillo de enfoque para hacer coincidir la distancia a la que está enfocando la lente con la distancia a la que está el personaje o elemento principal de la imagen. A pesar de hacer mediciones con un decámetro antes de la toma también deben de ser capaces de calcular las distancias sólo con la vista.

Tabla 6. Salarios mínimos del Departamento de Fotografía (2017)

| Categorías profesionales | Salario base en euros | | | |
|--|-----------------------|-----------------|-----------------|----------|
| | Semana | Semana 45 horas | Semana 50 horas | Mes |
| | | 1,3 | 1,533 | 3,75 |
| Director de fotografía | 745,53 | 969,19 | 1.142,90 | 2.794,49 |
| Operador especialista de cámara (steadycam, submarina) | 521,87 | 678,43 | 800,02 | 1.956,14 |
| Operador de cámara | 521,87 | 678,43 | 800,02 | 1.956,14 |
| Primer ayudante de cámara/foquista | 400,72 | 520,94 | 614,31 | 1.502,03 |
| Auxiliar de cámara | 254,39 | 330,71 | 389,98 | 953,55 |
| Foto-fija | 260,93 | 339,22 | 400,02 | 978,07 |
| Jefe de maquinistas | 316,85 | 411,91 | 485,74 | 1.187,67 |
| Maquinista/gruista | 260,93 | 339,22 | 400,02 | 978,07 |
| Ayudante de maquinista | 254,39 | 330,71 | 389,98 | 953,55 |
| Jefe de eléctricos | 326,17 | 424,01 | 500,01 | 1.222,57 |
| Eléctrico | 260,93 | 339,22 | 400,02 | 978,07 |
| Ayudante de eléctrico | 254,39 | 330,71 | 389,98 | 953,55 |

Fuente: Convenio colectivo de la industria de producción audiovisual (técnicos). Producciones de bajo presupuesto. Buscar actualizaciones en Internet.

Hay que destacar otra tarea sencilla pero absolutamente imprescindible en un rodaje y sin la cual el trabajo del resto del equipo no llegará nunca a verse en una pantalla: darle al botón rojo para que la cámara ruede.

En cuanto al auxiliar de cámara, esta figura es la mano derecha del ayudante. Deberá asistir en todo momento las necesidades del ayudante y será responsable de ordenar y controlar el equipo de cámara en el set. Sus funciones son muy diversas. Durante los ensayos marcará con cinta en el suelo las posiciones que ocuparán los actores y actrices. Al comenzar a rodar es responsable de la **claqueta**, apuntará en ella el número que identifica cada plano y hará el *cback* (juntar las maderas para emitir un sonido que se usará al sincronizar sonido e imagen) cuando la cámara comience a rodar. También hará un **parte de cámara** con la información técnica de cada plano (lente utilizada, diafragma, filtros...) y se encargará de mantener las baterías de cámara cargadas. Cuando haya un desplazamiento de una ubicación a otra será

responsable de organizar el traslado del material de cámara. Una función muy delicada cuando se rueda en celuloide es la carga de los chasis con el material virgen y la descarga, enlatado y etiquetado de los rollos de película ya utilizados. En caso de rodaje en digital, es responsable de las tarjetas de memoria o cualquier soporte en el que se estén registrando las imágenes.

Con la llegada del cine digital, ha aparecido la figura del técnico en imagen digital (*Digital Image Technician*, DIT). En primer lugar, durante el rodaje trabaja en estrecha relación con el director de fotografía controlando los parámetros de la imagen digital que se está generando, atendiendo a qué luces pueden ser demasiado intensas o, por el contrario, qué parte de la imagen puede estar demasiado oscura. También valoran juntos en el set el posible tratamiento del color de las imágenes. Cuando se vayan llenando las tarjetas de memoria, se responsabilizará de descargarlas, hacer las copias necesarias y realizar archivos con menor resolución y más fáciles de manejar para posibles visionados.

El maquinista, por su parte, hará posible aquellos movimientos de cámara que impliquen un trávelin o una grúa. Una vez que se le ha explicado el movimiento deseado éste colocará y nivelará las vías del trávelin, montará el carro del trávelin o la grúa y efectuará el movimiento de los mismos. Si es un trávelin, empujará el carro y, si es una grúa, moverá el brazo al mismo tiempo que deslizará la grúa sobre los raíles, para lo cual puede necesitar un ayudante de maquinista.

Dentro del equipo de iluminación, el jefe de eléctricos es un colaborador indispensable del director de fotografía en el montaje de la iluminación. Es responsable del material de luces y de organizar a los eléctricos para preparar toda la iluminación necesaria en cada plano. Siempre que sea posible acudirá también a localizar para ver las necesidades técnicas del lugar. Dirige un equipo de eléctricos, encargados de montar la iluminación de cada secuencia. Estos colocarán los trípodes, focos, palios, banderas y demás elementos necesarios para que la iluminación sea la buscada por el director de fotografía.

3. Herramientas de la dirección de fotografía

La dirección de fotografía cuenta principalmente con dos herramientas para aportar su granito de arena a la narrativa de cualquier obra audiovisual: la luz y la cámara.

3.1. La luz

La **luz** es el agente físico que hace visible los objetos y, por extensión, empleamos esa palabra para referirnos a una fuente de iluminación, como el Sol, o un aparato

que sirve para alumbrar, como una lámpara o una vela: “Me cegó un rayo de luz”, “Enciende la luz”.

3.1.1. Cualidades de la luz

Cuatro son los atributos fundamentales de la luz con los que lidiaremos constantemente al iluminar:

Intensidad

La cantidad de luz que haya, por ejemplo, en el rostro de un personaje vendrá determinada por la potencia de la fuente de luz y por la distancia a la que esté dicha fuente. En función de la cantidad de luz que necesitemos para una secuencia utilizaremos fuentes de luz de mayor o menor potencia o variaremos su distancia, acercando o alejándolas. La diferencia de intensidades que tengamos en los distintos puntos de una imagen nos aportará un determinado **contraste** (diferencia entre el punto más brillante y el más oscuro de una misma imagen). La intensidad de la luz nos marcará también la apertura de diafragma que deberemos poner en el objetivo de la cámara para tener una correcta exposición.

Existen varias herramientas para medir la intensidad de la luz: fotómetro, forma de onda, false color, zebra...

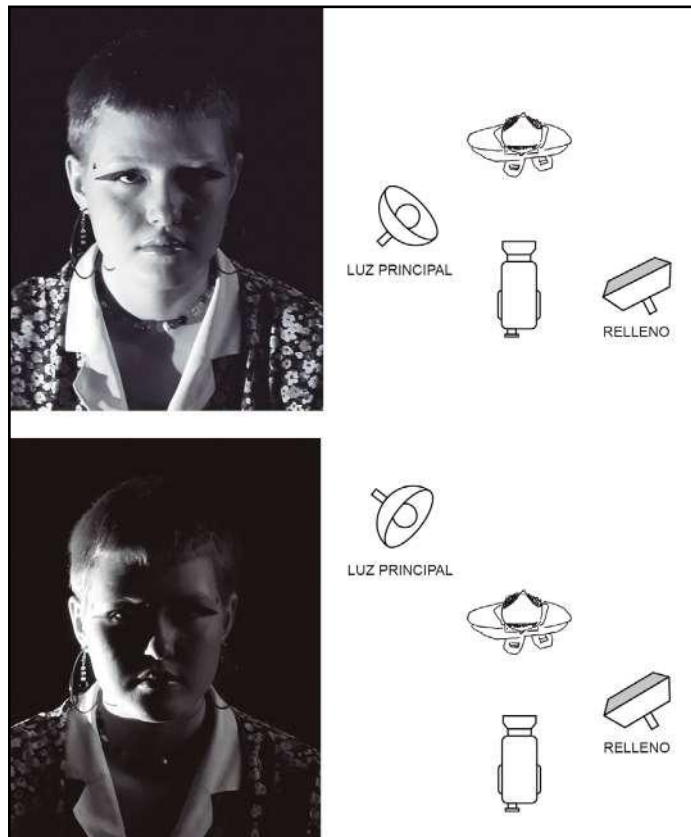
Dirección

Hablamos de dirección de la luz cuando esta incide en el sujeto u objeto, siendo relevante la angulación en el plano horizontal y en el vertical. Comenzando por el plano horizontal, al iluminar un personaje la luz puede ser **luz frontal**, $\frac{3}{4}$ (o 45°), **luz lateral**, *kicker* ($\frac{3}{4}$ trasera) y **luz de contra**. Respecto al plano vertical podemos tener luz a la altura de los ojos, a 45° , a más de 45° hablaríamos de una luz muy alta, **luz cenital**, **luz de contra** (si le ilumina la cabeza y los hombros por detrás) y **luz de contorno** (si viene justo desde detrás). Cada dirección crea un efecto diferente en las personas. La manera habitual de iluminar a un actor o actriz es situando el foco principal a unos 45° en el plano horizontal y otros 45° por encima de los ojos en el vertical, una luz más suave de relleno también a 45° en el lado del rostro que no ilumina la luz principal y otra luz de contra a una altura similar. Esta manera de iluminar, que no deja de ser una convención, siempre podrá variar en función de los rasgos faciales de cada actor o actriz y de la intención buscada en la secuencia. Gordon Willis se saltó este esquema al iluminar al personaje central de *El Padrino* (*The Godfather*, 1972) con luz cenital, logrando que provocase aún más inquietud al dejar en sombra las cuencas de sus ojos.



Ilustración 45. Prácticas de los alumnos de la UCJC en el anuncio corporativo para el Banco Santander Cyber heroes, de Luis Reneo.

Más allá de los personajes, hablando de la iluminación global de la secuencia, la dirección de las luces también será determinante en el efecto logrado. Una luz que viene en la misma dirección en la que mira la cámara generará lo que se conoce como **iluminación plana**, sin sombras y que apenas generará un efecto de tridimensionalidad. Por el contrario, una luz que se sitúa a 3/4 o lateral proyectará más sombras que la cámara,



Las sombras añaden carácter y dramatismo a las imágenes

Ilustración 46. Posición de luces y efecto dramático.

ahora sí, verá, aportando mayor contraste y favoreciendo que interpretemos esa imagen como un espacio tridimensional. Una mayor presencia de sombras aporta mayor dramatismo y aumenta las capacidades expresivas de una imagen por lo que es más utilizada en dramas, thrillers o en historias de misterio. Una **imagen lavada** (con menos contraste) es habitualmente utilizada en comedias (convenciones éstas que también han sido dinamitadas en muchas ocasiones).

También utilizaremos una luz más lateral o de $\frac{3}{4}$ cuando queramos resaltar la textura de alguna superficie o decorado. La dirección de la luz provocará unas sombras que harán visible esa textura, imposible de apreciar en caso de haber empleado una luz frontal.

Textura

Aquí entraríamos a diferenciar entre **luz dura** y luz difusa. La luz dura, por ejemplo, la luz del Sol, genera unas sombras muy definidas e intensas. Comparándola con la luz difusa aporta alguna ventaja a la hora de trabajar, pero también algún inconveniente. Por un lado, pierde menos intensidad que la difusa según se desplaza en el espacio, por lo que se podría decir que es más eficiente. En segundo lugar, al ser muy direccional, es más fácil de dirigir y de cortar (tapar parcialmente la luz para que no incida en determinadas zonas). Sin embargo, produce un tipo de iluminación poco favorecedora para los rostros al marcar mucho los rasgos y delatar cualquier imperfección.

La **luz difusa** no avanza en una única dirección si no que va dispersándose según se desplaza. De esta manera al llegar a un objeto iluminará una parte del mismo, pero sus rayos también incidirán parcialmente en las zonas de sombra provocando sombras más suaves con contornos poco definidos. Esta característica resulta beneficiosa para la fotogenia por lo que es la opción ideal si queremos resaltar la belleza de los actores y actrices.

La luz suave puede conseguirse colocando filtros difusores delante de las fuentes de luz, rebotando la luz sobre una superficie blanca o utilizando aparatos de iluminación suave como pueden ser los fluorescentes. El efecto colateral de la difusión es la rápida pérdida de intensidad en la luz al avanzar por el espacio, lo que complica su uso para iluminar grandes superficies.

Es posible también combinar luces de diferentes texturas. El director de fotografía Robert Richardson suele emplear contraluces muy duros por detrás y luces suaves por delante en los rostros. *Casino* (1995) o *Kill Bill* (2003) son dos buenos ejemplos de su sello personal.

Color

La luz que produce la lámpara de nuestro salón es más anaranjada que la luz que podemos tener en el exterior a pleno día (más azulada), pero si miramos un folio blanco en las dos situaciones nuestro ojo lo verá blanco en ambos lugares. Esto es debido a que nuestra visión se adapta fácilmente a las diferentes tonalidades que tienen unas luces y otras. Las cámaras no cuentan con esta habilidad y tenemos que indicarle cuál es la luz que queremos que interprete como blanca. Si hacemos que la luz exterior del día aparezca blanca la lamparita del salón proyectará luz naranja, mientras que si retratamos como blanca la luz del salón el exterior quedará azulado. Para catalogar estas diferencias hablamos de **temperatura de color** y diferenciamos entre luces cálidas y luces frías. Aunque suene contradictorio las **luces cálidas** (naranjas, rojas) tienen una temperatura de color menor y las **luces frías** (azules) mayor. Usamos como medida los grados Kelvin que aumentan según se enfría el color de la luz, de manera que la llama de una vela rondaría los 1900K, la mencionada lamparita del salón unos 2800K y un foco de iluminación profesional estará en 3200K. La luz del Sol cambia a lo largo del día pasando de los 2000K del amanecer a 8000K en un día nublado. Pero lo que convencionalmente se conoce como luz día son 5600K (que no es más que la temperatura de color medida en Washington a medio día). La temperatura de color es otra herramienta de las que tiene la fotografía para expresar significado: *Traffic* (2000) mostraba las múltiples realidades del narcotráfico diferenciando los tonos cálidos de los agentes infiltrados en México con la frialdad azul de los despachos de Washington. Las fuentes de luz artificiales de las que dispondremos cuentan con diferentes temperaturas de color para cubrir todas nuestras necesidades. Las luces de tungsteno tienen 3200K, los HMI aproximadamente 5600K, los fluorescentes pueden usarse con tubos de luz cálida o de luz fría y, por último, los LED tienen temperatura de color variable.

3.1.2. Fuentes de luz

Luz natural

Aprovechar la luz del Sol puede ser muy gratificante siempre que cumplamos con ciertas normas para controlarla. La luz natural en un día despejado va a dar un resultado más estético en las primeras horas del día y en las últimas, mientras el Sol no esté muy alto. La luz más rasante genera más sombras y,

por lo tanto, más volumen y contraste mientras que la luz del mediodía proyecta las sombras hacia abajo aportando una imagen muy plana. Respecto a la fotogenia de los rostros, también favorece

El Sol es la fuente de luz más potente que podemos tener, pero hay que saber cómo tratarla para obtener los resultados que buscamos

más la primera y la última parte del día que la parte central, durante la cual la luz cenital produce sombras en los ojos y disminuye la expresividad. Si nos vemos obligados a rodar durante estas horas más complicadas, lo conveniente será buscar un lugar a la sombra o tamizar la luz del Sol cubriéndola con un **palio** (estructura de metal que sujeta una tela blanca, negra o difusora, según las necesidades) por encima de los actores. Otra recomendación al rodar en exteriores es situar a los personajes con el Sol de contra y rellenarles por delante con una luz suave, de manera que tendrán una bonita luz de contorno y una luz principal más favorecedora.

Como la luz solar no para de moverse a lo largo de la jornada, tendremos que calcular bien en qué momento se rodará cada cosa y cuánto tiempo tendremos para cada emplazamiento. Este es uno de los retos que plantea: es una luz que aporta muchas ventajas, pero no espera por nadie.

Un momento de gran belleza, pero difícil de aprovechar por su breve duración, es la **hora mágica** u **hora bruja**, esos instantes previos a la salida del Sol o los que van justo después del ocaso, en los que hay luz reflejada por el cielo, pero no hay una luz directa del Sol. Néstor Almendros ganó un Óscar por la fotografía de *Días de Cielo* (*Days of Heaven*, 1978) utilizando esta luz en muchas de sus secuencias.

Luz artificial

Los aparatos de iluminación se van renovando con el paso del tiempo, surgiendo nuevos modelos y dejando otros obsoletos. Algunas de las fuentes de luz artificial más comunes son:

- **Tungsteno.** Dentro de este tipo los más comunes serían los **fresnel** (llamados así por el cristal situado delante de la



Ilustración 47. Luces LED.

bombilla, que ayuda a concentrar el haz de luz). Es una luz cálida y dura. Hay modelos de muchas intensidades distintas.

- **Fluorescentes.** Los tubos que utilizan pueden ser cálidos o fríos y producen una luz suave. Pueden ser de distintos tamaños y tener desde un solo tubo hasta ocho.
- **HMI.** Proporciona una luz fría similar a la del día por lo que son una opción muy común en exteriores. Su luz es dura y también los hay de muy diversas potencias.
- **LED.** Luces con una gran variedad de formatos y formas. Son muy ligeras y versátiles ya que su temperatura de color es regulable.



Ilustración 48. Cámara digital.

Una lente de distancia focal normal es más parecida a la visión humana que un angular o un teleobjetivo

3.2. La cámara

La cámara es el aparato óptico, mecánico y digital que sirve para captar la imagen. Junto a la iluminación, la cámara es la responsabilidad básica de la dirección de fotografía. El mundo de las cámaras profesionales evoluciona al vertiginoso ritmo de la tecnología por lo que lo nuevo de hoy, mañana ya será antiguo. Por ello, más que en las últimas novedades, detengámonos en los elementos que, adaptándose y renovándose, mantienen su esencia y siguen siendo imprescindibles.

3.2.1. Lentes

Las lentes son la parte óptica de la cámara, la que forma las imágenes. Existen varias maneras de catalogar las lentes según sus características:



Ilustración 49. Ópticas.

- **Distancia focal.** Divide las lentes en angulares, normales o teleobjetivos. Cada una reproduce la realidad de manera distinta y aporta connotaciones diferentes a la imagen.
- **Lentes fijas /zooms.** Las fijas no pueden variar su distancia focal, al contrario de los *zooms*, que la modifican dentro de un rango.
- **Esféricas/anamórficas.** En las esféricas la luz que pasa de la lente a la cámara genera una imagen circular (esférica), por lo que aquello que es retratado se capta tal y como se ve, mientras que en las anamórficas la luz pasa con forma ovalada, produciendo unas imágenes comprimidas horizontalmente que al descomprimirse en postproducción variarán su **relación de aspecto** (relación entre el largo y la altura del encuadre), haciéndose más apaisadas. Con ello también se consigue aprovechar mejor el tamaño del negativo o del sensor (el elemento dónde se forma la imagen en las cámaras digitales) y así obtener mayor calidad de imagen.

3.2.2. Filtros

Los filtros de cámara son cristales que colocamos enfrente del objetivo para lograr diferentes efectos.

- **ND.** Los filtros de densidad neutra (ND) simplemente hacen que pase menos luz a la cámara. Muchas cámaras digitales traen sus propios filtros ND incorporados. Son útiles en exteriores cuando tenemos demasiada luz o cuando queremos abrir más el diafragma para desenfocar más los fondos. También existen filtros ND degradados que cortan la luz sólo en la mitad de la imagen. Con ellos podremos oscurecer el cielo de la parte superior del plano dejando que entre luz en la parte inferior para que no se oscurezcan los personajes.
- **Difusores.** Su finalidad es difuminar la imagen para suavizar los contornos de aquello que estemos retratando. Han sido muy empleados para cuidar los rostros de actores y actrices difuminando las imperfecciones o para evocar imágenes de ensueño.
- **Polarizadores.** Según se coloque el filtro, quita más o menos brillos a la imagen. Al anular ciertos brillos a un paisaje, el conjunto ganará carácter haciendo el azul del cielo más intenso y contrastándolo más con las nubes. También es fundamental para poder ver bien a los ocupantes de un coche eliminando los reflejos del entorno en el parabrisas cuando rodamos desde fuera.

3.2.3. Soportes

Los soportes son aparatos sobre los que va fijada la cámara con el fin de conseguir el plano marcado, ya sea estático o en movimiento.

- **Trípode.** Soporte de tres patas que utilizamos cuando la cámara permanece en el mismo punto.



Ilustración 50. Slider.

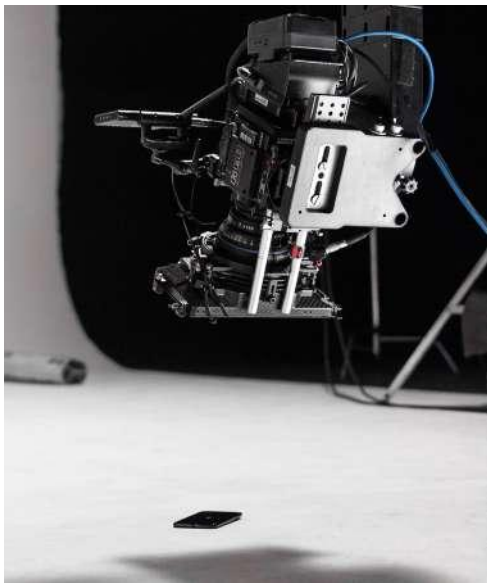


Ilustración 51. Grúa.

- **Trávelin.** Plataforma con ruedas que se desliza sobre raíles o por el suelo si cuenta con ruedas hidráulicas.

- **Slider.** Similar al *trávelin*, pero más pequeño y sin plataforma para el operador. Es solamente una vía que puede colocarse a distintas alturas y sobre la que se desliza la cámara.

- **Grúa.** Algunas grúas tienen espacio para que se suban una

o dos personas mientras que otras tienen una cabeza motorizada para operarla a distancia. Cuentan con un brazo movable que puede llegar a ser realmente largo y que en ocasiones se sitúa sobre unas vías para combinar ambos movimientos.

- **Steadicam.** Brazo mecánico enganchado a un arnés que se coloca el operador para realizar movimientos similares a los que se podría hacer cámara al hombro pero infinitamente más suaves.

- **Gimbals.** Estabilizadores motorizados que mediante sensores de movimiento anulan cualquier vibración no deseada.

- **Dron.** Vehículo aéreo manejado remotamente con un software GPS.

En fin, en la dirección de fotografía manejare-

mos todos estos factores para contribuir en la creación de significado. Con la luz y la cámara podemos enriquecer el resultado final aportando diferentes niveles de lectura. En muchas ocasiones, la fotografía consume un porcentaje alto del presupuesto total y emplea una parte importante del tiempo de rodaje, por lo que debemos tratar de aportar lo máximo posible sin limitar a los otros departamentos. Por ahí se mueve el reto de la dirección de fotografía: desplegar al máximo nuestra creatividad poniéndola a disposición de una creación colectiva.



Ilustración 52. Dron.



Ilustración 53. Gimbal.



Ilustración 54. Steadicam.

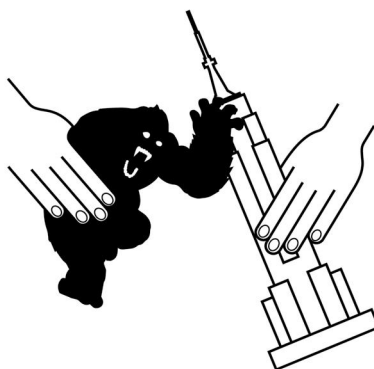
Bibliografía básica

- ✓ ALMENDROS, Néstor (1980). *Días de un cámara*. Barcelona: Seix Barral.
- ✓ BALLINGER, Alexander (2004). *Nuevos directores de fotografía*. Madrid: Ocho y Medio.
- ✓ BROWN, Blain (2016). *Cinematography. Theory and practice*. London: Routledge.
- ✓ ETTEDGUI, Peter (1999). *Directores de fotografía*. Barcelona: Océano.
- ✓ LANDAU, David (2014). *Lighting for cinematography*. NY: Bloomsbury.
- ✓ NYKVIST, Sven (1998). *Culto a la luz*. Madrid: Ediciones del Iman.
- ✓ REVAULT, Fabrice (2003). *La luz en el cine*. Madrid: Cátedra.
- ✓ SCHAEFER, Dennis (1990). *Maestros de la Luz*. Madrid: Plot.

Capítulo 7

Decorar: la escenografía

Juan Botella y Matías Sasaki (UCJC)



Sumario

1. Aspectos artísticos

2. Aspectos técnicos

2.1. El desglose de arte

2.2. La preparación

2.3. Las localizaciones

3. Los flujos de trabajo

3.1. El presupuesto de arte

3.2. Los decorados

3.2.1. Los decorados naturales

3.2.2. Decorados naturales exteriores

3.2.3. Los decorados contruidos

Dice Stanley Fleischer que el director artístico o director de arte es responsable de todo lo que ves en la pantalla que no se mueve y que usualmente está desenfocado. Fleisher trabajó como director artístico en docenas de películas de Hollywood. Rafael Palmero, premio Goya por *¡Ay, Carmela!* (1990), define así su trabajo: “El director de arte crea el lugar en el que se desarrolla la acción, dentro de un contexto fijado por el guion y con las indicaciones precisas del director”. Y el escritor Paul Auster añade en una entrevista recogida en el volumen *Guiones*:

Filosóficamente hablando, la dirección artística es una disciplina fascinante. Tiene un componente verdaderamente espiritual. Porque entraña mirar muy atentamente el mundo, ver las cosas como realmente son y no como quisieras que fuesen, y luego recrearlas con fines totalmente imaginarios y ficticios. Cualquier trabajo que te exija mirar tan cuidadosamente al mundo tiene que ser un buen trabajo, un trabajo que es bueno para el alma.

Por eso la palabra **decorar** solo alude, en realidad, a una parte de la labor escenotécnica que realiza el director de arte. Este usa un equipo humano, materiales y técnicas de arquitectura, carpintería, decoración, iluminación, vestuario o utilería para crear en cada escena/secuencia ambientes y atmósferas.

Somos responsables de convertir un guion en imágenes. Buscamos soluciones prácticas a problemas creativos

En general se piensa en el director de arte como en un especialista en todas las artes. En mi caso estudié Ciencias Económicas. Otros compañeros estudian Arquitectura, Bellas Artes, Historia del Arte e, incluso, Dirección de Arte en la ECAM u otras escuelas. Pero, en toda película nueva, tienes que seguir

estudiando. Nuestro trabajo es muy concreto: encontrar o construir el mejor decorado posible para la puesta en escena del director. Michael Rizzo en su *Manual de Dirección Artística Cinematográfica* dice: "El director de arte es el que hace posible los deseos, los puntos de vista y las necesidades de otros, un criado con muchos amos." Pero, también, es un jefe de equipo. De hecho, contratar buenos colaboradores (decoradores, atrevistas, diseñadores...) es el tema más importante de todos. Hay que trabajar con los mejores que puedas conseguir en el medio. Rodearse siempre de gente muy competente. Con buen poder de producción. En el cuadro puede verse las personas que forman un equipo básico. Los norteamericanos, en muchas grandes producciones, usan la cate-



Ilustración 55. Rodaje en decorado de un exterior que simula la pradera del Oeste en un filme del Hollywood de los años cincuenta del siglo pasado.

goría *Production Designer* o diseñador de producción como una categoría superior a director de arte.

1. Aspectos artísticos

Toda la información sobre nuestra película está en el guion. Debemos leerlo varias veces hasta entender todas las intenciones del director. Somos responsables de convertir un guion en imágenes. Buscamos soluciones prácticas a problemas creativos.

Empezamos haciendo una lista de los distintos decorados. Tanto exteriores como interiores, ordenados por escenas/secuencias. Esta lista nos hace ver el valor relativo de cada decorado en el conjunto de la película.

Las películas pueden ser históricas, contemporáneas, futuristas, etc. Pero siempre necesitaremos investigar los posibles lugares donde se desarrollará la acción, los personajes y su interacción con el espacio. Solo de este modo, tendremos los elementos necesarios para pasar a la creación y así, darle una impronta única a cada decorado.

El color es un elemento fundamental para la composición de un espacio de rodaje. Como todos sabemos, existen colores cálidos, neutros y fríos.

Según como utilicemos esta paleta de colores expresaremos el perfil psicológico o el estado de ánimo de un personaje, es decir, los espacios donde vivimos

Categorías profesionales del Departamento de Arte

Director de arte: es el encargado de buscar las localizaciones, diseñar los espacios de rodaje y organizar al equipo de decoración. También se ocupa de la relación con los demás departamentos, Vestuario, Fotografía, Dirección, Sonido y Producción.

Decorador: se encarga de dibujar los planos, supervisar la construcción y montaje de los decorados, buscar todos los elementos de la ambientación y organizar el día a día del equipo de decoración.

Ayudante de decoración: trabaja a las órdenes del decorador y colabora en el diseño, montaje y ambientación de los decorados.

Regidor: se ocupa del presupuesto y es nuestro enlace con producción. Debe encontrar y contratar todo tipo de cosas (vehículos, muebles, atrezzo...) y pagar las facturas.

Atrecista de rodaje o ambientador: se ocupa del set de rodaje, prepara el atrezzo de la escena, y se ocupa de mover los muebles y elementos de decoración según las necesidades de cámara. También carga y descarga el camión de rodaje.

Ayudante de ambientación: trabaja a las órdenes del atrecista de rodaje, y ayuda en todo anticipándose a las necesidades de su equipo.

Atrecista de avance: se encarga, junto con construcción, del montaje y desmontaje de los decorados. Cargar y descargar los muebles y atrezzo en el camión y los devolver a los distintos proveedores, sin romper nada. Pinta, construye, cuelga los cuadros y las cortinas...

Diseñador gráfico: diseña todo tipo de cosas, portadas de revistas, periódicos, documentos, logos. Todo lo que haga falta para nuestro proyecto. Retoca fotos de los actores para los distintos decorados.

Meritorio: hace todo lo que nadie quiere hacer: barrer y fregar los decorados, recoger y devolver atrezzo, ayudar en el rodaje, en las recogidas y los montajes, cargar y descargar...



Ilustración 56. Sala de música. Boceto al óleo de Benjamín Fernández, diseñador de producción de Los otros (2001), dirigida por Alejandro Amenábar.

constituyen un fiel reflejo de nuestra psique y nuestra afectividad. El trabajo del director de arte es bucear en el mundo de cada personaje y concretamente revelar sus espacios interiores, dándoles vida, construyéndolos y haciéndolos una realidad. Por ejemplo, si la persona es un ser oscuro, con una vida con muchos vicios, podemos utilizar colores fríos neutralizados.

El espacio puede dar la sensación de encierro y para lograrlo le sugeriremos al director de fotografía agregar humo en el ambiente para dar la sensación de un espacio poco ventilado.



Ilustración 57. Colocación de atrezzo con luz en el rodaje de la película musical de terror Killer Barbies (1996).

El atrezzo es lo que sigue luego de construir o revelar el espacio donde se sitúa la acción. Cada personaje que tenga un decorado asignado tendrá un atrezzo único y pensado para él previamente aprobado por el director.

Un decorado bien realizado es aquel en el cual no se ve la intervención de nuestra mano.

Tabla 7. Salarios mínimos del Departamento de Arte (2017)

| Categorías profesionales | Salario base en euros | | | |
|-----------------------------|-----------------------|-----------------|-----------------|----------|
| | Semana | Semana 45 horas | Semana 50 horas | Mes |
| | | 1,3 | 1,533 | 3,75 |
| Director de arte | 659,65 | 857,55 | 1.011,25 | 2.472,59 |
| Decorador | 605,74 | 787,46 | 928,61 | 2.270,53 |
| Regidor | 400,72 | 520,94 | 614,31 | 1.502,03 |
| Ayudante de decoración | 279,58 | 363,45 | 428,59 | 1.047,95 |
| Ambientador | 443,77 | 576,90 | 680,30 | 1.663,39 |
| Atrecista | 363,08 | 472,01 | 556,60 | 1.360,95 |
| Ayudante de ambientación | 254,39 | 330,71 | 389,98 | 953,55 |
| Constructor de atrezzo | 266,26 | 346,14 | 408,18 | 998,03 |
| Ayudante de atrezzo | 254,39 | 330,71 | 389,98 | 953,55 |
| Carpintero/pintor de rodaje | 266,26 | 346,14 | 408,18 | 998,03 |
| Jefe de construcción | 316,85 | 411,91 | 485,74 | 1.187,67 |
| Jefe de carpintería | 284,01 | 369,21 | 435,38 | 1.064,56 |
| Jefe de pintura/empapelado | 284,01 | 369,21 | 435,38 | 1.064,56 |
| Jefe de modelaje | 284,01 | 369,21 | 435,38 | 1.064,56 |
| Modelador | 266,26 | 346,14 | 408,18 | 998,03 |

Fuente: Convenio colectivo de la industria de producción audiovisual (técnicos). Producciones de bajo presupuesto. Buscar actualizaciones en Internet.

2. Aspectos técnicos

2.1. El desglose de arte

Consiste en hacer un documento con todas las necesidades de nuestro departamento, por secuencias, diferenciando día y noche. Las áreas en las cuales se divide el desglose son:

- **Construcción.** Todo trabajo relacionado con grandes cambios estructurales, como hacer una pared falsa para acotar un espacio, trabajos grandes de carpintería, montar un baño o una cocina. Es importante cuantificar el trabajo para poder calcular muy bien los tiempos necesarios para cada uno.
- **Decoración.** Son todos esos elementos que componen la ambientación de un decorado: muebles, lámparas, cuadros, plantas, cortinas y todo tipo de objetos para reproducir el espacio buscado. Algo importante es considerar los derechos de propiedad intelectual de cualquier obra que podamos utilizar, ya sean cuadros, portadas de libros u otros susceptibles de tener derechos de autor.
- **Atrezzo.** Es el conjunto de enseres, objetos, muebles y otras cosas que se emplean en una representación dramática, una filmación o una sesión fotográfica. Son todos los elementos que están descritos en el guion y son manipulados por los actores durante la filmación. Se puede llamar también utilería de acción. Por ejemplo, un periódico, tabaco o un mechero.
- **Vehículos de escena.** Coches de los protagonistas, motocicletas o bicicletas. Los coches de los protagonistas, si son personajes positivos, los suelen ceder las marcas. Para los “malos” es siempre más complicado conseguir.
- **Animales.** Hay empresas encargadas y especializadas de llevar animales de todo tipo a las filmaciones y encargarse de ellas durante todo el rodaje. No son contrataciones fáciles ni económicas para una producción. Últimamente a raíz de los movimientos de derechos de los animales, muchos estudios están reproduciendo los animales en 3-D. Un gran ejemplo de la utilización de animales creados bajo esta técnica es *La vida de Pi* (*Life of Pi*, 2012), del director Ang Lee.
- **Efectos especiales:** lluvia, nieve, humo, disparos y explosiones.
- **Efectos visuales: cromas.** Un croma es un fondo neutro, normalmente verde o azul, donde se incrusta un paisaje o una calle. Los actores se sitúan por delante.
- **Armas:** pistolas, rifles, espadas, navajas...

Si tienes todas las localizaciones encontradas, el desglose de arte y un plan de trabajo, puedes hacer el presupuesto de arte. Conviene hacerlo con el decorador y el regidor. Hay que calcular bien los tiempos de intervención en los distintos decorados, los montajes, las recogidas y las devoluciones.

2.2. La preparación

Una película española suele tener entre 8 y 10 semanas de preparación dependiendo



Ilustración 58. Estudio con fondo de croma. Sobre este fondo se insertan digitalmente imágenes que pueden ser localizaciones.

de la dificultad del proyecto y del tiempo que necesite la construcción de los decorados. Normalmente solo se construye lo imposible de encontrar o lo que hay que inundar, quemar o tirotear. Nuestro trabajo es muy concreto: encontrar la localización correcta o construir el mejor decorado posible para la puesta en escena del director.

Para reflejar bien una época es fundamental pasar varias semanas en las distintas hemerotecas. Los periódicos y revistas nos ayudan a saber todo sobre la vida diaria de la época a estudiar, nos actualizan rápidamente sobre la época que debemos producir, ya que contienen anuncios de coches, electrodomésticos, cantantes, referencias de la moda y los muebles.

Nuestro trabajo es muy concreto: encontrar la localización correcta o construir el mejor decorado posible para la puesta en imagen del director

Las fotografías son nuestro mejor aliado. Las primeras fotografías de la historia son de mediados del siglo XIX. Para toda imagen anterior solo nos queda la pintura, la arquitectura y la literatura. La agencia Efe es de gran ayuda para este tipo de investigaciones.

2.3. Las localizaciones

Como comentábamos, antes de salir a buscar nuestras localizaciones conviene documentarse sobre el tema que estamos tratando. Los personajes, sus profesiones, el nivel

económico en el que viven, vicios y pasiones. También hay que tener en cuenta la época del año en que se desarrolla la película, otoño, invierno, primavera o verano. En caso de filmar en primavera y necesitar que en el film sea invierno hay que evitar las calles arboladas llenas de hojas.

Normalmente, una localización no debe estar a más de 100 kilómetros de nuestras casas, para no tener que dormir en un hotel, ya que esto encarecería mucho el presupuesto general. También es importante dejar tiempo suficiente de rodaje al director y si la localización está lejos se pierde ese tiempo en el traslado del equipo. Los directores jamás rechazarán un decorado a cinco minutos de su casa u hotel. Dice Emilio Martínez-Lázaro: “No quiero perder un minuto, en traslados.”

Una característica de los directores o directoras de arte es que hay que ser simpático y educado. No tienes otra opción. Te vas a pasar la vida pidiendo favores a todo el mundo. Eres el primero en ver los distintos lugares y quien normalmente tiene más relación con los propietarios, y también eres el último en salir al devolver el espacio alquilado a su estado original.



Ilustración 59. Exodus: Dioses y Reyes (Exodus: Gods and Kings, 2014), de Ripley Scott. De izquierda a derecha: Arthur Max (diseñador de producción), Pilar Revuelta (decoradora) y Benjamín Fernández (supervisor de dirección artística). Fuente: Puerto Collado.

Un gran desafío de nuestra profesión es que hay que manejar un presupuesto y debemos respetarlo sin gastar más de lo acordado con la producción (el otro Dios).

Los presupuestos se pueden hacer de dos formas: sumando partidas y obteniendo un resultado o restando partes de una cantidad hasta llegar a cero. Nuestro modelo nacional es restando.

Una ventaja de nuestro trabajo es que somos de los primeros en incorporarnos a los proyectos. La preproducción de un film es el dinero mejor invertido de todo el presupuesto. Cuanto más

La preproducción de un film es el dinero mejor invertido de todo el presupuesto

tiempo tengamos para preparar antes de comenzar a filmar, mejor será para todos, incluso para nuestros sueldos. Aunque puedes negociar tu preparación cobrando el mismo sueldo, pero trabajando cuatro semanas más. Es preferible tener tiempo para pensar, buscar, y obtener un mejor resultado final.

Existen agencias de localizaciones y localizadores profesionales que siempre viene bien consultar. En publicidad es donde más se utiliza este modo de encontrar localizaciones. Personalmente considero que es la parte más interesante del proyecto. Trabajas casi solo buscando los espacios que representen lo que imaginas y así, vas viendo crecer la película e incorporando espacios.

3. Los flujos de trabajo

3.1. El presupuesto de arte

Una partida es el presupuesto de localizaciones. Se trata del dinero que tenemos para pagar los alquileres de todos los decorados de la película, serie o anuncio. En caso de necesitar un estudio, permisos o pagar tasas para rodar en la calle, todos estos temas entran dentro de nuestro presupuesto.

Este dinero lo maneja producción. Conviene saber, si conseguimos ahorrar en localizaciones, que podremos pedir algo más de dinero para nuestro Departamento de Arte y ponerle más elementos de atrezzo interesantes a nuestro decorado.

Interesa encontrar una localización estupenda donde nuestra intervención sea mínima. Esta situación se da pocas veces, ya que siempre hay que hacer algo. Si además de ser una localización costosa tenemos que cambiar el color de la pintura de las paredes y los muebles, el decora-

La última palabra sobre un espacio de rodaje siempre la tiene el director, pero suelen preguntarnos y respetar considerablemente nuestra opinión

do costara mucho más que si no hay que realizar estas tareas. En tal caso es conveniente buscar otra localización que se adapte mejor a nuestras necesidades. La última palabra sobre un espacio de rodaje siempre la tiene el director, pero suelen preguntarnos y respetar considerablemente nuestra opinión.

Nunca hay que proponer una localización a un director si no tienes asegurado que puedas rodar en ella o sin haber hablado previamente con el propietario o encargado del espacio seleccionado para asegurarse de que la podrán conseguir.

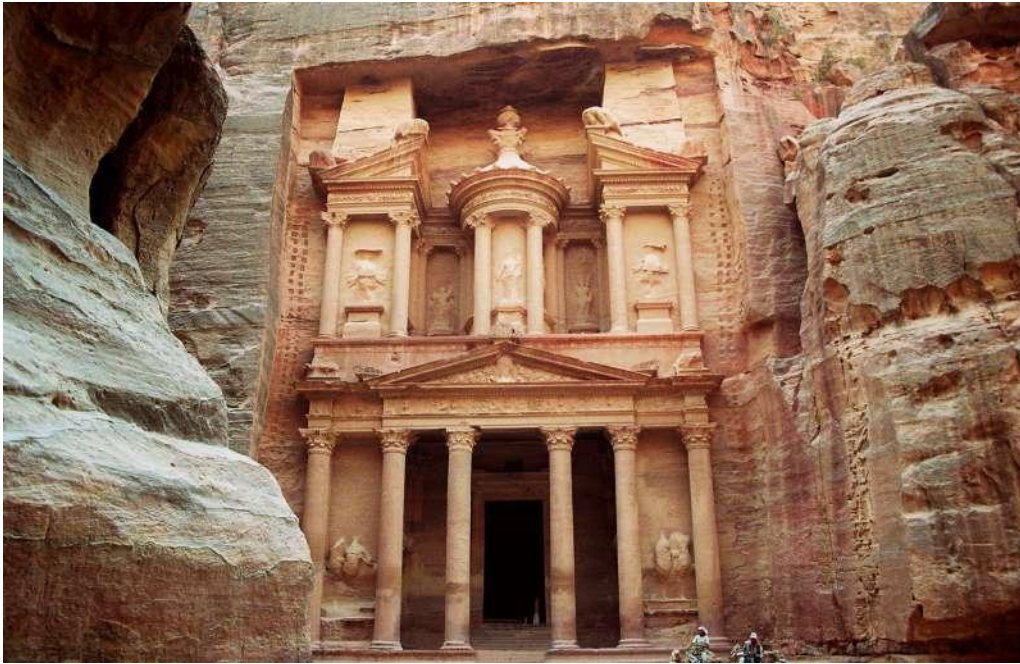


Ilustración 60. Decorado natural. La ciudad de Petra fue una localización en una de las entregas de Indiana Jones.

3.2. Los decorados

El arquitecto y diseñador de decorados francés Robert Mallet-Stevens escribió en 1929:

El decorado, para ser un buen decorado, debe actuar. Tanto si es realista, expresionista, moderno o histórico, debe desempeñar su función. El decorado debe presentar al personaje antes de que éste aparezca, debe indicar su posición social, sus gustos, sus hábitos, su estilo de vida, su personalidad. Los decorados, al igual que la arquitectura, pueden incluso aspirar a los ideales de las otras artes, a la expresión de sentimientos esenciales en una forma arquitectónica.

Es decir, todo lo que colocas en un decorado debe tener una intención. No debe decorarse por que sí, ya que de este modo se pierden sutilezas y la veracidad de un film. Gil Parrondo explicaba que un decorador cinematográfico “nunca se puede permitir que su gusto personal sea más fuerte que las exigencias que personajes e historia tengan”.



Ilustración 61. La aldea de los hobbits.

Para trabajar con cierta comodidad, los decorados naturales tienen que ser enormes. En un equipo normal de cine español trabajan por lo menos 80 personas. En la localización, además de tener el decorado, hay que acomodar maquillaje, vestuario, producción, el monitor del director, el carrito de sonido, y los aparatos de luz. También hay que tener en cuenta un sitio de descanso para los actores. En una gran producción todo se puede solucionar con caravanas. Solo necesitas el espacio para poder aparcar.

3.2.1. Los decorados naturales

Particularmente son los que más nos gustan, ya que es donde se encuentra el mayor realismo. Puede ser interiores o exteriores: una ruina o un palacio, pero tienes tus paredes, ventanas, y las vistas sobre la calle, todo es real, incluso la vida que pasa fuera.

3.2.2. Decorados naturales exteriores

Las calles más interesantes para filmar son las que están en cuesta y si tienen curvas mejor. En una curva vas descubriendo el espacio a medida que la cámara se mueve, los fondos van cambiando y eso es muy interesante para un film. Del mismo modo sucede con espacios como pasillos de hoteles o edificios. Un ejemplo es *La vida es bella* (*La vita è bella*, 1997), de Roberto Remigio Benigni, cuando el personaje está triste o en problemas, se rueda cuesta arriba, y cuando está contento y la vida le sonrío se rueda cuesta abajo.

3.2.3. Los decorados construidos

Este tipo de decorados se hacen porque:

- 1) Se va a rodar mucho tiempo en esos decorados.
- 2) No se encuentra lo que el director desea para su historia.
- 3) Por la comodidad y el sonido directo.



Ilustración 62. Decorado construido. Escena de un atentado terrorista.

Para que sea razonable su construcción, debemos rodar como mínimo una semana. Un decorado en estudio cuesta diez veces más que un decorado natural. Siempre hay que tener en cuenta los techos que en todos los casos deben ser móviles para poder iluminar cómodamente cada secuencia.



Ilustración 63. Decorado construido. Pueblo del Oeste.

En las series de televisión siempre se construyen decorados fijos. Ejemplo: las casas de los protagonistas, un bar... El motivo es por la duración de la filmación. Generalmente están cuatro meses rodando 13 capítulos y serán mucho más si renuevan sus contratos con la cadena televisiva.

También se construyen decorados exteriores: calles, plazas, fachadas.

En fin, la mejor forma de entender en qué consiste este oficio, como pasa en casi todo, es mirar el trabajo de los maestros y aprender de sus mejores películas y series. Son muchos: Cedric Gibbon, Alexandre Trauner, en España, Enrique Alarcón, Gil Parrondo o Félix Murcia y tantos otros.

Bibliografía básica

- ✓ ALARCÓN, Enrique (1984). *El decorador en el cine*. Alcalá de Henares: Edición del XIV Festival de Cine de Alcalá de Henares.
- ✓ BARSACQ, Leon (1970). *Le décor du film: 1895-1969*. Paris: Henry Veirier.
- ✓ BATISTE, Jaume (1991). *La escenografía*. Barcelona: La Galera.
- ✓ BONT, Dan (1981). *Escenotécnicas en teatro, cine y televisión*. Barcelona: Ed. Leda.
- ✓ BREYER, Gaston (2005). *La escena presente: teoría y metodología del diseño escenográfico*. Buenos Aires: Ed. Infinito.
- ✓ DAVIS, Tony (2002). *Escenógrafos: Artes Escénicas*. Barcelona: Océano.
- ✓ ETTEGUI, Peter (1999). *Diseño de producción & dirección artística*. Barcelona: Océano.
- ✓ GÓMEZ, José Antonio. (2000). *Historia visual del escenario*. Madrid: La Avispa.
- ✓ GOROSTIZA LÓPEZ, Jorge (1990). *Cine y arquitectura*. Las Palmas de Gran Canaria: Filmoteca Canaria
- ✓ GUARDIA, Manuel y ALONSO, Raúl. (1993). *Técnicas de construcción, ornamentación y pintura de decorados*. Madrid: IORTV.
- ✓ MATELLANO, Víctor (2008). *Decorados, Gil Parrondo*. Madrid: T&G Ediciones.
- ✓ MILLERSON, Gerald (1990). *Diseño escenográfico para televisión*. Madrid: IORTV.
- ✓ OLSON, Robert (1988). *Conceptos básicos de la dirección artística en cine y televisión*. Madrid: IORTV.
- ✓ PASTOUREAU, Michel (2009). *Diccionario de los colores*. Barcelona: Paidós.
- ✓ RAMÍREZ, Juan Antonio (1993). *La arquitectura en el cine: Hollywood, la edad de oro*. Madrid: Alianza.
- ✓ RIZZO, Michael (2007). *Manual de dirección artística cinematográfica*. Madrid: Omega.

Capítulo 8

Vestir: la indumentaria

Susana Lumbreras (ECAM)



Sumario

- | | |
|--|-----------------------------|
| 1. Presentación del personaje | 3. El proyecto de vestuario |
| 2. El trabajo del diseñador de vestuario | 4. Durante el rodaje |
| | 5. Un poco de historia |

Vemos películas o series para que nos cuenten una historia, pero el relato solo es una parte. A través del audiovisual, también aprendemos música, literatura, artes plásticas e indumentaria. Acercarse al cine, aunque no lo parezca, es acercarse al figurinismo: un escaparate de ropa en el que los maniqués son los actores y el vestuario, en movimiento sobre un cuerpo, cobra toda su expresión.

Generalmente, la ropa en cine y las series pasa desapercibida. Pero sólo hasta cierto punto porque, si profundizamos un poco, no ocurre así. El **vestir** importa. Lo que cubre y adorna el cuerpo del personaje es relevante. Recordamos a Neo, el protagonista de *Matrix* (1999), vestido por Kim Barret, y enseguida asociamos a Keanu Reeves con la imagen de un largo abrigo de cuero con gafas negras. Asociamos el personaje de Rick Blaine de *Casablanca* (1942.), interpretado por Humphrey Bogart y vestido por Orry-Kelly, con una gabardina clara. El vestuario es para el espectador indisoluble del personaje y del actor, por lo que se podría hablar de la percepción de un triple tándem: vestuario-actor-personaje, es decir, recordamos un personaje asociado a un actor con un vestuario concreto.

1. Presentación del personaje

El vestuario en una película es percibido de manera muy difusa. No se percibe aislado ni se puede disociar de la narración. Ocurre algo parecido a lo que sucede con la música o la iluminación. Fotografía, música o iluminación aportan a la narración audiovisual una atmósfera, un tono general y una apariencia de subjetividad que facilita poderosamente



Ilustración 64. La indumentaria del universo del Western en Centauros del desierto (The Searchers, 1956).

la identificación del espectador con los personajes. Con el vestuario ocurre lo mismo, crea una **atmósfera indumentaria** que finalmente es la imagen vestimentaria de la película; el vestuario, además, apoya poderosamente el proceso de identificación del espectador con el personaje. Lo interesante es que la ropa, aunque sea la que podemos ver por la calle, adquiere más significados en la pantalla que en la vida social porque la pantalla amplifica aquello que proyecta.

El vestuario en el audiovisual es polisémico: aporta diversos significados a la narración; a veces la indumentaria cobra significado simplemente por contraste entre unos personajes y otros; otras veces lo hace en relación con la acción, el lugar, las circunstancias... El vestuario arroja mucha información sobre los personajes: nos indica edad (madre-hi-

ja), género (hombre-mujer), estatus social (rey-mendigo), procedencia geográfica (esquimal-bantú), tiempo meteorológico (gabardina-camiseta), oficio (bata de médico-uniforme de policía), desarrollo de la acción (un personaje con sombrero señala que va o viene de la calle, vestuario de fiesta para un baile), estado civil (luto-boda), creencias religiosas (velo-cabeza descubierta), etc. Pero también, a veces, puede cargar con un significado mayor que el simplemente indumentario: de la misma manera que si un personaje toma un cuchillo entendemos que va a matar o a defenderse, un nudo de corbata aflojado, con el primer botón de la camisa desabrochado, transmite la imagen de un hombre formal en un ambiente de confianza, más relajado. Si un gánster se pone unos guantes, podrá estar intentando no dejar sus huellas dactilares y hacer una fechoría con limpieza; en este caso, el elemento indumentario guantes es fundamental para la comprensión del desarrollo de la trama por parte del espectador. Otro caso muy interesante es el travestismo: mujer vestida de hombre u hombre vestido de mujer, como en *Con faldas y a lo loco* (*Some Like It Hot*, 1959) diseño de vestuario que premió el trabajo de Orry-Kelly con un Óscar.

La apariencia externa del actor muestra la identidad del personaje, pero es en la construcción del personaje que hace el actor, con la ayuda del director, mediante gestos faciales y corporales, la voz, así como con el movimiento que imprime al vestuario, cuando la indumentaria, el actor y el personaje adquieren todo su potencial expresivo. Conviene distinguir entre creación de personaje y construcción de personaje. **La creación del personaje** es la apariencia final que tienen los personajes ante los espectadores y en ello intervienen, además del responsable de vestuario, la dirección de arte, la fotografía, movimientos de cámara, iluminación, música, etc. Sin embargo, **la construcción del personaje** es el proceso interno en el que intervienen fundamentalmente el actor y el director para narrar la peripecia de la acción.

Para el diseñador de vestuario en ningún caso se trata de disfrazar al actor, ya que el disfraz siempre implica algo de ocultación y de simulación, de falseamiento. Se trata de caracterizar externamente al actor para que pueda construir el personaje con más recursos y de facilitar la comprensión del personaje al espectador.

Llegados a este punto es necesario detenerse en qué se entiende por caracterización. Caracterizar es individualizar. La caracterización es lo que diferencia a unos seres humanos de otros. Esto incluye desde nuestra forma de hablar hasta nuestra forma de movernos, pero también la forma en que nos vestimos, nos peinamos y nos adornamos. Si trasladamos esto al audiovisual, un personaje varía según el actor que lo interprete porque las características de voz, movimiento, gestos faciales y corporales, complexión física, etc. son distintas. Las características externas, vestuario incluido, serán también diferentes para un mismo personaje trabajado por equipos artísticos diferentes.

El vestuario del personaje es la expresión exterior de la transformación de sentimientos interiores

Conviene dedicar un poco de espacio a ver cómo ayuda el vestuario a transmitir los conflictos y la evolución de los personajes. Lo que los guionistas llaman el arco de transformación. Al principio de la narración cinematográfica se nos presentan las características de los personajes y sus circunstancias. Al final de la

película el personaje se ha transformado a través de su peripecia vital, que es consecuencia del conflicto o conflictos de la trama. La peripecia vital supone un cambio significativo en la orientación de la vida del personaje; ese cambio vital significativo se traduce en un cambio de sus circunstancias y, con ello, cambia su apariencia y su indumentaria.

El que el personaje pase de usar camisetas a usar camisas y trajes ejecutivos ayuda a percibir su cambio emocional y vital. Un drástico corte de cabello demuestra que el personaje crece o puede soltar apegos que sentía necesarios. En el cine, como en la vida real, existen cambios de vestuario para indicar cambios de situación, estados de ánimo, paso del tiempo, etc. El cambio de vestuario ayuda, además, al actor en la construcción y la evolución del personaje; al espectador le ayuda a comprender al personaje y sus circunstancias. El vestuario del personaje es la expresión exterior de la transformación de sentimientos interiores.

2. El trabajo del diseñador de vestuario

El trabajo del diseñador de vestuario es, aparentemente, sencillo: consiste en proporcionar la ropa para todos los actores que aparecen en la película, sean protagonistas, secundarios o figuración. Esto no significa simplemente vestir o adornar el cuerpo humano. Se trata de dar credibilidad a los personajes a través de la indumentaria mediante el significado que transmiten las prendas y crear personajes que resultarán verosímiles tras el trabajo interpretativo del actor. La contribución de un diseñador de vestuario es ayudar a hacer que los personajes sean creíbles.

El diseñador debe reunir algunas cualidades y conocimientos. Debe tener el temperamento para tratar con todo tipo de personas y comprender muy rápidamente cómo sacar el máximo provecho de su departamento para encontrar su propio camino con los actores y poder cumplir su función. Debe saber expresarse mediante el dibujo, conocer los materiales con los que va a expresar la esencia del personaje, tener conocimientos de patronaje, confección y costura, ser capaz de motivar y organizar un equipo humano y tener flexibilidad para adaptarse a nuevas propuestas.

Pero ¿cómo es el proceso de diseño y realización de vestuario cinematográfico? Cada proyecto de vestuario es distinto y necesita soluciones diferentes. En el ámbito del ves-

tuario es imposible conocer y predecir todos y cada uno de los detalles de la puesta en pie del proyecto; cada proyecto es un mundo y debe ser abordado como la aventura apasionante de resolver con experiencia, conocimiento, iniciativa y capacidad de trabajo los problemas que se presenten.

Los tres elementos fundamentales a tener en cuenta para diseñar vestuario de un personaje son: la silueta, el color y la textura.

La **silueta** del personaje nos da una primera impresión y transmite la idea del personaje a simple vista. Comprende tanto las líneas estructurales, más angulosas o más curvas, como los volúmenes del vestuario. Si comparamos la silueta de Drácula con la de Chaplin, pronto percibimos la severidad y comicidad de ambos personajes a través de su atuendo. La figura de Drácula (con una capa amplia de cuello puntiagudo hasta debajo de la rodilla) transmite una presencia feroz, imponente, por la capa amplia, y una naturaleza inquietante y perturbadora, cuello anguloso, colores negro y rojo. Chaplin, sin embargo, con bombín y chaqueta que le quedan pequeños y sus zapatones con los pantalones demasiado amplios, nos transmite, mediante la silueta, las curvas y los volúmenes, la calidez, afabilidad, generosidad e ingenuidad características del personaje.

El **color** permite transmitir las emociones y sentimientos del personaje, así como la evolución emocional que tiene a lo largo de la narración. El adecuado uso del color permite acercar los personajes y sus emociones al espectador, por lo que es una herramienta fundamental para contribuir a la identificación del espectador con los personajes y la peripecia de la narración; cuando se quiere expresar tristeza se hace uso de colores fríos, mientras que cuando queremos representar felicidad, optamos por los cálidos. Lógicamente el color está muy estrechamente ligado a la iluminación y se puede ver alterado por ella.



Ilustración 65. Yvonne Blake, diseñadora de vestuario hispano-británica ganadora de cuatro premios Goya. Foto Rubén Ortega.



Ilustración 66. Diseño de vestuario de Eiko Isbioka para *Drácula* (1992).

La **textura** del vestuario, además de estar estrechamente relacionada con el color, puede aportar significados antagónicos. Depende mucho del uso que se haga de ella: las pieles, por ejemplo, pueden dar al personaje un aspecto salvaje o refinado, dependiendo del color, el uso y el tratamiento que les demos; un tejido esponjoso como el punto va a transmitir calidez y amabilidad en el personaje; la suavidad de un personaje femenino se explica visualmente mejor con rasos y sedas.

Por lo que se refiere a los estilos de vestuario, generalmente, se clasifican en época histórica, contemporánea y vestuario fantástico.

Para el **vestuario de época** es necesario utilizar los elementos históricos del traje a favor de la narración fílmica. Por ejemplo, en una época histórica se utilizan distintos tipos de calzado. Es necesario encontrar, dentro del repertorio histórico, el más adecuado para narrar las peripecias de los personajes y es importante también que ese calzado tenga un

significado válido para el espectador actual. El trabajo de una época histórica debe ser de recreación no de copia, ya que la copia resta verosimilitud a la narración fílmica. La serie *Downton Abbey* (ITV, 2010-2015) cuyo vestuario está diseñado por Caroline McCall, Anna Robbins, Susannah Buxton y Rosalind Ebbut, es un magnífico ejemplo de vestuario en audiovisual de los primeros años del reinado de Jorge V. A través del vestuario se consigue transmitir la jerarquía de todo el personal al servicio del castillo de Downton, así como la moda de la aristocracia en la Inglaterra de la segunda década del siglo XX.

El **vestuario contemporáneo**, aparentemente, es más sencillo, pero como la ropa actual está cargada de significados para el espectador, la dificultad principal está en conocer el significado de las tendencias indumentarias del momento para narrar adecuadamente. Es el caso de la serie *Sexo en Nueva York*, emitida entre 1998 y 2004. En ella, el vestuario de las protagonistas tomaba elementos de la moda de la calle y, a la vez, influía en la moda que vestían las espectadoras. El vestuario fue firmado por Patricia Field, Rebeca Weinberg, Molly Rogers y Ellen Lutter.

El **vestuario fantástico** engloba géneros como terror, ciencia ficción o superhéroes y es el que permite más libertad creativa en el diseño, ya que se presta a utilizar atuendos o adornos de las culturas más diversas e inventar nuevas prendas o adornos. Es el caso del diseño de vestuario realizado por Ruth E. Carter en *Black Panther* (2018), que se ha denominado afrofuturista, o de gran parte de la filmografía de Tim Burton, cuyos vestuarios son firmados generalmente por Colleen Atwood.

El principal condicionante del vestuario en cine es la distancia de la cámara

El principal condicionante del vestuario en cine es la distancia de la cámara. Un primer plano acerca el ojo del espectador hasta el rostro del personaje mientras que un plano general debe ser tratado en conjunto, con contrastes. La cabeza y el rostro en el primer plano obligan a cuidar los detalles indumentarios cercanos a la cara; así, cuellos, escotes, sombreros, peinados y joyería deben resultar creíbles al espectador. El plano medio y el plano americano obligan a que el vestuario se coordine con el fondo. En el plano general son importantes las manchas de color. Por ejemplo, en el caso de batallas es importante que los colores de los bandos estén bien definidos para facilitar al espectador la comprensión de la trama.

3. El proyecto de vestuario

El tiempo dedicado al diseño de vestuario de una película depende del proyecto y del presupuesto: puede variar desde tres meses hasta un año. En función del género, la narración dramática, el carácter de los personajes, planteamiento estético general del film y, sobre todo, la esencia conceptual del director sobre la obra, el responsable de vestuario debe realizar su trabajo de preproducción. Este se inicia con la investigación, sigue con el diseño, se plasma en el proyecto con presupuesto y desglose de prendas y precios y termina tras el rodaje.

La primera lectura del guion permite, mediante los diálogos, descripciones, acotaciones, y planos, dar el carácter y la situación del personaje, las acciones que deben realizar los actores, así como posible localización y todos aquellos datos que puedan ser relevantes para la realización. En esta primera lectura es importante hacerse una idea de los grupos de personajes que hay en las distintas secuencias para comenzar a intuir cómo coordinar sus atuendos y tomar nota, o dibujar, aquellas primeras ideas que puedan resultar útiles más adelante.

Después de leer el guion más pausadamente, es necesario hacer el trabajo de mesa, es decir, una reunión con el director, el diseñador de producción y con el equipo artístico para definir la idea principal: qué se quiere contar y cómo se quiere contar. Este



Ilustración 67. *Vestuario de Paco Delgado para Blancanieves (2012).*

trabajo de mesa permite aclarar ideas y conceptos y establecer un código visual común a todos los responsables de cada una de las áreas (fotografía, dirección de arte, maquillaje, peluquería...) para dar unidad de estilo a la película y coordinar los diferentes departamentos artísticos que finalmente rodarán.

Si se le ofrece el trabajo, comienza la investigación. En esta fase, es importante manejar la documentación, sean libros, museos, películas, música... todo aquello que permita dar referencias para pasar a la fase de diseño propiamente dicha. La parte más divertida del trabajo es investigar y conocer los diferentes períodos. Es necesario conocer los hechos históricos, pero también otros aspectos, como la filosofía, el arte o la medicina, sin olvidar las creencias y los miedos de la mentalidad de cada época. Gracias a internet ahora es posible acceder a mucha documenta-

ción sin salir de la mesa de trabajo. Sin embargo, siempre es mejor acudir a los museos y exposiciones para observar de cerca lo real. En la fase de investigación es necesario registrar mediante cámara de fotos o dibujos aquellas ideas o elementos que se intuya puedan ser útiles para el diseño de los personajes.

Las primeras propuestas de vestuario se pueden realizar con un panel de conceptos para cada uno de los personajes, protagonistas y secundarios. El panel de conceptos es similar

a lo que en el proceso de creación de moda se conoce como *mood board*. Se trata de collages que recogen las primeras ideas de paleta de color, siluetas, volúmenes, texturas y materiales que puede transmitir el personaje; es decir, los paneles de concepto resumen aspectos generales del diseño y permiten una primera

El panel de conceptos es un collage que recoge las primeras ideas de paleta de color, siluetas, volúmenes, texturas y materiales que puede transmitir el personaje

visualización de conjunto. Para los personajes colectivos, como los dos bandos de las secuencias de lucha, es necesario hacer uno por cada grupo y utilizar colores que contrasten mucho para que el espectador pueda seguir la acción de cada uno de los bandos.

Si no se realiza panel de concepto, las primeras propuestas de vestuario se pueden realizar directamente con los primeros bocetos que nacen de las ideas que se han ido recogiendo en la fase de investigación. Panel de concepto y/o primeros bocetos ayudan a crear la visión de los personajes al director y al resto del equipo artístico.

Lógicamente, los personajes principales requieren más investigación y más tiempo para el diseño; generalmente, tienen más cambios de vestuario para poder matizar mejor la expresión y la evolución del personaje. Por lo que respecta a la caracterización de los personajes secundarios, tienden a ser más planos y tienen menos cambios de vestuario; funcionan de forma relativamente autónoma y recíproca respecto a los personajes principales. Para la figuración es necesario individualizar a los participantes y no uniformar al grupo, salvo que sea un regimiento militar desfilando, por ejemplo; generalmente los grupos de figuración conforman un único personaje que se expresa colectivamente; es el caso de los parabolanos de Gabriella Pescucci en *Agora* (2009), dirigida por Alejandro Amenábar.

También es interesante hablar con los intérpretes, ya que trabajar con los actores es una parte crucial del diseño de vestuario. Por un lado, los actores, a menudo han



Ilustración 68. Diseño de vestuario de Paco Delgado para Los miserables (Les Misérables, 2012).

investigado y pensado sobre su personaje más que el diseñador y, por lo tanto, pueden aportar ideas a la evolución de un vestuario. Por otro lado, serán los que finalmente den vida a las indumentarias y en ese sentido, durante las pruebas de vestuario es necesario ayudarles a buscar los posibles significados que puedan tener las prendas.

Si se conoce el reparto se puede diseñar aproximando los rasgos físicos de los actores a los personajes para intentar lograr un parecido físico en rostro y cuerpo a la vez que se facilita al intérprete la construcción del personaje. Tener en cuenta la anatomía del actor y los rasgos que ayudan a la credibilidad del personaje es siempre deseable porque ayuda al espectador a entender al personaje. Habrá casos en que se necesite ensanchar hombros, caderas o poner prótesis para acercar el cuerpo real del actor a las características del personaje o de la época.

El proyecto de vestuario consta fundamentalmente de dos partes. Una primera parte de análisis de personajes, diseño y justificación de la propuesta y una segunda parte de presupuesto con desglose de prendas y realización. Un aspecto importante del proyecto de vestuario es la justificación de la propuesta plástica, ya que la elección de una paleta de color u otra, las siluetas y los materiales que se emplearán para los personajes deben contribuir a narrar visualmente las ideas plasmadas en el guion y en la propuesta del director.

Una vez que el proyecto definitivo es aprobado, se pasa a la fase de producción y es necesario contratar la realización del vestuario. Dependiendo del proyecto, se puede realizar todo o parte del vestuario, aunque la realización es generalmente mixta: se alquilan prendas originales, se adaptan prendas existentes y se realizan las prendas nuevas necesarias; todo ello adaptado a la envergadura y el presupuesto de la producción.

El figurín permite expresar las ideas al diseñador

Como los flujos de trabajo a lo largo del proyecto son muy cambiantes, si en un inicio el diseño de vestuario sólo requiere el trabajo concienzudo del respon-

sable, a medida que se acercan los días de rodaje es necesario contratar más personas, ayudantes, para poder atender todos los aspectos y detalles indumentarios: trajes, calzado y complementos (abanicos, guantes, sombreros, bolsos, etc.).

El **figurín** tiene varias funciones. Por un lado, permite expresar las ideas al diseñador. Por otro, ayuda a directores y a actores a visualizar los personajes. Por último, transmite a las personas encargadas de materializar el traje las ideas del diseñador para la puesta en pie del personaje. El figurín es el medio con el que el diseñador de vestuario comunica sus ideas sobre el personaje. Se puede realizar en cualquier técnica o estilo, no es necesario que esté realizado con un dibujo muy académico, lo que es importante es que el dibujo sea expresivo; lo fundamental del figurín es que transmita el carácter del personaje y hay muchos que personajes no son bellos y jóvenes, son villanos, malvados, infames,

ancianos, traidores... para expresar esos caracteres es necesario que el figurín muestre el gesto facial y el gesto corporal y así plasmar la expresividad del personaje. Pero más allá de la expresividad que tenga el figurín, no hay que olvidar que el traje tiene que ser cómodo y adaptarse al desarrollo de la acción: lucha, montar a caballo, bailar, etc.

Para la búsqueda de tejidos y materiales es necesario conocer los establecimientos de suministros. Muchas veces un tejido histórico no lo encontraremos en el mercado y tendremos que adaptar nuestro diseño a la oferta disponible o encargar la decoración de un tejido a talleres especializados. Actualmente, la especialización de oficios relacionados con la indumentaria es enorme. Hay especialistas en tinturas, en estampados, en acabados, en calzado, en sombrerería y en corte y confección que facilitan la realización del vestuario; a pesar de que se delegan es necesario conocer los oficios y tener algunas nociones de todos ellos y especialmente de corte y costura para poder expresar con precisión lo que se espera de los talleres.

Puede ser necesario envejecer prendas, ensuciarlas, ensangrentarlas, o matizar colores porque lo pida la acción, por ejemplo, en secuencias de lucha, pero también para expresar el paso del tiempo; en este sentido, a veces la ropa aparece en pantalla demasiado impecable y hay que pensar que la pátina del tiempo o del uso puede ayudar a transmitir un mayor dramatismo.

Más allá de la parte artística, el diseño de vestuario conlleva trabajos que podríamos llamar más administrativos como son elaborar un presupuesto y la justificación de gastos a Producción. Al elaborar el presupuesto es necesario contemplar las prendas que se van a realizar y a alquilar, así como los oficios que es necesario contratar. El presupuesto debe incluir el desglose de prendas, la realización o el alquiler de las prendas, los trabajos necesarios de los distintos oficios que intervienen en la materialización de la idea, todos aquellos materiales que sean necesarios para dar vida al vestuario, así como todo lo que será necesario para abordar el rodaje con éxito.

4. Durante el rodaje

Normalmente los rodajes son jornadas maratonianas en las que el Departamento de Vestuario debe siempre anticiparse a la hora prevista de inicio de rodaje. El equipo de vestuario debe tener todo planificado y preparado antes del inicio del rodaje para no retrasar al resto del equipo artístico, en primer lugar, por respeto al trabajo de los demás, pero, sobre todo, porque retrasar el rodaje puede producir un descalabro económico al productor que supondrá que en el futuro no se vuelva a contar con el equipo.

En la planificación del trabajo es necesario tener claro en qué orden se van a rodar las secuencias para que todas las prendas y complementos estén dispuestos a su debido tiempo; en este sentido, el guion técnico es una herramienta imprescindible

para tener en cuenta los planos y cuidar la indumentaria en aquellas tomas que requieran especial supervisión.

Para cada personaje se hace una ficha de personaje en la que consta el nombre del actor, el vestuario que lleva en cada secuencia y los cambios que se producen en la peripecia de la acción. También es necesario hacer un **desglose técnico de vestuario** que consiste en una ficha por secuencias en la que se concreta: personaje o personajes, actor o actores que participan, figuración y vestuario a emplear.

Tabla 8. Salarios mínimos del Departamento de Vestuario (2017)

| Categorías profesionales | Salario base en euros | | | |
|---|-----------------------|-----------------|-----------------|----------|
| | Semana | Semana 45 horas | Semana 50 horas | Mes |
| | | 1,3 | 1,533 | 3,75 |
| Figurinista | 512,55 | 666,31 | 785,74 | 1.921,20 |
| Estilista | 403,42 | 524,45 | 618,45 | 1.512,17 |
| Ayudante de estilismo / ayudante de figurinista | 266,26 | 346,14 | 408,18 | 998,03 |
| Jefe de sastrería | 363,08 | 472,01 | 556,60 | 1.360,95 |
| Ayudante de sastrería | 266,26 | 346,14 | 408,18 | 998,03 |
| Sastre | 266,26 | 346,14 | 408,18 | 998,03 |

Fuente: Convenio colectivo de la industria de producción audiovisual (técnicos). Producciones de bajo presupuesto. Buscar actualizaciones en Internet.

En algunas ocasiones los actores se pueden vestir solos, pero en otras es necesario ayudar a vestirse a los intérpretes como es el caso de uso de corazas, armazones de faldas o empleo de corsés.

Una vez vestidos los personajes principales, secundarios y figuración es necesario que el responsable de vestuario o un ayudante estén presentes en las tomas bien para detalles de última hora, bien para cambios, sugerencias o incidentes que se puedan presentar. Es necesario tener previsto cualquier incidente durante el rodaje: manchas en la ropa, roturas, cambios de última hora en el vestuario, cambios de horario o de tiempo atmosférico, alteración en el orden de rodaje de las tomas, repeticiones necesarias de secuencias... Los escenarios de posibles imprevistos pueden ser infinitos.

Una vez que el material rodado se considera válido para el relato cinematográfico, el Departamento de Vestuario pasa a ayudar a los actores a desvestirse y a organizar y clasificar la indumentaria utilizada. Para que todo ello se realice con éxito es muy importante

mantener el departamento bien ordenado con el fin de saber en dónde está cada cosa en el momento que sea necesaria.

Una vez terminado el rodaje, el trabajo no ha terminado, es necesario devolver los trajes alquilados, terminar de justificar los gastos, así como organizar y almacenar todos los materiales que han sido necesarios para que los personajes cobren vida... y embarcarse en un nuevo trabajo.

5. Un poco de historia

En su origen, el cine, como se hizo en otros muchos aspectos, se nutrió de los usos indumentarios del teatro. Los departamentos de producción se ocupaban de alquilar trajes o de adquirirlos en el comercio de la misma manera que se ocupaban de otras necesidades del rodaje. A lo largo de toda la era del cine mudo, desde finales del siglo XIX hasta los últimos años de 1920, los oficios relacionados con el cine estaban en proceso de creación. Los productores rápidamente se percataron de la rentabilidad de algunos actores o actrices que superaba al resto. Por lo tanto, comenzaron a preocuparse seriamente de la elección y lanzamiento de sus estrellas. Cuando el cine comienza a ser una industria rentable, comienzan a existir almacenes de vestuario en las productoras. Al frente de dichos departamentos estaba una persona responsable que no era alguien creativo sino alguien que atendía a las necesidades del rodaje; sin embargo, ya en el cine mudo podemos encontrar algunos nombres de responsables del diseño de vestuario como Clare West o Natacha Rambova.

Las estrellas de cine fueron creadas por los propios estudios como una mezcla entre actor y personaje, mitificados como dioses por el público. Estos personajes constituyeron en gran medida los cimientos del imaginario colectivo de la época. A fin de difundir una imagen idealizada de las estrellas y de explotar al máximo su rentabilidad, los productores crearon una importante campaña publicitaria a través de revistas y clubs de fans. Los estudios definían la imagen y el atuendo de cada actor, llegando a condicionar su vida privada. Imponían contratos con duras

Categorías profesionales del Departamento de Vestuario

Diseñador de vestuario o Figurinista: es el creador, diseñador y responsable de la indumentaria de los personajes.

Estilista: crea una armonía estética en el vestuario, peinado y maquillaje de los personajes.

Jefe de sastrería: confecciona las ropas, las compra y se ocupa de su limpieza y mantenimiento.

Ayudantes de vestuario: se ocupan de tareas de responsabilidad que abarcan la compra y tratamiento de materiales, planificación de pruebas, asistencia en rodaje, supervisión de realización y acabados y todas aquellas tareas que delegue el diseñador en ellos; suelen ser contratados durante la fase de realización y rodaje.

Auxiliares de vestuario: son los que realizan tareas concretas solo durante el rodaje: limpieza y organización de prendas, planchado, mantenimiento...

Refuerzos de vestuario: son personas que estarán ayudando durante todos o algunos días del rodaje en función de la complejidad de este.



Ilustración 69. *Máscara de los Stormtroopers o Tropas de Asalto del Imperio Galáctico en Star Wars.*

Broadway) y les dan la tarea de hacer brillar a las actrices. Con ello, se reconoce y acredita, por primera vez, la labor del diseñador de vestuario, el cual adquiere una responsabilidad equiparable a los restantes componentes del equipo de creación de una película. Se convierte en el responsable máximo del *look* de la actriz; llega a ser tan popular como los protagonistas a quienes viste y establece, en la mayoría de las ocasiones, una estrecha relación con las actrices debido a las interminables sesiones de pruebas, así como a los deseos de éstas de que las vistan después para su vida diaria.

A lo largo de más de 40 años, desde 1920 hasta 1960, el diseñador de vestuario para cine debía cumplir con esa primera misión: hacer lucir a las estrellas como diosas de la pantalla.

condiciones, que forzaban a los actores a aceptar los papeles elegidos para ellos e impedían su colaboración con otros estudios. Nace entonces el *star system* o sistema de estrellato. Era común difundir biografías ficticias a fin de captar la audiencia, su vida íntima, sus bodas, sus divorcios, sus escándalos fabricados. El intérprete se transforma en un producto consumible por fans que la publicidad y las revistas se encargan de distribuir.

Durante la era dorada del cine una de las funciones los estudios de Hollywood era rentabilizar la imagen de sus estrellas. Para ello, captan los mejores creadores de vestuario (provenientes tanto de la moda como diseñadores teatrales o de musicales de

Bajo el *star system* el creador del vestuario es el responsable máximo del *look* de la actriz

Bibliografía básica

- ✓ BELLUSCIO, Marta (1999). *Vestir a las estrellas*. Barcelona: Ediciones B.
- ✓ DESLANDRES, Yvonne (1985). *El traje, imagen del hombre*. Barcelona: Tusquets Editores.
- ✓ LAVER, James (1988) *Breve historia del traje y la moda*. Madrid: Cátedra.
- ✓ LIPOVETSKY, Gilles (1990). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama.
- ✓ LURIE, Alison (1994). *El lenguaje de la moda*. Barcelona: Paidós.
- ✓ MATELLANO, Víctor (2006). *Diseñado por... Yvonne Blake. Figurinista de cine*. Madrid: Fundación Autor- Semana de Cine Experimental de Madrid.
- ✓ NADOOLMAN LANDIS, Deborah (2014). *Diseño de vestuario (el arte del cine)*. Barcelona. Blume.
- ✓ O' HARA, G. (1989). *Enciclopedia de la moda*. Barcelona: Destino.
- ✓ SEELING, Charlotte (2000). *Moda, el siglo de los diseñadores (1900-1999)*. Alemania: H.F. Ullmann.
- ✓ SQUICCIARINO, Nicola (1990). *El vestido habla*. Madrid. Cátedra.

Capítulo 9

Caracterizar: el maquillaje y el peinado

José Quetglas

(Maquillador /Caracterizador FX)



Sumario

- | | |
|---|------------------------|
| 1. Aspectos artísticos: diseño de personaje | 2.2. Posticería |
| 2. Aspectos técnicos: materiales y procesos | 2.3. Maquillaje FX |
| 2.1. Elaboración de prótesis | 3. Un poco de historia |

Caracterizar es modificar el aspecto de una persona en cuanto a edad, raza, características físicas, forma facial y/o corporal, además de la recreación de figuras históricas, la fabricación de monstruos, la confección de heridas, etc. con el fin de, junto con el vestuario, componer el aspecto exterior de un personaje. Para ello siempre nos ayudamos tanto del maquillaje como de la peluquería. El **maquillaje** decora las partes visibles del cuerpo y la **peluquería** compone el cabello. Es una intervención imprescindible en las películas y series, pues a veces el factor lumínico, sea artificial o natural, hace que haya una pérdida o cambio de color en la piel de los actores. Fundamentalmente realza la belleza, pero siempre adecuándolo a la función de la película en cuestión. En otros casos, se busca lo contrario, es decir, caracterizar marcando las imperfecciones. En ambas circunstancias, siempre debemos tener en cuenta los rasgos físicos de los actores a la hora de diseñar el personaje.

Caracterizar es modificar el aspecto de un actante (una persona, un animal, un ser fantástico...) en cuanto a edad, raza, características físicas, forma facial y/o corporal con el fin de componer un personaje

También nos ayudan a marcar y definir épocas, emociones, estados de ánimo, estatus social del personaje. Pero ¿cómo es esto posible? Pongamos algunos ejemplos para entenderlo mejor.

- Definir y marcar una época. A finales del siglo XVIII, cuando los hombres y las mujeres llevaban peluquines y pelucas blancas que cubrían su cabello natural, los hombres también se maquillaban y pintaban los labios, además de añadir colorete



Ilustración 70. Últimos toques de peluquería a la actriz antes de rodar.

a sus mejillas. Un ejemplo de largometraje dónde se puede apreciar esto es *Goya en Burdeos* (1999), dirigida por Carlos Saura, o *Barry Lyndon* (1975), dirigida por Stanley Kubrick.

A mediados del siglo XIX y hasta entrado el siglo XX, los hombres cuidaban su aspecto personal con barbas, luchanas, patillas largas o peinados elaborados, y las mujeres cubrían sus cabezas con sombreros, teniendo los peinados que adaptarse a dicho complemento, de ahí la necesaria colaboración con el Departamento de Vestuario. Tomemos como una buena referencia de esto la película *Lincoln* (2013), dirigida por Steven Spielberg, o *My Fair Lady* (1964), de George Cukor.

En este sentido, el caracterizador ha de tener conocimiento de distintas épocas, conocer la Historia, tomar referencias de diseños, cuadros, dibujos, fotos, etc.

- Definir y marcar emociones y estados de ánimo: unas lágrimas artificiales (tristeza), unas gotas de sudor (esfuerzo, miedo, ansiedad), un peinado desaliñado (desasosiego), etc.

- Definir y marcar estatus social: largas, frondosas y sucias melenas y/o barbas para un vagabundo; peinado elaborado y maquillaje cuidado para alguien de la alta sociedad, etc.

Por todo esto, podemos llegar a la conclusión de que la caracterización, el maquillaje y la peluquería en la industria cinematográfica y del audiovisual son importantes tanto para ayudar a los actores a la hora de crear y preparar sus personajes, como para dar el realismo visual a la historia que se pretende contar.

En la mayoría de los casos, resulta fundamental la colaboración y coordinación de los distintos departamentos de Vestuario, Maquillaje y Peluquería, y en ocasiones, también con otros departamentos como Arte, Cámara, Efectos especiales y Efectos visuales. Siempre se requiere esta estrecha colaboración entre departamentos. El director y su equipo suelen ser el punto de unión entre todos.

La lectura en común del guion nos servirá para anotar descripciones, acciones y estética de cada uno de los actantes aportada por las ideas del director

Con el fin de conocer más a fondo el proceso creativo, trataremos los aspectos más importantes, desde el diseño de los personajes llevado a cabo por el equipo técnico/artístico, hasta la realización de estos y preparación para el rodaje. Por último, terminaremos haciendo un repaso de las grandes caracterizaciones de la historia del cine y sus realizadores.

1. Aspectos artísticos: diseño del personaje

Todo comienza con la lectura del guion de forma individual para una primera visión general tanto de la historia que se va a contar, como de las posibles necesidades y de todos los personajes que aparecen en ella. En esta primera toma de contacto, podemos aprovechar para tomar notas de referencias de



Ilustración 71. Geraldine Chaplin en el papel de Elisa, una mujer a punto de divorciarse que se reencuentra con su padre.



Ilustración 72. *Prácticas de los alumnos de la UCJC. Retoques antes del rodaje de Estraperlo (2021), de Charly Baixauli.*

épocas, en caso de ser una película no actual, o hacer nuestro propio desglose inicial, con ideas, sugerencias, dudas, etc. que más tarde utilizaremos en la que es, quizás, la más importante de todas las lecturas que hagamos del guion: la llamada lectura técnica de guion, que tiene lugar con todos los departamentos que participarán en el rodaje: Fotografía, Vestuario, Diseño artístico y, en algún caso, los equipos de *casting* de figuración, especialistas para dobles de acción de los actores, efectos especiales o atmosféricos, efectos visuales, etc. En esta reunión, se marcan y definen los objetivos a cumplir y cada departamento expone sus necesidades de cara al rodaje.

Esta lectura en común nos servirá para anotar descripciones, acciones y estética de cada uno de los actantes aportada por las ideas del director, para después preparar un pequeño desglose con una visión organizada de los apuntes tomados, que más adelante expondremos en una reunión al director y a su ayudante para contrastar ideas, opiniones, conceptos, sugerencias... En esta misma reunión, ya se expondrán los nombres de los actores que interpretarán a los personajes y, así, poder ir estudiando un primer esbozo del diseño. En ocasiones, en esta reunión con el director también puede estar presente el director general de producción para evaluar el coste económico en caso de ser necesario por gran volumen de personajes, tipo de caracterización y/o posibles materiales a tener en cuenta como, por ejemplo, la creación de pelucas.

Una vez elaborados los diseños de personajes correspondientes, una nueva reunión con el director, así como con los responsables del resto de departamentos cuya colaboración se vaya a necesitar, suele ser necesaria para la correcta coordinación entre todos. Así mismo, es necesaria una reunión posterior con director y actores para exponer el trabajo a desarrollar y que los propios actores puedan aportar y contrastar sus propias ideas, experiencias o necesidades. Se trata de que se sientan cómodos en su trabajo, especialmente en el caso de aquellos procesos que puedan suponer largas horas de caracterización.

El siguiente paso, después de todas estas reuniones, es la visita de los actores al taller de caracterización, donde se tomarán medidas y se realizarán los moldes que sean necesarios. Éste es un trabajo arduo en forma y tiempo, en el cual pueden llegar a intervenir un mínimo de 4 a 6 personas, dependiendo cuál sea el trabajo de caracterización, y que puede llevar tiempo.

Pasados unos días y con un primer esbozo de los moldes, se realiza una primera prueba a los actores que consiste en matizar y ajustar detalles. A veces son necesarias varias pruebas con la presencia del director.

Una vez conseguida la caracterización, la cual se graba en video y se fotografía desde varios puntos, se vuelve a tener una nueva reunión con dirección y producción para organizar y rodar unas pruebas de fotografía que se van a utilizar en el rodaje. Se rodarán planos generales, primeros planos y planos detalle, así como acciones necesarias para evaluar las limitaciones de movimiento, si las hubiera, de los actores con las piezas puestas. Una vez visionadas todas estas imágenes en pantalla grande, es el momento de ver si todo funciona correctamente. Si es así, se da el visto bueno a la caracterización. Por el contrario, en caso de no ser aprobada, se examina dónde radica el problema para poder resolverlo de la mejor forma posible. Normalmente suele ser suficiente con esta prueba rodada.

Hay que destacar que, al margen del rodaje de las pruebas que se realiza con los demás departamentos, el equipo de caracterización graba en video toda la prueba para, en privado, volver a visionarla. Además, se fotografía todo el proceso, en ocasiones, paso a paso, detalle a detalle, que más tarde también servirá para mantener el record durante el tiempo de rodaje.

2. Aspectos técnicos: materiales y procesos

Una vez terminado el proceso de diseño del personaje, el caracterizador debe marcar-se las siguientes tareas en la preparación de un rodaje: elaboración de las prótesis,

posticaría y maquillaje de efectos. El trabajo en el taller es complejo, largo y delicado, pues se trabaja con tiempos ajustados de acabado. Además, en este oficio los materiales y procesos evolucionan constantemente. Por ello, el equipo de caracterización debe conocer perfectamente los materiales de uso, habiendo practicado con ellos y habiendo probado previamente sus componentes. Son productos que, aunque testados por las autoridades competentes, y habiendo pasado todos los controles necesarios, pueden en un momento determinado provocar alergias en algún tipo de piel.

2.1. Elaboración de las prótesis

Las prótesis son alteraciones del rostro de una persona o de partes de su cuerpo: nariz, boca, ojos, piernas... Deben aplicarse en forma y manera que el actor pueda articular sus expresiones y no coartarle en sus gestos o movimientos, ya sean faciales o corporales. En la actualidad se utilizan prótesis de silicona platinum, gel de silicona, gelatina o espuma de latex. Son materiales que quedan muy lejos de los que se utilizaron en tiempos pasados.

Las prótesis son alteraciones del rostro de una persona o de partes de su cuerpo: nariz, boca, ojos, piernas...

Para sacar las prótesis, hay que hacer previamente un **modelado** de dichas piezas en plastilina o similar. El modelado de las piezas sobre la cara o cuerpo del personaje se trabaja sobre moldes de escayola.

Estos moldes se realizan sacando **negativos** de cara y/o cuerpo en gel de alginato disuelto en agua (producto utilizado en odontología para obtener impresiones dentales) o bien, en silicona *body double*; esta última requiere que se aplique una crema hidratante sobre la piel previamente.

En el caso de molde de cara, se prepara al modelo cubriendo su cabello con papel osmótico para protegerlo. Antes de aplicar uno de los materiales citados previamente, también protegemos las zonas de vello, cejas, pestañas, con vaselina para evitar que se adhiera y poder despegar el molde sin dañar. A continuación, se extiende por toda la cara incluyendo las orejas el alginato o el *body double* ayudándose con una espátula de plástico. Una vez aplicado el producto y debido a su fragilidad y elasticidad, se refuerza con vendas de escayola, creando así un recubrimiento resistente. Posteriormente, cuando las vendas han perdido la mayor parte de humedad, lo retiramos del rostro obteniendo así el negativo que mencionábamos más arriba.

Todo negativo necesita su **positivo**, por lo tanto, rellenando ese negativo con escayola, obtenemos el molde positivo. De esta forma obtenemos la cara del actor para comenzar el modelado.

Una vez tenemos este molde siempre es conveniente, por seguridad, hacer un negativo suyo en silicona de molde. Esta silicona se utiliza exclusivamente para fijar moldes con cualquier tipo de material. Así, en el supuesto de que se rompa o deteriore el molde original, tenemos asegurada otra copia sin necesidad de volver a realizar todo el proceso al actor. También utilizamos esta copia para poder realizar moldes parciales de la cara si fuese necesario.

Sobre este positivo empezamos el proceso de modelado, que bien puede ser con plastilina *chavant* (joyero), barro o arcilla. El modelado de la cara se hace completo y después se disecciona en partes con el fin de que el actor pueda gesticular como si fuese su propia cara. Todas las articulaciones deben de quedar libres para facilitar cualquier movimiento. Estas secciones, que se desprenden del molde original al sumergirlo en agua, las colocamos posteriormente en esos moldes parciales si fuera necesario. Ojo, para que se desprendan las piezas es necesario aplicar previamente varias capas de alcohol polivinílico a nuestro molde. Una vez colocadas volvemos a difuminar bien los bordes para que luego se integren bien las piezas en la piel. Por último, sacando el negativo de estas piezas y positivándolas en el producto deseado como, por ejemplo, silicona de platino (aunque ya hemos visto que hay una gama muy amplia), obtenemos las prótesis que aplicamos al actor. Como podemos observar, el método que se usa para casi todo se basa en la realización de negativos y positivos.

Un buen modelado y una buena prótesis facilitan mucho que nos quede una caracterización atractiva, pero es muy importante el maquillaje de la pieza, ya que es el acabado final, lo que el espectador ve. En ocasiones, un buen maquillaje puede mejorar mucho la prótesis, pero, igual que una mala aplicación del maquillaje, puede echar a perder un buen trabajo de modelado y aplicación de la pieza. El proceso de maquillaje se puede hacer tanto antes de aplicar la prótesis como después. Por supuesto, si se maquilla antes, siempre habrá que dar los últimos retoques una vez hecha la aplicación, ya que, por diversos motivos, puede variar bas-



Ilustración 73. Proceso de elaboración de una prótesis.

tante cómo vemos la prótesis, ya sea por la iluminación, alguna pequeña variación en el físico del actor en el tiempo transcurrido desde la prueba hasta el día de rodaje, etc. Para este tipo de trabajos, es conveniente realizar alguna prueba de maquillaje, ya que no es lo mismo que aplicar el maquillaje sobre la piel: los tonos pueden variar, no todos los productos se adhieren bien o dejan buen acabado, etc. También es importante saber la iluminación que van a poner ese día, ya que, dependiendo del tipo de luz, aunque tu pieza funcione en el proceso, en set puede no funcionar tanto y es necesario maquillarlo de otra manera.

Para aplicar las prótesis hay muchos **adhesivos** para la piel en el mercado, cada uno con propiedades distintas. Por ejemplo, está el adhesivo *Telesis* de componente asiliconado. Es ideal para las piezas de silicona. Bastante eficaz y resistente al sudor, evita su despegado. Los adhesivos de Ben Nye también funcionan muy bien. Un adhesivo muy bueno para pelucas, porque deja un acabado mate, es el *Mastic Super Matte Spirit Gum*. Este adhesivo tiene componentes de alcohol y éter, entre otros. Ha sido y es el más usado, pero no recomendable para las piezas de silicona.

A la hora de **desmaquillar**, para quitar las prótesis/ pelucas/ posticería facial de la cara del actor hay que hacerlo con cuidado, ya que no deja de ser un pegamento con lo que estamos trabajando. Algunos adhesivos se quitan muy bien con alcohol, por ejemplo, el Mastic. Otros necesitan un despegante más potente. El *Bond Off* de Ben Nyes funciona muy bien para todo tipo de adhesivos. Una vez desmaquillado y con la piel limpia sin ningún resto de adhesivo, es conveniente hidratar bien la piel, ya que hemos estado trabajando con productos un poco abrasivos. Además, una piel hidratada y cuidada a la hora de maquillar no solo facilita nuestro trabajo sino que lo luce más.

2.2. Posticería

Para que un trabajo de caracterización sea correcto, es muy importante la peluquería y la posticería. La posticería consiste en la elaboración de prótesis capilares (pelucas, coleteros, trenzas) y elaboración de posticería facial (barbas, bigotes, patillas). Para llevar a cabo estos trabajos, es necesario tomar las medidas del contorno de las cabezas de los modelos. Esto se realiza envolviéndolas con film osmótico transparente. Se cubre todo con cinta cello apretando para que ajuste totalmente el film en la cabeza para dar consistencia, formando un casco, y después sobre el film osmótico se dibuja el borde del nacimiento del cabello en todo su contorno, frente, laterales y nuca. Después se toma la medida del contorno con un centímetro. Despegado de la cabeza el casco resultante, se adapta a un molde de madera o resina de la misma medida y se coloca un tul (malla de seda) y se comienza a elaborar la peluca con una aguja

con gancho, haciendo un nudo con el pelo y poco a poco se avanza la peluca. Este trabajo de elaboración lleva aproximadamente 60 horas de trabajo. Antes de terminarla se necesita hacer una prueba en el modelo.

Una muestra de este trabajo lo podemos ver en *Goya en Burdeos*, ganadora del Goya al mejor maquillaje/ peluquería.

2.3. Maquillaje FX

En los trabajos de **efectos especiales de maquillaje** o FX de maquillaje, podemos hacer pequeñas o grandes piezas, golpes sangrantes, distorsiones del rostro con heridas abiertas, etc. Cuando realizamos FX de maquillaje, debemos de saber con antelación el encuadre de la cámara en rodaje. Primero para que el caracterizador no estorbe la posición de cámara y no moleste en el encuadre. En el caso de heridas que sangran y fluye sangre delante de la cámara, es necesario realizar una prótesis grande, trucada, de forma que podamos ocultar tubos, espárragos o canutos de silicona enganchados a una jeringuilla o minervilla, dependiendo de la cantidad de sangre que queramos utilizar para expulsar. En la película *El renacido* (*The Revenant*, 2015), de Gonzalez Iñárritu, este efecto de pieza grande está desarrollado durante la paliza que le pega el oso al protagonista.

En otros efectos, como cabezas cortadas o clavadas en estacas, el proceso de elaboración es parecido a lo ya explicado, incluido la elaboración de peluca, etc.

Por supuesto, el rodaje debe de estar siempre atendido por un miembro del equipo de maquillaje.

3. Un poco de historia

Los profesionales y películas que han marcado, desde mi punto de vista, la profesión de la caracterización con

La posticería consiste en la elaboración de prótesis capilares (pelucas, coleteros, trenzas) y elaboración de posticería facial (barbas, bigotes, patillas)

Categorías profesionales del Departamento de Caracterización

Maquillador: organiza el equipo acorde a las necesidades del rodaje. Como ya se ha dicho anteriormente, diseña los personajes. Ha de trabajar en equipo con otros departamentos. Su labor en plató consiste en mantener y supervisar el trabajo realizado.

Ayudante de maquillaje: es la persona de confianza que, al margen de maquillar, es el encargado de plató. Supervisa y retoca a los actores antes de empezar el rodaje de cada plano, ayudado por auxiliares y becarios si los hubiera.

Peluquero: realiza la misma función organizativa que el maquillador, también asiste al cuidado de plató. Y está en todas las reuniones con el director para definir los criterios de peluquería.

Auxiliar de maquillaje /peluquería: ejerce la labor normal de maquillaje y ayuda en plató. Son puestos aleatorios en los rodajes, en algunos casos se prescinde de ellos al ser películas de pocos actores.

diferentes técnicas de trabajo, bien con uso de prótesis o poniendo en práctica diferentes técnicas de textura, son:

- Jack Pierce. Fue maquillador de la productora Universal y pionero de la caracterización con películas como *Dr. Frankenstein (Frankenstein, 1931)* y *La Momia (The Mummy, 1932)*. Las técnicas utilizadas por este maestro para la realización de los trabajos consistían en tela, reforzada con latex, relleno de algodón, goma de alcohol y collodio. Cuando hablamos del monstruo de Frankenstein, todos recordamos la caracterización realizada en los años treinta del siglo pasado.
- Dick Smith. Hasta su llegada, el método más común era realizar máscaras rígidas de una sola pieza. Con la película *El Padrino (The Godfather, 1972)* crea un precedente en el uso del látex, una nueva técnica de varias piezas de látex independientes entre sí y adheridas a la piel del rostro para respetar y potenciar las expresiones faciales del actor. Tras realizarse distintas pruebas, se consideró trabajar directamente sin prótesis sobre la cara de Marlon Brando, utilizando algodón, *mastic* (pegamento) rebajado con alcohol y látex rebajado con agua. Marlon quería dar a este personaje un aspecto de bulldog, por lo que se le realizó para la película un apósito dental rellenando el hueco entre su mandíbula y sus mejillas.
- Rick Baker. Comenzó su trayectoria en el cine de la mano de Dick Smith, llegando a convertirse en el maquillador más ganador de la historia de los Óscar. Uno de los momentos más importantes de su carrera llegó con la película *Un hombre-lobo americano en Londres (An American Werewolf in London, 1981)* destacando, entre otros maquillajes de la película, el que aplicó sobre el actor Jack Stave para mostrar el desgarramiento en la piel simulando las garras del hombre lobo mediante piezas en espuma de látex. Otros trabajos suyos destacables serían las caracterizaciones de simios como, por ejemplo, *King Kong (1976)*, mejorando las técnicas usadas por el maestro John Chambers para *El planeta de los simios (Planet of the Apes, 1968)*, otro trabajo con diversas piezas en espuma de látex y algún protésico dental, siendo la primera vez que se convertía a los actores en criaturas animales perfectamente creíbles.
- Stan Winston. Con sus trabajos en las películas *Alien, el octavo pasajero (Alien 1979)*, *Terminator (1984)* o *Parque Jurásico (Jurassic Park, 1993)*, entre otras, enriqueció el cine de Hollywood durante la década de los 80 y 90, creando monstruos que han marcado la historia del maquillaje protésico.

Tabla 9. Salarios mínimos del Departamento de Caracterización (2017)

| Categorías profesionales | Salario base en euros | | | |
|--------------------------|-----------------------|-----------------|-----------------|----------|
| | Semana | Semana 45 horas | Semana 50 horas | Mes |
| | | 1,3 | 1,533 | 3,75 |
| Jefe de maquillaje | 443,77 | 576,90 | 680,30 | 1.663,39 |
| Ayudante de maquillaje | 279,58 | 363,45 | 428,59 | 1.047,95 |
| Auxiliar de maquillaje | 254,39 | 330,71 | 389,98 | 953,55 |
| Jefe de peluquería | 403,42 | 524,45 | 618,45 | 1.512,17 |
| Ayudante de peluquería | 260,93 | 339,22 | 400,02 | 978,07 |
| Auxiliar de peluquería | 254,39 | 330,71 | 389,98 | 953,55 |

Fuente: Convenio colectivo de la industria de producción audiovisual (técnicos). Producciones de bajo presupuesto. Buscar actualizaciones en Internet.

- Christopher Tucker. Realizó un maravilloso trabajo con *El hombre elefante* (*The Elephant Man*, 1980), inspirada en el caso real de Jon Merrick. Este padecía neurofibromatosis, una enfermedad que le causó tal desfiguramiento que no parecía un ser humano. Tucker realizó el maquillaje a dos niveles, de tal manera que algunas piezas se solapaban encima de otras, ya que era la única manera de que el actor pudiera articular sus arrugas, pues una prótesis de ese grosor resultaba complicada de aplicar a una cara normal ajustándonos a la deformidad real de Jon. La mayor parte de las piezas eran espuma de látex, mientras que las de la cabeza se confeccionaron con espuma de poliuretano con una piel de látex en la que posteriormente se insertó el cabello pelo a pelo.
- John Caglione y Doug Drexler. Ganaron un Óscar, un Baft y un premio Saturn al mejor maquillaje por *Dick Tracy* (1990).
- Barrie Dower. Es un ejemplo actual de un gran trabajo de maquillaje y caracterización. Ha creado numerosos personajes a partir de prótesis de silicona de platino, entre otros métodos, para la serie de HBO *Juegos de Tronos* (*Game of Thrones*, 2011-2019).
- José Antonio Sánchez. Es otro maestro del maquillaje, español, maquillador de producciones extranjeras y nacionales como *Nicolás y Alejandra* (*Nicholas and Alexandra*, 1971), *Los tres mosqueteros* (*The Three Musketeers*, 1973) o *Conan el Bárbaro* (*Conan the Barbarian*, 1982), entre otras muchas en las cuales tuve el honor de trabajar.



Ilustración 74. José Antonio Sánchez, reconocido por su trabajo con cinco Goyas.

Para finalizar quisiera hacer un homenaje a todos aquellos compañeros que me enseñaron a amar esta profesión y con los que tuve la gran suerte de trabajar, intentando aprender lo mejor de cada uno de ellos. También a todos aquellos que siguen en activo, aquí en España, y que están a la altura de los mejores del mundo. Es el caso de Montse Ribas y David Martín ganadores del Óscar de la Academia Americana por *El laberinto del fauno* (2006). Además de múltiples premios nacionales e internacionales. Sin olvidar a Nacho Díaz, Pedro de Diego, Pedro Rodríguez, David Ambid, Bárbara Almart...

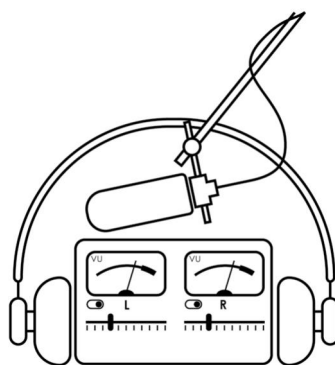
Bibliografía básica

- ✓ KEHOE, Vincent J.R. (1985). *La técnica del artista del maquillaje profesional para cine, televisión y teatro*. Madrid: IRTVE
- ✓ MAKE UP ARTIST MAGACINE <https://makeupmag.com/>
- ✓ MÁRQUEZ BERRIOS, Juan (2003). *Maquillaje y caracterización*. Madrid: IRTVE.
- ✓ RICKITT, Richard (2007). *Diseño de monstruos y personajes de películas*. Barcelona: Océano.
- ✓ STACY, Jan y SYVERTSEN, Ryder (1983). *The great book of movie monsters*. Bromley: Columbus Books.

Capítulo 10

Grabar y sonorizar: el sonido

Suso Ramallo (ECAM)



Sumario

1. Equipo humano en localización

2. Equipo técnico en localización

2.1. Grabadores

2.2.1. Código de tiempo

2.2. Micrófonos

2.2.1. Micrófono de cañón

2.2.2. Micrófono de corbata o lavalier

2.2.3. Otros micrófonos

2.2.4. Protección antiviento

2.2.5. Pértigas

2.2.6. Sistemas inalámbricos

2.3. Monitoraje

2.4. Microauriculares

2.5. Infraestructura

3. Postproducción

Así como el verbo fotografiar puede implicar todas las acciones necesarias para incorporar la imagen a una obra audiovisual, desde la toma a la copia final, no hay un verbo en español que exprese la acción de incorporar el sonido, o si se prefiere, la acción de componer la narración en cuanto al tratamiento de la palabra, el ruido, la música y los silencios. Las dos actividades básicas que realiza el Departamento de Sonido de una obra audiovisual, la toma de sonido y su tratamiento posterior, remiten a dos acciones o verbos. La toma implica captar o grabar el sonido directo en el set de rodaje: los parlamentos de los actores, los ruidos y la música diegética (del mundo de los personajes). Podríamos usar el término *audiograbar*, pero la Academia de la Lengua Mexicana considera que es una voz innecesaria porque el término **grabar** lleva implícito captar y almacenar imágenes y sonidos de forma que luego se puedan reproducir. El tratamiento del sonido, por su parte, consiste en **sonorizar** esa grabación en la postproducción, añadiendo, por ejemplo, efectos sonoros que ambientan la secuencia y la música de fondo o extradiegética (que solo escuchan los espectadores). La mezcla final da lugar a la **banda sonora** de la serie o película.

En concreto, el cine sonoro comenzó oficialmente en los años 20 del siglo pasado, con *Don Juan* (1926), de Alan Crosland. Fue el primer largometraje con efectos de sonido sincronizados (aún no tenía diálogos). Al año siguiente se rueda la famosa, *El cantor*

de jazz (1927), también, de Alan Crosland, que contenía diálogos hablados (un par de minutos) y música, ambas grabadas en Vitaphone, el primer sistema de sonido para cine. La primera película completamente hablada fue *Lights of New York* (1928), de Bryan Foy. Aunque la primera filmación con sonido sincronizado fue en 1894 para Dickson Experimental Sound Film, realizado para el quinetoscopio de Edison. La llegada del sonido en el cine fue una disrupción: hubo un antes y un después de los *talkies* (término con el que se conocía a las películas habladas). Si bien se siguieron realizando películas mudas, estas fueron decayendo rápidamente, ya que el público demandaba películas sonoras.

La técnica de aquella época para rodar con sonido era bastante rudimentaria. El primer método, el Vitaphone, usaba un disco para grabar el sonido que se tenía que sincronizar en la reproducción. El sistema se dejó de usar rápidamente, aunque tenía ventajas, pues era más económico que los sistemas de grabación de manera óptica en el celuloide y tenía mejor calidad de sonido, es decir, mayor rango dinámico que los ópticos.



Ilustración 75. Rodaje con sonido en directo en una producción de Hollywood.

1. Equipo humano en localización

Si bien en producciones de ficción informales es usual ver a una sola persona haciéndose cargo de todo el sonido de la localización (e incluso de la postproducción), es una manera de trabajo donde no se puede tener un buen control de la situación. No se puede manejar correctamente los micros (por ejemplo, la pértiga) y el grabador al mismo tiempo que se tiene todo el material preparado.

En las grabaciones de ficción profesionales el equipo de grabación en localización suele constar de un mínimo de tres personas:

- El jefe de sonido (*Sound Mixer*). Es la persona responsable de grabar los diálogos y ambientes en una producción audiovisual. Tiene que dirigir al Departamento de Sonido en el set. Está a las órdenes del director y, si lo hubiera, del supervisor de sonido. Se encarga de disponer todo el equipo necesario y mantenerlo. Es habitual que provea el equipo para la producción, sabiendo las necesidades para la grabación, con las peticiones de producción, dirección y la lectura del guion. Se espera, por tanto, que sea el equipo necesario y esté en correcto estado de funcionamiento.
- El microfonista (*Boom Operator*). Es el responsable de la pértiga y los micrófonos. Supervisa al auxiliar de sonido y colabora con él (si es posible) en disponer los micrófonos *lavalier* (de corbata). Es el trabajo más físico del departamento. Tiene que estar operando la pértiga durante horas. Precisa de buena memoria para recordar los diálogos o los pies para poder poner el micro en boca en cada intervención de un actor. Los micrófonos habitualmente son muy direccionales, así que tienen que estar en boca (apuntando al actor que está hablando o fuente)

Categorías profesionales del Departamento de Sonido

Supervisor de sonido: es el encargado del sonido de la película o serie. Viene a ser el jefe del equipo. Está a las órdenes del director y busca plasmar sus necesidades. Puede, además, tener varios roles, como ser el editor y el diseñador de FX.

Jefe de sonido: es responsable de grabar los diálogos y ambientes durante el rodaje. Dirige el Departamento de Sonido en el set.

Microfonista: es el responsable de la pértiga y los micrófonos.

Auxiliar de sonido: es el encargado del montaje del equipo y su recogida en la localización.

Editor de diálogos: es el profesional que se encarga de los diálogos de la película, recibe los brutos que se grabaron en localización y va limpiándolos, ajustándolos y nivelándolos.

Mezclador o Re-recording mixer: es el profesional que hace la mezcla final de la película.

Editor de sonido: es el encargado de ir disponiendo cada uno de los elementos que van a conformar el sonido de la película, normalmente es el mismo supervisor. También añade elementos que no estaban, por ejemplo, sonidos de librería, y recibe los materiales del resto de profesionales.

Foley o Efectos sala: es el encargado de añadir los sonidos que no se grabaron en localización.

en cada momento. En muchas producciones, se suele llevar un segundo microfonista para las tomas que hagan inviable que una sola persona pueda hacerlo, tanto por desplazamiento del micro o número de actores que intervienen con diálogo.

- El auxiliar de sonido. Es el responsable del equipo de sonido en el rodaje. Se encarga de disponer los micrófonos *lavalier* y los sistemas de antenas. Se encarga de la organización del cableado. Es el principal encargado del montaje del equipo y su recogida. Es fundamental que el auxiliar disponga los micrófonos *lavalier*, ya que, si el microfonista está atendiendo a ese proceso, no está pendiente de cómo se va a desarrollar la escena que se va a rodar a continuación, cómo va a ser el cuadro y dónde y cómo van a estar los elementos de arte o mecánicos que pueden interferir en su movimiento y la iluminación (para evitar las sombras y reflejos).

Tabla 10. Salarios mínimos del Departamento de Sonido (2017)

| Categorías profesionales | Salario base en euros | | | |
|-------------------------------|-----------------------|-----------------|-----------------|----------|
| | Semana | Semana 45 horas | Semana 50 horas | Mes |
| | | 1,3 | 1,533 | 3,75 |
| Jefe de sonido | 512,55 | 666,31 | 785,74 | 1.921,20 |
| Ayudante de sonido | 400,72 | 520,94 | 614,31 | 1.502,03 |
| Montador de sonido | 419,36 | 545,17 | 642,88 | 1.571,91 |
| Ayudante de montaje de sonido | 254,39 | 330,71 | 389,98 | 953,55 |
| Auxiliar de sonido | 254,39 | 330,71 | 389,98 | 953,55 |

Fuente: Convenio colectivo de la industria de producción audiovisual (técnicos). Producciones de bajo presupuesto. Buscar actualizaciones en Internet. Equipo técnico en localización.

2. Equipo técnico en localización

El principal cometido del equipo de grabación en localización es el registro de los diálogos, seguido de los *wildtracks* (tomas libres no sincronizadas con la imagen). Dentro de lo que denominamos *wildtracks*, pueden ser: *room tones*, sonido de la habitación vacía que es útil para poder editar los diálogos (rellena los huecos vacíos dando continuidad), sonidos particulares que pueden ser útiles en el montaje, frases que creamos que no quedaron del todo bien para que las tengamos en la edición de diálogos, locuciones en off, etc.

2.1. Grabadores

Como decíamos, después del Vitaphone, la grabación comenzó a hacerse directamente sobre la cámara registrándola de manera óptica sobre el celuloide. Evidentemente, el **sonido óptico** tenía ventajas a nivel de la sincronización, pero no proporcionaba la mejor calidad de sonido.

Con la aparición del grabador magnetofónico Nagra III NP, en 1958, se empezó a usar el grabador como un elemento independiente en localización, ofreciendo una mayor calidad de sonido. La grabación con **magnetofón** tenía el inconveniente de tener una sola pista de grabación y, en los últimos modelos, dos. Eso obligaba a usar una mesa de mezclas si se querían usar más de dos micros, de ahí viene el término *Sound Mixer* para referirse al jefe de sonido en localización. Lo que mezclaba era en parte la mezcla final, ya que, al estar grabado todo sobre una sola pista, no se podía remezclar en postproducción.

Desde finales de los años 80 hasta el 2000, se solía grabar en DAT (**Digital Audio Tape**), un dispositivo de grabación digital de dos pistas, teniendo el mismo problema que el anterior: la necesidad de usar una mesa de mezclas si se tenían más micrófonos.

En el año 1996 salió el primer grabador de disco duro con cuatro pistas: el Zaxcom Deva. Este equipo lo cambió todo y pronto aparecieron otras marcas como Sound Devices y su serie 7xx. La mejora de los grabadores sobre disco duro o memoria sólida ofrece grabadores con más pistas. Tener más pistas significa tener la posibilidad de grabar de manera independiente cada uno de los micros, con lo cual la función de mezclar en el set queda relegada a monitoraje y a tener una mezcla básica como referencia en el montaje. Hoy en día tenemos grabadores de hasta 32 pistas (*Sound Devices Scorpio*). Normalmente no son necesarias tantas para una producción de ficción, pero sí para programas de televisión.

El principal cometido del equipo de grabación en localización es el registro de los diálogos, seguido de los *wildtracks*



Ilustración 76. Nagra III. Fuente: Deutsches Technikmuseum.



Ilustración 77. Mesa analógica Audio Developments AD114.



Ilustración 78. Grabador Sound Devices 788T con superficie de control CL9. 12 pistas.

El orden y número de las pistas depende del grabador, pero habitualmente es el siguiente:

Tabla 11. Orden y número de pistas

| Pista | Elemento | Tipo de grabación |
|-------|---------------|-------------------|
| 1 | Mezcla L | Post |
| 2 | Mezcla R | Post |
| 3 | Pértiga 1 | Pre |
| 4 | Pértiga 2 | Pre |
| 5 | Inalámbrico 1 | Pre |
| 6 | Inalámbrico 2 | Pre |
| 7 | Inalámbrico 3 | Pre |
| 8 | Inalámbrico 4 | Pre |
| 9 | Inalámbrico 5 | Pre |
| 10 | Inalámbrico 6 | Pre |
| 11 | Inalámbrico 7 | Pre |
| 12 | Inalámbrico 8 | Pre |

El objetivo de este orden es que en montaje de video usen solo las dos primeras pistas que son las que se mezclaron en el set y son la referencia. El resto de las pistas en edición de imagen están apagadas. Esas dos primeras pistas se llaman L y R (1 y 2 también) por convención. No tienen nada que ver con una mezcla estereofónica. Se usan dos porque normalmente en la primera se mezclan las pértigas (*post fader*) y en

la segunda todas las radios (*post fader*). *Post fader* significa después del control de volumen. Es el audio que se mezcla. *Pre fader* es antes del control de volumen. Solo se puede ajustar su nivel de entrada. No se mezcla. En nuestro caso las grabamos individualmente para mezclarlo en postproducción. Como decía, los sonidos se mezclan independientes, ya que los micros (pértiga y *lavalier*), al estar a distinta distancia de la misma fuente, no suman de manera correcta y pueden provocar un mal sonido. Se arregla un poco poniendo la pértiga o el *lavalier* mucho más bajo que el otro o bien usando un retardo en el que esté más próximo para que el sonido se registre al mismo tiempo. Esto es algo que es mejor hacerlo en postproducción, ya que la distancia está variando continuamente entre los micrófonos.

Los grabadores actuales tienen una parte de mesa de mezclas (muchos fabricantes ofrecen superficies con *faders* para poder operarlos), muchos tienen filtros para altos (quitar la baja frecuencia), *notch*, ecualización, posibilidad de grabar *pre fader* y *post fader* o posibilidad de asignar la misma entrada a múltiples pistas y a múltiples salidas. También disponen casi todos de entradas digitales (muchos con SRC) (*Sample Rate Converter*). También algunos ya tienen entradas de audio a través de red *ethernet* (Dante, por ejemplo). Algunos tienen, además, sistemas de comunicaciones, control y monitorado inalámbrico.

El formato de grabación profesional actual en digital son 24 bits de profundidad y 48kHz de frecuencia de muestreo. (A veces para FX se usan frecuencias de muestreo superiores con el fin de mejorar ciertos procesados).

| SOUND REPORT | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|----------|---------------------------|------|-------------|------------|--------------|----------|-------------|-------------|----------|-------------|--------------------|
| Project: Teva | | Sound Mixer: Suso Ramallo | | | | Director: NA | | | | | | |
| Date: 24/06/20 | | Phone: 555444555 | | | | Producer: NA | | | | | | |
| Location: Palas | | | | | | | | | | | | |
| Bit Depth: 24 | | | | | | | | | | | | |
| Sample Rate: | | 48 | | | | | | | | | | |
| Folder | | LORE3 | | | | | | | | | | |
| File Name | Channels | Scene | Take | Sample Rate | Frame Rate | Bit Depth | Length | Start TC | End TC | UserBits | Notes | |
| TESTEVA1_T1_LORE3001.WAV | 3(POLY) | TESTEVA1 | 1 | 48000 | 25 ND | 24 | 00:09:19 | 10:54:18:12 | 11:03:37:16 | 24062000 | | BOOM RADIO1 RADIO2 |
| TESTEVA1_T2_LORE3002.WAV | 3(POLY) | TESTEVA1 | 2 | 48000 | 25 ND | 24 | 00:01:14 | 11:03:38:01 | 11:04:52:21 | 24062001 | | BOOM RADIO1 RADIO2 |
| TESTEVA1_T3_LORE3003.WAV | 2(POLY) | TESTEVA1 | 3 | 48000 | 25 ND | 24 | 00:01:46 | 11:10:32:04 | 11:12:18:11 | 24062002 | | BOOM RADIO1 |
| TESTEVA1_T4_LORE3004.WAV | 2(POLY) | TESTEVA1 | 4 | 48000 | 25 ND | 24 | 00:02:37 | 11:13:13:16 | 11:15:50:23 | 24062003 | NO CLAC | BOOM RADIO1 |
| TESTEVA1_T5_LORE3005.WAV | 2(POLY) | TESTEVA1 | 5 | 48000 | 25 ND | 24 | 00:00:40 | 11:16:27:24 | 11:17:08:19 | 24062004 | CIRCLE | BOOM RADIO1 |
| TESTEVA1_T6_LORE3006.WAV | 2(POLY) | TESTEVA1 | 6 | 48000 | 25 ND | 24 | 00:03:39 | 11:17:26:08 | 11:21:06:04 | 24062005 | | BOOM RADIO1 |
| TESTEVA2_T1_LORE3007.WAV | 2(POLY) | TESTEVA2 | 1 | 48000 | 25 ND | 24 | 00:06:22 | 11:35:47:12 | 11:42:10:02 | 24062006 | | BOOM RADIO1 |
| TESTEVA2_T2_LORE3008.WAV | 2(POLY) | TESTEVA2 | 2 | 48000 | 25 ND | 24 | 00:05:39 | 11:42:24:02 | 11:48:03:21 | 24062007 | | BOOM RADIO1 |
| TESTEVA2_T3_LORE3009.WAV | 2(POLY) | TESTEVA2 | 3 | 48000 | 25 ND | 24 | 00:03:45 | 11:48:24:08 | 11:52:09:21 | 24062008 | | BOOM RADIO2 |
| TESTELE1_T1_LORE3010.WAV | 3(POLY) | TESTELE1 | 1 | 48000 | 25 ND | 24 | 00:05:16 | 12:04:35:09 | 12:09:51:14 | 24062009 | MUCHO RUIDO | BOOM RADIO1 RADIO2 |
| TESTELE1_T2_LORE3011.WAV | 2(POLY) | TESTELE1 | 2 | 48000 | 25 ND | 24 | 00:01:25 | 12:08:54:20 | 12:11:20:17 | 24062010 | | BOOM RADIO1 |
| TESTELE2_T1_LORE3012.WAV | 2(POLY) | TESTELE2 | 1 | 48000 | 25 ND | 24 | 00:03:03 | 12:16:37:14 | 12:19:40:17 | 24062011 | AVION | BOOM RADIO1 |
| TESTELE2_T2_LORE3013.WAV | 2(POLY) | TESTELE2 | 2 | 48000 | 25 ND | 24 | 00:06:31 | 12:20:26:18 | 12:26:57:18 | 24062012 | | BOOM RADIO1 |
| TESTELE2_T3_LORE3014.WAV | 2(POLY) | TESTELE2 | 3 | 48000 | 25 ND | 24 | 00:03:22 | 12:27:10:02 | 12:30:32:06 | 24062013 | | BOOM RADIO1 |
| TESTELE2_T4_LORE3015.WAV | 2(POLY) | TESTELE2 | 4 | 48000 | 25 ND | 24 | 00:02:31 | 12:32:01:10 | 12:34:33:06 | 24062014 | | BOOM RADIO1 |
| TESTELE2_T5_LORE3016.WAV | 2(POLY) | TESTELE2 | 5 | 48000 | 25 ND | 24 | 00:01:32 | 12:35:03:04 | 12:36:35:21 | 24062015 | | BOOM RADIO1 |

Ilustración 79. Ejemplo de parte electrónico generado por el grabador.

Una de las formas más primitivas de sincronía es la claqueta

Los grabadores modernos también tienen la posibilidad de elaborar el parte de sonido internamente. Este habitualmente es un documento CSV (valores separados por comas) que se adjunta con los archivos grabados.

Los grabadores modernos también tienen la posibilidad de elaborar el parte de sonido internamente. Este habitualmente es un documento CSV (valores separados por comas) que se adjunta con los archivos grabados.



Ilustración 80. Sincronía con sonido con la marca visual.

En el parte podemos ver el nombre del archivo, el número de canales del mismo, nombre de las escenas, número de toma, frecuencia de muestreo, profundidad de bits, velocidad de cuadro, código de tiempo, userbits, notas y lo que hay en cada pista.

El trabajo del jefe de sonido es organizar los clips grabados y llevar correctamente los metadatos. Tiene que estar en absoluta comunión con el/la *script*, con el fin de tener exactamente los mismos datos. El/la *script* es también quién da la orden a los auxiliares de cámara de la claqueta que tienen que escribir y cantar. Eso tiene que coincidir con nuestro metadato.

Una de las formas más primitivas de sincronía es la claqueta. Se da un golpe entre dos



Ilustración 81. Una claqueta electrónica y la información que contiene.

maderas para poder sincronizar sonido e imagen. Justo antes del chac, sé canta qué se está grabando. Por ejemplo: escena 37, toma 2, primera. Es importante grabarla adecuadamente y que se entienda para poder buscar esa grabación solo oyendo las claquetas grabadas.

2.1.1. Código de tiempo (TC)

Desde hace años tenemos un sistema más perfeccionado de sincronía que sería el Código de Tiempo (TC), aun así, seguimos grabando con ambos.

El *Time Code* es una forma de sincronizar distintas máquinas en el mundo audiovisual. La generación y distribución del código de tiempo suele recaer en el Departamento de Sonido. Usamos un modo que se llama LTC (*Lateral Time Code*). Es un poco arcaico, pero se sigue empleando en la actualidad.

En un entorno con equipo profesional, lo normal es que las cámaras estén sincronizadas entre ellas y se tenga el grabador de sonido sincronizado con las cámaras. El grabador de sonido suele ser el máster.

El *Time Code* es una forma de sincronizar distintas máquinas en el mundo audiovisual

La sincronización se divide en dos partes: el código de tiempo (TC) y los *user bits* (UB). El TC es una información del tipo "12:30:15:25", donde "12:30:15" es la información del

tiempo y “25” el número de cuadro. Los UB son de uso libre y habitualmente se usan para indicar la fecha y la velocidad del cuadro o bien número de toma. Por ejemplo, 17:03:17:25. Significa, en Europa, 17 de marzo de 2017, toma o cuadro 25. Por otra parte, el TC puede ser horario (12.30:15:25) o de grabación (01:15:15:12). El último puede ser *Free Run* o *Rec Run*. El **Free Run** indica que, aunque paremos la grabación, el código sigue corriendo. Lo normal es que este sea horario. Es muy práctico, ya que nos indica en qué momento hemos realizado cada toma. Es la forma más usada con diferencia. El modo **Rec Run** empieza a contar desde que le damos a REC y para cuando paramos la grabación.

Para sincronizar una cámara o dispositivo, este tiene que estar en modo JAM. Eso significa que se sincronizará con el código entrante. Las velocidades de cuadro normales son:

- 23,976 (23,98) FPS (fotogramas por segundo). Cine (Compatibilidad NTSC).
- 24 FPS Cine.
- 25 FPS Televisión PAL.
- 29,97 FPS Televisión NTSC.
- 30 FPS Televisión NTSC (blanco y negro).

Habitualmente no grabamos sonido a velocidades superiores a 30FPS. Se entiende que son cámaras rápidas.

2.2. Micrófonos

El micrófono es un dispositivo que se llama transductor porque convierte las vibraciones sonoras en electricidad. Su uso principalmente es para captar la voz.

El micrófono es un dispositivo que convierte las vibraciones sonoras en electricidad

Dentro de la producción de ficción, se emplean una gran variedad de micrófonos, aunque hay dos tipos principales. En los **micrófonos de presión**, el sonido incide solo en una de sus caras. En los **micrófonos de gradiente**, el sonido incide en ambas caras, desplazándose la membrana cuando hay mayor presión en una de ellas.

Los micrófonos de presión, en principio, tienen una característica polar **omnidireccional**, es decir, recogen el sonido que viene en todas las direcciones. Los micrófonos de gradiente, en cambio, son **direccionales**. Esto quiere decir que su característica polar tiene zonas donde captan el sonido y en otras muy poco. Esta es una característica interesante cuando se quieren captar unos sonidos y, en cambio, otros que suceden en el mismo sitio no.

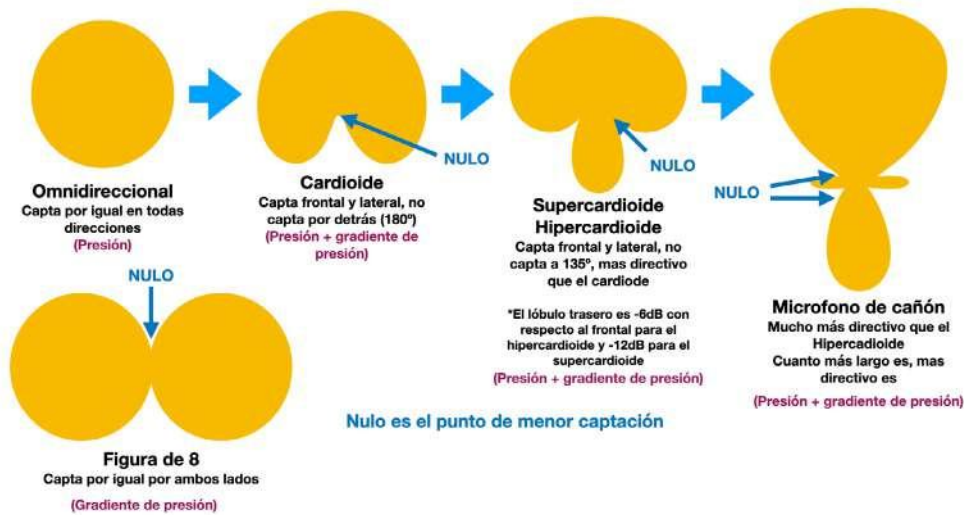


Ilustración 82. Características polares de los micrófonos.

Dentro de los micrófonos direccionales, dependiendo de su direccionalidad, tenemos diferentes tipos de lóbulos de captación, desde los **cardioides** (en forma de corazón), a los micrófonos que tienen su nulo a 180° (la zona de menos captación), pasado por los hipercardioides y micrófonos de cañón (mucho más direccionales).

El arte de la captación consiste en conocer cómo funcionan estas herramientas y elegir las más adecuadas para cada situación, sabiendo, por ejemplo, si tiene un micro direccional un nulo en una posición determinada, usarlo para rechazar el sonido que no nos interesa.

2.2.1. Micrófono de cañón

Es el micro más usado dado su rechazo a los sonidos de fuera de eje. Funciona bien en campo libre (al aire libre, por ejemplo). En sitios cerrados y con reverberación, no

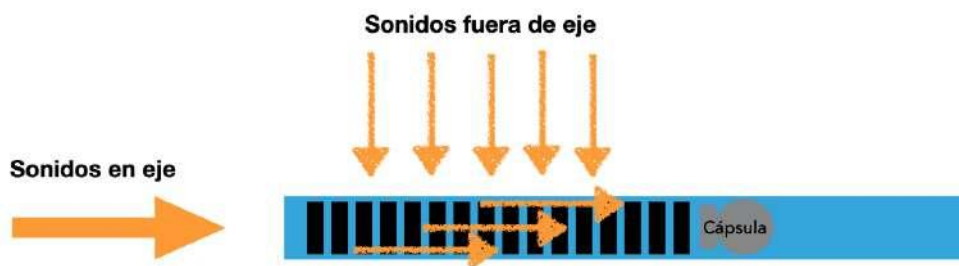


Ilustración 83. Funcionamiento de un micrófono de cañón.

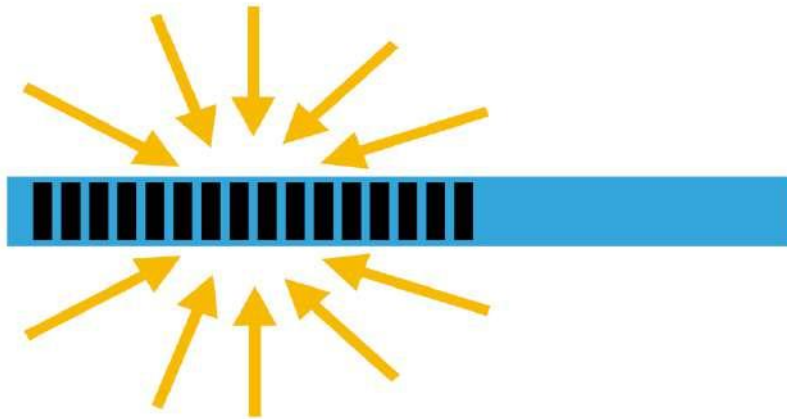


Ilustración 84. Reflexiones de sonido desde múltiples direcciones.

funciona de manera correcta. El sonido que llega fuera de eje entra por las ranuras ofreciendo un tiempo de llegada distinto, con lo cual existe una cancelación. El sonido que llega en eje no se ve alterado. Cuanto más largo sea el cañón, más baja será la frecuencia donde empieza a actuar.

Las reflexiones en una sala dan un sonido muy coloreado dado el principio de funcionamiento del micrófono. Se deben evitar en interiores, especialmente si son muy reverberantes y pequeños. El lóbulo posterior de captación también puede ser problemático en salas con techos bajos.

2.2.2. Micrófono de corbata o *lavalier*

Son micrófonos en miniatura ya muy habituales en las producciones cinematográficas. En el pasado se usaban poco porque requerían cableado (habitualmente saliendo el cable por una pernera del pantalón del actor), pues los sistemas inalámbricos eran extremadamente caros y no se empezaron a usar de manera común hasta los años 90 del siglo pasado.

Hoy en día se le pone micro *lavalier* a todo actor que tenga una línea de guion, siendo un sistema de seguridad por si no lo has capturado correctamente con el micrófono de pértiga. También se usan en producciones multicámara, donde se hacen planos generales y cortos al tiempo. A veces no es posible meter la pértiga sin que se vea, relegando a los *lavalier* todo el trabajo.

Estos micros son habitualmente de características polar omnidireccional. Se usan dispuestos en la persona a la que se quiere captar su voz de manera cercana. Van

colocados habitualmente en el pecho, de ahí su nombre de corbata, para estar los más próximos a la fuente sonora (la voz) y para minimizar el problema que supondrán los sonidos indeseados (al estar cerca de la fuente sonora y recoger más esta). En ficción, se suele disponer esos micrófonos pegados al cuerpo del actor o el vestuario. Lo habitual es directamente sobre el pecho del actor o actriz. Muchas veces es mejor ponerlo en la ropa, entre dos botones en una camisa, detrás del botón, si es un micro muy pequeño, en el pelo. Muchos sitios. El objetivo es tener un sonido limpio, sin roces y cercano.

Los micros de corbata son habitualmente de características polar omnidireccional

Precisamente, se suelen usar micrófonos omnidireccionales para minimizar los problemas que darían los direccionales. Por ejemplo, al mover la cabeza de un lado a otro. En ese caso, tendríamos zonas con poca cobertura del micrófono (eso se llama fuera de eje) y ello derivaría en una atenuación de la voz en esas posiciones.

El tenerlos fijados directamente al actor hace que esa disposición sea muy comprometida con los roces, sobre todo, de la ropa, ya que esos pequeños roces se verían muy magnificados y, con ello, mermaría la inteligibilidad y metería ruidos molestos. Se precisa de bastante retoque de posición en la grabación para reducirlos en lo posible. Los roces no siempre son evitables. Incluso si el micro no roza directamente, puede captar el roce de dos prendas de ropa en la proximidad. Hay que estar muy atento al vestuario para evitar en lo posible que se usen prendas cuya composición sea muy sonora cuando rozan unas con otras. En sí la disposición de micrófonos ocultos es un arte. No vale siempre la misma técnica o posición.



Ilustración 85. Micrófono para poner en superficie Sanken CUB.

Lo habitual con los dos micrófonos que hemos tratado es usarlos de manera inalámbrica, aspecto que trataremos más adelante.

2.2.3. Otros micrófonos

En interiores la opción más correcta suele ser el **micrófono hipercardiode** y el **supercardiode**, siendo el primero más direccional que el segundo, pero con mayor lóbulo posterior, lo que no lo hace muy recomendable en salas pequeñas.



Ilustración 86. Micrófono plantado en el parasol de un coche.



Ilustración 87. Micrófono de cañón con suspensión.

Casi todos los fabricantes tienen su modelo de supercardioide o hiper, más pensado para usar en interiores que un cañón. Incluso un cardioide puede ser la herramienta adecuada.

Otros micrófonos que se usan especialmente para ambientes son los grupos de micrófonos en configuraciones estereofónicas, de las cuales hay múltiples posibilidades.

Más recientemente se usan **micrófonos ambisónicos**, los cuales son micros que captan una esfera de la que podemos elegir qué zona nos interesa. Estos últimos son los que más se están usando para capturar ambientes, especialmente cuando el destino es una producción multicanal (5.1, atmos).

2.2.4. Protección antiviento

El montaje de todos los micrófonos siempre se hace con suspensiones para evitar que las vibraciones se pasen de manera mecánica al micrófono, salvo en los *lavalier*.

En caso de uso exterior, para protegerlos del viento la espuma no es suficiente y se tienen que usar zepelines (se llaman así por su parecido a un dirigible). Los **zepelines** son protecciones antiviento pensadas en principio para condiciones adversas al aire libre. Habitualmente es una estructura plástica a modo de cesta que, recubierta con una malla, actúa a modo de paraviento. Lo que protege de las perturbaciones del viento es el aire que está quieto en el interior del zepelin. Estos zepelines pueden aportar hasta unos 25 dB de atenuación al ruido del viento.

En condiciones más extremas, se complementa con un recubrimiento de pelo que aportan otros 10dB de atenuación al ruido del viento.

En interiores, siempre los llevamos con una espuma como protección, ya que al moverlos siguiendo al actor crearíamos turbulencias y, con ello, ruido.



Ilustración 88. Zepelín.

2.2.5. Pértigas

Las pértigas las hay de un montón de materiales. Las habituales son de aluminio para la gama baja y fibra de carbono en la gama alta. El peso, su contra-peso y la calidad de los cierres son lo que marca la diferencia. Las longitudes varían según lo que se va a grabar, pero para ficción es recomendable usarlas de 5 metros (o algo más) y complementarla con algunas muy cortas para espacios angostos.

El micro colocado en la pértiga suele ser el principal, salvo que sea imposible meterlo por el tipo de plano. El objetivo es tener el micrófono lo más cerca posible



Ilustración 89. La captación de sonido. Prácticas de los alumnos de la UCJC.

de actor con texto y, al mismo tiempo, si hay más de uno, cambiar la posición del micro/pértiga para captar todos los diálogos.

2.2.6. Sistemas inalámbricos

El uso de sistemas inalámbricos precisa de conocer su funcionamiento, ya que pueden no funcionar correctamente si no hemos comprobado antes el espacio

En la disposición de los *lavaliers*, el orden es siempre (si es posible) el orden de intervención de la escena

radioeléctrico y hemos visto en qué frecuencias los podemos disponer. Para un solo **micrófono inalámbrico** es sencillo. La mayoría de los receptores tiene una función para comprobar el espacio radioeléctrico y buscar las mejores frecuencias. Cuando tenemos múltiples sistemas, hay que realizar una planifica-

ción, que incluye una comprobación del espacio radioeléctrico buscando huecos y calculando las intermodulaciones (efectos indeseados que ocurren cuando usamos más de un radiomicrofono).

En la disposición de los *lavaliers*, el orden es siempre (si es posible) el orden de intervención de la escena. Quien primero habla tiene la primera pista, el segundo la segunda y así sucesivamente.

Frecuencia de emisión

La transmisión con los sistemas de radio profesional se hace actualmente en la UHF (Ultra High Frequency), concretamente entre las frecuencias de 470 MHz y 694 MHz (las mismas que la televisión). Las frecuencias superiores a esta última son las que se usan en el 5G y 4G. Entre 470 MHz y 694 MHz podemos usar cualquier frecuencia, pero compartimos ese espacio con la televisión y la televisión tiene prioridad.

La transmisión de nuestros radio-microfonos se hace por FM (Frecuencia Modulada). En la transmisión por FM se codifica la dinámica desplazando la portadora. La portadora es la frecuencia que sintonizamos.

Teniendo en cuenta la intermodulación y las frecuencias usadas por otros servicios como el 4G, 5G, televisión, etc., es vital hacer un análisis de frecuencia y un cálculo de intermodulación para poder hacer un despliegue de radiofrecuencia con garantías.

Hay que tener en cuenta en el cálculo nuestras radios y que nuestros sistemas de escucha estén en la banda que estén.

SEPARATA SEC 25

Para Habernos Matado V.2

05.06.21

SEPARATA SEC 25. CALLE MADRID.**EXT/DIA 2**

Fernando habla con José (A cierta distancia de ellos los observa Alberto que está con un grupo de vecinos)

1ª radio FERNANDO

Fijese qué me han llamado, pero aun dudo en vacunarme, no me fio, todo ha sido demasiado rápido, demasiado rápido para que no se dejen algo **suelto**.

2ª radio JOSÉ

Don Fernando, no haga caso a esos chismes, solo son bulos que recorren internet, como piensa usted que alguien podría querer envenenar a la población mundial, es **disparatado**.

FERNANDO

Claro que quieren, hay demasiada gente, en las altas esferas hablan de controlar a la población. No se han enterado que las vacunas magnetizan a la gente, esta internet lleno de gente pegándose los cubiertos al brazo, tienen **grafeno**.

Alberto deja al grupo de vecinos y se acerca a dónde están Fernando y José, se detiene a un par de metros apoyando su mano sobre una señal de tráfico que está justo en la calle y se dirige a ellos.

3ª radio ALBERTO

Claro que si Don Fernando, que he visto en la televisión a un cantante que dice que nos quieren meter microchips, microchips, ¡increíble!. Fijese que han tenido que dejar de fabricar hasta coches por la escasez de los microchips. Blanco y en botella, los están usando para meter en las **vacunas**.

JOSÉ

No diga tonterías, son bulos, no hay nada cierto **en eso**.

Fernando y Alberto mueven sus cabezas como desaprobación, José viendo la reacción opta por marcharse murmurando cosas ininteligibles.

Ilustración 90. Ejemplo de separata con los pies marcados en amarillo y el número de micro inalámbrico que se le va a poner.

Antenas

Las antenas son vitales para una buena emisión/recepción. Las hay de muchos tipos. Empezaremos nombrando la isotrópica, que sería omnidireccional al igual que los micros (captaría por igual en todas las direcciones). Este tipo de antenas

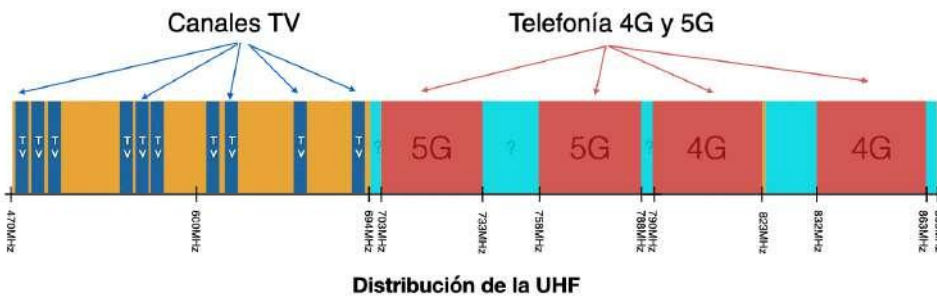


Ilustración 91. Reparto del espectro 470MHz a 865MHz en el 2021.

tendría una ganancia de 0 dBi, ya que es por igual a todas las direcciones. Se da el caso, de que la antena isotrópica no existe (es imposible fabricarla), pero se usa para calcular la ganancia de las demás.

La antena más omnidireccional que podemos fabricar es el dipolo. Es omnidireccional en un eje, según la dispongamos en vertical u horizontal. Su lóbulo de captación es como una rosquilla, teniendo su nulo en el eje de la antena.

Monopolo

Los monopolos son una varilla, normalmente vertical, cortada a 1/4 de longitud de onda. Es un elemento resonante, así que la longitud de la antena debe ser lo más exacta a la frecuencia de emisión. Para su funcionamiento necesita un plano de tierra que habitualmente es el cuerpo del mismo transmisor.



Ilustración 92. Transmisor con antena monopolo de 1/4.

Dipolo

El siguiente tipo sería el dipolo de 1/2 . El dipolo de 1/2 son dos de 1/4 juntos, evitando así la necesidad del plano de tierra. El dipolo de 1/2 tiene una ganancia sobre la an-

tena isotrópica de 2,15 dBi como es respecto a la isotrópica la medida son dBi (i de isotrópica).

LPDA

Después de los dipolos, las LPDA son las antenas más usadas, ya que tienen bastante ganancia y abarcan un rango de frecuencias amplio. Se les suele llamar palas por su forma. Constan de muchos dipólos a diferentes frecuencias.

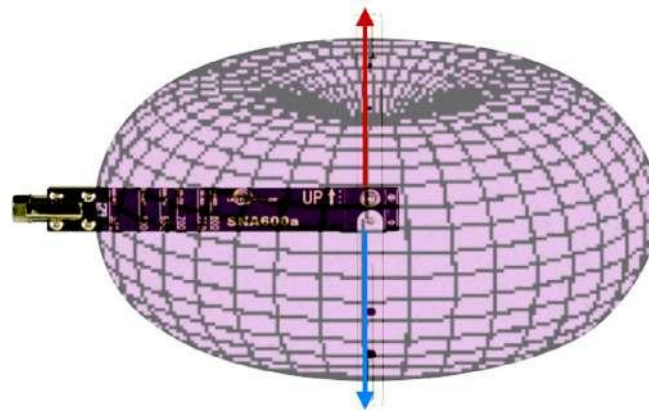


Ilustración 93. Dipolo de 1/2 y su radiación.

Suelen tener una ganancia de 7 dBi.



Ilustración 94. Antena LPDA con ranuras para ofrecer menos resistencia al viento.

2.3. Monitoraje (IFB)

Le llamamos IFB (*Interrumpible Fold Back System*) a un bus N-1 con comunicación unidireccional que puede interrumpir o bajar en nivel (-20 dB o más) al programa cuando se activa. Por ejemplo, la que tiene el realizador con el locutor a través del microauricular. Pero lo de “interrumpible” es un término que habitualmente se emplea mal en su uso en rodaje. En realidad, sería en nuestro uso solo *Fold-back System* (Sistema de monitorado). En

nuestro caso, lo habitual es usar IEM (*In Ear Monitor*) o OEM (*Over Ear Monitor*), es decir, auriculares.

Quienes tienen mayor necesidad de escucha en un rodaje son los microfonistas (para atender a las instrucciones del jefe de sonido y oír lo que están haciendo), el director (para tener un control de calidad) y la *script* (para seguir los diálogos). Se suele hacer un envío con cable y un distribuidor de auriculares en la posición del director/*script* (combo). Aunque, cada vez más, se suele hacer de manera inalámbrica, o bien usando sistemas IEM, como los usados

Quienes tienen mayor necesidad de escucha en un rodaje son los microfonistas, el director y la *script*



Ilustración 95. Receptor de IFB con lector de TC.

para los conciertos de música o dispositivos diseñados para esa función.

Es el principal cometido (junto con el audio de referencia en cámara) de la mezcla en directo de sonido en el set. Lo normal es enviar una mezcla mono si solo es para monitoraje. Si se va a dar servicio de audio para cámara y/o combo, lo normal es una mezcla estéreo (doble mono como apuntamos antes sería la denominación correcta), con L *pértiga/s* y R *lavaliers* (“radios o inas”, coloquialmente) ambas en *post fader*. Este audio se va a grabar como referencia en el montaje. En teoría, no se usa esta mezcla para el producto final.

Se usa como intercomunicación para órdenes un canal independiente para la comunicación entre el jefe de sonido y el microfonista (este si es un IFB propiamente dicho). Es independiente para no molestar con las órdenes a los que escuchan el otro canal (la mezcla). También para darle al microfonista lo que él necesite (habitualmente su micrófono en *pre fader*). Evidentemente, el microfonista se comunica con el jefe de sonido con el micrófono que lleva en la *pértiga*.

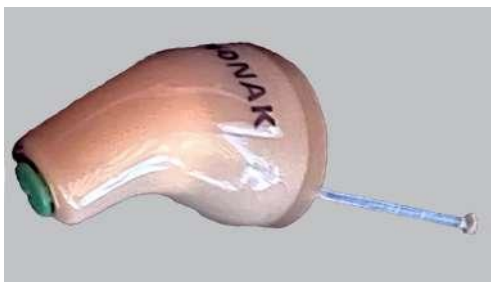


Ilustración 96. Microauricular “Pinganillo”.

2.4. Microauriculares

Se usan como ayuda al actor, para que reciba apuntes del guion o instrucciones de manera que no se vea. También, por ejemplo, para poner música que no queremos poner a través de un sistema de altavoces (mancharía el dialogo), pero que le valga al actor para cantar o bailar con ella. Coloquialmente se les llama pinganillo.

2.5. Infraestructura

Todo este equipamiento se suele llevar en un carro, con todos los elementos necesarios y el sistema también está pensado para trabajar a baterías, ya que la conexión eléctrica no está garantizada en muchas localizaciones.



Ilustración 97. Carro de sonido en una ubicación natural.



Ilustración 98. Carro de sonido.

3. Postproducción

En una producción de sonido de una película una vez realizado el montaje de imagen se procede a la sonorización y se pasa el material al supervisor de sonido. Este viene a ser el encargado de todo el sonido de la película: el jefe de equipo. El supervisor de sonido hace el **conformado** del sonido con la imagen y empieza a editar lo que va a ser el sonido final de la película. Si se han hecho las cosas bien en la localización,

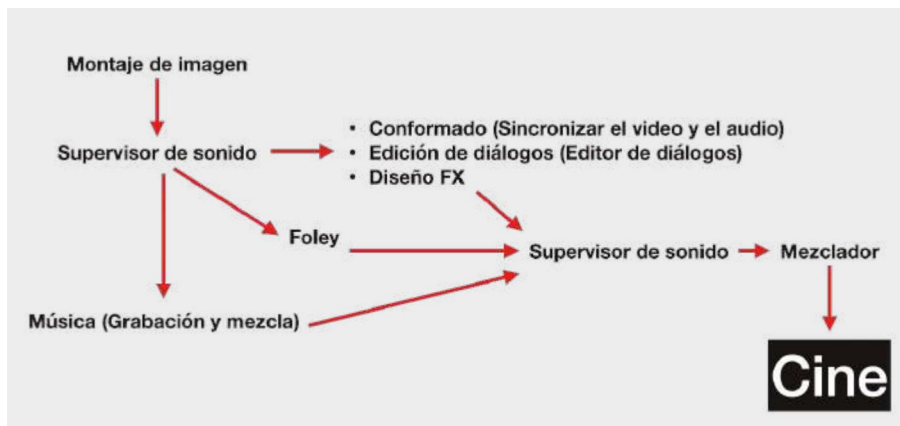
El supervisor de sonido hace el conformado del sonido con la imagen y empieza a editar lo que va a ser el sonido final de la película

todo el material de audio y video vendrá con sus claquetas correctamente hechas y grabadas y, además, tendremos todo sincronizado con TC. Entonces el conformado puede ser relativamente sencillo. Si no está correcto, puede derivar en un retraso importante en la producción.

Por una parte, se pasan los diálogos a un editor de diálogos, profesional especializado en editar los diálogos, limpiarlos, adecuar su nivel y, si es necesario y con la inspección del supervisor de sonido, solicitar el doblaje de los diálogos que no tienen un sonido adecuado o fue imposible grabar correctamente en localización.



Cuadro 3. Organigrama de la postproducción de sonido



El supervisor también decide el diseño de los FX de la película (si usa librerías o se los encarga a otros profesionales) y deriva el trabajo a los artistas de *foley* (**efectos de sala**). Estos son los encargados de añadir los sonidos de lo que se ve en la pantalla si previamente no han sido grabados (solo sonidos y no diálogos). También se puede requerir a otros profesionales la grabación de los fondos (sonido de fondo/ambientes).

Como habíamos comentado antes, el principal cometido de la grabación del sonido en localización son los diálogos, por tanto, se silencian muchos sonidos que puedan interferir en la grabación de los mismos. Por ejemplo, una persona que va cortando con un cuchillo sobre una tabla mientras habla. Cuando llega al supervisor el diálogo estará

limpio, pero faltará el sonido del cuchillo. El encargado de *foley* creará o emulará ese y otros sonidos con las herramientas de las que dispone en su estudio: puertas, cuchillos, máquinas y un largo etc. de elementos.

La música toma un recorrido distinto. Aunque también es supervisada, suele grabarse y mezclarse de manera independiente.

Cuando todo ese trabajo está hecho, vuelve al supervisor de sonido que lo prepara para llevar al mezclador (en inglés es *Re-recording Mixer*).



Ilustración 99. Ejemplo de un proyecto de sonido en Nuendo 11.

Al mezclador le llega el material editado y de manera independiente: por una parte la música y, por otra, los diferentes elementos: diálogos, *foley*, FX, fondos, etc. Esto se mezcla en una sala que es como un cine, para tener una referencia exacta de cómo va a quedar en un cine real.

Además, podemos tener profesionales adicionales, como técnicos de grabación para ambientes o rumor de fondo (*walla*) o editores especializados en FX (armas, coches, etc.).

En fin, hoy en día para el montaje de sonido se usan herramientas de software y ordenadores. Se llaman DAW (*Digital Audio Workstation*). Son editores no lineales (la edición no tiene que ser en tiempo lineal) y dentro de las mismas se usan *plugins* para



Ilustración 100. Sala de mezcla de Best Digital, Boadilla del Monte, Madrid.

arreglar, alterar, limpiar, etc. La DAW más ampliamente usada es la *Avid Protools*, herramienta que usa el editor y que va pasando las partes del proyecto correspondiente a cada uno de los técnicos de edición.

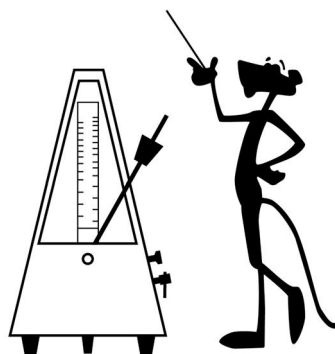
Bibliografía básica

- ✓ AMYES, Tim (1992). *Técnicas de postproducción de audio en video y film*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión.
- ✓ RECUERO LÓPEZ, Manuel (1992). *Técnicas de grabación sonora*. Madrid: Instituto Oficial de Radio Televisión.
- ✓ WYATT, Hilary y AMYES, Tim (2006). *Postproducción de audio para TV y cine: una introducción a la tecnología y las técnicas*. Andoain (Guipúzcoa): Escuela de Cine y Vídeo.

Capítulo 11

Componer: la música

Max Römer Pieretti (UCJC)



Sumario

- | | |
|---|--|
| 1. Teoría de la música | 5. La música y sus artimañas para crear espacio y tiempo |
| 2. La música y su capacidad de comunicación o autonomía del signo musical | 6. La estética de la música y la música como signo |
| 3. Una historia breve sobre la música y su relación con el cine | 7. El cine y su sonido inseparable |
| 4. Nace una... ¡Industria! | 8. La audiovisión |
| | 9. Da capo al fine |

Este capítulo pretende dar un paseo por lo que significa la música para el cine y la ficción audiovisual, así como destacar las principales funciones de quienes trabajan para la creación de una banda sonora. ¿Quiénes son los malos? ¿Cómo son los buenos? ¿Por qué son importantes la música y los efectos especiales? ¿Qué hace que la relación entre imagen y sonido sea tan fuerte? ¿Qué determina que la *Marcha Imperial* sea igual a Darth Vader? ¿Por qué el ritmo de la música es relativo al ritmo del montaje?

No es un secreto que la música y el cine están enamorados uno del otro. La música es una de las Bellas Artes, la cuarta, y, al mismo tiempo, una parte fundamental del cine, el séptimo arte. Una buena banda sonora nos retrotrae a aquellos momentos en los que, sentados delante de una pantalla, contemplábamos imágenes que se quedaron grabadas a fuego gracias a la relación entre el sonido y la imagen. En este sentido, **componer** consiste en escribir una partitura musical, que será ejecutada con instrumentos musicales y/o intérpretes, según las leyes de la armonía, la melodía y el ritmo para conseguir un efecto estético que, dentro de la banda sonora, resulte dramáticamente apropiado a la imagen.

La música tiene tres grandes componentes; melodía, ritmo y armonía

1. Teoría de la música

Esa composición musical, eso lo debe saber el lector de sus aproximaciones a la música en su formación escolar, se expresa en una **notación** distinta a las palabras. Las **notas musicales** (do, re, mi, fa, sol, la, si) se fijan en el **pentagrama** en su duración, frecuencia, intensidad y expresión. Esa notación da el tono y manera de cómo debe ser la música, cómo sonará, qué instrumentos entran antes y después, los silencios, los fraseos, en fin, las voces que marcarán el espacio visual gracias a la magia del sonido.



Ilustración 101. Partitura musical.

La música tiene tres grandes componentes; melodía, ritmo y armonía. La **melodía** es la narrativa de la música. La forma en cómo se escucha de modo lineal. El **ritmo** es el tempo de la música. La forma de darle una periodicidad a cada uno de los compases de una pieza musical. La **armonía** es la forma en cómo las voces de los diferentes instrumentos musicales se escuchan de forma armoniosa. Dicho de otra forma. La melodía es lo que solemos tararear cuando sabemos una canción. El ritmo es aquello que solemos bailar. Y

la armonía es el piso para cada uno de los instrumentos o voces de manera que hagan un todo armónico.

La música tiene, a la vez, tres grandes criterios de escritura sobre el pentagrama en función de la clave.

Cada una de las claves musicales –Sol, Fa, Do– es usada para la notación de los distintos instrumentos

La **clave** asigna a una nota una línea del pentagrama a partir de la cual se establece el nombre del resto de las notas. Así, en la **clave de Sol**, las líneas del pentagrama se leen desde abajo hacia arriba como mi, la, re, sol, si. En la **clave de Fa** las líneas se leen desde abajo hacia arriba sol, si, re, la, fa. Y, en la **clave de Do**, las líneas se leen desde abajo hacia arriba re, fa, la, do, fa.

The illustration shows four musical staves, each with a different clef and a corresponding natural scale. The notes are written on the lines of the pentagram and labeled with their solfège names below them.

- Clave de Sol:** Treble clef. Notes: Do (1st line), Re (2nd line), Mi (3rd line), Fa (4th line), Sol (5th line), La (1st space), Si (2nd space), Do (3rd space), Re (4th space), Mi (5th space), Fa (6th space), Sol (7th space). The final note is labeled Sol(3).
- Clave de Fa (4ª línea):** Bass clef. Notes: Mi (1st space), Fa (2nd space), Sol (3rd space), La (4th space), Si (5th space), Do (6th space), Re (7th space), Mi (8th space), Fa (9th space), Sol (10th space), La (11th space), Si (12th space), Fá(2) (13th space). The final note is labeled Fá(2).
- Clave de Do (4ª línea):** Bass clef. Notes: Si (1st space), Do (2nd space), Re (3rd space), Mi (4th space), Fa (5th space), Sol (6th space), La (7th space), Si (8th space), Do (9th space), Re (10th space), Mi (11th space), Fa (12th space), Do(3) (13th space). The final note is labeled Do(3).
- Clave de Do (3ª línea):** Bass clef. Notes: Re (1st space), Mi (2nd space), Fa (3rd space), Sol (4th space), La (5th space), Si (6th space), Do (7th space), Re (8th space), Mi (9th space), Fa (10th space), Sol (11th space), La (12th space), Do(3) (13th space). The final note is labeled Do(3).

Ilustración 102. Claves de anotación musical.

En el mundo de la música, los diferentes instrumentos usan variaciones de estos pentagramas. Por ejemplo, el piano usa la clave de Sol para la mano derecha y, la clave de Fa para la mano izquierda. Los violines la clave de Sol. Las violas la clave de Do en tercera (la de Sol para los agudos). Los violonchelos la clave de Fa. Los contrabajos la clave de Fa en su octava baja. La clave de Sol también es usada por instrumentos agudos como las guitarras, flautas, clarinetes. El fagot y el trombón usan la clave de Fa. Y así. Lo importante es que un director de orquesta tiene las partituras de todos los instrumentos a la vez para saber cómo dirigirlos, qué instrumento entra en cada momento y por qué.

En el ritmo se controlan los tiempos, es decir, la sincronía de todas las melodías, cada instrumento con la suya propia y, ese ritmo también está marcado en la partitura. Tiene que ver con el **compás** o unidad métrica musical compuesta por figuras musicales que se organizan en grupos en los que se da una contraposición de partes

acentuadas y átonas. Por ejemplo, un vals tiene una notación de 3/4, una marcha de 2/4. Cada ritmo establece la cantidad de tiempo de un compás, así como la velocidad en la que se ejecutará la pieza. Cuando se habla de 3/4 quiere decir que se debe contar en cada compás hasta 3 y, si se trata de 2/4 se cuenta 1 y 2. De esa forma todas las notas que están dentro de un compás (si hablamos de 2/4) no pueden sumar más de dos tiempos, por lo que se puede construir el compás por dos **negras** (cada negra vale 1) o, una **blanca** (que vale 2) o dos **corcheas** y una negra (cada corchea vale la mitad de una negra) y así.

Es decir, que la música se escribe de acuerdo con un **tono** (desde el do hasta el si), un **semitono** (que son los bemoles y sostenidos o las teclas negras del piano), un tiempo que está determinado por el tipo de nota (fusas, semifusas, corcheas, semicorcheas, negras, blancas y redondas o los silencios de esos tipos), así como un ritmo que es la forma en cómo está construido un compás.

Este paseo breve por lo que está en el pentagrama es el día a día de los músicos.

2. La música y su capacidad de comunicación o autonomía del signo musical

Decía Noël Burch que: “Un sonido evoca siempre a una imagen, una imagen nunca evoca a un sonido” (citado por Román, 2008). Con ese pensamiento, queremos iniciar este apartado por ser cierto. Cuando tenemos un aroma, por lo general podemos retrotraer nuestra memoria a un momento que, sin duda, son imágenes. Lo mismo nos pasa con el sonido, con la música. Así, el signo sonoro es autónomo, puede vivir sin la imagen, pero la imagen fílmica ya no puede vivir sin el sonido. De esa manera podemos hablar de autonomías internas dentro del filme o, de autonomías externas al filme o la posibilidad de funcionamiento autónomo fuera de la asociación establecida con la imagen.

Cuando la música hace
contrapunto, lo que hace es
darle profundidad a la imagen

En la primera, la **autonomía interna** dentro del filme, se habla de que la música tiene vida propia -no duplicando lo presentado en la pantalla-, por el contrario, enriquece a las imágenes al hacer un contrapunto de los sonidos musicales a la imagen-argumento (Román, 2008). Cuando la música hace ese contrapunto a la imagen, lo que hace es darle profundidad a la imagen. Lleva y obliga al espectador a buscar una relación mucho más rica, con una verdad audiovisual compleja. Tiene el receptor que hacer un esfuerzo de interpretación de ese contenido “musivisual” (Román, 2008).

Entonces, queda claro que cuando la música es creada especialmente para el cine, hay quienes consideran que ese tipo de música no puede vivir fuera de la pantalla, lo que deja la autonomía del signo musical a tan solo dos tipos de música: la grabada previamente o la que se ejecuta en un concierto. Román propone que existe una serie de elementos que ayudan a esa autonomía del signo musical respecto a la imagen:

Tabla 12. Signo musical e imagen

| | |
|-------------------------------|---|
| Contraste | Cuando la música se opone a la imagen para crear un ambiente concreto y bien definido. |
| Contrapunto | La música actúa con voz propia enriqueciendo al mensaje musivisual. Se trata de una interacción por adición. |
| Música anempática | La música es un fondo sonoro neutro. En estos casos la música actúa en una situación plenamente dramática. |
| Disonancia audiovisual | Es cuando se usan estereotipos musicales. Se está en consonancia con el texto visual. |
| Cuerpo extraño | Cuando la música y la imagen solo comparten la temporalidad. La música tiene su propio sentido y es independiente de la imagen. |

Román, 2008. Elaboración propia.

3. Una historia breve sobre la música y su relación con el cine

El sonido grabado era una realidad anterior a la aparición del cinematógrafo. Cuando surge el cine, no eran compatibles la tecnología del sonido con la del cinematógrafo. No había manera de hacer que los dos tipos de materialidad, filme y sonido, se fundieran uno en el otro. Por el contrario, tal era el divorcio tecnológico que la música debía ejecutarse en las salas de proyección, así, con instrumentos musicales como si de un ballet o una ópera se tratara.

Las salas de cine importantes tenían orquestas, mientras que las salas menores tenían un piano o un órgano para acompañar a las distintas secuencias.

Se fue produciendo un fenómeno que, si se ve a la distancia, no ha variado: se usaban partituras que daban un ambiente particular, un tono a los personajes o a las situaciones. Se crearon entonces libros de colecciones de partituras que se ejecutaban en las salas de cine de acuerdo con las indicaciones de los productores de las películas o de sus realizadores.

La voz de Al Jolson fue el primer sonido sincrónico, según muchos historiadores

Si se trataba de una tempestad, se podía escuchar a la *Obertura de Guillermo Tell* (Mouëlllic, 2011) de Giacomo Rossini. Una pieza que, por cierto, refleja a *El llanero solitario* (*The Lone Ranger*, ABC, 1949-1957), la serie de

televisión -después película- que iniciaba su cortina con el héroe enmascarado sobre su caballo Silver al galope con ese fondo musical. No hay duda de que esa obertura y el famoso 'Kimo Sabe' son icono uno del otro.

El tiempo fue mejorando la ejecución de la música en los cines con un problema técnico importante: el celuloide se iba rompiendo y, a medida que perdía fotogramas, las películas no se hacían sincrónicas con la música de la sala.

Los directores de orquesta y los músicos de la sala debían hacer malabares con aquellos cortes de la cinta cinematográfica. Si tenían preparado un amanecer y luego una escena de acción, a veces el amanecer se quedaba sin salida del sol con un abrupto pase a esa escena de acción.

Todo un galimatías musical en torno a aquellas imágenes que, sin duda, estaban desangradas de los compases que debían acompañarlas.

Fueron haciendo avances técnicos como una especie de embrague que permitía ralentizar al filme y, así, los directores podían sincronizar de un modo un tanto pedestre la música con las acciones que los espectadores contemplaban en la pantalla.

Los inventos se sucedieron y, con ellos, el gran día de tener el sonido dentro de la película. Como se ha comentado más arriba, un filme fue capaz de llamar la atención por eso: *El cantante de jazz* (*The Jazz Singer*, 1927). Un embetunado Al Jolson hacía de cantante afroamericano y, mientras tanto, entonaba *Mame* ante un auditorio. Antes, había cantado junto a su madre en un piano vertical, así como otras piezas lo que constituyó al filme como un hito por ser la primera película sonora.

Críticas aparte, que tuvo muchas, el adelanto técnico de la Warner Brothers cambió la industria del cine y trajo como consecuencia que el cine tuviera que adaptarse a las nuevas inquietudes del espectador. Sin duda, el avance acarreó sus desgracias porque más rápido que tarde los músicos de las salas engrosaron las filas del paro y muchos actores, por no tener voces agraciadas para el sonido, se quedaron mudos para siempre.

En la década de los treinta, el cine se casó entonces con el sonido, con la música. Ya no era necesario tratar de ilustrar las escenas con música, sino que la música compuesta a propósito para las películas se generalizó y, a la vez, los directores y realizadores podían darle el tono exacto a sus creaciones visuales con el sonido que creían debía tener cada una de las secuencias.



Ilustración 103. La banda sonora de las películas se ha convertido en música para melómanos, bien mediante el consumo de grabaciones o la asistencia a conciertos.

4. Nace una... ¡Industria!

Evidentemente había que componer para el cine. Ya no era necesario apelar a las partituras de siempre -las clásicas y románticas-, sino que, por el contrario, los espectadores esperaban creaciones cada vez mejor acabadas: calidad, ante todo. Una narrativa que fuera más allá de lo que las orquestas o pianistas solitarios le daban a cada sesión a la hora del vermut.

Así como el cine fue creando espacios para las imágenes, para la iluminación, fue imperioso que la música tuviera su preponderancia, su articulación, su lugar como parte de una industria que, si bien antes había sido espectáculo, ahora era presencia, luz y ambiente de personajes y situaciones.

Como en todo proceso de creación artística, la música para el cine tiene sus etapas. Según Michel Chion son tres. La primera de todas, la denomina “Sueños y Realidades (1895-1935)”. Esa primera etapa, en la que la música es asincrónica,

En la primera etapa, “Sueños y Realidades (1895-1935)”, la música es asincrónica, ejecutada directamente en las salas, y también se usaba para inspirar en los rodajes

ejecutada directamente en las salas y gracias a aquellos pinitos tecnológicos (como el de *The Jazz Singer*) la música sirve de acompañante, una máscara sonora para el sonido del proyector, parte de un espectáculo de vodevil, una forma de hacer que el ambiente de la sala de proyección fuera algo más que un experimento narrativo de imágenes en movimiento. Si las primeras sesiones de los hermanos Lumière dejaban boquiabierto al público, las

imágenes teatralizadas y narradas con las técnicas que fueron desarrollando los cineastas, el sonido se iba quedando atrás, como una manifestación lánguida de la poquedad necesaria para que existiera sincronía y, en consecuencia, armonía entre las partes. Hacía falta que ocurriera la magia de lo audiovisual, sonido e imagen a la vez.

El público, que ya disfrutaba del sonido grabado, sentía que se le hacía distante la música de las películas. ¿Qué pasaba?, pensaría un afinado cultor de la música grabada frente a las primeras secuencias de un rodaje lleno de emociones como los que hacía D. W. Griffith.

La tecnología debía avanzar si se quería mantener al público en las salas de cine. Ya la industria de la música grabada era un hecho, la radio empezaba a difundir en ondas hertzianas voces y canciones y, ¿el cine? ¿Seguiría siendo ese espacio ferial en el que mostraban carteles y se acompañaba de músicos bajo la lona de la pantalla?

Esta primera etapa pertenece a eso, a esas musicalizaciones que se hicieron en las tres primeras décadas del siglo XX y los últimos años del siglo XIX.

La música necesita un enganche con el público. Necesita tener relación con el cine y, de allí que dentro de esa teatralidad la danza ocupa un espacio preponderante en lo que se debe tocar en las salas de cine.

Busca el sonido combatir el silencio del tiempo diegético, es decir, que la historia que se va narrando en la pantalla en el silencio de los personajes y ambientes tenga un amparo en el sonido, aunque solo sea musical. Un necesario alejamiento del espectador de la historia que iba narrando el celuloide. La palabra **diegético** significa que la música o el sonido se escucha y ve simultáneamente. Por ejemplo, la que se oye en la radio de un coche en un filme. En cambio, lo **extradiegético** implica que la música o el sonido no pertenecen a lo que se está viendo en el filme. Tiene un valor simbólico extrafílmico.

En esta primera etapa, además, la música se usaba también para inspirar. En los rodajes los directores y realizadores usaban piezas musicales para inspirarse y para darle carácter a los personajes mientras actuaban. Se buscaba que esa música reflejara la intencionalidad de los directores en el rodaje y la exhibición posterior del filme.

Chion dice que la música sirve de apoyo, de “bajo continuo”, de hilo conductor rítmico, ese que se construye con los ojos cuando el montaje es relativo a ese ritmo musical. En ocasiones, la música sirvió de contrapunto a la imagen, una especie de coral a dos voces: la de la imagen y la de la música. O, sirvió para destacar o subrayar a la imagen rítmica y sincrónica como esos bailes de Fred Astaire y Ginger Rogers. O, como hiciera Disney en que ritmo, melodía y armonía eran una sola amalgama con la imagen.

Ya en esta etapa se tiene conciencia del valor de la música con las imágenes. Faltaba, sin duda que el sonido -los sonidos- entrara a ser parte fundamental del lenguaje narrativo del cine.

La segunda etapa, en la clasificación de Chion, es la que se denomina “De los clasicismos al modernismo (1935-1975)”. Caracterizada por la irrupción del ruido y, en especial, la palabra. La tecnología hasta 1935 no permitía tener una banda sonora al uso, sino que se podía incluir algunos acentos sonoros aislados. La palabra o, la música. El ruido sin otro soporte auditivo.

Esta segunda etapa demuestra que la música se hace invisible a la vez que transmite emociones y, por demás, sirve como base narrativa porque ilustra, subraya, acentúa, señala y puntúa connotaciones de la historia gracias a la relación que se establece entre la imagen fílmica y la música.

A la vez, el modernismo significa un aspecto, si se quiere, ecológico, al usar la música durante pocos minutos evitando las profusiones musicales.

Así, esta etapa del desarrollo del sonido y la música para el cine tiene dos importantes vertientes: la norteamericana y la europea.

Si en Estados Unidos se compone pensando en orquestas, en Europa se hace lo propio con pequeños grupos. Temas de la economía y del tamaño de los presupuestos de cada región en el mundo del filme.

Y llega la etapa que denomina Chion (2010) como “Regreso al futuro (1975-1995)”. En esta etapa se usa lo épico, la revisión de la música que otrora había sido usada como contorno para el cine, el uso del fondo musical con criterios de crear personajes, el uso de sintetizadores.

Bueno, y con esto, caemos rápidamente en cómo la industria del sonido es parte del cine.

5. La música y sus artimañas para crear espacio y tiempo

La música es una trilogía de ritmo, armonía y melodía. Requiere de las tres para poder ser sonido que tenga una capacidad audible y relativa a lo que espacio-temporalmente se quiere decir en lenguaje musical.

La música en el cine no se escapa de esa realidad. Requiere el cine de los conocidos recursos de la música para darse el sustento necesario al propio montaje filmico con el añadido de que los efectos serán el acento temporal de lo que espacialmente ocurre. Por ejemplo, si hablamos de una persecución de coches, la música se hace frenética, tanto como el girar de los neumáticos, pero se apoya en los deslizamientos de las gomas por el asfalto, en los otros vehículos, en el sonido de la ciudad, en lo que ocurre dentro de las cabinas de los automóviles: embragues, cambios de velocidad, rugidos de los motores.

Todo lo que se quiera decir en el ámbito del tiempo, esa dramaturgia (Mouëllic, 2011), no versa solamente en el ritmo de la imagen y su sincronía con la música, como tampoco lo es para recrear un tiempo en particular en el pasado. Ya la música se sirve del cine y viceversa para crear un tiempo propio del filme, una relación entre la banda sonora y las imágenes. En la serie de televisión *Versailles* (TF1 y Z. F., 2015, 2016, 2018), por citar un ejemplo, a pesar de estar ambientada en el siglo XVII, toda la musicalización es relativa a la creación de espacio y tiempos completamente apegados a la narrativa fílmica. Es la convivencia de la imagen recreada

en la corte de Luis XIV y la contemporaneidad del sonido. Atrás queda el uso de la música versallesca o propia de los autores cortesanos franceses. Lo importante es darle a esa historia un sustento sonoro distinto, mucho más apegado al dramatismo que se quiere mostrar en la pantalla, al uso actual de las series, al contexto contemporáneo del espectador.

6. La estética de la música y la música como signo

Chion afirma:

no existe un estilo de música cinematográfica propiamente dicho. Esta música bebe de todas las fuentes, del mismo modo que un compositor de música de concierto o de ópera. La diferencia está en que este último, en principio, puede escoger con toda libertad cómo crear su estilo personal, no sólo a partir de lo que inventa, sino también lo que toma de otros (2010, p. 252).

¿Qué nos quieren decir los teóricos de la música para el cine? ¿Es que no existe una estética para la música cinematográfica? ¿Dónde empieza la estética y dónde termina la música?

Para la última de las preguntas, la respuesta nos la da Adorno (2003), cuando dice que lo estético empieza cuando termina la obra. Esto quiere decir que la estética depende del propio espectador, de sus valores culturales, de su interpretación, de la pulsión que tiene con respecto a la obra musical. En consecuencia, dependerá del contexto en el que se mueva esa obra musical y de quienes la perciban como parte, o un todo, de un filme.

Ahora, si valoramos a la música como signo, nos encontraremos en que ésta tiene dos posibles lecturas. Una independiente del ámbito cinematográfico y, otra, indefectiblemente casada con las imágenes. Se ha hablado a lo largo de estas líneas del valor de la música como enlace a los recuerdos de las imágenes y, en las palabras recientemente citadas de Chion, como libertad creativa.

La música es capaz de expresar cualquier cosa, decía Stravinsky

Entonces, la música como signo adopta, en palabras de Stravinsky, una excepcional forma de poder expresar cualquier cosa, desde un sentimiento, un estado psicológico o un fenómeno de la naturaleza. Ahora, nos interesa definir a la música como signo, es decir, otorgarle el mismo valor de las imágenes. En ese sentido, lo que se busca desde la semiótica -campo en el que se estudian los significados- es entender cómo las

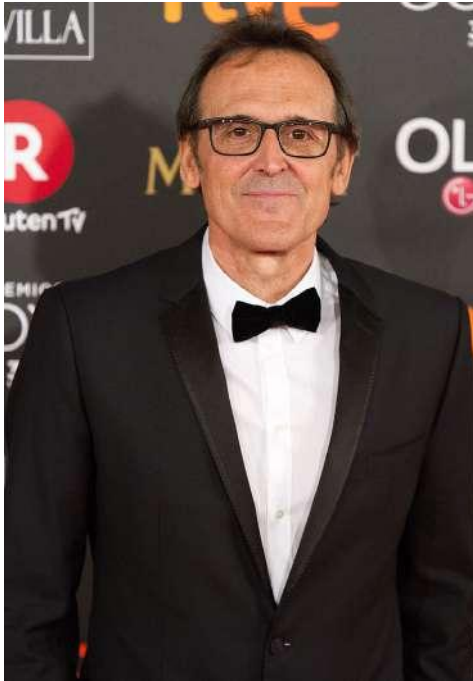


Ilustración 104. El compositor Alberto Iglesias, nominado en tres ocasiones a los Óscar y ganador de varios premios Goya. Foto: Carlos Delgado.

referencias extramusicales se pueden verbalizar y, a la vez, qué tipo de objetos se pueden relacionar con los signos musicales (Nöth, 1990).

Pues, la respuesta está en las imágenes que evocan a esos signos musicales. Allí está el valor estético y signico de la música, en especial, de la música usada en el cine.

7. El cine y su inseparable sonido

¿Cómo es que se hace sonido para el cine? ¿Cómo se denominan los cargos de aquellos que trabajan en el mundo del sonido para el cine? ¿Qué es lo necesario para producir sonido y música para el cine? ¿Cómo sabemos qué instrumentos musicales o sonidos se parecen a los protagonistas? ¿Siempre es válido el piano? ¿Y los violines? En fin, ¿cómo hacemos para que el sonido tenga esa personalidad inseparable que tiene junto a las imágenes?

Hay dos maneras básicas de producir sonido. Una es sobre la base de un *briefing* o instrucciones precisas de tiempo para que la música pueda casarse con las imágenes. La otra, muy distinta, es componer la música una vez que está filmada y montada la película. Dependerá de cada realizador o director cómo se creará el sonido, cómo deberá usarse durante la producción o rodaje y, a la vez, de la intencionalidad que tenga el sonido, la música y los efectos en el filme.

En general, los efectos de sonido se crean después de estar filmada y montada la película, puesto que deben ser sincrónicos con la imagen. Pero, la música, como decíamos, puede ser compuesta antes del rodaje para apoyar la filmación o, después del rodaje.

Aun así, están los directores de las propias películas que ‘firman’ las partituras de sus cintas. Para ello se basan en los llamados *bummer* que son músicos que interpretan lo que el director quiere decir, la intencionalidad de los instrumentos, en definitiva, lo que podría ser la banda sonora. Los *bummer* son, en otras palabras, los que hacen los arreglos musicales, los que determinan cómo deberá ser la orquestación de toda la película (Ra-

digales, 2008), pues el **arreglo musical** no es más que el proceso de componer para diferentes instrumentos de tal forma que, al sonar a la vez, tienen una armonía.

Eso sí, y esto es importante, las películas por lo general no conservan un estilo único a lo largo de todo el filme. Se entremezclan épocas musicales, estilos de acuerdo con las situaciones o personajes, se crean **leitmotifs** (una canción o acordes que representan a un personaje o situación), se usan efectos de sonido que se funden con instrumentos, en fin, es tan diverso el universo del sonido para las películas que se puede escuchar todo tipo de cosas e instrumentos musicales.

Lo que sí es casi una manera fija de hacer el sonido de las películas es a posteriori del montaje de imágenes. De esa manera se pueden ajustar el ritmo y la armonía de la música al verdadero tiempo de las secuencias o escenas, inclusive, se puede saber si los silencios deben ser de blanca o de redonda, si se debe componer con el frenesí de las semifusas o con la calma de las negras.

Así como está el *bummer*, también está el compositor. Es una persona que, como el director del filme o el director de fotografía, ambienta cada una de las partes de una película y, por lo general, por respeto a su trabajo, la música no se cambia, ni se recorta.

Evidentemente, y como se ha señalado, al igual que están los montadores de las imágenes, hay montadores del sonido. Son las personas que se ocupan de que el sonido esté en la posición correcta, obedezca a las imágenes, se entiendan los diálogos y no se sobreponga un sonido a otro.

8. La audiovisión

La **audiovisión** (Chion, 2010) o lo **musivisual** (Román, 2008) es la forma en cómo la música se conecta con la imagen, cómo se hace una sola amalgama de valores estéticos,

Categorías profesionales implicadas en la creación musical

Supervisor musical: *propone músicas, negocia sus derechos y licencias y se encarga de todo lo referente a la música involucrada en una película o serie.*

Compositor: *es la persona que diseña la música, quien crea todas las piezas musicales originales.*

Hummer o arreglista: *músico que interpreta lo que el director quiere decir, la intencionalidad de los instrumentos.*

Director musical: *es la persona que hace los arreglos musicales para todos los instrumentos de una orquesta.*

Letrista: *autor de las letras de las canciones.*

Intérpretes: *cantantes y músicos que ejecutan la música.*

Montador musical: *es la persona que da orden a los diferentes sonidos y música con las imágenes.*

La audiovisión es la forma en cómo la música se conecta con la imagen

semióticos, poéticos y metafóricos para crear eso que llamamos cine.

Es la forma de estudiar música e imagen, cómo se deben diseccionar una del otro y luego en conjunto para dar ese tono adecuado a la narrativa fílmica con el fin de adoptar acciones correctas en torno a la música, el montaje o la secuencia de imágenes.

Es un método de estudio y análisis de la música. Es una forma de no equivocarse las decisiones de montaje, de hacerlas comprensibles para el público o, en el mejor de los casos, poner al propio espectador en un proceso reflexivo en torno a la imagen y el sonido.

9. Da capo al fine

No podemos dejar de lado que el cine se sirve de canciones populares para incluirlas en sus bandas sonoras. Muchos cantantes famosos han acompañado tanto de forma diegética como extradiegética a muchas películas. Por poner un ejemplo, Norah Jones, en el inicio de su exitosa carrera, con todo el valor que había adquirido su canción *Nearness of you*, tocó el piano y cantó en la película *Amor con preaviso* (*Two Weeks Notice*, 2002) protagonizada por Sandra Bullock y Hugh Grant. La música para el cine, como se ve, convive con nosotros otorgándole valor a nuestras vidas, generando recuerdos cinematográficos con tan solo oírlos.

No hay duda al respecto. También, muchas películas son grandes no solo por lo que son, sino por el valor de su música. Hay muchos grandes creadores musicales para el filme. Citaremos a tres de ellos: Enio Morricone, John Williams, Hans Zimmer y, tan solo mencionaremos tres películas compuestas por estos caballeros de las partituras, *Cinema Paradiso* (1988), *La guerra de las galaxias* (*Star Wars*, 1979) y *Piratas del Caribe* (*Pirates of the Caribbean*, 2003). Buscar las biografías de estos señores es deleitarse con la música que han escrito.

En el caso de *Cinema Paradiso*, la música de Morricone ha hecho llorar a más de una persona. La relación entre el estado de ánimo de los personajes y la música es un matrimonio perfecto entre imagen y sonido. Si pensamos en la maldad, Darth Vader es su encarnación. John Williams ayudó a crear al personaje con su *Marcha Imperial*. Y, si pensamos en un pirata contemporáneo que nos haga reír, el Capitán Jack Sparrow necesitó mucho más que a Johnny Depp para encarnarlo, usó a la música de Zimmer.

En fin, el cine sin la música y el sonido ya no sería concebible. La relación entre la imagen y el sonido son indivisibles y, la propia industria del cine y del sonido así lo entienden. La verdadera relación entre las dos artes ha generado un negocio en el que cultores de la imagen y hacedores del sonido conviven.

Es una historia que se hace cada día, que tiene una vida propia y que, tras cada compás va dejando una estela de armonías y sensaciones diversas, novedosas que van desde el guion hasta el momento en el que, apoltronados, contemplamos una pantalla.

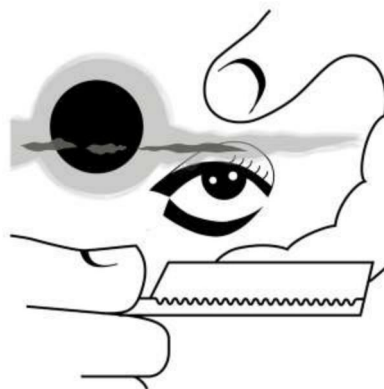
Bibliografía básica

- ✓ ADORNO, Theodor (2003). *Filosofía de la nueva música*. Madrid: Akal.
- ✓ CARMONA, Luis Miguel (2012). *Música y cine*. Barcelona: T & B Editores.
- ✓ CHION, Michael (2010). *La música en el cine*. Barcelona: Paidós.
- ✓ MOUËLLIC, Gilles (2011). *La música en el cine*. Barcelona: Paidós.
- ✓ NÖTH, Winfried (1990). *Handbook of Semiotics*. Indiana: Indiana Press University.
- ✓ RADIGALES, Jaume (2008). *La música en el cine*. Barcelona: Editorial UOC.
- ✓ ROMÁN, Alejandro (2008). *El lenguaje musivisual*. Madrid: Visión Libros.
- ✓ RUSSELL, Mark. y YOUNG, James (2002). *Bandas sonoras*. Barcelona: Océano.
- ✓ STRAVINSKY, Igor (1936). *An Autobiography*. New York: Norton.

Capítulo 12

Montar: la edición

Víctor Herrerueta Ruiz (UCJC)



Sumario

1. El cine antes del montaje
2. El origen del montaje
3. El montaje analítico
4. La justificación psicológica del montaje
5. El montaje conceptual
6. El montaje en la práctica
7. El Departamento de Montaje

Con el término montaje aludimos a una práctica profesional bien localizada en el proceso de creación de una película o, por extensión, de cualquier producto audiovisual: la postproducción. En castellano, **montaje** designa el trabajo de laboratorio o sala conocido igualmente como edición, por influjo de la voz inglesa *editing*. El montaje, en un sentido amplio, “puede ser considerado como la operación destinada a organizar el conjunto de los planos que forman un film. El montaje será por lo tanto un principio organizativo que rige la estructuración interna de los elementos filmicos visuales y/o sonoros que conforman una película” (Zunzunegui, 2010, p. 161).

Así, tanto el cine como el resto de los productos audiovisuales tienen una expresión heterogénea que combina seis materias diferentes. Durante el proceso de montaje estas materias pueden ser organizadas, manipuladas y moldeadas para ser empleadas como elementos de significación a la hora de elaborar un discurso.

El montador tiene el poder de reorganizar, modificar, recortar o confirmar el guion con un único objetivo: conseguir la mejor película o serie posible a partir del material grabado

Tres de estas materias se encuentran en la **banda de imagen**:

- **Imágenes fotográficas móviles** organizadas en series continuas. Estas imágenes en movimiento pueden provenir de dos soportes diferentes: el cinematográfico (fotoquímico) o videográfico (electrónico/digital).

- **Anotaciones gráficas** que sustituyen a las imágenes (intertítulos, rótulos, títulos de crédito) o que se superponen a ellas (subtítulos, grafismos, logotipos).
- **VFX:** efectos visuales que crean o manipulan imágenes fuera del contexto del rodaje o la grabación.

En la **banda de sonido** se mezclan tres materias de la expresión filmica:

- **Sonido fónico:** diálogos.
- **Sonido musical:** banda sonora (diegética o extradiegética).
- **Ruidos, sonido ambiente:** efectos de sonido.

1. El cine antes del montaje

En Europa, los inventores del cinematógrafo, Auguste y Louis Lumière eran incondicionales del plano secuencia y la cámara fija. Al fin y al cabo, su trabajo consistía en elegir un emplazamiento ideal para la cámara que permitiera tener una visión en plano general de un determinado acontecimiento: la salida de los obreros de la fábrica de los Lumière (*La sortie de l'usine Lumière à Lyon*, 1895), la llegada de un tren a una estación (*L'arrivée d'un train à La Ciotat*, 1896) o vistas de lugares más o menos exóticos (*Jérusalem, le saint sépulcre*, 1897; *Les mines de charbon de Hon Gay*, 1899). Como afirma Karel Reisz:

Los hermanos Lumière realizaron sus primeros films según el procedimiento más sencillo: escogiendo un tema que a su juicio pudiera tener interés, situando la cámara frente al sujeto, y dando vueltas a la manivela hasta que el rollo de película quedaba impresionado en su totalidad. Para ellos, la cámara cinematográfica tenía una sola ventaja sobre la cámara fotográfica: captar el movimiento (Reisz, 2003, p. 16).

Algunos autores identifican estas tomas primigenias como el punto de partida del cine documental. Sin embargo, es conveniente advertir que, aunque el cine, al igual que la fotografía, comenzara registrando la realidad, esto no significa que el documental naciera a la par que el cine. En esta línea afirma José Luis López Clemente, "el documental existía, pero aún no se tenía conciencia de él en el mundo como género cinematográfico original" (1960, p. 123). Esta fase primitiva es identificada por el teórico e historiador cinematográfico Bill Nichols como protodocumental y se prolonga hasta la década de los años veinte, cuando el documental se institucionaliza y adquiere delimitación genérica propia que ya se puede apreciar con claridad en producciones muy diferentes entre sí: *Nanuk, el esquimal* (*Nanook of*

the North, 1922), de Robert J. Flaherty, *El hombre de la cámara* (*Chelovek s kinoapparátom*, 1929), de Dziga Vértov, o *À propos de Nice* (1930), de Jean Vigo. Como indica Antonio Weinrichter, el protodocumental estaba conformado por una amplia amalgama de películas de corta duración:

Hasta 1903, ocho años después de su nacimiento [del cine], el 75% de las películas que se rodaban eran actualités o noticiarios que traían al asombrado espectador primitivo imágenes que inicialmente provenían de su propio mundo cotidiano (Weinrichter, 2004, p. 25).

Tanto las películas de los hermanos Lumière como las de sus competidores se proyectaban tal y como se habían rodado: sin cortes y sin selección de material. Al fin y al cabo, en aquella época pionera cuando todavía no existía el montaje, las películas eran meras curiosidades de feria que no alcanzaban el minuto de duración por la escasa capacidad de carga que tenían las primeras cámaras capaces de registrar el movimiento.

Para el espectador de aquella época, el poder de fascinación de aquel nuevo espectáculo residía únicamente en el hecho de contemplar el movimiento del mundo real proyectado en una pantalla bidimensional, como si fuera un cuadro entre cuyas molduras transcurre el tiempo. En esta etapa fundacional todavía no existían los grandes salones cinematográficos que poco tiempo después empezarían a inundar el mundo entero. De hecho, a menudo el cinematógrafo formaba parte de espectáculos más amplios de carácter teatral: *music-ball*, revistas, espectáculos de magia...

Pronto, cientos de camarógrafos fueron enviados por todo el mundo con el objeto de filmar paisajes exóticos y culturas hasta entonces nunca vistas. Los protodocumentales fueron las producciones dominantes en los programas de exhibición cinematográficos hasta 1907. Como era de esperar, este tipo de programas agotó pronto su capacidad de sorpresa y el público comenzó a perder interés por el nuevo invento. Hubo entonces que buscar una nueva fórmula que renovara el interés del espectador y que permitiera a la vez despegar a la incipiente industria cinematográfica. En este proceso, el fenómeno cinematográfico adquiriría un nuevo valor: ya no solo serviría para registrar eventos de la realidad, sino que pasaría a contar historias. A partir de 1907, la producción de películas de ficción comenzó a multiplicarse y a monopolizar el interés general del público.

2. El origen del montaje

Si bien tardó en profesionalizarse al menos dos décadas, el montaje como técnica ha estado presente en la historia de la imagen en movimiento prácticamente desde sus inicios.

Fue Porter quien descubrió que, mediante el corte y el empalme de distintos planos, era posible narrar una historia

El primer gran hito de la historia del montaje fue *La vida de un bombero americano* (*Life of an American Fireman*, 1903). Esta película fundacional parte de un encargo personal de Thomas Alva Edison, inventor del cine en los Estados Unidos, a su camarógrafo Edwin S. Porter. El objetivo principal de Edi-

son era desarrollar una técnica que permitiera ampliar la duración de las películas, de cara a poder contar historias más elaboradas y complejas. Para ello era necesario unir y combinar los fragmentos de película que se filmaban. Así fue como Porter descubrió que, mediante el corte de los planos y el empalme de distintos planos, era posible narrar una historia:

Repasando la colección de viajas películas de Edison en busca de escenas adecuadas como inspiración para un nuevo argumento, Porter encontró gran cantidad de films sobre las actividades de los bomberos. En vista de que éste parecía ser un tema que disfrutaba del valor popular, se decidió por él. Pero necesitaba una idea central, un incidente que permitiese mostrar a los bomberos en acción... Porter trazó al fin una línea que llamaría la atención por su novedad: una madre y un niño sorprendidos por el fuego en el interior de un edificio, salvados en el último momento por el equipo de bomberos (Reisz, 2003, p. 16).

Este es el nacimiento del plano, la unidad discursiva mínima de continuidad espacio-temporal comprendida entre dos cortes, que no contiene un significado completo: “se trataría, pues, de fragmentos de espacio-tiempo, donde es detectable una rigurosa continuidad de ambas dimensiones” (Zunzunegui, 2010, p. 158). Según esta perspectiva, la película sería un organismo formado por partes que se relacionan entre sí, para dar lugar a un sentido global que va más allá de la mera suma de sus partes. Desde este momento revolucionario, el plano pasaría a ser la unidad fundamental del discurso audiovisual. Así, mientras que el escritor usa la palabra o el compositor musical emplea las notas, el cineasta usa los planos.

La vida de un bombero americano extiende su metraje hasta los seis minutos e incorpora, en su segunda versión, importantes innovaciones, como el intento de plasmar acciones simultáneas en una pantalla o la incorporación del primer plano a la narración. Se trata además de la primera película de acción de la historia y pronto se convirtió en un gran éxito que indicó el camino a seguir y permitió al cine desarrollarse hasta convertirse en un medio fundamental para entender el siglo XX. Desde entonces y hasta ahora, el montaje se ha convertido en parte nuclear del proceso de creación de todo tipo de piezas audiovisuales: desde los informativos de televisión, a los videoclips, las series, los videojuegos y cualquier otra forma de representación de imagen en movimiento.

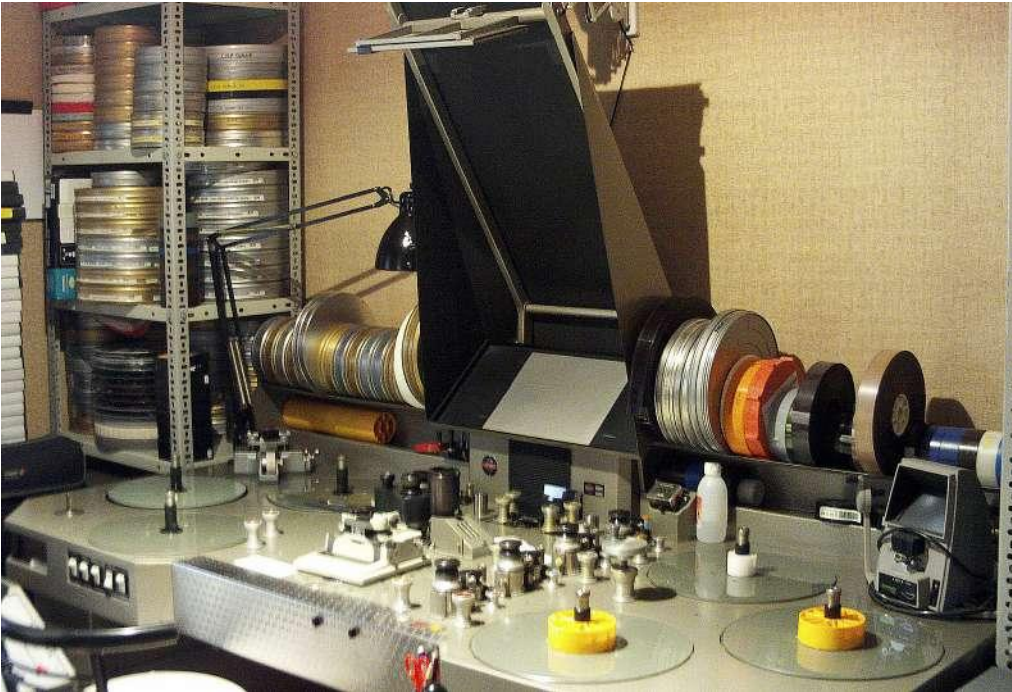


Ilustración 105. Antigua mesa de montaje de celuloide.

La historia del cine mudo y de este primer modelo de representación primitivo, es la de una evolución constante que busca aumentar la capacidad visual del cine por medio de un montaje cada vez más elaborado y complejo. Así, podemos afirmar que el desarrollo creciente de la expresividad del medio cinematográfico, desde las simples imágenes iniciales de los hermanos Lumière hasta las elaboradas concepciones de los años veinte del pasado siglo, fue consecuencia del desarrollo de las técnicas de montaje.

3. El montaje analítico

Como hemos visto, desde sus inicios el montaje aparece ligado a la narratividad para articular el espacio y el tiempo al servicio de una determinada historia. En este aspecto el cineasta más revolucionario fue el norteamericano David Wark Griffith, considerado universalmente como el padre del lenguaje cinematográfico y del montaje analítico.

El **montaje analítico** es el tipo de montaje hegemónico en todo el mundo desde su concepción hace más de 100 años. Su universalización llegó, en parte, gracias al poder

irradiador de la industria de Hollywood. Es un tipo de montaje que, a pesar de su alto grado de fragmentación, pretende ser invisible y pasar desapercibido a los ojos del espectador. Con el montaje analítico se crea la ilusión de un universo uniforme, compacto y lógico donde se respeta la coherencia espacial y temporal de las acciones.

Fueron innovadores como Griffith los que se dieron cuenta que el director no necesitaba estar relegado exclusivamente a planos generales y a tomas amplias que incluyeran toda la acción. Griffith empleaba ya todo el repertorio de escalas de plano como piezas que contribuían a crear un determinado efecto dramático, confiando en que su público uniría en su mente esas imágenes fragmentadas para darles un sentido unitario. Además, como si de un truco de magia se tratase, se preocupó por desarrollar toda una serie de técnicas (racord, ley del eje, ley de los treinta grados) que permitieran que estos cortes pasaran desapercibidos para el espectador y que no le distrajeran a la hora de seguir las acciones mostradas en la pantalla. Fragmentar, sí, pero solo cuando se pudiera garantizar la invisibilidad del corte:

Las razones de Porter y Griffith para fragmentar la acción no pueden ser, sin embargo, más diferentes. Cuando Porter pasaba de una a otra imagen, era por causas físicas que impedían acomodar la acción a los límites de un solo plano. En la continuidad de Griffith, el punto de vista cambia, no por razones físicas, sino dramáticas, para enseñar al espectador un nuevo detalle de una escena que eleva el interés del drama en un momento determinado. Así, la ordenación de los planos en el montaje vendrá determinada por las exigencias dramáticas del argumento (Reisz, 2003, p. 14).

Al dirigir la mirada del espectador, Griffith hace que la ordenación de los planos se convierta en una guía de lectura de la historia

Allí donde la cámara de Porter permanece en plano general, la de Griffith entra a formar parte de la acción. Desde este nuevo punto de vista, es más sencillo conseguir una escena o secuencia viva, realista y convincente. Además, el realizador puede incluir muchos más detalles, lo que le permite abordar temas con mayor profundidad: tiene el

poder de escoger el momento más adecuado para mostrar un detalle o subrayar con énfasis una acción. Así mismo, puede congelar, ralentizar o acelerar el tiempo a voluntad, lo que le permite guiar las emociones y las reacciones del espectador. Al dirigir la mirada del espectador, la ordenación de los planos se convertirá en una guía de lectura de la historia, del texto-fílmico. Este complejo sistema de rodaje-montaje sería llevado a la práctica por Griffith en sus excepcionales frescos épicos de tres horas de duración *El nacimiento de una nación* (*The Birth of a Nation*, 1915) e *Intolerancia* (*Intolerance*, 1916).

En resumen, Griffith fue el primero en entender la importancia psicológica del montaje: emocionar al público. Si echamos la vista atrás, podemos afirmar sin lugar a duda que sus innovaciones en la articulación espacio-temporal de los materiales fílmicos han contribuido de manera decisiva a aumentar y enriquecer las posibilidades del relato cinematográfico, hasta el punto de que marcaron un antes y un después en la evolución del montaje cinematográfico, dando lugar al cine clásico y al modelo de representación institucional.

4. La justificación psicológica del montaje

Como hemos visto, un producto audiovisual está compuesto por muchos fragmentos diferentes unidos en un mosaico de imágenes en movimiento. Lo misterioso es que la unión de estos fragmentos, a menudo a través del corte, realmente nos da una sensación de continuidad espacio-temporal. Esta ilusión de continuidad se mantiene incluso si cambiamos de punto de vista de manera radical o si incluimos saltos temporales hacia delante (*flashforward*) o hacia atrás (*flashback*).

Esta fragmentación intensiva del espacio funciona, pero podría no haber sido así. Al fin y al cabo, nada en nuestra experiencia perceptiva diaria nos prepara para algo así. Por el contrario, desde el momento en que nos levantamos por la mañana la realidad visual que percibimos es una corriente continua de imágenes conectadas: esta es la forma que tenemos de experimentar el mundo. Si tenemos en cuenta esto, no sería extraño que nuestro cerebro rechazara el montaje, aunque por suerte no es así.

Lo cierto es que las películas están siendo cortadas 24/25 veces por segundo. En una secuencia con movimiento, cada fotograma supone un desplazamiento con respecto al anterior; si bien el desplazamiento es suficientemente pequeño –poco más de veinte milésimas de segundo– como para que el espectador lo perciba como un movimiento dentro de un mismo contexto, más que como 24/25 diferentes contextos por segundo.

Dicho esto, si en nuestra experiencia perceptiva cotidiana vemos en plano secuencia, ¿por qué los productos audiovisuales optan por fragmentar la realidad? ¿Por qué este complejo proceso de desglose y unión de imágenes resulta natural e incluso pasa desapercibido en la mayoría de las ocasiones? Veamos un ejemplo que resulta clarificador:

Si me sitúo en el centro de una determinada escena, tanto mi atención como mi mirada se sienten atraídas ahora en esta dirección, luego en otra cualquiera. Re-

pentinamente puedo doblar la esquina de cualquier calle y encontrar un golfillo que, creyendo no ser visto, se dispone a lanzar una piedra contra una tentadora ventana. Mientras la tira, mis ojos se vuelven instintiva e instantáneamente hacia la ventana para ver los efectos del golpe. Al momento, vuelvo a mirar al chiquillo para observar su reacción. Quizá se ha percatado de mi presencia y adopta un aire burlón; luego, mira hacia otro sitio, cambia de expresión, y sale tan a prisa como se lo permiten sus piernas. Me vuelvo para descubrir el motivo de esta carrera repentina y veo que un policía acaba de doblar la esquina. [...] Es por eso que la justificación psicológica más elemental del montaje, considerado como método para representar el mundo físico que nos rodea, estriba en la posibilidad de reproducir el proceso mental descrito arriba por el cual una imagen visual sucede a otra, a medida que nuestra atención es atraída en una u otra dirección (Sánchez-Biosca, 1991, p. 25).

En esta misma línea Karel Reisz afirma:

El objetivo del director es ofrecer una imagen ideal de la escena, colocando en cada caso su cámara en tal posición que capte con mayor eficacia el fragmento de la acción o detalle dramáticamente significativo. Se convierte, así, en un observador ubicuo que brinda al público a cada momento de la acción el mejor punto de vista posible. Selecciona las imágenes que considera más expresivas sin preocuparse del hecho de que ningún individuo podría contemplar la escena de tal modo en la vida real (Reisz, 2003, p. 47).

Al fin y al cabo, el montaje parece cumplir los deseos que cualquiera tuviera en su propia vida: cortar aquellos momentos que no son interesantes y acelerar o ralentizar la acción según nuestro propio interés. En palabras del célebre director y guionista norteamericano John Huston:

Para mí, la película perfecta es como si se desarrollara detrás de tus ojos y tus ojos la proyectasen, de modo que vieras lo que deseabas ver. El cine es como el pensamiento. Es el arte más cercano al proceso de pensar.

Mira esa lámpara al otro lado de la habitación. Ahora vuelve a mirarme. Mira otra vez la lámpara. Ahora mírame de nuevo a mí. ¿Ves lo que has hecho? Has parpadeado. Eso son cortes. Tras la primera mirada, sabes que no hay motivo para hacer continuamente todo el recorrido entre la lámpara y yo, porque ya conoces lo que hay en medio. Tu mente corta la escena. Primero contemplas la lámpara. Corte. Entonces me contemplas a mí (Murch, 2003, p. 72).

5. El montaje conceptual

El siguiente hito en la historia del montaje tuvo lugar en el seno de la recién constituida URSS. El cine soviético nace oficialmente con el decreto de nacionalización del 27 de agosto de 1919. Lenin escogió entonces al cine como el arte más importante para su propósito de vertebrar un país de 160 millones de habitantes que se expresaban en más de cien lenguas y que eran en su mayor parte analfabetos.



Ilustración 106. Eisenstein en la mesa de montaje.

En 1919 la mayor parte de los actores, realizadores y técnicos que trabajaban en la Rusia zarista eran hostiles al nuevo régimen y se habían exilado a otros países europeos. De ahí que una de las primeras medidas del régimen leninista fuera fundar una escuela de cine, la primera de este tipo en el mundo, que proveyera al nuevo país de un cuerpo de cineastas y técnicos afines a los ideales revolucionarios.

Uno de los profesores más destacados e influyentes de la nueva Escuela Cinematográfica del Estado, fue Lev Vladimirovich Kuleshov, responsable del celeberrimo **efecto Kuleshov**. En este experimento fílmico se pone de relevancia la importancia de la sintaxis fílmica y de la yuxtaposición de planos como elementos creadores de significado en la mente de los espectadores. Entre los discípulos más aventajados de Kuleshov encontramos a una figura fundamental para entender los nuevos derroteros por los que transcurriría el montaje: Serguéi Mijáilovich Eisenstein.

Eisenstein fue internacionalmente reconocido como uno de los cineastas y teóricos más brillantes de toda su generación. Su obra fílmica, aunque escasa, ha permitido como pocas diversificar y ampliar el uso del montaje en el cine más allá de los preceptos que estableció Griffith. Para Eisenstein, la edición no era un simple método utilizado para enlazar planos y unir escenas, sino un nuevo medio que permitía manipular las emociones de los espectadores. Después de una larga investigación, Eisenstein desarrolló su propia teoría del montaje que no tardaría en ejercer gran influencia sobre la teoría cinematográfica universal.

Sus películas son grandes frescos épicos en los que evitaba el individualismo para ponerse a favor de lo colectivo y de la lucha de clases, como sucede en *El acorazado Potemkin* (*Bronenósets Potiomkin*, 1925) y *Octubre* (*Oktyabr*, 1928). En las grandes secuencias de estas películas, las imágenes chocan entre sí, se golpean. La sucesión de los planos no elabora una continuidad lógica, al contrario: suponen una ruptura de la misma. Los contrastes entre los grandes planos generales y primerísimos primeros planos son una fuente evidente de emoción para el espectador, a pesar de ser caóticos desde el punto de vista de la percepción. De hecho, no desglosan ni el espacio de una narración, ni el tiempo de una acción, son planos que no persiguen una reconstrucción realista de lo acaecido.

En el montaje conceptual, la manera de organizar los materiales fílmicos y de acercar unos planos a otros produce un discurso sobre el mundo que es distinto a la suma de las partes, puesto que las imágenes transforman su significado en contacto con otras imágenes

Eisenstein sostenía que la auténtica continuidad cinematográfica debería surgir de una serie de choques; cada transición debería plantear un conflicto entre dos planos, creando así una impresión nueva en la mente del espectador. Para ello estudió durante años los ideogramas japoneses, en los que dos nociones yuxtapuestas conforman una tercera:

Ojo + agua = llorar; puerta + oreja = escuchar.

El montaje de Eisenstein es un **montaje conceptual** o discursivo que pretende organizar significados que no son obvios. Es un montaje signifiante en el que ya no basta dejarse llevar por su desarrollo, como sucede con el montaje analítico. La manera de organizar los materiales fílmicos y de acercar unos planos a otros, produce un discurso sobre el mundo que es distinto a la suma de las partes, puesto que las imágenes transforman su significado en contacto con otras imágenes. Así, yuxtaponiendo dos realidades que carecen de un punto en común, el montaje se convierte en un discurso, en el que cada imagen toma un nuevo significado.

6. El montaje en la práctica

Tras este repaso histórico de las diferentes teorías que han dominado el montaje audiovisual hasta nuestros días, volvamos al inicio. Como hemos visto al principio del capítulo, el montaje se encuentra situado al final del proceso de creación de una obra audiovisual. Así, desde el punto de vista cronológico, el montaje sería el último de los tres grandes procesos que abarcan la fabricación de un producto audiovisual, puesto que es posterior al guion y al rodaje. Al situarse en la postproducción, goza de una posición privilegiada a la hora de definir y dar forma definitiva a un producto que ha atravesado por muchas manos de otros profesionales a lo largo de varias etapas. Desde la sala de montaje, el montador tiene el poder de reorganizar, modificar, recortar o confirmar el guion con un único objetivo: conseguir la mejor película o serie posible a partir del material grabado.



Ilustración 107. Carmen Frías, montadora de cine española con más de ochenta películas y varios premios Goya. Foto: Pipo Fernández.

Una buena manera de introducir la idea de montaje audiovisual es compararlo con la cocina. Dentro de este símil, el guion sería hacer la lista de la compra. El rodaje sería como ir a hacer la compra al mercado: cuando vamos al rodaje o la grabación, una posibilidad es registrar diferentes tomas con un plano general que recoja toda la acción de una conversación entre dos personajes; después, registramos esa misma acción en plano medio y, finalmente, registramos un par de primeros planos de los rostros de cada uno de los personajes. Será posteriormente, en el montaje donde cocinemos todos esos ingredientes para darles el sabor, la textura y el ritmo más adecuados.

Desde un punto de vista t́cnico, por montaje entendemos el hecho de cortar y pegar los distintos fragmentos de los brutos que han sido rodados para dar a un producto audiovisual su forma definitiva o, mejor dicho, con el fin de dotar a las imágenes en movimiento de una continuidad discursiva. Nuestra tarea como montadores abarcaría entonces las siguientes tareas:

- La conversi3n de los archivos de v́deo a *proxies* (si es necesario), para permitir el funcionamiento fluido del programa de edici3n que hayamos escogido.
- La sincronizaci3n de audio y v́deo.
- La organizaci3n de los planos dentro de una secuencia (según los planos seleccionados en rodaje).
- La estructuraci3n narrativa de las secuencias entre sí.
- Procesos de sonorizaci3n inicial: montaje de diálogos, efectos y música incluidos.
- Preparaci3n y exportaci3n de todos los materiales para los siguientes pasos de la postproducci3n: diseño de sonido, efectos visuales y etalonaje/color.
- Recepcionar los materiales de postproducci3n y conformar el máster.
- Exportar la copia definitiva en todos los formatos acordados (*deliveries*, salidas).

Actualmente al montador ya no se le considera el responsable del seguimiento de la peĺcula hasta su finalizaci3n. Este puesto ha sido transferido al director de postproducci3n. Así, en muchos casos, el montador cada vez mantiene una relaci3n más distante con los otros responsables de la postproducci3n de una peĺcula.

Sin embargo, esta decisi3n conlleva importantes riesgos art́sticos puesto que el montador es un aval fundamental para la coherencia final de todo el proyecto. El montador puede comunicar mejor que nadie las intenciones definidas en la sala de montaje y apoyar las aportaciones e iniciativas del resto de colaboradores en coherencia con las expectativas del director; al fin y al cabo, el montador es el perfecto intérprete del director, gracias a que conoce en profundidad sus intenciones y las necesidades de la peĺcula.

Desde un punto de vista ideal, el montador debe poder estar presente en todas las etapas de la fabricaci3n de una peĺcula, desde determinado momento del rodaje, como ya se ha comentado en otro capítulo, hasta el chequeo de la copia final.

Tabla 13. Salarios mínimos del Departamento de Montaje (2017)

| Categorías profesionales | Salario base en euros | | | |
|-------------------------------|-----------------------|-----------------|-----------------|----------|
| | Semana | Semana 45 horas | Semana 50 horas | Mes |
| | | 1,3 | 1,533 | 3,75 |
| Montador de imagen | 659,65 | 857,55 | 1.011,25 | 2.472,59 |
| Ayudante de montaje de imagen | 279,58 | 363,45 | 428,59 | 1.047,95 |
| Auxiliar de montaje de imagen | 254,39 | 330,71 | 389,98 | 953,55 |

Fuente: Convenio colectivo de la industria de producción audiovisual (técnicos). Producciones de bajo presupuesto (hasta 750.000 euros). Buscar actualizaciones en Internet.

7. El Departamento de Montaje

En función del presupuesto de la producción en la que trabajemos y del calendario propuesto, tendremos la posibilidad de contar con ayudantes y/o auxiliares que trabajen con nosotros para acelerar el proceso de montaje.

El ayudante de montaje es el responsable de clasificar, sincronizar y preparar todos los materiales de imagen y sonido que sean necesarios para nuestro posterior trabajo de montaje. Así mismo, también será el responsable de asegurar todos estos materiales mediante copias de seguridad, a través de la correcta gestión de las unidades de almacenamiento disponibles. En función de las necesidades concretas de la producción en cuanto a plazos, este trabajo de ayudantía puede realizarse paralelamente a la grabación o comenzar después, cuando estén disponibles la totalidad de los brutos.

De esta manera, el montador puede centrarse exclusivamente en el trabajo sobre dichos materiales y obviar el resto de las tareas mecánicas y técnicas que le distraerían de su propósito principal: conseguir extraer de los materiales entregados el mejor producto audiovisual posible.

La llegada del montaje digital ha generado la ilusión de que se podía hacer el trabajo de postproducción sin ayudantes. Sin embargo, la carga de trabajo no ha disminuido y el tiempo de maduración que requiere una película no se puede comprimir. Sigue siendo un puesto indispensable para aligerar la carga de trabajo del jefe de equipo, al ocuparse de tareas técnicas y organizativas.

Categorías profesionales del Departamento de Montaje

Montador: selecciona, mezcla y ajusta narrativamente la banda de imagen y la banda de sonido de una producción audiovisual.

Ayudante de montaje: organiza el material, lo sincroniza y lo prepara en la sala de montaje, se ocupa del mantenimiento de los equipos y realiza copias de seguridad.

Auxiliar de montaje: se ocupa de las tareas mecánicas del proceso de montaje.

De hecho, lo normal es que la cantidad de horas grabadas aumente con respecto a cuando se filmaba en soporte cinematográfico. Del mismo modo, es habitual que el número de tomas y de ángulos de cámara se multiplique o se opte por la utilización de varias cámaras simultáneamente. Esto hace que el tiempo de selección de material se alargue y, en consecuencia, las opciones de escritura se multipliquen. Así mismo, el número de efectos visuales no previstos aumentan considerablemente con respecto a los cálculos iniciales.

El papel del ayudante de montaje es primordial puesto que tiene un conocimiento concreto del proyecto, domina el flujo de trabajo y conoce el proceso de la postproducción. Sabe anticipar problemas y tiene la capacidad de hacer que el trabajo sea más fluido entre los equipos. En definitiva, la ayudantía alivia al jefe de montaje de trabajos que en la práctica consumen mucho tiempo y ha sido la forma tradicional de acceso y aprendizaje del oficio.

Su trabajo no se reduce a la preparación del material rodado y al conformado final de la película. El ayudante puede pre-montar una secuencia, maquetar efectos visuales, generar subtítulos y créditos, trabajar en el sonido de la copia de trabajo, buscar referencias de archivos, músicas... Además, aunque en muchos casos se minusvaloren sus funciones, el ayudante de montaje, al conocer perfectamente el proyecto, es un interlocutor artístico válido.

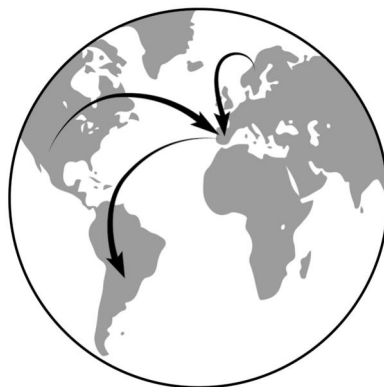
Bibliografía básica

- ✓ AMIEL, Vincent (2009). *Estética del montaje*. Madrid: Abada Editores.
- ✓ EISENSTEIN, S. M. (2001). *Hacia una teoría del montaje*. Barcelona: Paidós.
- ✓ LÓPEZ CLEMENTE, José Luis. (1960). *Cine documental español*. Madrid: Rialp.
- ✓ MURCH, Walter (2003). *En el momento del parpadeo*. Madrid: Ocho y medio.
- ✓ MURCH, Walter y ONDAATJE, Michael (2007). *El arte del montaje*. Madrid: Plot Ediciones.
- ✓ PELÁEZ, Antonio (2015). *Montaje y postproducción audiovisual*. Tarragona: Publicaciones Altaria.
- ✓ REISZ, Karel (2003). *Técnica del montaje*. Madrid: Plot ediciones.
- ✓ SÁNCHEZ-BIOSCA, Vicente (1991). *Teoría del montaje cinematográfico*. Valencia: Filmoteca de la Generalitat Valenciana.
- ✓ WEINRICHTER, Antonio (2004). *Desvíos de lo real: el cine de no ficción*. Madrid: T&B Editores.
- ✓ ZUNZUNEGUI, Santos (2010). *Pensar la imagen*. Madrid: Cátedra.

Capítulo 13

Distribuir: la logística de venta

Jessica Izquierdo Castillo
(Universitat Jaume I)



Sumario

- | | |
|---|---|
| 1. El proceso de distribución: organización y funciones | 2.3. Distribuidoras por modelo de negocio |
| 2. Tipología de distribuidores | 3. Los flujos de trabajo |
| 2.1. Distribuidoras por ventana de explotación | 4. Herramientas de negociación |
| 2.2. Distribuidoras por tamaño | 4.1. La negociación con las productoras |
| | 4.2. La negociación con las exhibidoras |
| | 5. La distribución en cifras |

La **distribución** consiste en poner el producto audiovisual en circulación de forma que pueda llegar a los espectadores. Lleva implícita todas las operaciones propias de la logística que una empresa establece para la venta de un producto: almacenaje, mantenimiento, control de calidad, atención de pedidos, transporte, etc. La empresa debe ser titular de derechos de explotación de esas obras audiovisuales y las vende bajo las leyes del mercado y de la defensa de la libre competencia, esto es, sin que puedan incurrir en malas prácticas comerciales, como es la venta de series y películas por lotes. Como se ha señalado, la cadena industrial contempla tres procesos principales: producción, distribución y exhibición. De esta forma, la distribución es el proceso de intermediación entre los productores de las obras cinematográficas y audiovisuales y los propietarios de las **ventanas de exhibición**: salas de cine, plataforma de pago, DVD, televisión en abierto, etc. Sin embargo, resulta complejo determinar cuándo comienza realmente las funciones de distribución, pues en ocasiones las películas se venden sobre guion, mientras que otras esperan a estar finalizadas para vender los derechos de distribución. Por otra parte, como se comentará en otro capítulo, la distribución se ha visto alterada por la consolidación de las plataformas de televisión a la carta o *Video On Demand* (VOD), como Netflix, HBO, Filmin o Amazon. Estas provocan cambios en el modelo convencional y afectan a los tiempos de exhibición entre ventanas, los formatos y hábitos de consumo, la comunicación y la interactividad con la audiencia.

1. El proceso de distribución: organización y funciones

La distribución es un proceso de intermediación entre los productores y los propietarios de las ventanas de exhibición. El proceso de distribución dota de entidad comercial a la película, pues no solo la pone en circulación hacia los diferentes circuitos de exhibición, sino que le confiere la estrategia, promoción y *marketing* necesaria para hacerla atractiva ante el público.

La distribución dota de entidad comercial a la película

En la actualidad, la distribución es uno de los procesos que mayores cambios están experimentando, provocados por la disrupción y consolidación de las plataformas de *Video on Demand* en *streaming* (difusión o descarga continua de un contenido audiovisual digital). El modelo convencional de las distribuidoras se ve alterado, lo que provoca continuos cambios en el sector.

A pesar de ello, la distribución tiene un rol prioritario en el seno de la industria cinematográfica, donde desarrolla múltiples funciones:

- Actúa como agente financiero de la producción mediante la participación económica, que se realiza a través de adelantos de los derechos de explotación o participando como co-productoras.
- Selecciona los títulos para su circulación hacia las ventanas de exhibición, es decir, el contenido audiovisual pasa por unos canales, soportes y medios de explotación comercial según unas pautas y unos tiempos de consumo que regulan la competencia.
- Se encarga de la comercialización de las películas, incluyendo doblaje y subtítulo, por lo que actúa como agente regulador de la oferta y la demanda.
- Es responsable de las acciones de promoción, *marketing* y publicidad ligadas a los lanzamientos de los estrenos. Esto incluye un amplio abanico de acciones, como la creación del **cartel**, la realización de la campaña publicitaria, la elaboración de contenido adicional (entrevista, *making off*, **tráiler**, etc.) para ventanas de venta y/o alquiler, o la preparación y gestión de las giras de promoción del elenco artístico de la película.
- Negocia la realización de material adicional (por ejemplo, contenido extra).
- Negocia con las productoras, agentes de ventas y ventanas de exhibición.

- Negocia el tiempo de exposición en ventanas (sala, plataformas, etc.) y número de pases (televisión).

La distribución es uno de los procesos que mayores cambios ha experimentado en los últimos años, provocados por la consolidación de las plataformas *streaming*

2. Tipología de distribuidores

Los distribuidores pueden diferenciarse según diversos criterios, principalmente por ventanas de explotación, por tamaño y por modelo de negocio.

2.1. Distribuidores por ventana de explotación

En relación con las ventanas de explotación o exhibición hacia las que se dirige su actividad, diferenciamos entre los espacios y las plataformas: salas de cine, alquiler DVD, *rental* VOD, venta DVD, EST VOD, *Pay* TV, Open TV y SVOD.

Las distribuidoras centradas en las salas de cine son filiales de grandes empresas productoras o distribuidoras independientes que adquieren los derechos de distribución en mercados cinematográficos como los de Cannes, Berlín o Toronto. Estos derechos están delimitados a una zona geográfica y un tiempo determinado. Normalmente lo hacen en exclusividad. Las distribuidoras suelen adquirir los derechos de distribución de las películas no solo para las salas, sino también para las ventanas posteriores, con el fin de amortizar la inversión.

Las **plataformas *streaming*** amenazan este modelo, como disruptoras, al alterar los tiempos y ámbitos de explotación. Estas plataformas están presentes en cada vez mayor número de mercados, lo que requiere de licencias de explotación internacionales. Netflix, por ejemplo, aplica una política de distribución global, priorizando licencias de distribución que le permitan ofrecer los contenidos en todos los países donde opera. Además, estas plataformas cuentan con un catálogo muy amplio y heterogéneo, al que sus usuarios acceden mediante fórmulas de suscripción (aunque también pueden combinarse con otros métodos de pago, como el alquiler o *pay per view*). Por tanto, requieren que el tiempo de permanencia en su catálogo sea lo más amplio posible, para garantizar que todos los usuarios puedan encontrarse en algún momento con el contenido licenciado. Obviamente, las plataformas ejercen mecanismos de promoción dentro de su oferta para priorizar el consumo de unos contenidos sobre otros.

Las plataformas *streaming* modifican el modelo convencional de distribución y alteran los tiempos y ámbitos de explotación

2.2. Por tamaño

Podemos diferenciar tres grupos fundamentales de distribuidoras en relación al tamaño de la empresa.

El primer grupo lo forman las grandes empresas distribuidoras, y sus integrantes son las *majors* y las plataformas *streaming* consolidadas. Las *majors* son principalmente seis estudios de producción y distribución con alcance global: Warner, Fox, Universal,

Las *majors* distribuyen principalmente películas provenientes de Hollywood (sus propios estudios), pero sus filiales nacionales también distribuyen películas locales

Sony, Paramount y Disney. La japonesa Sony adquirió el estudio americano Columbia-TriStar Pictures, pero el origen sigue siendo norteamericano y, de hecho, se produce desde allí. Por su parte 21st Century Fox fue adquirida por Disney. Estas empresas diseñan la estrategia de distribución y adoptan las decisiones y acuerdos desde sus matrices estadounidenses, de forma que las filiales que tienen reparti-

das por diversos países se limitan a perfilar las estrategias para la distribución local. Su principal producto proviene de Hollywood, pero las filiales también alcanzan acuerdos de distribución de producto nacional/local, que debe ser aprobado por la matriz central. Estas distribuidoras son las que mayor presupuesto destinan al apartado de *Print & Advertising* (P&A), lo que suele facilitar el éxito en el estreno en salas (*theatrical*). Las distribuidoras de mayor tamaño se reúnen en España en Fedicine, la Federación de Distribuidores Cinematográficos.

Dentro del grupo de las distribuidoras de mayor tamaño encontramos también aquellas plataformas *streaming* globales consolidadas: Netflix, HBO y Amazon Prime Video (APV). Estas empresas alcanzan acuerdos de distribución con todo tipo de productoras, desde *majors* hasta productoras locales, en numerosos países. Además, coinciden en ser también productoras de algunos de sus contenidos. En este sentido, destaca Netflix, cuyo catálogo incluye un gran número de producciones propias (que marca con el sello de *Original*, que también identifica a los contenidos cuyos derechos tiene en exclusiva). Estas plataformas distribuyen películas y series de los estudios de Hollywood, pero también contenidos locales y producciones propias. Su condición de plataformas *streaming* de carácter global les condiciona para buscar nuevos tipos de acuerdos, que les permitan mantener las licencias de los productos durante más tiempo y con cober-

Las plataformas *streaming* más consolidadas distribuyen contenidos de todo tipo de productores

tura multinacional. Netflix destaca en estos acuerdos al procurar licenciar los derechos para los 190 países en los que opera. Estos requerimientos contravienen el modo de actuar convencional de la industria, donde las distribuidoras suelen licenciar por países. Además, la presen-

cia de los contenidos en estas plataformas limita la capacidad de venta en el resto de ventanas, especialmente en DVD y televisión. Como consecuencia, el continuo proceso de acortamiento del tiempo de ventanas sigue avanzando e, incluso, se altera el orden de explotación. En España, la distribución de *Carmina o revienta* (2012), de Paco León, experimentó con el estreno simultáneo en sala, DVD, plataformas de descarga en Internet y televisión de pago. Aunque han sido las plataformas quienes lo han normalizado, especialmente Netflix, con el estreno de importantes producciones como *Roma* (2018), de Alfonso Cuarón, o *The Irishman* (2019), de Martin Scorsese.

La distribución de las plataformas *streaming* limita la capacidad comercial de las películas en el resto de ventanas



Ilustración 108. Cartel de Hollywood y antenas de comunicación en el Monte Lee en la Sierra de Santa Mónica, Los Ángeles.

Un segundo grupo lo componen empresas distribuidoras de tamaño mediano, de carácter internacional, aunque también se encuentran distribuidoras nacionales que operan en el seno de grandes grupos de comunicación. Estas distribuidoras trabajan con productos adquiridos de los estudios hollywoodienses, si bien no suelen ser los grandes títulos (que se reservan las propias *majors*), sino géneros más específicos, como cine fantástico o cine de carácter menos comercial. En España destacan eOne, Tripictures o DeaPlaneta, entre las distribuidoras, y Filmin (especializada en cine y series europeas, independiente y de autor) y Rakuten (catálogo de géneros heterogéneo), entre las plataformas *streaming*.

La tercera categoría se compone de distribuidoras independientes, con un mayor grado de especialización en el catálogo que distribuyen. Esta especialización puede ser por audiencia, por nacionalidad, por género cinematográfico, etc. En España, esta categoría permite diferenciar entre distribuidoras asentadas con mayor presencia en el mercado, como son: A Contracorriente, Avalon, Caramel, Filmax, Golem, Karma, Vértigo o Wanda Visión. Pero también resulta significativo un nutrido grupo de distribuidoras más pequeñas, que buscan un hueco en el mercado. Estas empresas se reúnen en Próxima, una asociación de distribuidoras de cine independiente y de autor en versión original. Son: Adso Films, Atera Films, Begin Again Films, Capricci Cine, #ConUnPack Distribución, El Sur Films, Elamedia Estudios, Flamingo Films, Márgenes Distribución, Night Drive, Noucinemart, Numax Distribución, Paco Poch Cinema, Segarra Films y Surtsey Films.

Entre las plataformas, destacan dentro de este grupo Acorn TV (series de Gran Bretaña, Irlanda, Canadá, Australia y Nueva Zelanda), FlixOlé (cine español), Mubi (cine independiente) y Planet Horror (cine de terror).

2.3. Por modelo de negocio

La digitalización del sistema comunicativo ha provocado la aparición de nuevas distribuidoras, además de las plataformas de VOD. Podemos diferenciar entre:

- **Distribuidoras integradas en una estructura vertical:** forman parte de un grupo empresarial que incluye también producción cinematográfica. De esta forma, su modelo se encuentra vinculado a las estrategias del grupo y aprovechan las sinergias que se generan. Las *majors* se encuentran en esta categoría.
- **Distribuidoras independientes:** empresas cuyo modelo se basa en la negociación con productoras y exhibidores para la comercialización de la película. Estas distribuidoras pueden estar formando parte, a su vez, de grupos empresariales (sin integración vertical cinematográfica).
- **Plataformas VOD:** plataformas de distribución *online* que negocian con productoras para la comercialización de los contenidos y que actúan como ventanas de exhibición. Dentro de este grupo pueden diferenciarse varias modalidades: plataformas que producen sus propios contenidos y distribuyen contenidos de terceros mediante licencias (Netflix, HBO, APV), plataformas que distribuyen contenidos exclusivamente de terceros (Filmin), plataformas que distribuyen contenidos de *stock* con licencia propia (FlixOlé), y plataformas que distribuyen contenidos de *stock* con licencia propia y de terceros, y nuevas producciones propias (Disney+).

3. Los flujos de trabajo

La distribución contempla dos áreas principales de actuación: las ventas y el *marketing*. El área de ventas adopta decisiones estrictamente vinculadas a la distribución. Entre las funciones que se realizan desde ventas se encuentran: la selección de catálogo, la adquisición de licencias para cada mercado, el cálculo del número de copias, la producción física y/o el acceso *online* de las copias, el reparto de estas copias (físicas o digitales) para su venta en las diferentes ventanas (cine, DVD, televisión, plataformas, *ancillary*, etc.), la selección de ventanas, la negociación con productoras y exhibidoras, etc.



Ilustración 109. Cannes es uno de los principales mercados mundiales de comercio de películas.

El periodo de ventanas mantiene una cadena de valor articulada en la explotación consecutiva, de forma que la primera ventana, la de la sala de cine, actúa como motor comercial de la película. Los esfuerzos de distribución y promoción se destinan al estreno en cines, ya que el éxito en taquilla arrastrará a las audiencias a las ventanas posteriores, que serían el vídeo (DVD y Blu-ray), cada vez en mayor desuso, los sistemas de pago por visión o *pay per view* (televisión de pago y plataformas), la televisión de pago, las plataformas *streaming* (VOD *Premium* y VOD de suscripción) y la televisión en abierto. Estos plazos llegaban a estipular periodos de años entre el estreno en sala y su disposición en televisión. Aunque, como hemos visto, estos periodos de exhibición por ventanas se han visto alterados con el tiempo, el avance de la tecnología y los cambios en los hábitos de consumo.

La distribución por ventanas se ha visto alterada y es posible estrenar una película de forma simultánea en varias de ellas

En España, por ejemplo, los exhibidores piden un periodo aproximado de 120 días entre el estreno en sala y su distribución en plataformas *streaming*, pero no existe regulación al respecto. De esta forma, es posible estrenar una película de manera

combinada en salas y plataformas, o estrenar directamente en salas. Esta disrupción del modelo tradicional ha provocado tensiones entre parte de la industria tradicional y las plataformas, que han dificultado, por ejemplo, la presentación de producciones de Netflix a certámenes cinematográficos como el Festival de Cannes y los Óscars. No obstante, la tendencia se dirige hacia la eliminación de los periodos entre ventanas, especialmente en el contexto derivado de la pandemia del coronavirus de 2020. La reducción de los

aforos en salas de cine provocaron que las mismas *majors* decidieran poner en disposición del VOD las películas que tenían en cartelera, sin cumplir el periodo entre ventanas. Además, Disney retrasó durante semanas el estreno de *Mulan* (2020), de Niki Caro, has-

El marketing cinematográfico genera conocimiento e interés sobre la película para estimular el impulso de visionado

ta que finalmente decidió estrenarla directamente en su plataforma *streaming* Disney+. Esta tendencia parece consolidarse con acuerdos como el de la *major* Universal y la cadena de cine norteamericana AMC, para que las películas se mantengan en exclusiva en las salas únicamente un plazo de 17 días (3 fines de semana), en lugar de 90, antes de distribuirse en plataformas mediante *Premium* VOD.

Estas medidas comportan modelos adicionales de monetización, que repercuten en la audiencia (con pagos extra sobre el precio de suscripción) y, especialmente perjudican al sector de la exhibición, que debe prescindir de la exclusividad de su ventana o, incluso del estreno de la película en sala.

Por su parte, el *marketing* se centra en la generación de conocimiento e interés sobre la película para estimular un impulso de compra por parte de la audiencia. Desde el *marketing* se realiza el diseño de la campaña de promoción y publicidad, que incluye desde la ejecución de acciones de comunicación (gráfica, cartelería y tráiler) y su inserción en medios de comunicación lineales (prensa, radio, televisión, salas, etc.) y digitales (blogs, redes sociales, página web, etc.), hasta la negociación con los medios para la realización de entrevistas y campañas de promoción por parte del equipo artístico y/o directivo de la película.



Ilustración 110. Su Majestad la Reina con la representación de la Federación de Distribuidores Cinematográficos (FEDICINE) encabezada por su presidenta y directora general, Estela Artacho García-Moreno. Palacio de La Zarzuela, Madrid, 14.01.2020. Fuente: Casa de S.M. el Rey.

De nuevo, las plataformas VOD han provocado cambios en la relación entre empresa distribuidora y público. Mientras las distribuidoras convencionales actúan como agentes industriales, que no se comunican directamente con las audiencias, sino que se dirigen a ellas mediante acciones comunicativas sobre las películas que distribuyen, las plataformas como Netflix generan una comunicación directa con sus espectadores, utilizando principalmente las redes sociales.

También es muy importante en la promoción de una película o una serie su presentación en **festivales**. De cara al público, son eventos en los que las obras audiovisuales compiten por un premio, se proyectan en primicia o se exhiben dentro de un ciclo dedicado a una temática o a un cineasta. Al mismo tiempo, los festivales más importantes son una especie de feria comercial: sirven para que productores y distribuidores negocien la venta de derechos de explotación. El festival más antiguo es el Festival de Cine de Venecia, creado en 1932. El número de festivales ha ido creciendo, tanto a nivel nacional como internacional, y existen distribuidoras especializadas en poner en circulación las obras cinematográficas por estos circuitos. Estas distribuidoras suelen trabajar directamente con los directores y directoras de las obras, principalmente cortometrajes (aunque también pueden incluir largometrajes), con quienes diseñan la estrategia para inscribir y distribuir las obras por múltiples festivales alrededor del mundo. En esta ocasión no es habitual trabajar con exclusividad.

4. Herramientas de negociación

4.1. La negociación con las productoras

La negociación para la distribución de una película comienza entre la empresa distribuidora, que suele ser un estudio o distribuidora cinematográfica, o una plataforma *streaming*, y la productora. Entre ambas partes se formaliza un **contrato de distribución**, que puede responder a diferentes tipos de acuerdos, como veremos en el siguiente apartado. El objetivo de estos contratos es que la distribuidora ponga en circulación la película en un formato, ventana, tiempo y territorio previamente definidos.

Un contrato de distribución debe contener como elementos básicos: la identificación de las partes, la cesión de derechos y comunicación pública, determinar la existencia o no de una cláusula de exclusividad, la declaración de la productora como poseedora de los derechos y de la distribuidora como tomadora de esos derechos, la especificación de las

Los contratos de distribución tienen como objetivo poner en circulación la película en un formato, ventana, tiempo y territorio previamente definidos

La licencia de distribución es la concesión que la productora cede a la distribuidora sobre los derechos de distribución de la película

ventanas y/o plataformas donde se va a realizar la distribución, la cláusula de protección entre ventanas, la zona de cobertura de la distribución, el tiempo de vigencia del contrato, y el detalle de las versiones idiomáticas (doblaje y **subtitulado**) que incluye: los gastos en P&A, el detalle del mé-

todo de pago (adelantos a producción, porcentaje de facturación, liquidación periódica, devolución de anticipo, etc.) y el tipo de acuerdo.

Existen diferentes tipos de acuerdos para la distribución de películas. En todos ellos, el derecho adquirido para la distribución se realiza mediante una **licencia**. Una licencia es una concesión que la productora cede a la distribuidora sobre los derechos de distribución de una película. Los acuerdos de la licencia dependen de las negociaciones entre productora y distribuidora, y pueden ser desde licencia de pago por visión para un día, hasta una concesión de todos los derechos por un amplio periodo. Estas negociaciones suelen recogerse en alguno de estos tipos de acuerdos:



Ilustración 111. La película *The Irishman* (2019) y la serie *The Crown* (2016-) han sido distribuidas por Netflix.

Acuerdos de producción, financiación y distribución (PFD): la distribuidora contrata los servicios de una productora para realizar la película, asumiendo además su financiación y su distribución. En este acuerdo, la distribuidora se reserva no solo los derechos de distribución de la película (sin restricción de ámbito geográfico o tiempo), sino que además tiene el control sobre los aspectos de producción. La productora puede mantener un porcentaje sobre las ganancias netas, pero depende de la negociación.

Recogida de negativos: es un acuerdo similar al PFD, excepto que la empresa de distribución no adelanta el coste de producción de la película, sino que paga un precio fijo a la entrega de la copia final. De esta forma, la distribuidora no suele tener tanto control sobre los aspectos de producción.

Acuerdos de preventa: la empresa distribuidora adquiere los derechos de la película para su distribución en un país determinado, antes de que finalice la producción. Estos derechos se adquieren antes de la finalización de la película (en ocasiones, incluso antes de su inicio). La distribuidora se compromete a pagar una cantidad fija (anticipo o garantía mínima) a la entrega de la película para su distribución en un país determinado por un tiempo limitado. Además, la distribuidora se compromete a realizar pagos contingentes (excedentes) basados en el éxito que pueda alcanzar la película. Este tipo de acuerdos pueden involucrar a diferentes distribuidoras extranjeras. No suelen incluirse derechos auxiliares (por ejemplo, derechos de comercialización, de publicación o banda sonora).

Acuerdos de *rent-a-system*: la distribuidora paga por adquirir determinados derechos sobre la película por un tiempo limitado sin obligación de abonar un anticipo a la productora o compromiso de cantidad fija a la entrega.

4.2. Negociación con las empresas exhibidoras

La sala es la ventana donde convencionalmente se inicia la distribución de una película comercial. La recaudación está gestionada por la empresa exhibidora. Sin embargo, el reparto de las ventas de entradas tiene lugar, generalmente, entre la sala y la distribuidora. Es la distribuidora quien controla los derechos de explotación, y en las negociaciones con el exhibidor, busca la fórmula más ventajosa, lo que en ocasiones provoca conflicto de intereses, ya que puede llegar a acaparar el 90 por ciento de la recaudación libre de gastos de exhibición.

En términos generales, la relación contractual entre distribución y exhibición se regula por dos factores: el catálogo de películas y la recaudación en taquilla. Las distribuidoras trabajan con un **catálogo** de películas para cada temporada, compuesto

La negociación entre distribuidora y exhibidora está condicionada por el catálogo de películas y la recaudación en taquilla

por películas de diferente calidad técnica y artística. Lógicamente la exhibidora está interesada únicamente en los títulos de mayor potencial comercial, mientras que la distribuidora busca dar salida a todo el catálogo. Una táctica de negociación explotada por el sistema de estudios de Hollywood hasta la década de 1940 fue la **contratación por lotes** (*block booking*). La distribuidora organizaba lotes de películas como unidades de comercialización, de forma que agrupaba un título comercial con posibilidades de éxito con otros títulos de menor importancia (*blockbuster* con películas de serie B). De esta forma, la exhibidora debía adquirir el paquete completo si quería estrenar el éxito comercial. Esta fórmula era muy ventajosa para la distribuidora, pero obligaba a los cines independientes a alquilar películas de inferior calidad. Aunque esta práctica se

derogó con la ley antitrust de 1948, posteriormente se han mantenido tácticas similares, que fuerzan la adquisición de títulos menores por potenciales éxitos. Por ejemplo, la distribuidora puede ofrecer un precio exorbitado por la adquisición de un título comercial, y reducir ese coste si la sala contrata un título menor junto a él, obligándole a estrenarlo y mantener ocupadas sus instalaciones durante un periodo determinado con ambas películas. Estas tácticas no están exentas de polémica. Por un lado la sala se ve obligada a adquirir títulos en los que no está interesada. Sin embargo, esto permite a las distribuidoras apostar por títulos de menor calado comercial, ya que después se asegura su colocación en sala, por lo que ofrece oportunidades a pequeños proyectos, con equipos menos conocidos, que de otra forma no captarían la atención de las distribuidoras cinematográficas. En alguna ocasión, algunos de estos títulos menores se convierten en grandes éxitos, como ocurrió con *Star Wars* (1977), de George Lucas.

Por otro lado, la **recaudación de taquilla** se reparte entre distribuidora y exhibidora en base a los acuerdos alcanzados en la negociación. Esta se calcula sobre el bruto de la recaudación (*box office gross*), formado por el precio de la entrada menos impuestos (IVA). Así se obtiene el valor neto de la recaudación (*box office net*), que es la cantidad que se reparten entre ambas partes conforme al porcentaje establecido. Este reparto suele realizarse por dos modalidades: **a tanto alzado y a porcentaje**. En el primer caso, la exhibidora entrega una cantidad determinada a la distribuidora por la cesión de la película. Esta cantidad se fija por días de exhibición. En el reparto a porcentaje, la recaudación se



Ilustración 112. Cartelera de una local con varias salas de cine.

divide entre la distribuidora y la exhibidora en base a unos porcentajes establecidos de antemano. Este porcentaje oscila de acuerdo a unas variables, destacando el interés que suscite la obra y la fuerza que ostenta cada una en el mercado. Por ejemplo, es diferente si es una sala independiente o una cadena de locales de exhibición; y también si es una distribuidora independiente o una gran distribuidora internacional. Incluso este porcentaje puede variar a medida que se suceden las semanas con la película en cartel.

Además, en estas negociaciones entre la exhibidora y la distribuidora pueden presentarse otras fórmulas como la inclusión de cláusulas de periodo mínimo de exhibición, garantías pagadas y no reembolsables para el distribuidor, adelantos reembolsables en caso de poco éxito de la película, etc.

A menudo, las *majors* son acusadas de prácticas abusivas por parte de las empresas distribuidoras. En España, la Comisión Nacional de los Mercados de la Competencia (CNMC) ha abierto expedientes para sancionar a las grandes distribuidoras, por haber pactado acuerdos comerciales que dejaban en desventaja a las exhibidoras en las negociaciones.

Los tratos con el resto de las plataformas siguen parámetros similares. La distribuidora alcanza acuerdos con las televisiones y plataformas *online* para la comercialización de la película. Los parámetros sobre los que se negocia son, principalmente el número de pases (para televisión), el tiempo de exposición (para televisión de pago y plataformas *streaming*), la cobertura geográfica y el grado de exclusividad.

5. La distribución en cifras

El sector de la distribución presenta una elevada concentración. En España, se estrenan cada año miles de películas. En 2019 un total de 42 distribuidoras alcanzaron una recaudación mínima de 100.000 euros. Juntas distribuyeron un total de 1.169 películas. De esta oferta de películas, tan solo 289 (24,7%) recaudaron el 80 por ciento de los ingresos totales en la taquilla, y lo hicieron bajo únicamente 6 distribuidoras, que coinciden con las grandes empresas *majors*.

Esta concentración no solo afecta al equilibrio económico del sector, sino también evidencia una clara desventaja por las producciones españolas. De las 289 películas distribuidoras por las *majors*, tan solo un 10,7% (28 estrenos) fueron españolas.

La distribución es un sector altamente concentrado, que ha pasado de estar controlado por las *majors* a estarlo por las plataformas *streaming*

En el mercado español del *streaming* también se produce esta concentración. Según el diario EL PAIS, que cita datos de Barlovento Comunicación, en abril de 2020, Netflix sitúa en 14,1 millones el número de personas que reciben sus contenidos, sean abonados o

no, con una mayoría de mujeres (52%) y con la franja de edad de entre 35 y 44 destacada. La plataforma, además, está presente en 6.172.000 hogares (33%). Le siguen Amazon Prime Video (5.872.000 personas y presente en el 14,3% de hogares) y HBO España (3.751.000 personas y 9,4% de hogares). Juntas, reúnen a la mayoría de los suscriptores españoles a estos servicios, dejando en minoría al resto de plataformas.

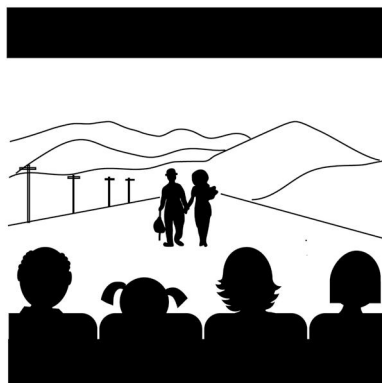
Bibliografía básica

- ✓ ARANZUBIA COB, Asier y FERRERAS RODRÍGUEZ, Jose Gabriel (2015). *Distribución online de películas en España: ¿una oportunidad para la diversidad cultural?* adComunica, 10.
- ✓ CALVO HERRERA, Concepción (2008). *Distribución y lanzamiento de una película*. Madrid: Alcalá.
- ✓ CUNNINGHAM, Stuart y SILVER, Jon (2013). *Screen distribution and the new King Kongs of the online world*. Hampshire: Palgrave MacMillan.
- ✓ CURTIN, Michael; HOLT, Jennifer; SANSON, Kevin (2014). *Distribution revolution: conversations about the digital future of film and television*. Berkeley: University of California Press.
- ✓ IZQUIERDO CASTILLO, Jessica (2010). *El cine digital: la distribución y exhibición españolas ante el reto tecnológico*. Madrid: Ediciones de las Ciencias Sociales.
- ✓ IZQUIERDO CASTILLO, Jessica (2012). *Distribución online de contenidos audiovisuales: análisis de tres modelos de negocio*. El Profesional de la información, 21, 4.
- ✓ IZQUIERDO CASTILLO, Jessica (2015). *El nuevo negocio mediático liderado por Netflix. Modelo y proyección en el mercado español*. El Profesional de la información, 24, 6.
- ✓ LINARES PALOMAR, Rafael (2009). *La promoción cinematográfica. Estrategias de comunicación y distribución de películas*. Madrid: Fragua.
- ✓ MIÑARRO FARIÑA, Laura (2013). *Cómo vender una obra audiovisual. Aproximación a la distribución de contenidos audiovisuales*. Barcelona: UOC.
- ✓ TOGNAZZI DRAKE, Alberto, RIPOLL VAQUER, Jaume y GAVILÁN JUDITH, Clarés (2013). *Distribución audiovisual en internet. VoD y nuevos modelos de negocio*. Barcelona: UOC.

Capítulo 14

Exhibir: las ventanas de explotación

José Manuel Tourné



Sumario

1. Las salas de cine
2. Las operadoras de televisión
3. El vídeo doméstico
4. El vídeo bajo demanda
5. El caso Netflix
6. El modelo de las ventanas
7. Y llegó el confinamiento por el Covid-19

Cuando hablamos de **exhibir** nos referimos al negocio de la proyección de obras cinematográficas y a los derechos de explotación de las obras audiovisuales en distintas ventanas o canales: salas de cine, operadores de televisión, copias domésticas, plataformas digitales, consumo en hoteles, aviones y trenes, etc. Estos derechos están perfectamente regulados en las leyes que protegen la **propiedad intelectual**. Además de los **derechos morales** inherentes a la autoría, los **derechos de explotación** son los que tienen contenido económico. La ley contempla cuatro derechos de explotación cuya vulneración puede tener incluso consecuencias penales:

- El **derecho de reproducción**, es decir, la capacidad de poder hacer copias de la obra.
- El **derecho de distribución**, que supone hacer llegar ejemplares de la obra a una multitud de personas.
- El **derecho de comunicación pública**, que es facilitar el acceso a la obra a muchas personas sin previa entrega de ejemplares a cada una de ellas.
- El **derecho de modificación de la obra**, lo que podría ser, por ejemplo, el doblaje de la película o serie.

La cesión y gestión de estos derechos es lo que constituye en sí el negocio de la industria audiovisual. Según el artículo 88 del texto refundido de la Ley de Propiedad

La ley contempla cuatro derechos de explotación: el derecho de reproducción, el derecho de distribución, el derecho de comunicación pública y el derecho de modificación de la obra

Intelectual, por el contrato de producción de la obra audiovisual se presumen cedidos en exclusiva al productor, con algunas limitaciones, los derechos de reproducción, distribución, comunicación pública, así como los de doblaje y subtítulo de la obra. Pero los autores conservan unos derechos de remuneración que forman parte del negocio. En Europa, dichos autores

suelen ser el director, los guionistas y los músicos. Así mismo, la cesión de los derechos del productor a los distribuidores y, por tanto, a quienes finalmente explotan la película, ya sean las salas de cine, los videoclubs, las cadenas de televisión o las plataformas digitales, no constituye una venta, ni siquiera cuando se entregan ejemplares. El productor mantiene la propiedad de la obra durante el plazo de tiempo que la ley prescribe. La legislación determina una duración de 70 años tras el fallecimiento del último de los autores. Después de ese plazo, la obra entra en lo que se conoce como **dominio público**.

En Estados Unidos, el productor es el titular en origen de la obra. Los derechos de autor sólo se contemplan para los autores musicales. El productor contrata los servicios de actores, guionistas, director, director de fotografía, etcétera y, bajo la concepción de lo que se conoce como *work for hire*, paga a éstos por su trabajo y adquiere todos los derechos para explotar la obra bajo su voluntad. A diferencia de lo que ocurre en Europa, la entrada en dominio público puede evitarse renovando el *copyright* o, incluso,



Ilustración 113. Público en un cine de verano.

recurriendo a una especie de indulto para determinado tipo de obras, siempre y cuando se cumplan determinados requisitos.

Como vamos a ver a continuación, los modelos de negocio que han gestionado estos derechos de explotación han estado ligados a los grandes cambios que la industria ha experimentado en sucesivas crisis. Ocurrió con la irrupción de la televisión, con la llegada del vídeo doméstico y ha ocurrido con la revolución digital.

1. Las salas de cine

Los primeros en explotar una obra cinematográfica fueron cafés, circos, teatros y espacios de ocio y espectáculo en general. Luego aparecieron las **salas de cine**, locales con cientos y, a veces, miles de butacas que solo proyectaban películas. Eran espacios que iban del **barracón** de madera al palacio del cine, de arquitectura suntuosa, pasando por los niquelodeones. La industria cinematográfica, en efecto, surgió en el siglo pasado íntimamente ligada a la exhibición, que ha sido en todo momento el principal tipo de explotación de las películas. Ir a la sala de cine se convirtió pronto en una actividad cultural y de entretenimiento del que disfrutaba, sobre todo, la clase obrera. El cine era entonces una de las actividades de ocio más populares en todo el mundo. Las películas permanecían en una misma sala durante meses y su explotación, de la **sala de estreno** a la **sala de barrio**, duraba años y años. Sobre todo, desde los años veinte del siglo pasado, triunfaba el cine norteamericano. De hecho, la legislación europea tratará de regular su competencia con la **cuota de pantalla**, en virtud de la cual las salas deben proyectar un porcentaje de cine nacional.



Ilustración 114. Sala de cine en los años treinta del siglo pasado.

Pero, desde finales de los años cincuenta, la asistencia a las salas se encuentra con una creciente competencia. La aparición de la televisión y, luego, de nuevas formas de ocio, como las discotecas, los bingos, etc., va restando espectadores. La industria del cine, no obstante, trata de competir con superproducciones, pantallas más grandes, películas en color o los sistemas 3-D.

En 1976, 250 millones de espectadores acudieron a las salas de cine en nuestro país; 172 millones (70%) para ver películas extranjeras, esencialmente norteamericanas. Luego, con la llegada del vídeo en los años ochenta, los cines de verano y de barrio van des-



Ilustración 115. Proyector de cine.

apareciendo como también el negocio relacionado con la exhibición de películas en **cin-clubs**, centros culturales y similares, que rendían hasta entonces algunos ingresos adicionales para los distribuidores de cine.

No obstante, el sector trata de renovarse con la modernización de los equipos, las multisalas y los complejos cinematográficos. Las **multisalas** son antiguos cines de una pantalla que se reconvierten para albergar varias pantallas. Los **complejos cinematográficos** son nuevos cines que nacen en las afueras de las ciudades y cerca de los centros comerciales y albergan varias pantallas. La explotación de los cines se concentraba entonces en un número limitado de títulos que, además, se explotaban muy rápido con estrenos simultáneos en centenares de salas y en apenas 8-10 semanas superaban las cifras de espectadores que antes se conseguían con meses de exhibición.

Pero el sector seguía en retroceso. En 1986 el número de espectadores en los cines en España se había reducido a 87 millones: el 85 % para ver cine estadounidense. Algo similar sucedía con los locales. Las casi 4.400 pantallas de cine existentes en nuestro país

en 2004 fueron reduciéndose paulatinamente hasta las 3.700 en 2014. El número total de espectadores, que en 2004 se acercó a los 150 millones, desciende año a año, hasta 88 millones en 2014.

Hoy, en la segunda década del nuevo milenio, el negocio de las salas se mantiene. Gracias a la tecnología digital, la distribuidora puede enviar las películas a los cines sin necesidad de soportes físicos o éstos se han abaratado mucho. Las costosas copias en celuloide han sido sustituidas por el **Digital Cinema Distribución Master**. Consiste en un producto que permite la distribución de las películas incluyendo no solo su contenido sino también la promoción, tráileres, subtítulos y otros materiales. Es conocido por sus siglas de DCDM y todos los materiales se transmiten de forma comprimida y puede hacerse en tiempo real.

Paralelamente, se crea el **Digital Cinema Package (DCP)** como estándar que permite remitir a los cines un disco grabado con los datos de imagen y sonido. El contenido está encriptado y sólo el cine receptor puede reproducirlo. Con ello se evita la piratería y se pueden controlar otros parámetros como el número de pases, la hora y fecha en que se producen, etc. Los ficheros de imagen y sonido van por separado. La industria explora igualmente modelos que puedan ofrecer un valor diferencial como **la proyección en tres dimensiones** o 3D, que mejora mucho lo existente hasta el momento, pero no acaba de convencer al público. La tecnología 4x o incluso el 4D atraen cierto público, pero tampoco como para depositar muchas esperanzas en su desarrollo.

Además, la tecnología digital permite que las salas de cine puedan diversificar su oferta ofreciendo en sus grandes pantallas partidos de fútbol u otros eventos, como ópera o teatro.



Ilustración 116. Fachada del Gaumont Opéra en París, que funciona como sala de cine desde 1927.

El productor cede, a través de un distribuidor, el derecho de exhibición pública en las salas por medio de un contrato de porcentaje sobre el rendimiento neto de la taquilla. Este porcentaje oscila entre el 45% y el 60%

En cuanto a los derechos de explotación para salas de cine, actualmente funcionan de la siguiente manera. El productor cede, a través de un distribuidor, el derecho de exhibición pública en las salas por medio de un contrato normalmente de porcentaje sobre el rendimiento neto de la taquilla. Este porcentaje oscila entre el 45% y el 60%. Lógicamente, cuanto más poderoso es el exhibidor, mejores condiciones consigue. En virtud de

los derechos de remuneración que he mencionado y que se establecen en el artículo 90 del texto refundido de la ley de la propiedad intelectual, los autores y artistas tienen derecho a percibir un porcentaje de la recaudación de la sala de cine. El exhibidor puede deducir este porcentaje de lo que tiene que abonar al productor y distribuidor.

2. Las operadoras de televisión

La **televisión** irrumpió con fuerza tras la Segunda Guerra Mundial. En un primer momento, los productores se negaron a autorizar que sus obras se exhibieran en la pequeña pantalla. Lo paradójico es que, con el tiempo, la televisión se convirtió en un canal esencial para la financiación del cine. De las operadoras de televisión ha procedido un gran porcentaje de los ingresos que obtiene una película.

En España, la televisión nació en 1956. Era una **televisión pública** que, con el tiempo, tuvo dos canales. Desde los años sesenta, se implicó mucho en la producción de, pese a la censura, una ficción televisiva de alta calidad. Luego, en los años ochenta, llegaron los **canales públicos autonómicos** y, a principios de los años noventa, la **televisión privada**: Antena 3, Telecinco, y, especialmente por su interés por el cine, Canal plus.

Su oferta audiovisual supuso, como se verá después, la primera crisis para el sector del vídeo. Esta crisis se acrecienta con la llegada de la **Televisión Digital Terrestre**, que permite multiplicar el número de canales que llegan gratuitamente a las casas.



Ilustración 117. Aparato de televisión para dos canales (UHF y VHF) fabricado por Lavis en Barcelona.

En el caso de las operadoras de televisión, el contrato de cesión de derechos de emisión de una película o serie se une al de la producción. A menudo se contratan los derechos de comunicación pública por paquetes (incluyendo varias obras del mismo titular) y contemplando varios países. Una de las dificultades para el seguimiento de esta parte del negocio es que la negociación se realiza, en general, desde fuera de nuestras fronteras, especialmente para el producto de las multinacionales. De nuevo, los autores, al igual que los artistas, obtienen una remuneración por la comunicación pública que es abonada por las cadenas de televisión que ponen a disposición de sus suscriptores el visionado de las películas.

Los autores, al igual que los artistas, obtienen una remuneración por la comunicación pública que es abonada por las cadenas de televisión

3. El vídeo doméstico

Históricamente el tercer escalón de los derechos de explotación de las películas y series ha estado representado por los distribuidores de vídeo doméstico. A finales de los 70, apareció la posibilidad de alquilar una película en un **videoclub** con copias en cinta magnética que podían visionarse mediante un reproductor y grabador de vídeo o **magnetoscopio doméstico**. Las **cintas de vídeo** se comercializaban en los formatos VHS, Betamax y Vídeo 2000. De nuevo las compañías productoras, se opusieron a que sus películas se copiasen en cintas de vídeo. Universal Studios y The Walt Disney Company llegaron a demandar a Sony por considerar que su invento infringía los derechos de autor. Pero la explotación de películas en vídeo se convirtió en un nuevo canal de explotación para las obras cinematográficas y llegó a representar más del 30 % de los ingresos de una película. Hubo más de 5.000 videoclubes repartidos por todo el territorio nacional, los cuales alquilaban películas con una antigüedad de más de 18 meses.

No obstante, las nuevas tecnologías trajeron consigo la posibilidad de copiar y difundir cualquier grabación audiovisual, de modo que la **piratería** condicionó el mercado, especialmente en países como España, Portugal, Italia o Grecia en los que las leyes protectoras de la propiedad intelectual tardaron en adaptarse. En efecto, los videoclubes adquirían el soporte físico, pero el derecho de explotación se limitaba al alquiler. No podían copiar las cintas. Sin embargo, el mercado se llenó de falsificaciones, que llegaban por la mitad de precio a algunos videoclubes o eran éstos quienes realizaban las copias a partir de un original. Esta práctica conocida como **repicado** permitía disponer de varios ejemplares de un mismo título, habiendo adquirido sólo uno y generando con ello una competencia desleal frente a otros establecimientos que sí compraban varias unidades de cada título. De hecho, pronto se incorporan medidas antipiratería que van desde la



Ilustración 118. Magnetoscopio, mando a distancia, cinta de vídeo para cámara y cinta convencional en formato VHS.

obligación de adherir un sello indeleble tanto en la cinta como en la carátula del estuche que contiene la película, hasta medidas tecnológicas que impiden el copiado.

Por la venta directa, los consumidores adquieren las películas y series para guardarlas para siempre en casa

Como comentamos, la aparición a principios de los años noventa de la televisión privada generó en España la primera crisis para este sector. Entonces apareció como solución la **venta directa**. Los consumidores podían adquirir las películas y series y guardarlas para siempre en casa. Era el llamado ter-

cer mercado. Las películas con menos antigüedad se vendían a precios que oscilaban entre las 2.495 y las 2.995 pesetas. Walt Disney hizo un uso muy amplio de esta práctica para sus títulos clásicos que se convirtieron en el regalo estrella de Navidad.

Luego, la tecnología digital modificó sustancialmente la explotación del vídeo doméstico. La aparición del **DVD** y, posteriormente, del **Blu-ray** mejoraron notablemente la calidad de imagen y sonido. La facturación por el producto de venta directa superó entonces a la del alquiler y fue aumentando hasta casi triplicarla. En 2004, los consumidores gastaban en España 740 millones de euros en este producto: 550 comprando películas y 190 alquilándolas en videoclubes, que entran en crisis. La competencia de las grandes superficies primero, la piratería, incluyendo la venta ambulante de DVDs grabados y, sobre todo, la oferta de películas a través de Internet, fueron acabando

poco a poco con el negocio estrella de los 80. Además, se multiplicaron las grabaciones fraudulentas realizadas en los cines de películas recién estrenadas que se subían a las redes digitales como el p2p y se copiaban en DVDs ofrecidos por los manteros. Por 3 o 4 euros se podía comprar uno de esos DVDs. La competencia para el videoclub, que cobraba la misma cantidad por el alquiler, fue demoledora. Los más de 9.000 videoclubes existentes en España a finales de los 90 fueron desapareciendo hasta tener una presencia meramente simbólica 15 años después. Así mismo, las ventas del distribuidor a los comercios, que rozaban los 400 millones de euros en 2004, fueron descendiendo hasta los 66 millones de euros en 2014. Ni siquiera las ventas de Blu-ray consiguieron compensar la caída. De hecho, para 2018, el gasto de los españoles en vídeo físico, ya sea por alquiler o por venta directa, había caído hasta los 100 millones euros, desde los más de 700 millones de euros del año 2004.



Ilustración 119. La “sala de cine” en casa.

En cuanto al negocio de los derechos de explotación en vídeo doméstico, el distribuidor adquiere los derechos de distribución de la obra para poder reproducirla en soportes físicos. Luego el distribuidor trasladaba al videoclub o a los establecimientos el derecho a alquilar o vender de forma directa el soporte a los consumidores. Se limitaba el uso de la obra a un ámbito doméstico quedando expresamente prohibidas cualesquiera otras actividades que no fueran el visionado en un hogar. Las advertencias legales que todos hemos visto en los DVDs y los Blu-ray establecen con claridad que no pueden ser utilizados para otro fin. La negociación ha ido convirtiéndose en una compra del distribuidor asumiendo el punto de venta el riesgo de vender un número de ejemplares que permita amortizar la inversión. Pocas veces se negocia ya compartiendo ese riesgo entre productor y distribuidor salvo cuando estamos ante filiales de la propia compañía. Es el caso, en general, de las multinacionales. Los productores ceden al distribuidor el producto por un precio cierto y, a veces, estableciendo una cantidad mínima conocida como **mínimo garantizado**. Es decir, se abona una cantidad fija mínima y una cantidad adicional por cada copia vendida. Sin embargo, la dificultad para comprobar estas cantidades ha provocado que se use menos esta fórmula.

Los autores tienen un derecho conocido como **derecho de alquiler** que les permite obtener una remuneración por cada alquiler realizado. Se ejerce a través de las entidades de gestión y ha sido especialmente polémico en España. En algún momento se abonó a través de los distribuidores mediante acuerdo entre los mismos, las entidades de gestión y los videoclubes. Son éstos quienes están obligados al pago y, con su paulatina desaparición, la remuneración ya no se hace efectiva.

4. El vídeo bajo demanda

Un cuarto momento en la explotación de los derechos de las obras audiovisuales vino marcado por Internet, fenómeno que estuvo precedido de la televisión de pago por red de cable propia o comunicación satelital. Pero, de nuevo, la industria se negó a autorizar la exhibición de sus películas a precios razonables. Los exhibidores seguían siendo muy importantes para el productor cinematográfico y se opusieron tanto a la reducción de los tiempos entre el estreno en sala y otros canales como a aumentar la disponibilidad de las películas en esos nuevos canales.

Lo cierto es que el **pago por visión** se intuyó como un modelo de éxito: una tarifa fija mensual para disfrutar de una gran variedad de canales. El consumidor pagaba por acceder al producto sin publicidad. Accedía a las películas desde el salón de casa sin necesidad de bajar al videoclub. Pero el pago por visión tuvo poco éxito en España. Ni siquiera de la mano del pago por partidos de fútbol consiguió desarrollarse en nuestro país hasta los niveles que sí lo hizo en otros.

La piratería mediante descargas en páginas de internet llegó a adquirir tales dimensiones que en España el gobierno debió intentar poner en marcha propuestas para mejorar la legislación

Por otro lado, la aparición de Internet, antes de que se convirtiese en un gran nicho de negocio, fue un problema. La piratería mediante descargas en páginas llegó a adquirir tales dimensiones que en España el gobierno debió intentar poner en marcha propuestas para mejorar la legislación, realizar estudios y sensibilizar y combatir las prácticas ilícitas. En 2007, la presión del gobierno de los Estados

Unidos a través de su resolución especial 301, provocó que el gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero intentara aprobar una reforma de los artículos 16 y 17 de la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico para adoptar un procedimiento de notificación y retirada de contenidos ilícitos. Sin embargo, la presión de las redes sociales y de la industria de las TICS frustró el intento. No obstante, las Fuerzas de Seguridad iniciaron las investigaciones contra las páginas de enlaces que constituían el principal motor de la piratería en Internet y proce-

dieron a la intervención y cierre de muchas de ellas en las llamadas “operaciones descargas en la red”. En 2006 y en 2007, la Brigada de Investigaciones Tecnológicas del Cuerpo Nacional de Policía y el Grupo de Delitos Telemáticos de la Guardia Civil culminaron varias investigaciones contra administradores de páginas web de enlaces evidenciando que los titulares de las páginas de enlaces eran, a menudo, quienes también se ocupaban de obtener los archivos (grabando películas en los cines, por ejemplo) y subirlos a la red. Las operaciones tuvieron un impacto inmediato con una reducción de las fuentes ilícitas disponibles de un 51 % tras la primera operación y de hasta un 73 % tras la segunda. Además, el tiempo transcurrido entre el estreno de una película y su aparición en Internet aumentó de 1,25 días a 4 de media debido a las precauciones que tuvieron que adoptar los piratas. Lamentablemente, la instrucción judicial evidenció pronto las carencias del marco normativo que había ido quedándose un paso atrás en la implementación de las Directivas europeas. No será hasta 2011, con la aprobación de la disposición final 43 de la Ley de Economía Sostenible cuando los titulares dispongan de una herramienta que permita la retirada de contenidos ilícitos en un plazo razonable. Aun así, los resultados han distado mucho de ser mínimamente eficaces. Los plazos medios para el cierre de una página se extendían por más de 400 días y no fue hasta 2019 cuando se acordó multar a un reincidente.

Al mismo tiempo, y a medida que aumentaba el ancho de banda, lo que posibilitó el consumo masivo de contenidos audiovisuales en *streaming*, Internet produjo una revolución en la forma en la que los cineastas podían comunicarse con su público. Primero fue el fenómeno de YouTube y de los contenidos audiovisuales en las redes sociales. En efecto, a finales de 2019, el 95,3 % de los hogares españoles tenían acceso a Internet a alta velocidad. Entre las actividades realizadas por mayor número de personas estaban “Ver programas de tv. Emitidos por Internet” y “Ver películas o vídeos bajo demanda”. Lamentablemente, también estaba “Ver contenidos de vídeo de sitios para compartir”, que entiendo se refería al acceso a páginas pirata.

Además, la red se fue convirtiendo en el canal más importante para comercializar películas y series. El crecimiento de la oferta de plataformas no dejó de crecer. Las plataformas, como se ha comentado, son páginas de pago accesibles por Internet con contenido audiovisual que se visiona en cualquier lugar, no solo en la casa, a través de los ordenadores, las tablets, los teléfonos móviles o televisores inteligentes. Hoy todas las plataformas intentan ofrecer un poco de cada uno de los contenidos más demandados: cine, series, infantil, deportes, documentales o canales temáticos con el que atraer a distintos grupos de consumidores.

A fecha de 2020, el mercado se distribuye de la siguiente forma a nivel mundial. El ranquin está liderado por Netflix con más de 200 millones de suscriptores, seguida

por Amazon Prime con 150 millones y HBO con 140 millones. Disney ya roza los 100 millones a pesar del poco tiempo que lleva en funcionamiento y por detrás está Apple con 33 millones.

En España (y hablamos de suscripciones y no de personas que ven contenidos u hogares, como en el capítulo anterior), en 2019, Movistar registra más de 4 millones de suscriptores, seguida por Netflix, con 3 millones, HBO, Vodafone y Amazon, estas con algo más de 1 millón cada una. Orange alcanzó los 711.000 y Euskaltel, los 460.000 hogares. DAZN, Rakuten, Flix-Olé y Sky, apenas superaban los 100.000 suscriptores. En concreto, en España, la oferta disponible se puede segmentar de la siguiente forma:

- Internet + TV. Movistar, Vodafone u Orange ofrecen canales de TV agrupados por paquetes y con una buena variedad de precios. En estos canales, las películas que nos ofrecen dentro de la suscripción son todas con más de 8 meses desde su estreno. Si queremos títulos más modernos (entre 4 y 8 meses después de su estreno en cine), debemos alquilarlos de forma separada por unos 4-5 € por película. Las plataformas citadas ofrecen un canal de videoclub con este servicio.
- TV de pago *online*. Netflix, HBO, Disney o Amazon Prime ofrecen contenido audiovisual de género y formato muy variado a la carta con precios que van de 3 a 15 euros/mes.
- Canales *online* especializados. Si buscamos contenidos concretos, la oferta se simplifica. Aunque existen servicios de suscripción, el contenido se ajustará más a nuestros gustos y tenemos un buen número de plataformas. Filmin llevaba ya varios años ofreciendo cine independiente, series, documentales y sumó en 2019 la colección de títulos de la Metro Goldwyn Mayer. La suscripción mensual es de 7,99 euros y dispone de un servicio por 14,99 euros mensuales que incluye tres vales para poder ver películas de estreno en alquiler. Merece la pena si lo que quieres es ver películas, pues cada alquiler de estrenos cuesta 3,95 €; el resto de los títulos pueden alquilarse por 1,95 o 2,95. Filmin ofrece, además una revista y un blog con información muy completa. Otro ejemplo es Flixole. Por 2,99 euros mensuales, ofrece un amplio catálogo de cine español que va desde las mejores comedias de Paco Martínez Soria hasta modernos thrillers, además de documentales y varios títulos internacionales y series. Otros ejemplos son Cineclick, cine comercial a un precio asequible con pocas novedades, Rakuten, cine comercial incluyendo estrenos que se alquilan, MUBI, para muy cinéfilos, Feelmakers, para los aficionados al cortometraje, o Peliculasmaniac, que ofrece una selección de títulos clásicos muy antiguos, pero gratuitos.



Ilustración 120. Los fundadores de Filmin: José Antonio de Luna, Juan Carlos Tous y Jaume Ripoll. Fuente: El Mundo.

- Algunas cadenas de televisión se han sumado a este tipo de oferta adelantando algunos contenidos de TV de pago que pueden verse sin publicidad, como Mi Tele, que ofrece los canales del grupo Mediaset por 2,5 euros al mes, y Atresplayer, que por 2,99 euros/mes te da acceso a los canales del grupo Atresmedia.

Pese a esta variedad de oferta, el consumidor español suele quejarse del precio. Juan Carlos Tous, fundador de una de las plataformas de más éxito, Filmin, considera que hay desconocimiento. En su opinión, el público en general no sabe que puede alquilar una película y quien lo conoce no acaba de entender el precio de casi 5 euros cuando la suscripción de un mes a miles de títulos ronda los 8 euros. La falta de costumbre podría ser una de las razones del descontento. En España, la televisión fue siempre un servicio gratuito, o mejor dicho, pagado por el Estado y la publicidad. “La tecnología digital podría haber cambiado la percepción, pero la oferta pirata precedió a la televisión de pago y, de nuevo, al usuario le cuesta pagar para descargarse algo que puede obtener sin coste”. Eso es, al menos, lo que opinaba Enrique Cerezo, productor cinematográfico, presidente de EGEDA y titular de alguno de los canales que ofrecen descarga de contenidos.

En cuanto a la negociación de derechos de explotación, lógicamente, y dado que las plataformas digitales pertenecen a menudo a grupos de comunicación más amplios, los

contratos se complican y suelen venderse los derechos de explotación por catálogo y contemplando varios países. En estos casos, se cede un derecho de comunicación pública concreto que es el de **puesta a disposición**. Además, la participación, cada vez más frecuente de las cadenas de televisión en la producción, ha llevado a negociar la cesión de derechos para la emisión en el momento de formalizar los contratos de producción. Naturalmente, la cesión para el visionado a través del pago por visión conlleva una remuneración para los autores que se tramita como comunicación pública y es percibida por las entidades de gestión a través de contratos con las plataformas.

5. El caso de Netflix

¿Sabías que Netflix comenzó siendo un sencillo videoclub? Antes de convertirse en uno de los casos de innovación disruptiva más comentados, era un simple videoclub al que te suscribías por una cuota mensual. Su éxito se atribuye a Reed Hastings, un individuo que supo ver la tendencia y surfearla. El nacimiento de Netflix se debió al enfado de Hastings por tener que pagar una multa al retrasarse en la devolución del video que había alquilado. Se dio cuenta que disponer de la película que quisieras cuando quisieras estaba muy bien, pero había un inconveniente. El consumidor toleraba bajar a elegir la película, pero tener que devolverla con la amenaza de pagar el precio del alquiler por cada día de retraso era muy incómodo.

El lanzamiento del DVD en Estados Unidos, en marzo de 1997, llevó a Reed Hastings y a Marc Randolph a crear Netflix. Entonces ofrecían un catálogo de 925 títulos por una tarifa plana mensual. Los DVDs eran enviados usando el eficaz servicio de correo

En un primer momento, el modelo de las ventanas prioriza el estreno en las salas de cine

postal de los Estados Unidos y en pocos años tenían más de 300.000 suscriptores. El cliente sabía que pagaba una cantidad fija y podía solicitar cualquier título sin preocuparse de tener que bajar a devolverlo y menos aún de multas o recargos por retrasarse. El negocio, no obstante, no resultó tan lucrativo

como parecía en un principio. Se acumularon las pérdidas y el negocio *online* no acababa de arrancar. Ofrecieron a Blockbuster, la cadena más grande de videoclubs existente en ese momento a nivel mundial, adquirir parte de la compañía, pero rechazaron la propuesta.

En el año 2007, las transmisiones *online* empezaron a resultar mucho más ágiles. A partir de ese momento, el negocio físico decae y comienza el despegue de Netflix. El único obstáculo estaba en las restricciones que los titulares de las películas de estreno pudieran oponer. El cine independiente, que quedaba fuera de los circuitos de exhibición,



Ilustración 121. Sede de Netflix en Los Ángeles.

encontró en Netflix un espacio donde exhibirse. A finales de 2014, Netflix se había expandido por todo el mundo y tenía más de 50 millones de suscriptores.

En abril de 2018, Netflix inició su política comercial de estreno sin ventanas con la película mexicana *Roma* dirigida por Alfonso Cuarón, lo que originó una gran polémica y una batalla comercial. Pero la película fue galardonada con varios premios, incluyendo los Óscar a la mejor dirección, mejor película extranjera y mejor fotografía, todos para Alfonso Cuarón.

6. El modelo de las ventanas

La existencia, al mismo tiempo, de varias vías en competencia para acceder a la obra audiovisual (sala de cine, vídeo doméstico, vídeo bajo demanda, canal de pago, televisión en abierto, etc.) termina generando lo que se ha llamado las ventanas, es decir, unas prácticas comerciales que regulan dónde y cuándo se puede exhibir una película o una serie.

En un primer momento, el modelo de las ventanas prioriza el estreno en las salas de cine. Las distribuidoras realizaban un enorme esfuerzo económico para el lanzamiento apoyado en campañas publicitarias ambiciosas y en la elaboración de copias para estrenar en varios cines a la vez y así amortizar la película rápidamente.



Ilustración 122. Asientos de avión con pantallas para acceder a contenido audiovisual.

Transcurridos 12-18 meses, la película se distribuía en vídeo, alcanzando este canal unas dimensiones muy similares a los ingresos de las salas cinematográficas con un esfuerzo económico mucho menor. Finalmente, las películas llegaban a la televisión trascurridos 36 meses de su estreno en cines y unos 12-18 meses de su distribución en vídeo. Así, en los años noventa del siglo XX, los ingresos de una película española procedían de las siguientes fuentes: 22% de la exhibición en salas de cine, un 28% de la exportación, principalmente a países de habla hispana, otro 28 % de la explotación en vídeo doméstico, un creciente 20% de la televisión y el 2% restante consistía en ingresos por la exhibición fuera de salas.

Hacia 2006, la explotación de una obra cinematográfica se segmentaba de la siguiente forma. Primero el estreno en salas de cine. Transcurridos 6 meses, plazo que se acabará reduciendo a 4, se estrenaba en vídeo doméstico. Los distribuidores de vídeo intentaron que existiese una ventana de al menos 2 semanas entre el lanzamiento en vídeo y la disponibilidad en vídeo bajo demanda de las plataformas de televisión, pero el compromiso duró poco y las películas acabaron estando disponibles a la vez para el vídeo doméstico y para el vídeo bajo demanda y pago por visión. Seis meses después - que acabarán reduciéndose -, la película estaba disponible en los canales de suscripción. Los pocos videoclubes que aun aguantaban presionaron en esos años para que se garantizara por los distribuidores que la película no estaría disponible en Canal plus antes de un año. Sin embargo, los contratos se

realizaban por el productor directamente y las multinacionales atendieron más a la demanda de acortar ventanas de las plataformas de televisión cuya aportación al negocio crecía.

En efecto, esta tendencia a reducir los tiempos entre las ventanas se mantiene y hasta antes del COVID-19 eran las siguientes: estreno en sala de cine, 4 meses después formatos domésticos o pago por visión, 6-8 meses más tarde los canales de suscripción y 12 meses para la televisión en abierto.

7. Y llegó el confinamiento por el Covid-19

En fin, en marzo de 2020, la pandemia y el confinamiento por el Covid-19 han supuesto modificar muchos hábitos y la industria audiovisual se ha visto muy afectada: reducción de ventanas, impulso de las plataformas digitales, reestructuración de los mercados. Los exhibidores prepararon sus salas e invirtieron en medidas para garantizar la seguridad de los espectadores. Pero los distribuidores no aceptaron estrenar sus títulos más taquilleros con unas expectativas de recaudación muy reducidas a causa de la limitación de aforos. En concreto, Disney Plus ha estrenado directamente en su plataforma y compañías como Universal o Warner Bros ceden los derechos de emisión para *pay per view* de los títulos que tenían listos para estrenar y que debido a la pandemia no pudieron lanzar en las salas. En cuanto al crecimiento de las plataformas, algunas cifras reflejan perfectamente el dato. Durante la pandemia, Netflix aumentó en 16 millones el número de suscriptores y Disney + ha anunciado en febrero de 2021 que ha superado los 95 millones de suscriptores en todo el mundo. El fenómeno evidencia que el consumidor apuesta definitivamente por este modelo de acceder al entretenimiento audiovisual.

La situación actual es la de un evidente cambio del modelo de negocio

La situación actual es la de un evidente cambio del modelo de negocio. ¿Supone esta situación el fin de las ventanas? Nadie se atreve a responder a esta pregunta. Mi opinión personal es que las ventanas en el siglo XXI no tienen sentido. El consumidor se ha acostumbrado a elegir y no acepta las esperas. Los jóvenes están pendientes del estreno de cualquier serie o película para consumirla de forma inmediata. La enorme inversión que se realiza para el lanzamiento no puede limitarse a impulsar el estreno en salas y quedar después diluida en el tiempo mientras las películas llegan al video bajo demanda, a los soportes físicos (probablemente reservados para coleccionistas y muy cinéfilos), a los canales de suscripción o a la televisión en abierto. Las ventanas tienen sentido entre las versiones de pago y la suscripción o la TV en abierto, pero no

entre la sala cinematográfica y el pago por disfrutar de la obra en un monitor de TV inteligente que ofrece hoy en día una calidad de imagen y sonido perfectamente comparables con las de un cine.

Son experiencias diferentes y es el público quien debe decidir. Muchos espectadores, entre los que me incluyo, concebimos el cine en las salas para, especialmente un tipo determinado de cine, como es el representado por películas de acción, grandes escenarios o efectos especiales espectaculares. Sin embargo, también disfrutamos enormemente de la película en casa, ya sea a partir de un DVD o un Blu-ray, ya directamente del canal de suscripción o pago por visión.

Hay quien piensa que esta sensación se limita a quienes estamos acostumbrados a acudir a las salas, pero que el público más joven no participa de la misma. Para confirmarlo, realicé una pequeña encuesta entre mis alumnos de la Universidad Pontificia de Comillas y los del Máster de Cremades & Calvo Sotelo. El resultado fue sorprendente: la gran mayoría apreciaba ir al cine; acudía a las salas incluso durante la pandemia y demostraba conocer perfectamente que se trata de experiencias diferentes y perfectamente compatibles.

Muchos productores están siendo sensibles a esta percepción y se esfuerzan en un doble sentido: primero, intentan ofrecer el producto que el público demanda y, segundo, piensan en fórmulas que permitan mantener vivo el interés para que pueda disfrutarse en distintos canales. Un buen ejemplo es el caso de *Libertad* (2021), la última obra de Enrique Urbizu, que es, al mismo tiempo, una serie de televisión integrada por 5 capítulos de 50 minutos y un largometraje de 138 minutos.

Sin duda, los algoritmos utilizados por Netflix, HBO o Disney+ proporcionan más información sobre las preferencias de los consumidores y, aunque a algunos realizadores tradicionales no les acabe de gustar, los contenidos que las plataformas ofrecen son, cada vez más, desarrollados en función de las preferencias del público.

El cine se transforma. Lo que no es fácil que ocurra es que llegue a desaparecer. Al fin y al cabo, entendido como ficción audiovisual, se trata de un producto muy potente que acierta en un sentimiento humano muy profundo: nos gustan las historias y el cine las sabe contar como nadie.

Bibliografía básica

- ✓ ALBORES DÍAZ, Julio César (2009). *El cine digital. Evolución y nuevos métodos de distribución y exhibición*. Tesis doctoral. Universitat Politècnica de València.
- ✓ BATLLE BELTRÁN, Marta (2014). *Análisis y perspectivas de la evolución del negocio cinematográfico desde la óptica de la distribución y exhibición*. Tesis doctoral. Universitat Politècnica de Catalunya (UPC).
- ✓ CARRILLO BERNAL, Javier (2018). *Paradigma Netflix: el entretenimiento de algoritmo*. Barcelona: UOC.
- ✓ GARCÍA SANTAMARÍA, José Vicente (2015). *La exhibición cinematográfica en España. Cincuenta años de cambios*. Madrid: Cátedra.
- ✓ GARCÍA SANTAMARIA, José Vicente y MAESTRO ESPÍNOLA, L. (2015). *La exhibición cinematográfica en España: una industria en recesión*. *adComunica*, 10, 77-97.
- ✓ HERBERA, Joan, LINARES, Rafael, NEIRA, Elena (COORD.) (2015). *Marketing cinematográfico. Cómo promocionar una película en el entorno digital*. Barcelona: UOC.
- ✓ MEDINA LAVERÓN, Mercedes (2015). *La audiencia en la era digital*. Madrid: Fragua.
- ✓ PAZ GARCÍA, María Cristina (2010). *El agotamiento del modelo cinematográfico analógico: distribución y exhibición digital: un nuevo marco para la cooperación audiovisual iberoamericana*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid.
- ✓ VILA GRIFO, Alicia, OLLÉ CASTELLÀ, Candela, ROCA PUIGVERT, Mercè y CAVALLER REYES, Víctor (2014). *Análisis de audiencias y estrategias de visibilidad*. Barcelona: UOC.

Capítulo 15

Estudio de caso.

Sin muertos no hay carnaval

(Sebastián Cordero, 2016)



Santiago Toral y Diana Pacheco
(Universidad Casa Grande, Ecuador)

Sumario

1. Guion

2. Producción

2.1. Financiación

2.2. Casting y scouting

3. Dirección

4. Dirección de fotografía

5. Diseño de producción

6. Montaje

7. Distribución y Exhibición

Sin muertos no hay carnaval es una película ecuatoriana en coproducción con México y Alemania, dirigida por Sebastián Cordero (Quito, 1972). La historia gira alrededor de una influyente familia guayaquileña que intenta recuperar unas tierras heredadas y que ahora son el asentamiento ilegal de 250 familias humildes. El líder de estas invasiones territoriales, un abogado que ha prometido regularizar la situación de los moradores, está dispuesto a negociar el desalojo buscando su propio beneficio. Los invasores, quienes sospechan la traición de su líder, hacen público su reclamo, lo que ocasiona una serie de actos violentos que amenazarán los intereses de todos los involucrados.

Sebastián Cordero es un director de cine y guionista ecuatoriano con gran proyección internacional. Su ópera prima *Ratas, ratones y rateros* (1999) se estrenó en el Festival de Cine de Venecia. Obtuvo premios a la Mejor Película y Mejor Ópera Prima en el Festival de Cine Latinoamericano de Trieste (Italia) y Mejor Ópera Prima y Mejor Actor en el Festival de Cine Iberoamericano de Huelva. Actualmente es considerada una de las películas emblemáticas del cine ecuatoriano.

Sebastián Cordero es un director de cine y guionista ecuatoriano con gran proyección internacional

En el 2004, estrenó su segunda película *Crónicas*, coproducida con México y protagonizada por actores reconocidos como Damián Alcázar, John Leguizamo y Leonor Watling. Le siguieron *Rabia* (2009), *Pescador* (2011) y *Europa Report* (2013). Su filmografía

ha sido exhibida en los festivales de Cannes, Guadalajara, Sundance, San Sebastián, Buenos Aires, La Habana, entre otros.

El cine de Cordero pone foco en el realismo social, mirando las diferentes problemáticas que afectan a los sectores marginales a través de personajes que viven al borde de la legalidad y que han aprendido a moverse en un entorno violento donde gana el más fuerte.

Sin muertos no hay carnaval es la sexta película de Cordero y la primera que usa una estructura coral, en la que varios personajes, cuyas vidas se entrecruzan, comparten el protagonismo. En esta cinta se observa a un Cordero más maduro que logra balancear el peso dramático de los personajes, con una puesta en escena en la que la fotografía, el arte y la banda sonora contribuyen a crear una atmósfera sensible a los espacios donde se desarrolla la historia.



Ilustración 123. Preparación de una escena en interiores. Foto: Ricardo Bobórque.

1. Guion

El proyecto surge con Andrés Crespo, actor y guionista guayaquileño, quien escribió la primera versión de la historia bajo el nombre de *Familia*. En el año 2007, ganó el premio de escritura de guion en los fondos concursables del Consejo Nacional de Cinematografía del Ecuador (Actual Instituto de Cine y Creación Audiovisual), lo que

le permitió asistir al laboratorio de guiones en Oaxaca, México.

Durante el rodaje de la película *Pescador*, Crespo, quien fue el protagonista, compartió con Sebastián Cordero algunas impresiones sobre este proyecto. Al año siguiente, mientras Cordero se encontraba en Estados Unidos trabajando en *Europa Report*, Crespo le envió el guion con la intención de que él dirigiera la película. A Cordero le interesó que la historia se centrara en Guayaquil y en un conflicto de familias y de invasiones de tierra. En los años 90 el crecimiento descontrolado de la urbe, producido por una migración masiva del campo, originó un sinnúmero de asentamientos ilegales en los márgenes de la ciudad. Mirar esa problemática desde una ficción, haciendo referencia a casos específicos de Guayaquil sin decir nombres concretos, era algo que a Cordero también le llamaba la atención.

Por otra parte, Cordero veía en la historia una referencia a la tragedia griega clásica, en la que el protagonista intenta escapar de la fatalidad de su destino. El desafío de trabajar este género dentro de una historia coral, abordando personajes de diferentes clases sociales, lo llevó a tomar finalmente la dirección del proyecto.

Para Sebastián el guion tenía resonancia con dos películas que admiraba mucho. Una de ellas, *City of Hope* (1991), de John Sayles, es una historia coral alrededor de un edificio en construcción en New Jersey, cuyos personajes se encuentran inmersos en un entorno corrupto del que no pueden escapar. La otra, *Chuquiago* (1977), de Antonio Eguino, es un retrato de la sociedad de Bolivia contada a través de cuatro historias en estratos sociales distintos. A partir de esas referencias Cordero quiso explorar cómo la estructura coral permite reflejar el encuentro y desencuentro de las diferentes clases sociales.

Uno de los mayores desafíos fue simplificar la trama, ya que en la versión inicial, había más personajes y tramas secundarias que diluían el conflicto central de la historia

En una primera etapa, Sebastián Cordero, desde Estados Unidos, le enviaba apuntes a Andrés Crespo para que continuara trabajando en una siguiente versión de guion. Fue una etapa exploratoria, de intercambio de mensajes que duró alrededor de un año. Se cambió el título de *Familia* a *Sin muertos no hay carnaval*, a partir de una frase que dice un personaje en el guion, ya que para Sebastián este título era más pertinente con el conflicto de la historia.

A su regreso a Ecuador, Cordero y Crespo empezaron la escritura del guion en conjunto y formaron un equipo para trabajar en la preproducción de la película. Uno de los mayores desafíos fue simplificar la trama, ya que, en la versión inicial de Crespo, había más personajes y tramas secundarias que diluían el conflicto central de la historia.

Ya en la etapa de preproducción, Sebastián Cordero tomó el control de la escritura del guion, puesto que Andrés Crespo fue seleccionado para interpretar a uno de los personajes protagónicos. En esta última fase, Cordero realizó cambios en el guion pensando en las locaciones y los actores seleccionados. Las sesiones de ensayo le permitieron pulir diálogos y repensar la interacción entre los personajes para transmitir naturalidad en las escenas.

2. Producción

Para el desarrollo de *Sin muertos no hay carnaval*, Sebastián Cordero creó la productora Carnaval Cine con Arturo Yépez y Andrés Crespo. Yépez, quien inició como pasante en *Ratas, ratones y rateros*, ha sido un colaborador constante dentro de sus películas, en las que ha desempeñado diferentes roles dentro de la producción. En *Sin muertos no hay carnaval* asumió el cargo de productor general.

2.1. Financiación

El presupuesto original era de dos millones de dólares, lo que excedía aquello que se pudiera obtener de los fondos concursables nacionales. Por esta razón, la productora Carnaval Cine decidió trabajar bajo el modelo de coproducción con diferentes países, ya que de esa forma podían acercarse al presupuesto de la película y garantizar el estreno en los diferentes países que participan de la coproducción.

Se buscó trabajar con un país norteamericano y uno europeo. Arturo Yépez conoció en el Festival de Cannes a Stelios Ziannis, de la productora Aktis Films en Alemania. Entró al proyecto con un porcentaje minoritario luego de obtener un fondo regional en Leipzig, que exigía que el dinero del concurso sea gastado ahí. Por ello se tomó la decisión de alquilar y traer a Ecuador la cámara Arri Alexa Plus, así como también se realizaron los efectos visuales en Alemania.

Luego entró Bertha Navarro como productora de México, con quien Sebastián ya había trabajado en *Crónicas* y en *Rabia*. Navarro conocía el guion de *Sin muertos* pues Andrés Crespo había llevado el primer borrador al laboratorio de guiones de Oaxaca, que ella dirige. La ventaja de coproducir con México es que su ley de cine permite deducir impuestos a las empresas que inviertan en una película. Entre más elementos mexicanos participen en la coproducción, hay más posibilidades de que la película sea elegida para obtener los estímulos

El presupuesto original era de dos millones de dólares, lo que excedía aquello que se pudiera obtener de los fondos concursables nacionales



Ilustración 124. Rodaje en exteriores de un plano con movimiento de cámara. Foto: Ricardo Bobórquez.

fiscales. En el caso de *Sin muertos*, tenían como mexicanos al director de fotografía, la diseñadora de producción y tres de los actores. La coproducción con México permitió además acceder al fondo Ibermedia en el 2014, obteniendo así USD 100,000 de financiamiento.

En Ecuador la película ganó los fondos concursables en las categorías de Desarrollo de Guion y de Producción y Postproducción, por lo que se obtuvo USD 130,000. Se buscó financiamiento también con el Municipio de Guayaquil, que participó con USD 150,000. Era importante encontrar un aliado estratégico en televisión así que aprovechando la entrada en vigor de la Ley de Comunicación (2013), que exigía a los canales de televisión un porcentaje destinado a la producción de proyectos nacionales, se pudo conseguir el auspicio de GamaTV.

También se recurrió a la empresa privada, entre ellos, la marca de bebidas Gütig, que entró con un aporte fuerte en la producción. Negociar con las marcas siempre tiene sus complicaciones, ya que siempre esperan un retorno inmediato de la inversión y el proceso de producción en cine puede tardar varios años. Es por eso que Arturo Yépez tuvo la idea de realizar el proyecto *Desde adentro*, veinte capítulos cortos de 5 minutos cada uno, que contaban el proceso de producción de la película. De esa manera, la marca podía evidenciar que estaba participando del proyecto y, al mismo tiempo generaba expectativa en el público.

2.2. Casting y scouting

El *casting* fue un proceso largo que incidió en que varios actores tuvieran que desvincularse del proyecto debido a otros compromisos profesionales. El único actor que se mantuvo desde el principio fue Andrés Crespo, a quien Cordero siempre vio como el abogado Terán. Se realizó una convocatoria general de *casting*, que fue liderada por Andrés Crespo y Priscilla Aguirre, de donde se seleccionaron a los personajes secundarios de la película.

Para el personaje de Emilio Baquerizo, quien pertenecía a la familia pudiente que encabezaba la trama, se pensó inicialmente en un actor extranjero que funcionara como un

El *casting* fue un proceso largo que incidió en que varios actores tuvieran que desvincularse del proyecto debido a otros compromisos profesionales

gancho atractivo para la distribución y exhibición de la película. Se conversó con el actor venezolano Edgar Ramírez, quien se encontraba en una carrera en ascenso en Estados Unidos. Se mostró muy interesado en el guion, pero por problemas de agenda, tuvieron que desistir de su participación. Empezó entonces una nueva búsqueda de actores conocidos

en el mercado ecuatoriano hasta que se encontró al artista plástico guayaquileño, Daniel Adum, quien, pese a no tener experiencia actoral, reflejaba la energía que Cordero buscaba para el personaje.

Dado que Daniel Adum nunca había actuado en una película, junto con Sebastián Cordero fueron a un laboratorio de actor-director, en Ciudad de México. En dicho espacio se trabajó una escena de la película donde se hacía un análisis del personaje: en qué momento se encontraba dentro de la historia y cómo estaba emocionalmente. Fue un laboratorio que le permitió a Adum comprender el trabajo de creación de personaje y acostumbrarse al ritmo, a veces agotador, que suponen los ensayos. También fue una experiencia enriquecedora para Sebastián Cordero pues le permitió explorar otras dimensiones del personaje.

En el caso del personaje de Celio, quien era uno de los moradores del asentamiento ilegal, Cordero realizó una búsqueda exhaustiva del actor en las mismas localidades donde se grabaría la película. Al final se decidió por el actor mexicano Diego Cataño, a quien Cordero conoció en Cannes cuando se estrenó la película *Temporada de patos*. Le gustaba la fragilidad y la energía que proyectaba el actor y sentía que resonaba muy bien con el personaje de Celio, quien pasa por un proceso de madurez durante la película.

Otros actores mexicanos que se unieron al elenco fueron Erando González y Maya Zapata, quienes interpretaban a don Gustavo y a Ingrid, respectivamente. Cordero decidió

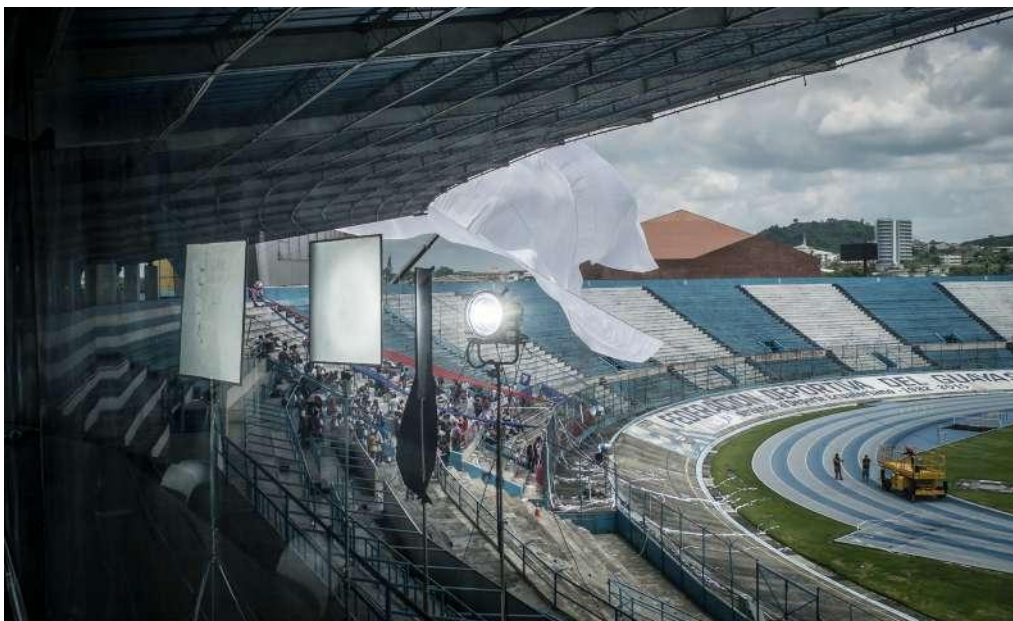


Ilustración 125. Preparación de la secuencia en el Estadio Modelo donde participaron más de 300 extras. Foto: Ricardo Bohórquez.

mantener a todos los personajes de la historia como ecuatorianos, por lo que fue necesario contratar a un *coach* de acento que ayudara a los actores a reproducir la dicción guayaquileña.

En cuanto al *scouting* o búsqueda de espacios, el desafío era encontrar 27 locaciones entre escenarios naturales y viviendas de diferentes estilos. Una de las más difíciles fue encontrar un asentamiento ilegal que se ajustara a lo que se necesitaba dentro de la historia. Tenía que ser una invasión reciente, de no más de cinco años, para que pudiera reflejar la fragilidad de las construcciones, pues así son más fáciles de desalojar por parte de las autoridades municipales. Se encontró una invasión de aproximadamente 300 casas que funcionaba muy bien, pero a los pocos meses, cuando el equipo de producción regresó para concretar el rodaje, ya el asentamiento había sido desalojado. Fue necesario volver a buscar otra locación que se ajustara a los requerimientos del guion.

Para seleccionar las locaciones se tuvo que tomar en cuenta la estación del año en que se grabaría la película

Para seleccionar las locaciones se tuvo que tomar en cuenta la estación del año en que se grabaría la película. Guayaquil tiene un clima tropical, que, durante su estación húmeda, de diciembre a abril, se caracteriza por lluvias torrenciales que cambian la vegetación de la ciudad. Aunque visualmente era la época adecuada para

el desarrollo de la trama, en la logística se tuvo que considerar posibles problemas que surgieran durante el rodaje, como inundaciones o embotellamientos.

3. Dirección

Como director, Sebastián Cordero cree importante que todo el equipo humano esté alineado, apuntando a “crear la misma película”. Por ello tuvo muchas reuniones con las diferentes áreas de trabajo con las que conversó sobre cómo querían ver la ciudad, cómo era el asentamiento ilegal de la película, cómo retratarían a los personajes, etc.

Durante el trabajo de mesa, si un actor no creía lo que decía su personaje, se buscaba la manera de aclararlo o se cambiaba el texto para que la escena fluyera con naturalidad

De la misma manera hace con los actores, dedicándole mucho tiempo al trabajo de mesa. Discutió con ellos sobre el guion, sobre los personajes y su desarrollo y realizó un análisis de escena por escena. Durante la lectura, si un actor no creía lo que decía su personaje, se buscaba la manera de aclararlo o se cambiaba el texto para que la escena fluyera con

naturalidad. Cordero le dio también atención especial a los personajes secundarios, por más breve que fuera su intervención, porque así lograba construir de manera más creíble el mundo de la película.

Ya en una etapa más avanzada, Cordero fue con los actores a las locaciones donde se grabaría, para que pudieran comprender y familiarizarse con los espacios. Como director de actores, no ensayó las escenas tal como estaban escritas en el guion, sino que prefirió trabajar con improvisaciones a partir de los conflictos de los personajes para explorar nuevas posibilidades. Esto también le permitía preservar la espontaneidad del actor para el momento del rodaje, cuando ya se encontraban en la locación real donde vivían sus personajes. En esta instancia, Cordero le daba libertad a los actores para que pudieran cambiar ciertas líneas de diálogo, sin que se perdiera el objetivo de la escena.

En el trabajo de dirección, Cordero considera que lo más importante es saber adaptarse a la situación del rodaje y a los actores. Para hacer cine es necesario una combinación de preparación y de disposición a improvisar. Hay escenas que pueden haber sido planificadas de una manera en el guion, pero que luego, en el rodaje, por alguna razón, no funcionan y se necesita trabajarlas de otra manera.

4. Dirección de fotografía

Para sus películas anteriores, Cordero solía utilizar el formato panorámico estándar de 1.85. En *Sin muertos*, decidió utilizar el formato 2.35, ya que buscaba que la película, al

ser una historia coral de personajes y de ambientes, se sintiera grande, épica, como sucede en cintas como *Boogie Nights* (1997) y *Magnolia* (1999), de Paul Thomas Anderson.

Inicialmente la dirección de fotografía estaría a cargo de Enrique Chediak, con quien Cordero había trabajado en *Crónicas*, *Rabia* y *Europa Report*, pero por problemas de agenda no pudo participar del proyecto. En su lugar, entró Tonatiuh Martínez, director de fotografía mexicano conocido por trabajar en las películas de Ernesto Cordero, tales como *Párpados azules* (2007) y *Las oscuras primaveras* (2014). Se integró tres meses antes del rodaje y elaboró una propuesta fotográfica muy sólida luego de leer el guion. Como Cordero quería grabar en 2.35, Tona-

Como Cordero quería grabar en 2.35, Tonatiuh propuso no trabajar bajo la composición habitual de ley de tercios, sino trabajar con una composición en cuadrantes

tiuh propuso no trabajar bajo la composición habitual de ley de tercios, sino trabajar con una composición en cuadrantes, es decir dividiendo la imagen en cuatro partes. Así, se podrían realizar primeros planos de los personajes, pero sin perder los espacios que también son elementos fundamentales para la narración de esta película.

Para la propuesta fotográfica, Tonatiuh y Cordero tuvieron dos películas como referentes clave. La primera fue *Drive* (2011), de Nicolas Winding Refn, a la que, a modo de ejercicio, Tonatiuh le colocó dos cintas para dividir la pantalla en cuatro cuadrantes y observar de esa manera la disposición y el movimiento de los elementos visuales en cuanto a composición y puesta en escena.

La segunda película clave fue *Chinatown* (1974), de Roman Polanski, en la que Tonatiuh y Cordero sentían que la temática guardaba relación con *Sin muertos*. En *Chinatown* la historia presenta una ciudad sombría, una pugna de poderes y en el fondo de todo eso, la corrupción en el servicio del agua que afecta a una población de agricultores. La limpieza de la puesta en escena, la manera en que fueron fotografiados los personajes de la película de Polanski fueron también objeto de inspiración para Cordero a la hora de fotografiar *Sin muertos*.

Sebastián Cordero como director ecuatoriano nacido en Quito, pudo observar Guayaquil desde una mirada más curiosa y exploratoria. Siempre le ha llamado la atención que a pesar de ser una ciudad cercada por agua, hay poco contacto entre este elemento y sus habitantes. Por ello decidió fotografiar la película desde planos poco habituales que evidenciaban el vínculo entre el río Guayas y Guayaquil, como la escena en la que Celio huye a través de una canoa. También incorporar la lluvia en

El director decidió fotografiar la película desde planos poco habituales que evidenciaban el vínculo entre el río Guayas y Guayaquil

escenas importantes de la película fue una decisión importante para enfatizar ese vínculo con el agua.

Otro aspecto que Cordero encontró interesante de Guayaquil para encuadrar en la composición de la cinta fue la interacción de los espacios urbanos. En palabras de Cordero, Guayaquil es una ciudad en la que hay muchas burbujas, espacios cerrados que no quieren comunicarse, que desean ser independientes, pero, al mismo tiempo, es inevitable ver el entorno y los momentos en que esos pequeños mundos se cruzan. Para plantear la idea de las burbujas, Tonatiuh y Cordero decidieron usar divisiones. En algunas escenas hay divisiones con vidrio, con un mosquitero o con otro elemento que de alguna manera influyera en la transparencia de lo que se estaba observando en la escena. En la secuencia del juzgado, cuyas oficinas son principalmente de vidrio, se jugó mucho con el reflejo que provocaba la propia luz y, de esa forma, se aportaba también dramáticamente al conflicto de esa secuencia.



Ilustración 126. Rodaje de la película en uno de los edificios junto al río Guayas. Foto: Ricardo Bobórquez.

Como puesta en escena, Cordero se inclinó por hacer muchos planos secuencias largos, que luego se cortaron en montaje, con la idea de que los actores pudieran desarrollar mucho más la emoción sin pensar en los reiterados cortes en el rodaje. En varias

escenas Cordero decidió no utilizar el habitual plano-contraplano, sino que prefería mantener un sólo punto de vista con la idea de ver cómo crecía la acción desde una sola perspectiva, observando además el comportamiento de la luz.

5. Diseño de Producción

No es muy común que las producciones cinematográficas ecuatorianas cuenten con un diseñador de producción, cargo relegado generalmente al director de arte. Sin embargo, debido a la gran envergadura de *Sin muertos*, Cordero requería a alguien que supervisase la dirección artística, es decir que además de desarrollar la propuesta estética de la película tuviera también habilidades de gestión. La directora de producción, la mexicana Bárbara Enríquez, entró al proyecto aproximadamente un año y medio antes de iniciar el rodaje. Enríquez estaba familiarizada con la manera de trabajar de

Puesto que los personajes de la película transitan en espacios que reflejan el estrato social al que pertenecen, era muy importante desde el diseño de producción mostrar la separación social que existe entre ellos

Cordero y conocía el Ecuador por proyectos anteriores, lo cual facilitó el desarrollo de una propuesta estética en la fase de preproducción. A partir de largas conversaciones entre Cordero y Enríquez, se definió las sensaciones que cada espacio debía transmitir, lo que constituyó una guía para la selección de locaciones y la propuesta de paletas de colores y texturas que se utilizarían en cada una de ellas. Puesto que los personajes de la película transitan en espacios que reflejan el estrato social al que pertenecen, era muy importante desde el diseño de producción mostrar la separación que existe entre ellos. Entre otras decisiones, se determinó mostrar la burbuja protectora de los personajes pudientes, a través de escenas en las que están dentro de autos y se muestra el entorno reflejado en sus parabrisas.

Uno de los mayores retos fue definir la locación del bosque con la que inicia la película y la tierra que está en litigio pues funcionan como nexo entre personajes de diversas clases sociales. Enríquez decidió que aunque el espacio debía transmitir precariedad, a través de asentamientos ilegales construidos con materiales frágiles como madera y caña, era importante que no fuese un lugar árido sin espacio para la esperanza en la historia. Por esta razón, se seleccionó una locación rodeada por una naturaleza exuberante y se decidió grabar durante la estación húmeda en la que las lluvias propician el crecimiento de la vegetación circundante.

A cada personaje se le asignó una paleta de colores y un vestuario elegido en relación con los espacios que les eran propios. A partir de la investigación inicial y del trabajo

A cada personaje se le asignó una paleta de colores y un vestuario elegido en relación con los espacios que les eran propios

de campo, se fueron tomando decisiones que permitieron definir los elementos que rodeaban a los personajes. Por ejemplo, el hecho de que cuando va a cazar, don Gustavo carga un arma sin mira, a diferencia de su hijo y de su ahijado, refleja que es un cazador experto y refuerza su posición de patriarca.

Se puso un énfasis especial en los detalles, y en las sensaciones que se pueden transmitir con el uso de la utilería, especialmente en las escenas que transmitían violencia. En una escena de secuestro, por ejemplo, se decidió que los perpetradores envolviesen la cabeza del secuestrado con cinta adhesiva gris, lo que constituyó una imagen sumamente potente.

A nivel sonoro, hubo un trabajo minucioso en el diseño de la textura sonora de cada locación. Se generó una diferencia clara entre los ambientes compuestos por el ruido de la ciudad y aquellos en los que se escuchaba el bosque cercano al asentamiento ilegal. Otro elemento sonoro y visual importante fue la lluvia. Originalmente en el guion, no se definió si habría escenas con lluvia puesto que no se tenía los recursos para generarla y existía el peligro de que no lloviera. Se tomó la arriesgada decisión de intentar



Ilustración 127. Sebastián Cordero en un momento del rodaje de la película. Fuente: El Universo.

incorporarla, en caso de que lloviera. Afortunadamente llovió en la grabación de varias secuencias en las que este elemento funcionó muy bien para la construcción de un tono lúgubre. Una de ellas, en la que se retrata un entierro en el cementerio, estaba plantea-

da para ser contada con otra estructura. Cuando comenzó a llover fuertemente durante el rodaje, el equipo de producción tomó la decisión de grabar las escenas programadas incorporando la lluvia. Se consiguieron paraguas para los personajes y se comenzó a grabar el entierro con lluvia. Durante la grabación de la siguiente escena, una conversación entre dos personajes que ocurría en uno de los corredores del cementerio, la lluvia amainó después de la grabación de varios planos. Se decidió continuar con la grabación manteniendo mojados a los personajes y agregar gotas en postproducción para mantener la continuidad

6. Montaje

Como en todas sus películas, Cordero tuvo una participación activa en la fase de montaje. El primer corte de edición, que le tomó alrededor de tres meses, estuvo a su cargo y ya para el segundo corte entró Jorge García, quien es el coeditor de la película. En este nuevo corte, García propuso un planteamiento nuevo en la estructura, que seguía un camino diferente al planteado en el guion. Para ello realizó un gráfico en el que podían visualizarse los momentos en que un personaje desaparecía y así se dieron cuenta que el personaje de Celio, en cierto punto de la historia, llegaba a estar ausente durante 25 minutos. Esto obligó a replantear la estructura, lo que también hizo revisar el desarrollo del conflicto de los diferentes personajes. A partir de la cuarta versión, Cordero y García empezaron a editar juntos hasta el séptimo corte. Los dos últimos los retomó solo Cordero para pulir detalles de sonido, transiciones de una escena a otra, etc.

El montador Jorge García le propuso al director un planteamiento nuevo en la estructura, que seguía un camino diferente al planteado en el guion

El proceso de montaje, desde el primer corte hasta el corte final, tomó alrededor de diez meses. Para Cordero el montaje es un proceso en el que se termina de reescribir el guion y en el que también es necesario desprenderse de momentos que pudieron haber funcionado en el guion e, incluso, en el rodaje, pero que después, en edición, no ayudan a fortalecer el ritmo de la película.

7. Distribución y Exhibición

Desde la producción, se decidió que la primera exhibición de la película no fuera en un cine, sino en la locación principal en la que sucede la película, el asentamiento Voluntad de Dios, ubicado en un sector periférico de Guayaquil. Cordero quería manifestar su gratitud hacia los habitantes del barrio, muchos de los cuales participaron como extras y colaboraron en la producción. Para la función, se improvisó un espacio al aire libre

Sin muertos no hay carnaval se mantuvo cuatro semanas en cartelera, en 42 salas de cine en Ecuador de la cadena Supercines

colocando una pantalla gigante en medio de las casas y ocho altavoces distribuidos en la parte inferior.

Durante el levantamiento de fondos para la producción, Arturo Yépez se asoció con Corporación El Rosado, que posee una empresa distribuidora y una

empresa exhibidora de cine y video. Con varios años de experiencia en el ámbito local, esta empresa, además, es dueña de Supercines, una cadena de salas de cine comercial, y se encarga de la distribución de superproducciones como las películas de Disney. Esta asociación implicaba una inversión inicial por parte de El Rosado del 20% del presupuesto total de la película y, posteriormente, la ganancia del mismo porcentaje sobre las utilidades de la exhibición. *Sin muertos no hay carnaval* se mantuvo cuatro semanas en cartelera, en 42 salas de cine en Ecuador de la cadena Supercines.

Sin muertos no hay carnaval se ha presentado en diferentes festivales de cine, como los de Chicago, Miami, Morelia y Panamá. Obtuvo además el premio a la Mejor Dirección en el Festival de Cine Latino de San Diego.

Bibliografía básica

- ✓ CABRERA KOZISEK, José Miguel (2016). *Sebastián Cordero: “En la marginalidad están las historias más interesantes”*. Ibermedia. <https://www.programaibermedia.com/sebastian-cordero-en-la-marginalidad-estan-las-historias-mas-interesantes>.

Capítulo 16

Estudio de caso.

Camera Café

(Telecinco, 2005-2009)

Álex Mendíbil (UCJC)



Sumario

- | | |
|--|---|
| 1. <i>El proyecto de Camera Café en España</i> | 5. <i>Interpretación: los actores</i> |
| 2. <i>La adaptación de los guiones</i> | 6. <i>Dirección de fotografía</i> |
| 3. <i>La producción de los capítulos</i> | 7. <i>Diseño de producción</i> |
| 4. <i>La dirección de la serie</i> | 8. <i>Sonido y sintonía de la serie</i> |
| | 9. <i>Montaje: peculiaridades</i> |

Camera Café es una serie de televisión dirigida por Luis Guridi y producida por Magnolia TV, que fue emitida originalmente por el canal de televisión Telecinco (Mediaset España Comunicación) entre el 18 de septiembre de 2005 y el 1 de septiembre de 2009. El argumento gira entorno a las vidas de los empleados de una oficina, desde los directivos hasta los puestos de menor responsabilidad, mientras se encuentran para charlar en un pasillo frente a la máquina de café. En España se llegaron a emitir cuatro temporadas, con una media de *share* de 20,9% (Diego & Grandío, 2011, p. 56). El formato en el que se basa la serie es francés y fue creado por los actores Yvan Le Bolloc'h y Bruno Solo y el realizador Alain Kappauf, para la productora CALT, y estrenado en la cadena francesa M6 entre 2001 y 2004. Posteriormente sería exportado a más de 30 países (Diego & Grandío, 2011, p. 55).

1. El proyecto de *Camera Café* en España

El formato original francés ya había sido adaptado y emitido en España por Telemadrid en 2003, con la producción de Tiburón TV y el título *Café Express*. En el reparto estaban actores tan reconocidos como Antonio de la Torre, Óscar Ladoire o Jorge Roelas, pero un año después sería retirado de la pantalla por su baja audiencia. Los responsables de Magnolia TV en Italia, ese mismo año, también habían adquirido el formato y adaptado los guiones con la pareja de comediantes formada por Paolo Kesisoglu y Luca Bizzarri, que venían a sustituir a los actores galos Bolloc'h y Solo, como



Ilustración 128. El equipo artístico de la serie con el director.

los personajes protagonistas del comercial y el delegado sindical. En Italia la serie tiene un considerable éxito de audiencia y es entonces cuando Magnolia TV Italia ofrece a Telecinco en España la adaptación de la serie original, pero partiendo de los guiones que se habían transformado para la versión italiana. Es de esta forma como se crea una delegación de Magnolia TV en España, una productora que después sería la responsable de *reality shows* como *Supernanny* (2006-2014), *Supervivientes* (2006-2015) o *Mujeres y hombres y viceversa* (2008-2015). El director de la versión española, Luis Guridi, había formado parte del combo La Cuadrilla con Santiago Aguilar en largometrajes como *Justino, un asesino de la tercera edad* (1994), *Matías, juez de línea* (1996) y *Atilano, presidente* (1998), para dedicarse posteriormente a la publicidad. Así recuerda Santiago Aguilar la selección de Guridi como director de la serie:

Para poner en marcha el proyecto la productora contrata a una responsable de *casting* a la que se le encomienda buscar clones de los intérpretes italianos. Ella recuerda que ha trabajado en otras ocasiones con Luis Guridi. Una de las cosas que hicieron juntos se llamaba *Canal-One* (Canal+: 1998) y se emitió a modo de pildorazos en *Lo + Plus* (Canal+: 1995-2005) durante la temporada 1998-99. También aquél era un formato breve, con personajes desquiciados y un único tiro de cámara. Al frente del reparto estaba el actor bilbaíno radicado en Suecia, César Sarachu, el

inefable “carapocha” de *Camera Café*. La encargada del reparto pone en contacto a Guridi con los responsables de Magnolia TV España y la máquina arranca con el visto bueno de Telecinco. (Aguilar, 2008, p. 193).

Una de las condiciones que pone Guridi para aceptar el proyecto es mantener el control creativo sobre la serie para poder decidir sobre el reparto y tener el control de los guiones. Esta circunstancia va a hacer que la serie en España tenga una personalidad propia, alejándose de las versiones más convencionales dirigidas por productores y cadenas de televisión que habían tenido éxito en Francia o Italia. La productora Magnolia TV, sin experiencia previa en nuestro país, acepta las condiciones de Guridi y el proyecto se pone en marcha.



Ilustración 129. El equipo de guionistas de la primera temporada. De izquierda a derecha: Juan Maidagán, Santiago Aguilar, Álvaro López Quintana, Pepón Montero y Álex Mendibil.

2. La adaptación de los guiones

Para la adaptación de la biblia y de los guiones facilitados por Magnolia TV Italia con el acuerdo de la francesa CALT, Luis Guridi acude a los guionistas Pepón Montero y Juan Maidagán, con quienes ha trabajado en varios proyectos como del citado *Canal-One* de Canal+. El concepto argumental de *Camera Café* es muy sencillo, pequeñas historias, casi sketches cómicos, protagonizados por un grupo de personajes recurrentes que son reconocibles en cualquier oficina: secretarias, directivos, comerciales, compradores, contables, informáticos, cada uno con sus peculiaridades y sus estereotipos, comen-

Es fundamental el trabajo de lo que, en jerga televisiva, se denomina biblia, el documento que especifica las condiciones fundamentales de las historias y, sobre todo, los perfiles de cada personaje

tando sus experiencias diarias frente a una máquina de café. En un formato televisivo de esta naturaleza, basado en una premisa simple y fácilmente adaptable a cualquier contexto, es fundamental el trabajo de lo que, en jerga televisiva, se denomina biblia, el documento que especifica las condiciones fundamentales de las historias y, sobre todo, los perfiles de cada personaje. Por tanto, la biblia es donde se desarrollan las principales características del formato

creado por Bolloc'h, Solo y Kappauf para CALT. Digamos que el "alma" de *Camera Café* se debería encontrar en dicha biblia y si una productora compra el formato a CALT para adaptarlo en su país, debe ser fiel al documento. Por supuesto, esta fidelidad es siempre muy subjetiva y en el caso de la adaptación española, los guionistas Montero y Maidagán respetaron las categorías de los personajes principales, pero modificaron a su gusto las personalidades de los mismos. De esta forma, rasgos como la edad, el carácter, las filias o las fobias de cada personaje ya difieren en la biblia española de sus homólogos italianos o franceses, muchas veces por decisión de los guionistas, pero también por la selección del *casting* que Guridi va haciendo en paralelo.

Otra de las decisiones que apartan, al menos conceptualmente, la versión española de la biblia de las demás es la intención firme de evitar cualquier referencia en los guiones a la ciudad donde está situada la oficina, al nombre de la empresa, a la actividad que desempeñan y, además, a cualquier situación coyuntural que nos situara en un tiempo concreto. El objetivo es hacer de las historias lo más atemporales y universales posibles, para que el espectador pueda contextualizarlas donde y cuando desee, sin la necesidad de interpretar ningún dato geográfico, sociopolítico o de cualquier otra especie. Se trata de buscar una situación cómica autosuficiente, sin referencias a nada más que a la propia situación y a los personajes. Se dejaban fuera, por ejemplo, los chistes que tuvieran que ver con la actualidad, con Madrid o Barcelona, o con personajes populares que no fueran universalmente conocidos. Alejarse, en definitiva, de un tipo de humor que por aquel entonces funcionaba muy bien en otras series de Telecinco como *7 vidas* (1999 y 2006) o *Los Serrano* (2003-2008).

Una vez aprobada la adaptación de Montero y Maidagán de la biblia, se empieza a trabajar en la adaptación de los guiones. Las historias están pensadas para poder grabarse con una cámara fija, en la supuesta máquina de café que está al fondo de un pasillo de la oficina. No hay posibilidad de mostrar escenas más allá de ese pasillo, y difícilmente si no ocurren cerca del campo de visión de la cámara. Las únicas zonas que proporcionan cierto escape a la unidad de espacio son la puerta del baño, a la izquierda de la máquina, las esquinas a derecha a izquierda y el ascensor al fondo del pasillo. Toda la trama debe



Ilustración 130. El elenco de un capítulo leyendo el guion.

transcurrir en ese espacio restringido, pero con la libertad de que el tiempo no ha de ser único y continuo. En la estructura típica de los guiones de *Camera Café* se incluyen los tres actos clásicos de presentación, nudo y desenlace, más un prólogo y un epílogo. Por tanto, un mínimo de cuatro saltos temporales posibles (elipsis) para hacer avanzar la historia en el tiempo. Los episodios tienen una duración media de siete u ocho minutos, habiendo episodios de hasta cinco y doce minutos. Desde el principio se comprueba que cuanto más compactas y condensadas estén las historias, mejores resultados para la comedia. Se trata en principio de historias fundamentalmente dialogadas por los personajes, ya que el espacio y la situación no da para mucha más complicación. Sin embargo, mientras las versiones francesa e italiana dependen principalmente del tiempo presente, es decir, de lo que se desarrolla en vivo y en directo frente a la cámara, Montero y Maidagán explorarán la narración en diferido, es decir, historias contadas por los personajes que han ocurrido más allá de los ojos de la cámara, ampliando infinitamente las posibilidades de las tramas. También las elipsis se usan de manera mucho más arriesgada, fragmentando las historias de formas imprevisibles, como recuerda Aguilar:

Para nuestro gusto, los guiones traducidos pecaban de exceso de linealidad: “sí A igual a B y B igual a C, entonces A es igual a C”. Demasiados recuerdos escolares. Entonces, si la cámara va a seguir allí eternamente, por qué no saltar de la A a la C y utilizar ésta como un trampolín. (Aguilar, 2008, pág. 201).

Esta forma diferente de narrar permitió un tipo de historias más complejas en cuanto a trama y también a la psicología de los personajes, y se acabará convirtiendo en una de las señas de identidad de *Camera Café* en España.

Al igual que la fidelidad a la biblia, CALT imponía la adaptación de un porcentaje estipulado de guiones originales, por lo que los primeros guiones que adaptan Montero y Maidagán están basados en historias de Bolloc'h, Solo y Kappauf. Mientras tanto, Guridi hace pruebas con los actores para las que se escriben unas separatas, pequeñas escenas de diálogo por parejas, donde Montero y Maidagán tienen más libertad al no depender de ninguna trama troncal. Son estas escenas las que hacen brillar más a los actores, que acabarán formando parte del reparto definitivo, y las que indicarán el camino a tomar por los guiones de la serie en nuestro país.

Llega el momento de formar un equipo de guionistas, para lo que Guridi, Montero y Maidagan encargan unas pruebas a nuevos guionistas, basadas en el formato de la serie. Así es como entramos a formar parte del equipo de guion Jorge Riera, Aurora Guerra, Santiago Aguilar y yo mismo. Durante esta primera etapa, nos repartimos los guiones que debemos adaptar, y que nos llegan traducidos del italiano; es decir, de las adaptaciones que Magnolia TV Italia había hecho a su vez de los guiones franceses. Se da la circunstancia que las traducciones son muy confusas y la mayor parte de las veces cuesta entender, no ya los chistes, sino hasta la propia trama. Adaptar los guiones que nos entregan pronto se convierte en una tarea más problemática que productiva, por lo que los guionistas pedimos permiso a la productora para escribir las historias con más libertad, tomando como punto de partida la situación dramática, o incluso el título del episodio, pero rescribiendo los guiones si hace falta. Este desajuste, unido a que los actores españoles y sus personajes empiezan a cobrar vida propia en las primeras grabaciones, hace que en pocos meses estemos ya escribiendo historias originales, coordinadas por Montero y Maidagán, pero liberadas por fin de las traducciones de los guionistas italianos versionando a los franceses.

El proceso de escritura ha de ser muy ajustado a unos plazos y un ritmo para que en plató no se queden nunca sin material para grabar

Tras la aprobación de los episodios-piloto, en verano de 2005, comienzan a grabarse los primeros capítulos. Los guiones han empezado a escribirse en mayo y hay que completar 369 capítulos por temporada. El proceso de escritura ha de ser muy ajustado a unos plazos y un ritmo para que en plató

no se queden nunca sin material para grabar. Los coordinadores Montero y Maidagán organizan unas reuniones semanales con todo el equipo de guionistas para repartir las historias que se han de escribir durante esos siete días y también para comentar los guiones de semanas anteriores, que normalmente pasan por dos versiones, hasta

una tercera y definitiva que es la que llega a plató. Por tanto, cada guionista tiene en sus manos entre cuatro y cinco guiones por semana: dos nuevos, dos segundas versiones y, a veces, alguna tercera. Evidentemente el trabajo principal se dedica a escribir los guiones nuevos, pero hay que encontrar tiempo para corregir las versiones dos o tres, según las notas que nos han dado los coordinadores. Cuando el guion funciona suficientemente bien, Montero y Maidagán se hacen cargo de darle un último repaso antes de enviárselo a Guridi. En esta primera temporada ellos son lo que hoy se denomina *showrunners*, y el estilo de la serie está muy marcado por su personal manera de concebir la comedia.

En las reuniones de guion semanales se intenta consensuar una escaleta muy simple del guion, que consiste en trazar mínimo tres pasos en la historia (presentación, nudo y desenlace), pero preferiblemente cinco pasos, contando con el prólogo y el epílogo. Aunque el corazón de la historia se encuentra en los tres pasos clásicos, los otros dos nos sirven para dar giros de tuerca sorprendentes a las historias, o para presentar la situación con un chiste introductorio. El esquema es sencillo y rápidamente le cogemos el truco. Con el paso de las temporadas, nos veremos obligados a probar mutaciones de este esquema para evitar la rutina, con guiones de más o menos actos, guiones contados al revés, guiones cantados, rapeados y hasta en verso. Los más de mil episodios que escribimos en total durante las cuatro temporadas, dieron cabida a todo tipo de fórmulas y experimentos. Un día, Guridi nos dio la clave cuando se refirió a los personajes de *Camera Café* como dibujos animados al estilo del Correcaminos: capítulo tras capítulo nunca aprenden, siempre vuelven al mismo punto, incluso alguna que otra vez los podíamos ver morir, y en el siguiente episodio ahí volvían a estar como si nada. Esta ruptura radical de la continuidad, agravada por la necesidad de emitir los capítulos sin orden, sino en un cóctel de humores y duraciones oportuno para la cadena, nos dio a los guionistas una enorme libertad para escribir ideas cada vez más disparatadas. Y eso hicimos.

En las reuniones de guion semanales se intenta consensuar una escaleta muy simple del guion, que consiste en trazar mínimo tres pasos en la historia (presentación, nudo y desenlace), pero preferiblemente cinco pasos, contando con el prólogo y el epílogo

Con el paso de las temporadas, el cambio de coordinadores correspondiente, primero Montero y Maidagán, en la segunda temporada Guridi, y en el resto Bárbara Alpuente y servidor, y el cambio de guionistas (escribirían en la serie Toño García Rollán, Ana Galán, Manu Martínez March, Álvaro López de Quintana, Guillermo Barrejón y Helena Morales), la serie fue creciendo en sentidos del humor, estilos de comedia y referentes. A pesar de que el público recuerda generalmente la serie como de humor

surrealista, había sin duda espacio para el costumbrismo, el humor negro, el *slapstick*, el humor infantil, la comedia romántica y hasta el absurdo más desconcertante. Algo de lo que sí huíamos a propósito era de los chistes de diálogo, es decir, de esas líneas que son graciosas de por sí, obligando que todos los personajes hablen como ingeniosos monologuistas. Casi ninguna línea de diálogo en *Camera Café* era graciosa por sí sola, sino que lo era en relación con una situación o con un diálogo anterior. Lo que siempre se cuidó al máximo fue una escritura de diálogos limpia, fluida y a ser posible chispeante, que tuviera música, como se suele decir, ritmo y cadencia. Las líneas de diálogo se limaban hasta reducirlas a su esencia, y se procuraba que la frase sonara ligera, fresca y a la vez cargada de intención. En este esfuerzo los actores tuvieron la mitad del mérito, pues fueron rápidamente haciendo suyos los diálogos, encontrando sus voces, sus coletillas, sus dejes, y alimentando de manera bidireccional nuestra escritura. “Algunas veces nos preguntan cómo es posible tanta concentración de miseria moral, mezquindad y mala uva en un grupo tan reducido. ¿En quién nos basamos? La respuesta es, evidentemente, que en nosotros mismos” (Aguilar, 2008, p. 206).

3. La producción de los capítulos

Algunos investigadores han acuñado el término *shortcom*, derivado de *sitcom*, para definir estas series que reducen al máximo las necesidades de producción, los decorados y la duración.

La *shortcom* abarata el presupuesto de una *sitcom* al uso en más de un 50% por capítulo. Carecen de exteriores, escaso número de decorados y mínimo material de grabación posible. Este tipo de formatos de humor se vende por piezas. El coste de producción medio por pieza se sitúa en torno a los 6000 euros. (Diego & Grandío, 2011, p. 56).

Camera Café siempre se planteó como un producto de presupuesto moderado o directamente bajo, ya que entre otras cosas venía a rellenar un hueco de programación bastante indefinido. El espacio que separa el final de las noticias de la noche con el programa de *prime time*, cuando las cadenas se peleaban por atraer televidentes en plena búsqueda o zapeo. Por aquel entonces era un espacio flexible y polivalente, de aproximadamente media hora entre las 21:30 y las 22:00, y se empezó a llamar *access prime time*. El plato fuerte para la cadena era lo que venía a continuación, la película o el programa de la noche, por eso no se pensó en invertir mucho en la producción de estos espacios. La paradoja vino cuando *Camera Café* se convirtió en un éxito de audiencia y Telecinco quiso que el plato fuerte fuera esta modesta serie diaria, proponiendo a la productora que alargara el espacio con más

capítulos para retener a los espectadores durante más tiempo. Pero Luis Guridi se resistió con muy buen criterio, puesto que un exceso de *Camera Café* solo podía traer empacho, y probablemente insomnio al equipo. El caso es que el espacio de *access prime time* acabó ganando terreno al *prime time*, que cada vez se retrasaba más con la llegada de espacios como *Escenas de matrimonio* (Telecinco, 2007-2009) que no ponía pegas al aumento de duración del programa.

La producción de un día de rodaje comenzaba dos meses antes, organizando a los actores que estarían en plató ese determinado día, por disponibilidad de fechas y porcentaje de aparición. Para no salirse del presupuesto, el mínimo era cuatro actores y el máximo cinco, aunque se podían hacer algunas excepciones al año. Ese reparto lo mandaba Cristina Benavente, de Magnolia TV, al coordinador de guion para que los guionistas escribiesen historias para ese grupo de personajes. Cuando los guionistas ya tenían una primera versión, pasaban las necesidades de producción especiales al equipo de producción de Cristina, que se coordinaba con la ayudante de dirección para ir gestionando esas necesidades.

El equipo de producción recibía habitualmente los guiones terminados una o dos semanas antes del rodaje. Se reunía a todo el equipo una vez por semana, generalmente los viernes, para organizar todas las necesidades de la semana siguiente. A esa reunión asistía: producción, dirección, vestuario, arte y atrezzo y, en caso de necesitarlos, técnicos de iluminación, sonido y efectos. De martes a jueves se solían grabar once episodios (Aguilar, 2008, p. 200), incluso si alguno no funcionaba se intentaba arreglar sobre la marcha, pero nunca se paraba de grabar. Añade Luis Guridi que:

La producción de un día de rodaje comenzaba dos meses antes, organizando a los actores que estarían en plató ese determinado día, por disponibilidad de fechas y porcentaje de aparición

El modelo se copió de Italia, pero pronto vimos que había ciertas diferencias que nos obligaban a una nueva mecánica de producción. Básicamente lo que cambiaba es que en Italia los guionistas eran autómatas que escribían en el piso superior del plató, con mismo horario que el rodaje, con lo que la información fluía de manera constante en ambas direcciones. En España optamos por “soltar” a los guionistas para que escribiesen donde y cuando quisieran, con lo que hubo que organizar una mecánica nueva de plazos y transvase de información, y en la segunda temporada incorporar un coordinador “mecánico” que trabajaba en coordinación con producción. (Guridi, 2020).

4. La dirección de la serie

Aunque pudiera parecer que la cámara fija y las largas escenas de diálogo no dejan mucho margen de maniobra para la dirección, esta fue una de las claves del éxito de la serie. Una dirección muy enfocada a los actores, a su movimiento interno en el plano y al ritmo de los diálogos, las pausas y los silencios, pilares fundamentales para conseguir que los guiones lucieran, y el chiste funcionara como y cuando debía. Los guionistas nunca pasábamos por plató, pero sabíamos que Guridi era firme defensor de nuestro trabajo, y que si algo se modificaba en plató era porque no funcionaba. Todos tuvimos la rarísima suerte de que ni la cadena ni la productora nos cambió nunca ni una coma de los guiones, a pesar de que al principio no entendían dónde estaba la gracia de aquel reparto tan extraño, ni de aquellos guiones sin chistes de diálogo.

Aunque pudiera parecer que la cámara fija y las largas escenas de diálogo no dejan mucho margen de maniobra para la dirección, esta fue una de las claves del éxito de la serie

Se hacía una mesa italiana que consistía en leer con los actores el guion, buscando el tono y ajustando las intenciones. A esta mesa ya acudían vestidos, peinados y maquillados. En este punto los actores podían proponer cambios siempre que los guiones presentaran dudas. Se decidía si se empezaba a grabar, o se paraba para reescribir alguna parte. “Contar con el criterio y la claridad de Mayjo Ruiz,

segunda de dirección, era en este momento fundamental” (Guridi, 2020). Se pasaba entonces a la ‘puesta en pie’ del primer *sketch*, como se denominaba a cada uno de los cinco actos que podía tener un guion. Aquí se organizaba la puesta en escena, las salidas, las entradas, las posiciones y también lo concreto: frases, guiños, recursos de los personajes, etc. Guridi recuerda otras claves de la dirección:

Es importante señalar que los actores del Camera desarrollaron una memoria especial de “sketch corto” con la que memorizaban muy rápidamente el texto y lo soltaban de la misma manera. Si se paraba para comer, o por cualquier circunstancia técnica que nos obligase a dejar de grabar durante más de una hora, a la vuelta los actores habían olvidado casi completamente el texto.

En cuanto advertimos esto, modificamos la forma de partir la jornada, empujando a todo el departamento técnico de Telecinco a acoplarse a nosotros. Hubo algunas dificultades al principio, pero al final conseguimos muchísima más efectividad. Trabajábamos seguido hasta las 4, tan solo con una paradita de 20 minutos para un bocata, y luego hacíamos el resto. Pero nunca nos íbamos a comer con un sketch a medias. Los propios actores estaban encantados porque la tarde se hacía mucho más ligera y se iban antes a casa (Guridi, 2020).

5. Interpretación: los actores

El reparto de *Camera Café* fue otro acierto del director y de Montero y Maidagán, que pelearon al principio por unos actores nada convencionales. Algunos habían trabajado con ellos en programas previos, como César Sarachu (Bernardo) o Juana Cordero (Choches), pero el resto fue fruto de un concienzudo *casting* que no contaba con el beneplácito de Telecinco. Tras muchas negociaciones, consiguieron mantener algunos candidatos favoritos y poco ordinarios, como el propio Sarachu o Esperanza Pedreño (Cañizares), cediendo con Arturo Valls (Jesús) que, pese a no tener entonces mucha experiencia como actor, era una propuesta de la cadena que, al final, acabó convenciendo a todos. Figuras de reconocido talento como Luis Varela (Antúnez) eran la excepción en un reparto de caras desconocidas para la audiencia, pero que acabaron siendo muy populares por estos personajes. En las versiones francesa e italiana el protagonismo de la serie era claramente de los personajes del comercial y el sindicalista, Jesús y Julián (Carlos Chamorro) en la versión española. En cambio, aquí, poco a poco se fue haciendo una serie más coral, alrededor de diecisiete personajes que compartían protagonismo en mayor o menor medida.

Poco a poco se fue haciendo una serie más coral, alrededor de diecisiete personajes que compartían protagonismo en mayor o menor medida

Este formato era ideal para un director de actores como yo, para el que fotógrafos, iluminadores, maquinistas, etc. suponen gente moviéndose tozudamente entre los actores y yo. Nos retrasan y complican el trabajo con sus luces, recortes y puñetas. Reconozco lo maniático, y también que tienen tanto derecho como yo a crear, pero que me perdonen si confieso que precisamente su ausencia es lo que más me atrajo de este formato. Actores, actores, y actores. Ese era mi trabajo en el set. Si había que cambiar a luz nocturna, bastaba con pedirlo mirando a la cámara. Alguien de luces, desde algún recóndito lugar de Telecinco, le daba a un botón y ¡zas! Noche. Sin parar, sin eléctricos por el medio. Una gozada. (Guridi, 2020).

6. Dirección de fotografía

El plano fijo es la seña de identidad del formato de *Camera Café*, una condición de puesta en escena que afecta al resto de los departamentos, desde el guion, como hemos visto, a la dirección de los actores, que se han de coreografiar ordenadamente para que la cámara recoja sus diálogos y sus expresiones. La iluminación era también relativamente fija, favoreciendo que, desde el ascensor hasta el primer término de la máquina de café, todo pueda estar iluminado y en foco. Había una segunda iluminación programada

El ángulo y la altura del encuadre de la cámara estaban minuciosamente estudiados, y no se podía tocar la cámara bajo ningún concepto para evitar cualquier pequeño desvío

para las escenas de noche, cuando se suponía que la oficina estaba cerrada y la luz no era tan general y cenital, sino más indirecta y tenue. En total se programaron 6 tipos de iluminación preestablecida que se accionaban apretando simplemente un botón. Si el guion requería otros efectos de iluminación se preparaban *exprofeso*, pero no era habitual. El ángulo y la altura del encuadre de la cámara estaban minuciosamente estudiados, y no se podía tocar la cámara bajo ningún concepto para evitar cualquier pequeño desvío. La altura media de los actores determinaba principalmente la altura de la cámara, y para la angulación se utilizó una cercana al 9 mm, con alguna pequeña variación.

El pasillo de la oficina se dividía para su puesta en escena en seis zonas. La primera zona era la que estaba pegada a la cámara; la segunda la ocupaban las mesas; la tercera y cuarta eran las que estaban frente al panel de corcho y a la fotocopiadora; la quinta era el pasillo que cruzaba de derecha a izquierda, y la sexta, el ascensor. Todas ellas eran importantes. Era otra de las peculiaridades de *Camera Café*, la acción se distribuía simultáneamente en diferentes campos. Para que el espectador vea claramente las acciones de los campos traseros, además de la colocación de los actores en el campo 1 y 2, es fundamental la altura de la cámara. Debía ser la suficiente para poder ver bien todas aquellas acciones en segundo plano, pero no tan alta como para hacer irreal la pretendida máquina de café.

El decorado y la paleta de colores venía determinada también por el formato francés, y todas las versiones internacionales de *Camera Café* son reconocibles por unos colores y un estilo similar. Muy propio de la comedia, con colores vivos y líneas simples, casi como si estuviéramos viendo la viñeta de un tebeo. Otro elemento importante en la puesta en escena era el vestuario. No fue fácil despegarse del modelo italiano, siendo la productora italiana, la cadena italiana, y el formato que se quería importar en versión italiana. La intención de Guridi era no perder el impacto del estilismo francés o italiano, de tonos fuertes y estilos marcados, pero al igual que el *casting* o los guiones, haciéndolo propio, para que el vestuario reflejara nuestra idiosincrasia. Si, al principio, el armario de los personajes era muy parecido al italiano, pronto María José Arauzo, responsable de vestuario de Telecinco

7. Diseño de producción

El decorado y la paleta de colores venía determinada también por el formato francés, y todas las versiones internacionales de *Camera Café* son reconocibles por unos colores

Las versiones internacionales de *Camera Café* son reconocibles por unos colores y un estilo similar. Muy propio de la comedia, con colores vivos y líneas simples, casi como si estuviéramos viendo la viñeta de un tebeo

y un estilo similar. Muy propio de la comedia, con colores vivos y líneas simples, casi como si estuviéramos viendo la viñeta de un tebeo. Otro elemento importante en la puesta en escena era el vestuario. No fue fácil despegarse del modelo italiano, siendo la productora italiana, la cadena italiana, y el formato que se quería importar en versión italiana. La intención de Guridi era no perder el impacto del estilismo francés o italiano, de tonos fuertes y estilos

marcados, pero al igual que el *casting* o los guiones, haciéndolo propio, para que el vestuario reflejara nuestra idiosincrasia. Si, al principio, el armario de los personajes era muy parecido al italiano, pronto María José Arauzo, responsable de vestuario de Telecinco



Ilustración 131. El set de rodaje.

y Luis Guridi empezaron a despegarse hacia una versión propia donde se podía aportar mucho más. Hubo personajes como Cañizares o Julián a los que la ropa ayudó a definir y a mejorar el modelo, haciendo muy características sus maneras de vestir.

8. Sonido y sintonía de la serie

La sintonía y las ráfagas musicales que acompañaban las cortinillas del vaso de café venían también definidas por el formato francés, y se copiaban o se regrababan si fuera necesario, pero con muy pocas variaciones. La versión italiana jugaba mucho con los efectos de sonido de librería, efectos muy exagerados típicos de dibujos animados, pero Guridi consiguió prescindir de ellos gracias a que al productor de Magnolia España, Paolo Nocetti, tampoco le gustaban. La clave aquí fue no recargar, sino reforzar los sonidos naturales para no despegar los dos pies de la realidad. En Telecinco, el jefe técnico de sonido propuso micrófonos de cercanía para los actores, además de unos inalámbricos escondidos en la ropa. Pero Luis Guridi no estaba convencido de su eficacia y en varias reuniones se empeñó en evitar los micros de corbata, por muchas razones, tanto artísticas como técnicas. Finalmente, se consiguió cubrir todo el plató con micros direccionales y omnidireccionales. Fue todo un reto para el equipo, pero lo disfrutaron y acabaron logrando un equipo de sonido espectacular. No había zona que no tuviesen bien cubierta, y ensayaban junto a los actores cada *sketch*.

9. Montaje: peculiaridades

Cada uno de los actos, o *sketches* como los llamábamos en la serie, eran una sola toma de cámara, un plano secuencia. Por tanto, un capítulo normal solo tenía cinco planos y cuatro cortes, uno tras el prólogo, y otros tres entre los actos 1, 2, 3 y el epílogo. En cada corte había una pequeña cortinilla, algunas con el vaso de la máquina y el título del episodio, y otras solo con grafismo. Lo que se hacía de cara al montaje era una selección de las tomas, se escogían las mejores y si había dudas se dejaba que el montador eligiera su favorita.

Cuando tuvimos muchos sketches a nuestras espaldas, se podía intuir lo siguiente: Las tres primeras tomas solían ser desastrosas. A la cuarta empezaban las pasables y buenas, y a partir de las buenas, si intentabas perfeccionar perdía frescura y se notaba demasiado la mecánica. Dejaba de ser natural y se empezaba a subir peligrosamente. Al no haber cortes, estábamos obligados a que los actores no cometiesen un solo error. Daba mucha rabia cuando había un sketch largo con muchas entradas y salidas, con efectos, con frases difíciles o chistes que había que ajustar bien, se jodía en la última frase, o en el último segundo por una tontería, y había que repetirlo desde el principio (Guridi, 2020).

Un capítulo normal solo tenía cinco planos y cuatro cortes, uno tras el prólogo, y otros tres entre los actos 1, 2, 3 y el epílogo

Una vez montados esos cinco planos secuencia con sus cortinillas se tenía el episodio listo para incorporar a lo que se llamaba la torta, el espacio de alrededor de 45 minutos que iba a emisión ese día. En cada torta cabían siete u ocho episodios, dependiendo de la duración de estos o del espacio

en emisión que ese día hubiera que rellenar. Como antes se dijo, la cadena intentó que el espacio fuera más largo cuando la serie se hizo popular, pero raramente se llegó a superar los 60 minutos de torta. No era fácil porque Telecinco comunicaba la duración exacta del hueco disponible ese día pocas horas antes de emisión. La norma que se seguía para elegir qué capítulos iban y en qué orden dependía de la curva de las audiencias. El programa arrancaba con un 5% de *share* tras el noticiero de Pedro Piqueras y, poco a poco, ascendíamos hasta cerca del 20% de *share*. Por eso nunca se malgastaba un episodio bueno, ni siquiera correcto, al principio de la torta, porque casi no había espectadores. Los buenos episodios empezaban a partir del tercero o cuarto, los muy buenos en el quinto o sexto puesto, y los realmente buenos eran el último o los dos últimos. Realmente importaba más el conjunto que las piezas por separado. También se jugaba con los personajes, los temas y los estilos de humor de cada episodio, para que hubiera algo para todos los gustos.

Curiosamente, en Francia sólo se emitía un episodio diario de entre cinco y diez minutos, y nunca se repetían. A priori eso parecía mejor, pero en España pronto se comprobó que montar un paquete diario, incluso con episodios repetidos, funcionaba muy bien para captar distintos tipos de público. Además, permitía algo que en aquella televisión y en esa época parecía impensable, que era colar de vez en cuando capítulos de humor más arriesgado, con bastantes chistes surrealistas e incluso alguno dadá. “Eso nos granjeó seguidores con los que jamás Telecinco hubiera imaginado, y una pátina de calidad que, todo sea dicho, nos regalaba los oídos.”

(Guridi, 2020) Hubo un *sketch* con Cañizares en clave de Buster Keaton, completamente mudo, donde ella se liaba al meter doscientas circulares en doscientos sobres. Al día siguiente, todos los departamentos técnicos de Telecinco habían sufrido el susto en sus casas de encontrarse la tele en silencio durante tres minutos en pleno *prime time*.

La norma que se seguía para elegir qué capítulos iban y en qué orden dependía de la curva de las audiencias. El programa arrancaba con un 5% de *share* tras el noticiero de Pedro Piqueras y, poco a poco, ascendíamos hasta cerca del 20% de *share*

Bibliografía básica

- ✓ AGUILAR, Santiago (2008). *Adaptadores inadaptados: Camera Café en España*. En P. Sangro & A. Salgado (eds.) *El entretenimiento en TV: guion y creación de formatos de humor en España*. Barcelona: Laertes.
- ✓ DIEGO, Patricia (2010). *La ficción en la pequeña pantalla: cincuenta años de series en España*. Navarra: EUNSA.
- ✓ DIEGO, Patricia y GRANDÍO, María del Mar (2011). *Clasicismo e innovación en la producción nacional de comedia televisiva en España (2000-2010)*. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura, 1 (9), p. 49-66.
- ✓ GARCÍA DE CASTRO, Mario (2018). *La ficción televisiva popular: una evolución de las series de televisión en España*. Madrid: GEDISA.
- ✓ GURIDI, Luis (2020). *Entrevista personal*.
- ✓ MENDÍBIL, Alex (2013). *España en serie*. Madrid: Aguilar.

Capítulo 17

Estudio de caso.

Perderlo todo

(Víctor Cerdán, 2021)



Víctor Cerdán (UCM)

Sumario

1. Dale la vuelta al modelo tradicional
2. Busca historias que conecten contigo
3. Da el salto al largometraje
4. Sé honesto con tus limitaciones tecnológicas
5. Desarrolla una propuesta visual acorde a tu presupuesto
6. Rodéate de los mejores, pero aprende a hacerlo tú mismo
7. No te obsesiones con tus ideas iniciales
8. Ventajas e inconvenientes

1. Dale la vuelta al modelo tradicional

Las películas se producen a partir de guiones. Una vez que la historia se ha plasmado sobre el papel los productores establecen un presupuesto para poder convertir el texto audiovisual en una película. Este proceso de producción suele ser muy caro y, para sacar adelante una película, se necesitan subvenciones gubernamentales, alianzas con otros productores, preventas nacionales e internacionales con cadenas de televisión, etc. Un millón de euros es un presupuesto bastante bajo para la realización de un largometraje de ficción. Y un millón de euros es mucho dinero para alguien que quiera realizar su primera película. Entonces, ¿existe otra manera de hacer cine?

En *Perderlo todo*, mi primer largometraje de ficción, en vez de escribir un guion y luego buscar la manera de producir la película (buscar a los actores, las localizaciones y decorados, el equipo técnico, etc.) he hecho justo lo contrario. Primero he valorado los elementos que estaban a mi alcance de manera gratuita (personajes, localizaciones, equipo técnico, cámaras, etc.) y luego he confeccionado la historia de mi película. Mientras que el proceso tradicional de hacer películas trabaja de adentro a afuera, este modelo lo hace de afuera a adentro. Esto cambia el proceso

tradicional de producción y también hace que el resultado final de tu película sea diferente al de otros films comerciales.

2. Busca historias que conecten contigo

El germen de esta película surge en el centro comercial Bassa el Moro de Elda. Estaba con mi colega, El Chino, en un McDonald's cuando vi que un tipo calvo y con una cicatriz en la cara nos miraba fijamente desde la mesa de al lado. De pronto, se levantó de su silla y se acercó enérgicamente a pocos centímetros de nosotros. Resultaba que conocía a El Chino de una noche de fiesta en un *after* de Alicante. No me acuerdo qué dijo, simplemente me quedé fascinado por su aspecto y su forma de hablar. Me recordó a algunos camellos que pasaban pastillas en los *parkings* de discotecas como Central o Revival. Tipos que, normalmente, o llevaban un arma en el coche o les habían apuntado con una pistola otros camellos para que dejaran de vender en su territorio.



Ilustración 132. Un momento del rodaje de Perderlo todo. Foto: Álvaro Giménez Sarmiento.

Le dije a mi amigo Álvaro Giménez Sarmiento que quería que mi próximo corto tratara sobre esos personajes de Alicante. Tipos que a principios de siglo XXI salían de fiesta los viernes y volvían los lunes para ir directamente a trabajar. Él me dijo que nos podíamos presentar a las ayudas de la Comunidad de Madrid para conseguir financiación. Escribí un primer borrador del guion del corto, que titulé *Caracoles serranos*, pensando en aquel tipo que había visto en el McDonald's de Elda.

Le dije a mi amigo El Chino que quería grabar un corto con la persona que vimos esa tarde. Mi colega me dijo que ni siquiera sabía cómo se llamaba, solamente que vivía en Villena. Hice un pequeño rastreo por locales y bares de Villena y pensaba irme a preguntar por un tipo calvo, con cicatriz, pendientes en la cara que conducía una furgoneta Renault.

Escribí un primer borrador del guion del corto, que titulé *Caracoles serranos*, pensando en aquel tipo que había visto en el McDonald's de Elda

De pronto, recibí una llamada de El Chino y me dijo que había conseguido su móvil. Cosas que pasan en los pueblos de Alicante, uno conoce a otro, que conoce a otro que conoce a Loren, así se llamaba.

Loren nos recibió recién salido de la ducha con una toalla y casi en pelotas, como si todo le diera igual. Luego nos sirvió unas cervezas y dijo algo así: “Yo mientras que no tenga que interpretar a un policía o a un homosexual hago lo que queráis”. Le expliqué la historia del corto y a medida que le contaba cosas sobre su personaje él me decía: “Pero si yo tengo una hija”, “Pero si yo tengo un campo también”. Parecía que, aun siendo un primer borrador, era una historia escrita a su medida. Fuimos a ver su campo y me quedé entusiasmado. Era perfecto para la historia: se notaba que llevaba años sin cuidarse, tenía las paredes desgastadas, los hierros de un corral oxidados, estaba lleno de malas hierbas.

La Comunidad de Madrid no nos dio la ayuda para la realización del cortometraje *Caracoles serranos*. Aunque no podía asumir el alquiler de una cámara de cine ni otros elementos de la producción, teníamos ya gestionada la localización y todos los personajes principales. Contacté con Abdelatif Hwidar, actor y director ganador de un Goya, para interpretar a un marroquí y planificamos todo para rodar el corto en una jornada. El corto trataba de unos tipos que después de cocinar una paella en un campo de Villena se enteraban de que habían visto a un marroquí con la hija de uno de ellos. Los tipos después de darle una paliza al magrebí se dan cuenta de que todo ha sido un malentendido ocasionado por sus prejuicios. *Caracoles serranos* estuvo seleccionado en varios festivales importantes: Festival de Málaga, Festival

de Guadalajara (FESCIGU), Festival de San Juan, Festival de Barcelona (Mecal). También se exhibió en Alemania, Estados Unidos y Reino Unido.

3. Da el salto al largometraje

La repercusión del corto nos animó a realizar un largometraje sobre ese universo rural de Alicante. *Perderlo todo* incorporaba nuevos personajes y una historia más compleja. En este caso, a diferencia del cortometraje, el guion se confeccionó de afuera a adentro. Ya que surgió de innumerables conversaciones y anécdotas con Loren y sus amigos. Bueno, hablar de guion cuando toda la historia de la película se concentraba en un folio y medio es demasiado descabellado, pero eso fue con lo que trabajamos para hacer esta película.

La película trata de la relación de un padre con su hija en un mundo de traficantes de armas y camellos. Los protagonistas, Loren y Azahara, son padre e hija en la vida real, por lo que muchas de las historias que aparecen en la película mezclan anécdotas y/o situaciones reales con elementos de una trama de ficción. Podríamos decir que, en ese sentido, la película parte con la propuesta de un documental, pero en una trama de ficción. No quiero desvelar aspectos de la trama, pero cualquiera que la vea se dará cuenta de que, a pesar de su realismo, hay escenas que obviamente son parte de una trama de ficción. Y esa combinación es una de las cosas que hace que la película sea una pieza original.



Ilustración 133. Ramón interpretando al hijo del "Patrón". Fotograma de la película.

Yo le pregunté a Loren si conocía a alguna familia gitana en Villena que pudiera interpretar a otros personajes. Él me dijo que conocía a El Morro, un patriarca gitano de la barriada de Villena y a su familia. Quedé con él y sus hijos en una cafetería cerca de su casa. Ellos pidieron agua embotellada y escucharon atentamente mientras les comentaba la historia. A pesar del contenido violento y polémico del film, se sintieron entusiasmados con la idea de ser protagonistas.

Recuerdo que en las primeras pruebas de cámara El Morro y su hijo actuaban imitando a personajes de películas que habían visto y me generaban una sensación de diálogos pelicularos. A medida que hicimos más pruebas, sus actuaciones mejoraron un poco, pero seguían imitando a actores de cine. Esto dejó de suceder cuando recopilé una selección de sus actuaciones más naturales y se las puse en su televisión. A partir de ahí ya no volvieron a imitar a actores de series y se comportaron con naturalidad. Eso también les sirvió para darse cuenta de que, a pesar de los muy limitados medios de grabación, estábamos haciendo una película de verdad.

En esta película he estado siempre muy atento a modificar mis ideas según las sugerencias de los actores no profesionales. Por ejemplo, el hijo de El Morro me dijo una vez: “Víctor, yo nunca dispararía a nadie por la espalda”, en referencia a la secuencia final. Yo cuando me decía algo así siempre le preguntaba: “Entonces tú, ¿qué harías en esta situación?”. Y él después de pensarlo me daba una idea que no se me había ocurrido. Normalmente eran ideas que necesitaban pequeños retoques para que encajaran en la secuencia que había planificado. Pero funcionaban mucho mejor de cómo yo las había imaginado. Al fin y al cabo, ellos estaban jugando a interpretarse a sí mismos.

4. Sé honesto con tus limitaciones tecnológicas

La película se grabó con una Sony PXW-FS5. Una videocámara muy empleada para reportajes y documentales por su versatilidad y su pequeño tamaño. Esta cámara permite grabar en HD con una profundidad de color de 10 bits (unos mil millones de colores) o a 4K a 8 Bits de profundidad de color (unos 16 millones de colores). Esto es una de las cosas que más le repito a mis alumnos en la universidad. A veces nos interesa más rodar a 1080 que en 4K. ¿Para qué te vale tener una mejor resolución si tienes menos información de color?

Es muy importante conocer bien tu cámara, la que tengas o la que vayas a alquilar. Pienso que cada cámara da una textura de imagen diferente

La película se grabó con una Sony PXW-FS5. Una videocámara muy empleada para reportajes y documentales por su versatilidad y su pequeño tamaño

que condiciona el tipo de historia que vas a hacer. En mi caso iba a emplear una videocámaras diseñada para hacer reportajes, por lo que si la propuesta audiovisual de mi película era como un documental, esto podía ayudar a mejorar el estilo de mi película. Cámara en mano, *jump cuts*, planos desenfocados, personajes que se interpretan a sí mismos, etc. En *Perderlo todo* estaba bastante justificado el uso de una cámara así.

Creo que intentar conseguir una textura de una película de Spielberg o Bayona con una DSLR o con una videocámara de reportajes es un error. Se nota que pretendes llegar a más de lo que tienes y eso, al final, da una sensación de carencia en la producción. Cuando no tienes grandes presupuestos creo que es mejor ser honesto con tus limitaciones tecnológicas.

A pesar de la importancia de la imagen, el sonido nunca puede fallar. Una imagen puede verse desenfocada durante unos segundos, pero una pista de audio no puede escucharse mal. El sonido directo de *Perderlo todo* lo hizo David Fuentes, un técnico de Alicante que hizo un gran trabajo. Había planos de casi una hora sin corte con cinco o seis radiomicros más la pértiga principal. Todo él solo, sin marcas de quien hablaba en cada momento ni nada. Los actores tenían total libertad para moverse por las localizaciones e improvisar. David cobraba por jornadas por lo que, en algunos casos, cuando las escenas tenían pocos diálogos el sonido directo lo grababa directamente a la cámara. En varios casos escondí radiomicros debajo de la ropa de los actores y usé el micrófono de cañón de la cámara para los ambientes.

Con la iluminación y la fotografía pasó algo parecido. No tenía presupuesto para contratar a un director de fotografía. Así que asumí esa función junto con el manejo de la cámara. En la primera parte de la película intenté rodar con luz natural lo máximo posible. Incluso en interiores, la idea era abrir las ventanas, apagar las luces artificiales y dejar que el sol rebotara por las paredes de la casa. Y claro, siempre que podíamos rodar con la luz del atardecer lo hacíamos. El problema es que había muchas secuencias nocturnas, sobre todo, en la segunda parte de la película. Y en estas secuencias sí que necesitas apoyarte en iluminación profesional. En algunas escenas conté con la ayuda de Fran Fargas que me ayudó con el diseño de la iluminación y a mover los focos.

Previamente a la película, Álvaro había dirigido la fotografía en el cortometraje *Caracoles serranos*. Por lo que ya teníamos un diseño general del estilo de iluminación que funcionaba para este tipo de historia. Álvaro situó un HMI 1200 par con lentes fresnel a contraluz y colocó un par de leds para la luz de relleno. Los HMI son focos muy aparatosos que se emplean en cine y suelen necesitar un equipo de eléctricos para moverlos. Para que os hagáis una idea, el equipo de un HMI, con balastro y trípode ocupa prácticamente el maletero entero de un coche, con los asientos de atrás tumbados.



Ilustración 134. El álbum familiar de Loren. Fotograma de la película.

Para la primera secuencia de noche que rodamos en la película alquilamos uno igual. Seguí la línea de iluminación de Álvaro, pero la hice aún más dura y contrastada. En este caso me ayudaron Guillermo Salazar y Mara para mover el HMI mientras yo rodaba. A pesar de que conseguimos continuar con el estilo de Álvaro y la calidad de la luz me gustaba mucho, me di cuenta de que tenía que buscar una alternativa al HMI para iluminar las siguientes secuencias nocturnas que quedaban. No podía seguir rodando así, sin un equipo de eléctricos ni ayudantes de producción que ayudaran en las labores logísticas que implican rodar con este tipo de focos.

Además, no había casas de alquiler en Alicante que ofrecieran este tipo de focos, por lo que había que alquilarlos y devolverlos en oficinas de Madrid cada vez que iba a Villena. Era demasiado desgaste, sobre todo, cuando solamente estaba yo detrás de la cámara en muchas de esas secuencias nocturnas. Además, también dependía de la de los actores que la mayoría de las veces no me permitían grabar durante más de dos horas seguidas. Esto me impedía, por ejemplo, agrupar todas las secuencias nocturnas en un fin de semana.

Una de las cosas que he aprendido de los actores no profesionales es que te pueden dar interpretaciones maravillosas porque son gente con talento natural, pero no están acostumbrados a rodar ocho horas seguidas. Así que mejor no hacerlo, mejor darles tiempo para que recarguen la energía antes de volver a rodar una nueva secuencia. Esto a veces implica días.



Ilustración 135. Loren en una de las escenas finales de Perderlo todo. Fotograma de la película.

Como alternativa a los focos HMI, Fran me dijo que se había comprado una parrilla led, que tenía bastante potencia y generaba una luz bastante dura. Como tenía un precio muy asequible la compré. Hice varias pruebas y me di cuenta de que si adquiría dos me podían servir para iluminar primeros planos o planos medios. También compré, por un precio similar, un foco led de 15.000 lumen, como cuatro veces más potente, que me permitía iluminar un campo entero. Mientras que las parrillas funcionaban con baterías el foco led iba a la corriente, así que tenía ambas opciones dependiendo de las localizaciones donde grabara. La sensación que quería dar era la de una luz de foco de campo que golpeará a los personajes desde su espalda, y genera un silueteo en sus cuerpos. Por eso, dependiendo de la situación, usaba unos u otros focos para la luz principal o para los rellenos. Lo mejor de todo es que con esta combinación de leds me daba la sensación de adquirir la misma estética que con el HMI y, además, me eran muchísimo más fáciles de transportar.

La última secuencia de la película se rodó en el cementerio de La Encima. Esta fue la secuencia más problemática de la película por varias razones. Primero, contábamos con una perrita que tenía que moverse por unos lugares concretos del cementerio y establecer un juego de miradas con el protagonista. Segundo, teníamos caracterización de sangre y sudor. Tercero contábamos con un atrezzo especial con un ataúd y un nicho reventado. Y cuatro habíamos alquilado un generador para enchufar el led de 15.000

lumen como foco principal, ya que no había corriente, y las dos parrillas portátiles leds nos parecían escasas para los planos generales.

No teníamos dinero para contratar a un perro de cine, así que decidí contactar con Rafa de WildDog, un adiestrador de perros de Villena que nunca había trabajado ni en cine ni en publicidad. Vino con su equipo de profesionales e hizo un trabajo increíble. Para el material de atrezzo había comprado un ataúd en una fábrica de madera de Murcia. Me salió mucho más barato que comprarlo a través de una funeraria. No quieras saber la diferencia. También teníamos sangre artificial. Este fue uno de los elementos que más me preocupé, ya que quería que fuera hiperrealista y no desentonara con las actuaciones.

Para ayudarme con la caracterización vino Lidia Quiles, que ha trabajado como maquilladora en las fiestas populares de pueblos de Alicante. A veces manchaba a los personajes de sangre, pero en otros casos lo hacía directamente yo. Usé un aerosol para generar salpicaduras en la cara y ropa de Loren. También llevábamos un bote de glicerina para generar el sudor. En la mayoría de los casos eran los propios actores los que se la embadurnaban por el cuello y la cara. Todos odian la glicerina, sobre todo en verano, porque genera mucho más calor.

Alquilamos un generador para iluminar el cementerio, pero cuando teníamos el plano iluminado el aparato dejó de funcionar. Pensamos que se le había gastado la gasolina, pero no. Se había roto uno de los manguitos principales, y aunque Mar nos lo arregló, el plástico estaba tan podrido que se volvió a romper. Eran las 2 de la madrugada y pensé en cancelar el rodaje o seguir adelante con los recursos que tenía.

Finalmente, con la ayuda de Fran, usamos los dos leds con baterías y nos centramos en primeros planos. También cambié el objetivo de mi cámara por un 45mm que abría a f/1,5. Aunque no era tan bueno como el 24-70 que tenía de ZEISS, era la mejor opción para sacar adelante esta secuencia. Tenía permiso para grabar en el cementerio solamente ese día y había más equipo que otras veces, por lo que prefería rodarlo todo como pudiera.

Creo que Loren, el protagonista de la película, estaba muy tensionado por todos los imprevistos de la secuencia. Pensad que estábamos a oscuras en un cementerio real, de madrugada, cosa que también creo que influyó en el ambiente de la secuencia. Quizá si no se hubiera roto el generador, la actuación de Loren no hubiera sido tan dramática. En este caso pudimos aprovecharnos de un imprevisto, porque la propuesta de la película no era preciosista, sino que buscábamos otra cosa. Algo que quedó mejor sin emplear tanta iluminación.

Después de aquel día me enfermé durante una semana e incluso valoré volver a rodar la secuencia otro día. Sin embargo, cuando vi el material grabado en el AVID me di cuenta de que lo que habíamos hecho ese día era irrepetible.

5. Desarrolla una propuesta visual acorde a tu presupuesto

Me gusta pensar que la propuesta visual de esta película no está copiada de ninguna otra. Que ha surgido directamente del trabajo con los actores. La primera propuesta del cortometraje era rodar en tres planos secuencias. Pero pronto me di cuenta de que eso no iba a funcionar. Loren apenas sabe leer bien y cuando replicaba los diálogos de los textos me parecía muy artificial. Así que probamos otra cosa. Le dije que contara las historias del guion con sus palabras. Al fin y al cabo, algunas de esas historias estaban inspiradas en cosas de su vida. Entonces me di cuenta de que si mantenía esa dinámica de dirección de actores no iba a poder hacer planos secuencia largos. Al principio, me interesaba usar el plano secuencia por la sensación que da de realismo. Sin embargo, adopté otra narrativa que genera algo similar: la del documental cámara en mano.



Ilustración 136. Loren y su hija Azabara. Fotograma de la película.

Me alejé de los actores y rodé con teleobjetivos (100mm). Esto generaba la sensación de que el espectador miraba a los personajes como si estuviera viendo un documental de *National Geographic*. De esta forma, los personajes de *Caracoles Serranos* estaban siendo retratados como animales salvajes. Algo que me pareció muy acorde con el universo que estábamos retratando. Además con este modelo de grabación tenía más opciones en montaje para acortar, alargar o modificar partes del *acting* que no estuvieran a la altura. La propuesta estética se centraba en caras y, sobre todo, en la cara de Loren. Mi idea era que los espectadores estuvieran en la cabeza del protagonista el mayor tiempo posible.

Trabajar con teleobjetivos te permite estar muy lejos de tus personajes, por lo que ellos suelen estar más cómodos actuando

La configuración estética a través de primeros planos de caras me ayudó en la segunda parte de la película para ocultar algunos elementos costosos de producir, como la cabeza cortada de la hija de Loren. Al haber adoptado esta narrativa desde el principio, esto generó que, cuando viéramos las caras de los personajes, no pareciera una limitación de producción sino una decisión artística.

Trabajar con teleobjetivos te permite estar muy lejos de tus personajes, por lo que ellos suelen estar más cómodos actuando. No tienen la cámara cerca y se sienten más libres de actuar con naturalidad. Sin embargo, tiene el inconveniente de que el foco es más sensible a los movimientos, y obviamente en esta película no hemos marcado posiciones de ningún actor, ni contaba con un foquista. Esto me obligó a tener mucho cuidado con el foco, pero también a convertir los desenfocados en parte de la estética del filme. Por eso decidí deliberadamente introducir desenfocados en el montaje final de la película que podía haber cortado. Esos planos con momentos desenfocados dan la sensación de inmediatez, es decir, de que alguien está intentando captar la vida de esas personas sin ensayos ni artificios. Y esa sensación de realismo, junto a la cámara en mano centrada en sus caras, creo que le daba fuerza a la película.

El tono de *Perderlo todo* es feísta. Según Rosenkranz, se trata de un sentimiento estético centrado en la fascinación por los crímenes, la violencia y los aspectos más oscuros del alma humana. La historia de la película está inspirada en los argumentos de tragedias griegas como *Edipo Rey*, *Antígona*, *Las Bacantes*, *Medea*, o *Ifigenia entre los tauros* y aplicados a personajes y escenarios del universo rural del interior de Alicante. Creo que leer a clásicos como Eurípides o Sófocles te ayuda a generar estructuras de guion sólidas que hagan avanzar la trama de tu película. El truco radica en saber adaptar esas historias atemporales al mundo que te rodea, a ese donde solamente tú tienes acceso.

6. Rodéate de los mejores, pero aprende a hacerlo todo tú mismo

La mayor parte del presupuesto de esta película me lo gasté en la gasolina de Madrid a Alicante. Creo que sumando todos los viajes casi he realizado los mismos kilómetros que lo que hubiera conllevado dar la vuelta al mundo en coche. No sabría decir exactamente el presupuesto que he gastado en realizar esta película, pero desde que empecé hasta que terminé mi cuenta bancaria ha bajado, pero tampoco estrepitosamente. Eso quiere decir que he compensado los gastos de la película con ganancias a través de otros trabajos. Esto es importante cuando no tienes una inversión, porque si no puedes arruinarte.

Yo podía haber pedido un préstamo y haber hipotecado la casa de mis padres para realizar la película, pero preferí buscar una alternativa que se adecuara a los medios que tenía a mi alcance. Si quieres embarcarte en un proyecto así, te recomiendo que lo hagas con otro trabajo que pueda aportarte capital y te dé tiempo para poder abordar los días de rodaje, aunque sean solamente los fines de semana. En mi caso trabajé de lunes a viernes y empleaba los sábados y domingo en rodar la película. De esta manera empleé el dinero que ahorraba de otros trabajos en la producción de *Perderlo todo*. Aunque cuentes con un presupuesto casi mínimo, siempre se te va a ir el dinero en invitar a comer a la gente, en desplazamientos, en comprar algún detalle a los actores, en pagar al técnico de sonido o en comprar o alquilar material de iluminación.

Una de las cosas más importantes es reservarte algo de presupuesto para el sonido, el color y la distribución. Por ejemplo, para que te hagas una idea, distribuir *Caracoles serranos* con una distribuidora de cortos me costó unos 2000 euros. Y es recomendable hacerlo con alguna de las grandes: Marvin and Wayne, Freak u OFF ECAM, diría yo. Ellos tienen los contactos y saben mejor que tú las posibilidades que tiene tu corto en festivales. En mis trabajos anteriores había trabajado con Marvin and Wayne, pero en el caso de *Caracoles serranos* me decidí por OFF ECAM porque tanto Álvaro como Ramón Rico eran ex alumnos de la Ecam y eso nos daba la opción de que nos distribuyera el corto Ismael Martín, que para mí es la persona que más sabe de cortometrajes de España.

7. No te obsesiones con tus ideas iniciales

Realizar una película con pocos medios te obliga a convertir tus limitaciones en posibilidades creativas. Por ello, creo que no hay que cerrarse a ideas que a uno le gustan mucho si luego no funcionan en el montaje final. Tan importante es crear

ideas como tener la capacidad de desprenderte de ellas cuando es necesario. Hay muchas películas donde los directores se enamoran de planos o secuencias y que, sin embargo, no funcionan en el montaje final. Hay que obligarse a mirar tu material como si otro lo hubiera dirigido. A pesar de que eliminar esa escena pueda enfurecer a algún actor, es mejor quitarla y ser honesto con tu historia. Si no funciona algo, cárgatelo. Cuanto más directa, sencilla y compacta sea tu película, mejor.

Me he dado cuenta de que el proceso de edición es una segunda dirección. Me gusta montar lo que he grabado muy rápido. Casi al día siguiente de haber rodado. Mi primer criterio es seleccionar el mejor contenido de cada toma y descartar lo demás. Sin embargo, luego hay que ver la película de seguido y valorar

Mi máxima es que cuanto más sepas de cada puesto que interviene en la producción de una película más posibilidades tienes de dirigir una película con tus propios medios

si hay momentos en los que no encajan fragmentos con la historia de tu película. Yo fui montando la película a medida que la rodaba, por lo que al final estaba muy sumergido en el material. Me venía bien contar con otra persona que me ayudara con el montaje. Álvaro intervino en esta parte del proceso creativo aportando ideas que hicieron que la película funcionara mucho mejor. No es recomendable enseñar una versión de montaje a muchas personas. Te pueden dar demasiadas opiniones y generar ruido. Es mejor contar con pocas personas de confianza que vean tu película con un ojo clínico. Al igual que en el montaje, conté con otros profesionales en otras funciones principales de la película. Mi máxima es que cuanto más sepas de cada puesto que interviene en la producción de una película más posibilidades tienes de dirigir una película con tus propios medios.

Más que nada porque te va a tocar muchas veces hacerlo todo tú mismo. Sin embargo, siempre viene bien tener alianzas puntuales con profesionales que sepan mucho más que tú en cada uno de estos puestos. Tu película mejorará si tu equipo sabe más que tú. Al fin y al cabo, tú también tienes límites físicos y creativos.

8. Ventajas e inconvenientes

Las principales ventajas de realizar una película con tus propios medios es que vas a poder hacer una película sin el apoyo de una productora, de una distribuidora e, incluso, sin un *crowdfunding*. Vas a tener mucha libertad creativa y tus limitaciones pueden agudizar tu creatividad. También vas a poder compartir con los demás un universo propio de un mundo que nadie más puede contar. Si consigues esto, tu historia va a ser más auténtica que otras películas de la industria audiovisual.

Por supuesto, vas a tener muchos inconvenientes. Vas a tener que adaptarte a la disponibilidad de la gente que intervenga en tu película. Por ejemplo, algunos actores te cancelarán o cambiarán las fechas de un rodaje, localizaciones que cambian por obras, y mil y un imprevistos que te obligarán a replantearte secuencias, personajes e incluso hilos argumentales.

Puede que te gastes mucho dinero y, seguramente, en el mejor de los casos, recuperarás lo invertido. Hay que tener en cuenta que proyectos así, sin actores famosos, son muy difíciles de vender a televisiones y/o distribuidoras importantes. Tu opción principal será probar suerte en festivales internacionales de cine. Por otro lado, vas a entregar mucho tiempo y energía de tu vida en dirigir un proyecto así, por lo que, si no te apasiona este proceso, te recomiendo que no lo hagas. Para mí, las aventuras y experiencias que han supuesto la realización de esta película han sido incluso más estimulantes que la obra en sí. Hacer cine como si vivir fuera protagonizar la película que tú diriges.

Claro que, por mucho mérito que tenga hacer una película con tus propios medios, al final lo único que importa es la experiencia que viven los espectadores al verla. ¿Se emocionaron? ¿Se entretuvieron? ¿Empatizaron con tus personajes? ¿Reflexionaron sobre el universo que compartiste con ellos? Son preguntas que solo serán respondidas cuando la película se estrene.

Bibliografía básica

✓ GROVE, Elliot (2010). *130 proyectos de iniciación al rodaje de películas. Del guion a la posproducción*. Barcelona: Blume.

Capítulo 18

Entrevista.

Santiago García de Leániz Caprile, una tradición de innovación

María Elena Ros García



El guionista, productor y director Santiago García de Leániz Caprile es un “erasmus” de cuando todavía no existían los viajes de estudio Erasmus. Queremos decir que adquiere una formación internacional en un momento en que casi nadie en este país salía a estudiar fuera. Lo hace, además, dentro de la tradición anglosajona donde la formación para el cine podía hacerse desde la universidad. En concreto, entre 1979 y 1984, cursa estudios de Arte Dramático e Historia del Cine en St. Michaels University School y en la University of Victoria, ambas en la Columbia Británica, Canadá. Luego, en 1986, se matricula en Arte y Técnica Cinematográfica en la London Film School. Creado en 1956, es el centro más veterano y prestigioso de Gran Bretaña en formación cinematográfica. El lema de la escuela es: “Una tradición de innovación.”

Las primeras tareas de García de Leániz Caprile en el cine son en los departamentos de Dirección y Producción, trabajando con directores como Gutiérrez Aragón y Felipe Vega, entre otros. También es un “emprendedor” de antes de que esta palabra se convirtiese en mantra. En 1990 funda la productora de cine independiente La Iguana, que dirige hasta la fecha. Produce, entre otras, las cuatro primeras películas de Iciar Bollain: *Hola, ¿estás sola?* (1996), la película más premiada de la 40 Semana Internacional de Cine de Valladolid; *Flores del otro mundo* (1997), premiada en el Festival de Cannes como Mejor Película en la Semana Internacional de la Crítica; *Te doy mis ojos* (2003), con siete premios Goya de la Academia del Cine Español incluyendo Mejor Película; y *Mataharis* (2007), con varias medallas del Círculo de Escritores Cinematográficos. También produce *La noche del hermano* (2005), que él mismo escribe y dirige.

Ahora el alumno y el profesional es también “maestro”. García de Leániz Caprile imparte clases en el Grado de Cine y Ficción Audiovisual de la Universidad Camilo José Cela.

¿Qué es el cine?

El cine cuenta historias, el cine es luz en movimiento, la posibilidad de plasmar los sueños, volver a mirar en la caverna esa hoguera en medio de la noche y quedarnos fascinados con las sombras en movimiento. El cine es un poco la suma de todas las artes y de todos nuestros anhelos. Porque, sobre todo, es una forma de vivir, de entender la vida y una forma de encontrarse y encontrar a los demás.

El cine es un modo de vida

¿Por qué decidió cursar estudios de cine en universidades de otros países?

Básicamente porque mis padres querían evitar que yo me dedicara al cine cuando vivía en España. Entonces me mandaron lo más lejos posible porque ya empezaba a meterme en este mundo. Creyeron que allí me iba a dedicar a estudiar una cosa más “seria”, como podría ser una carrera más convencional y aprender, al menos, otro idioma. Y fue precisamente ahí donde, definitivamente, me empecé a dedicar al teatro y al cine. O sea que fue azar también irme fuera. Pero estoy agradecido por salir fuera y por la posibilidad de aprender otra lengua. Siempre he creído que el poder manejar más idiomas amplía tu mirada. Tener la suerte de poder estudiar en el extranjero te da una visión un poquito más global de la realidad. Puedes salir del terruño y observar un poquito más cómo se ve el mundo en otra lengua, desde otra perspectiva, desde otra cultura.

¿Cuáles son los referentes que han inspirado su trabajo?

Cinematográficamente hablando, mis maestros son muchos. Desde John Ford hasta Robert Bresson, Felipe Vega, Víctor Erice, Elías Querejeta como productor, y seguro que me dejo muchísimos. Me interesa mucho la *Nouvelle Vague* francesa, el Neorrealismo Italiano, el Western de Hollywood de los años 50 y 60, la Generación de los Barbudos, los Spielberg, etc. El cine americano me inspira por esa capacidad de solventar problemas, de decir que no hay nada imposible y somos capaces de lo que sea con tal de que podamos llevar adelante nuestro sueño. Luego, directores europeos como Werner Herzog también me han inspirado mucho: esa motivación, esa especie de vivir rodando. El cine también es rodar, es un modo de vida. En el fondo, como le decía hace poco a un querido amigo mío, siempre digo que el cine es una excusa para poder estar en los momentos concretos y si puedes vivir de ello, pues fantástico, es decir, si puedes generar trabajo y riqueza y, encima, conseguir emocionar a la gente y aportar algo a esto, pues ¿qué trabajo puede ser más bonito que ese?

Uno de sus mayores éxitos como productor fue la película *Te doy mis ojos*, la cual fue galardonada con 7 premios Goya. ¿Qué supone para un productor profesional recibir este galardón?

Pues supone el reconocimiento al esfuerzo de mucho trabajo y la alegría de ver cómo el trabajo de tantos años de todo un equipo se ve reconocido. Aunque también siempre digo que lo de los premios es una lotería. Quizás depende de estar en el momento correcto, en el lugar correcto. Y siempre digo, también, que una película, independientemente de los premios, es igual de fácil o difícil de hacer, es decir, cuesta tanto hacer una buena película como una mala película. ¿Quién decide si es buena o mala? Bueno, los premios ayudan a darle trascendencia a la obra, ayudan a que se pueda ver en más sitios, en más países. Sobre todo, supone el reconocimiento de darte cuenta de que estabas en lo correcto, en el buen camino, no solo tú, sino todo el equipo. Es una alegría muy grande ver gente con la que tú empezaste haciendo tus cortometrajes y que, 15 o 20 años después, estamos los mismos, o muchos de ellos, haciendo lo mismo y ya en otro plano, da mucha alegría. Pero la principal alegría que te da la profesión no son los premios, sino cuando te encuentras a gente por la calle y te agradecen la película y te cuentan que les ha fascinado y encantado. Eso es lo importante.



Ilustración 137. Un momento del rodaje de Te doy mis ojos.

El tema de *Te doy mis ojos* era la violencia de género. ¿Cree usted que el papel de la mujer en el ámbito cinematográfico está lo suficientemente valorado?

Bueno, no solo en el ámbito cinematográfico, creo que tendría que estar mucho más potenciado. Creo que en el cine cada vez hay más mujeres incorporándose, pero creo que es algo fundamental que incluso no tuvieras que hacerme esta pregunta.

Que no digamos “Es una de las mejores directoras de España” sino que es una gran directora, independientemente de su género. Creo que, cada vez más, afortunadamente, poco a poco, es normal que los equipos, los rodajes, los guionistas, las directoras de fotografía se hayan incorporado y que sea algo absolutamente normal. Creo que el siglo XXI es femenino y debería ser femenino, que todos tenemos que recuperar esa parte del eterno femenino que nunca debimos perder.

¿Qué sintió al haber conseguido, gracias a su trabajo en *La noche del hermano*, impulsar a un actor como Jan Cornet a la fama y verlo trabajar con directores como Pedro Almodóvar?

Un director es tan bueno como los actores con los que trabaja

Pues es una gran satisfacción ver a Jean trabajar, como dices, con grandes directores. Sientes que no estabas loco cuando tomaste esa decisión. Yo siempre digo que, en caso de duda, en cualquier cosa que hagas en la vida, ser valiente es lo bueno. Si dudas entre “a” o “b”, eliges siempre la opción más arriesgada porque es la que más miedo te da. Meter a Jan en una película sin que hubiera hecho prácticamente nada era un riesgo, pero no fue por querer arriesgar como un imprudente, sino porque realmente creí que él era el Jaime que estaba buscando. Sabía que eso tenía unos riesgos muy altos, pero, por otro lado, siempre pienso que uno es tan bueno como su *casting*. Un director es tan bueno como los actores con los que trabaja. En ese sentido, tuve la suerte de rodear a Jan de otros grandes actores que sí que suplían, quizás, la inexperiencia que podría tener Jan en ese momento. Para mí fue una alegría muy grande ver que Jan luego siguió haciendo cine.

De todas sus producciones, ¿cuál ha sido para usted la más complicada, o aquella que le ha supuesto mayores complicaciones a la hora de llevarla a cabo?

Pues no sabría decirte porque cuando estás haciendo una película siempre echas de menos la anterior: “¡Qué fácil fue, qué bien nos resultó, ojalá pudiéramos estar! ¡Es que esta

película tiene una complicación...!”. Pero creo que cada película es distinta. No es una cuestión de presupuesto, es decir, cuanto tienes “X” presupuesto siempre piensas que necesitarías un poquito más. Siempre estás necesitado, siempre vas corto. Entonces no sabría decirte si hay una película concreta que costó más esfuerzo. La primera, quizás no, porque teníamos una ilusión tremenda y quizás es con la que menos medios contábamos. Pero teníamos algo de responsabilidad y de valentía e imprudencia que siempre tienes cuando empiezas.



Ilustración 138. Rodaje de La noche del hermano, de Santiago García de Leániz, en el centro de la imagen. La focuista Piti Redal usa una cinta métrica para medir la distancia desde el plano focal hasta el actor que se fotografiará (Jan Cornet) con el fin de aplicar esa distancia al anillo de enfoque de una cámara analógica.

En esta profesión, pese a los éxitos, hay tantos obstáculos, tantas complicaciones en cada nuevo proyecto, tantos proyectos que terminan en un cajón, que siempre parece que se empieza de cero. ¿Alguna vez se ha planteado dejar el mundo cinematográfico?

Sí, todos los días te lo planteas. Uno es director mientras está dirigiendo, es productor mientras está produciendo, actor mientras está actuando. Todo lo demás es una especie de limbo en el que te entra la duda de a qué te dedicas. Este no es un trabajo en el que vas a fichar de 8 a 17. Uno vive como cineasta las 24 horas del día todos los días de su vida. Rodando o no rodando, siempre estamos trabajando en nuestro mundo y nuestro

imaginario. ¿Cuántas películas hay que no se han hecho? Bueno pues por cada 100 películas que no se hacen, una se hará. Nuestra obligación es estar ahí siempre: intentando estar alerta, buscando historias, escuchando mucho, leyendo mucho, viajando mucho y aprendiendo mucho porque nunca sabes cuándo va a llegar el momento de sacar adelante el próximo proyecto. Esa es nuestra vida, la de los cineastas, es una vida un poco de “francotirador”.

¿Quiere decir que en España no está suficientemente valorado y reconocido el trabajo cinematográfico?

Yo creo que pasa un poco como con todas las artes en España. Somos un país que ha vivido y sigue viviendo, en gran medida, un poco de espaldas a la cultura en general. Me da envidia, quizás, el trato del cine en otros países de nuestro entorno, como puede ser Francia, por ejemplo. Lo que ellos cuidan el cine, lo que cuidan a los autores. Eso sí que me da envidia. Me gustaría que en España la cultura fuera tratada de una manera un poquito distinta porque un país sin cultura no es un país, no tiene memoria, no tiene esperanza. Creo que la cultura es la llave para muchas cosas. No sé si para resolver los problemas del mundo actual pero sí para dar salida a muchas cosas.

Pero, al mismo tiempo, lo que la industria cinematográfica en España no ha sabido contar a los medios de comunicación es que, aparte de ser cultura, el cine también es industria. La industria cinematográfica y audiovisual genera un montón de puestos de trabajo.



Ilustración 139. Silke y Candela Peña en Hola, ¿estás sola?

¿Considera que la cultura está sufriendo especialmente las medidas restrictivas de la pandemia?

Sí, creo que está sufriendo. Cada vez nos cuesta más ir al cine y ya nos costaba mucho antes. Pero realmente creo que la pandemia lo único que está haciendo es poner en una especie de realidad aumentada todos los grandes problemas que teníamos antes de que llegara. Creo que la pandemia solo es una especie de lupa que agranda todo lo que ya había. No creo que sea especialmente ahora por la pandemia que haya problemas con el acceso a la cultura, sino que va más allá, que no es una cuestión concreta. La pandemia es una circunstancia puntual que ha hecho tambalearse a este gigante con pies de barro que es el cine, pero creo que el problema es otro y lo teníamos antes.

**El cine es un trabajo en equipo.
No es un trabajo de grandes genios
ni de grandes egos**

Como profesor de Dirección de Cine, Fotografía e Inglés en la UCJC, ¿cuáles son los principales valores que trata de transmitir a sus alumnos?

Que se apasionen por lo que hacen, que no trato de mostrarles lo que sé, sino lo que soy. Es decir, y lo digo con toda la humildad, “Yo soy así”. Esto es todo lo que tengo acumulado y lo que me encanta es compartirlo con ellos y vivirlo con ellos porque yo aprendo mucho de ellos. Me enseñan un montón: esa energía, esas ganas de contar, de vivir, de transmitir. Lo único que trato de trasladarles, de alguna manera, es que, si tú tienes algo que contar, cuéntalo, muéstralo. Todos tenemos sitio aquí. Hay sitio para todos y esto es un trabajo colectivo. El cine es un trabajo en equipo. No es un trabajo de grandes genios ni de grandes egos. Todos tenemos mucho ego y nos podemos creer artistas, pero el cine corta todo por el mismo rasero. Entonces, trato de mostrarles la pasión por este oficio y por este arte. Si tuviera que transmitir algo, sería humildad, divertirse y disfrutar de tu trabajo, tratar de amar tu trabajo.

¿Qué le diría usted a alguien que quiere dedicarse profesionalmente al cine?

Que no lo cuente mucho en casa porque no lo van a entender. Que lea y se documente mucho, que escuche mucho y esté con los ojos abiertos, que se rodee de gente que comparte tu pasión, que hay miles de maneras y no solo una sola por la que entrar en el cine y que persevere porque si no sale a la primera, saldrá a la segunda y el trabajo lleva al trabajo. El trabajo siempre lleva al trabajo y siempre digo que uno es tan bueno como lo es la gente con la que trabaja. Se necesita mucha gente generando contenidos. Hay mucho audiovisual. Por tanto, yo diría que busque porque nunca ha habido más oportunidades de acceso a la cultura, al cine.

Glosario de términos

La lista de conceptos que sigue solo pretende ser una muestra del vocabulario de la profesión. La página a la que se remite no es la única en la que se menciona dicho concepto, pero sí que ahí se encuentra en su contexto.

| | | | |
|--|-----|--|-----|
| ✓ acotación | 40 | ✓ arreglo musical | 207 |
| ✓ acto | 36 | ✓ aspecto | 40 |
| ✓ acuerdo de recogida de negativos | 236 | ✓ atmósfera indumentaria | 144 |
| ✓ acuerdos de preventa | 237 | ✓ atrezo | 134 |
| ✓ acuerdos de producción, financiación y distribución | 236 | ✓ audiovisión | 207 |
| ✓ acuerdos de <i>rent-a-system</i> | 237 | ✓ auriculares | 190 |
| ✓ adhesivos | 166 | ✓ autonomía interna | 198 |
| ✓ administrador | 19 | ✓ avance de rodaje | 84 |
| ✓ Agencia Tributaria | 18 | ✓ ayudante | 38 |
| ✓ animales | 134 | ✓ ayudas a empresas de nueva creación | 25 |
| ✓ anotaciones gráficas | 212 | ✓ banda de imagen | 211 |
| ✓ antena | 187 | ✓ banda de sonido | 212 |
| ✓ antiviento | 184 | ✓ banda sonora | 175 |
| ✓ arco de transformación | 37 | ✓ barracón | 243 |
| ✓ argumento | 29 | ✓ biblia | 29 |
| ✓ armas | 134 | ✓ blanca (nota musical) | 198 |
| ✓ armonía | 196 | ✓ bloque | 37 |
| ✓ arreglista o <i>bummer</i> | 206 | ✓ Blu-ray | 248 |
| | | ✓ <i>briefing</i> musical | 206 |

| | | | |
|--|-----|--|-----|
| ✓ cámara lenta | 89 | ✓ concepto de la serie | 42 |
| ✓ capital social | 15 | ✓ conformado | 191 |
| ✓ caracterizar | 159 | ✓ construcción (decorados) | 140 |
| ✓ cartel | 228 | ✓ construcción del personaje | 145 |
| ✓ <i>casting</i> | 80 | ✓ contrapunto musical | 198 |
| ✓ catálogo | 237 | ✓ contraste (fotografía) | 119 |
| ✓ Certificación Negativa del Nombre (CNN) | 16 | ✓ contraste musical | 199 |
| ✓ certificado electrónico | 21 | ✓ contratación por lotes | 237 |
| ✓ cineclubs | 244 | ✓ contrato de distribución | 235 |
| ✓ cinta de vídeo | 247 | ✓ contrato de exhibición a porcentaje | 238 |
| ✓ circunstancias dadas | 103 | ✓ contrato de exhibición a tanto alzado | 238 |
| ✓ claqueta | 117 | ✓ contrato de puesta a disposición | 254 |
| ✓ clave | 197 | ✓ copión | 67 |
| ✓ clave de Do | 197 | ✓ <i>copyright</i> | 242 |
| ✓ clave de Fa | 197 | ✓ corchea | 198 |
| ✓ clave de Sol | 197 | ✓ corrección de color | 68 |
| ✓ clímax | 35 | ✓ corte | 87 |
| ✓ color (vestuario) | 147 | ✓ coste comprometido | 55 |
| ✓ combo | 78 | ✓ costes fijos | 25 |
| ✓ comedia dramática | 44 | ✓ coste final | 68 |
| ✓ compás | 197 | ✓ costes variables | 25 |
| ✓ complejo cinematográfico | 244 | ✓ creación del personaje | 145 |
| ✓ componer | 195 | | |

| | | | |
|---|-----|---------------------------------------|-----|
| ✓ croma | 134 | ✓ dicción | 93 |
| ✓ cuerpo extraño musical | 199 | ✓ <i>digital cinema distribución</i> | |
| ✓ cuota de pantalla | 243 | <i>master</i> | 245 |
| ✓ DAT. Digital Audio Tape | 175 | ✓ <i>digital cinema package</i> | 245 |
| ✓ decoración | 134 | ✓ dipolo | 188 |
| ✓ decorados contruidos | 140 | ✓ dirección de la luz | 119 |
| ✓ decorados naturales | 139 | ✓ dirigir | 71 |
| ✓ decorados naturales | | ✓ disciplina | 93 |
| exteriores | 140 | ✓ discurso | 39 |
| ✓ decorar | 129 | ✓ diseño de la iluminación | 114 |
| ✓ derecho de alquiler | 250 | ✓ diseño de realización | 77 |
| ✓ derecho de comunicación pública | 241 | ✓ disonancia audiovisual | 199 |
| ✓ derecho de distribución | 241 | ✓ distancia focal | 125 |
| ✓ derecho de explotación | 241 | ✓ distribución | 227 |
| ✓ derecho de modificación | | ✓ distribuidoras | |
| de la obra | 241 | independientes | 232 |
| ✓ derecho moral | 241 | ✓ doblaje | 109 |
| ✓ derecho de reproducción | 241 | ✓ dobles de luces | 115 |
| ✓ desglose | 51 | ✓ documentación | 34 |
| ✓ desglose de arte | 133 | ✓ dominio público | 242 |
| ✓ desglose técnico de vestuario | 154 | ✓ dominio público | 242 |
| ✓ desmaquillar | 166 | ✓ <i>dossier</i> | 48 |
| ✓ destinatario | 38 | ✓ dron | 126 |
| ✓ diálogo | 40 | ✓ DVD. Digital Video Disc | 248 |
| ✓ dibujos animados | 44 | ✓ efecto Kuleshov | 119 |

| | | | |
|---|-----|-------------------------------|-----|
| ✓ efectos de sala | 192 | ✓ escena | 34 |
| ✓ efectos especiales | 134 | ✓ escribir | 29 |
| ✓ efectos especiales de maquillaje | 167 | ✓ espacio | 38 |
| ✓ efectos mayores | 68 | ✓ etalonaje | 115 |
| ✓ efectos menores | 68 | ✓ exhibir | 241 |
| ✓ ejes de acción | 85 | ✓ fábula | 34 |
| ✓ elipsis | 40 | ✓ festivales | 235 |
| ✓ emprender | 11 | ✓ figuración | 58 |
| ✓ empresa | 12 | ✓ figurín | 152 |
| ✓ empresa audiovisual | 13 | ✓ filtros de cámara | 125 |
| ✓ empresa de distribución | 23 | ✓ filtros difusores | 125 |
| ✓ empresa de exhibición | 23 | ✓ filtros ND | 125 |
| ✓ empresa de exportación | 23 | ✓ filtros polarizadores | 125 |
| ✓ empresa de producción | 23 | ✓ <i>flashback</i> | 40 |
| ✓ empresas en la bolsa | 15 | ✓ <i>flashforward</i> | 40 |
| ✓ empresas técnicas | 14 | ✓ flujo de caja | 55 |
| ✓ empresas unipersonales | 15 | ✓ focalización | 40 |
| ✓ empréstito bancario | 26 | ✓ formación del actor | 93 |
| ✓ encadenado | 89 | ✓ formato de imagen | 51 |
| ✓ encuadre | 114 | ✓ formato del relato | 42 |
| ✓ ensayo | 99 | ✓ fotografiar | 111 |
| ✓ epílogo | 37 | ✓ frecuencia discursiva | 40 |
| ✓ escaleta | 29 | ✓ <i>Free run</i> | 180 |
| | | ✓ función | 38 |

| | | | |
|---|-----|--|-----|
| ✓ fundido | 89 | ✓ Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales (ICAA) | 22 |
| ✓ garantía de financiación | 64 | ✓ intensidad de la luz | 119 |
| ✓ género | 34 | ✓ interpretar | 91 |
| ✓ <i>gimbals</i> | 126 | ✓ largometraje cinematográfico | 45 |
| ✓ grabador | 175 | ✓ <i>lavalier</i> . Véase <i>micrófono de corbata</i> | |
| ✓ grabar | 171 | ✓ lectura artística | 75 |
| ✓ grúa | 126 | ✓ lectura técnica | 75 |
| ✓ guion | 29 | ✓ <i>leitmotiv</i> | 34 |
| ✓ guion piloto | 42 | ✓ <i>leitmotiv</i> musical | 207 |
| ✓ guion técnico | 77 | ✓ lente anamórfica | 125 |
| ✓ historia | 32 | ✓ lente esférica | 125 |
| ✓ hora mágica | 123 | ✓ lentes fijas | 125 |
| ✓ idea | 29 | ✓ libros de sociedades | 20 |
| ✓ iluminación plana | 120 | ✓ licencia | 236 |
| ✓ imagen lavada | 121 | ✓ localizaciones | 135 |
| ✓ imágenes fotográficas móviles | 211 | ✓ lógica de conexión | 35 |
| ✓ Impuesto de Actividades Económicas (IAE) | 19 | ✓ lógica de disposición | 36 |
| ✓ Impuesto de Sociedades | 27 | ✓ lógica de jerarquía | 35 |
| ✓ Impuesto de Valor. Añadido (IVA) | 27 | ✓ <i>logline</i> | 33 |
| ✓ incidente desencadenante | 35 | ✓ logotipo | 21 |
| ✓ inspector de trabajo | 21 | ✓ luces cálidas | 122 |
| | | ✓ luces de tungsteno | 122 |
| | | ✓ luces fluorescentes | 124 |

| | | | |
|---------------------------|-----|-----------------------------------|-----|
| ✓ luces frías | 122 | ✓ marcas textuales | 107 |
| ✓ luces LED | 124 | ✓ <i>marketing</i> | 234 |
| ✓ luz | 119 | ✓ melodía | 196 |
| ✓ luz artificial | 123 | ✓ <i>merchandising</i> | 21 |
| ✓ luz cenital | 119 | ✓ método de interpretación | 91 |
| ✓ luz de contorno | 124 | ✓ micrófono | 180 |
| ✓ luz de contra | 119 | ✓ micrófono ambisónico | 184 |
| ✓ luz difusa | 121 | ✓ micrófono cardioide | 181 |
| ✓ luz dura | 121 | ✓ micrófono de cañón | 181 |
| ✓ luz frontal | 119 | ✓ micrófono de corbata | 182 |
| ✓ luz HMI | 124 | ✓ micrófono de gradiente | 180 |
| ✓ luz lateral | 124 | ✓ micrófono de presión | 180 |
| ✓ luz natural | 122 | ✓ micrófono direccional | 181 |
| ✓ luz tungsteno | 123 | ✓ micrófono hipercardioide | 183 |
| ✓ macrorrelato | 37 | ✓ micrófono inalámbrico | 186 |
| ✓ magnetofón | 175 | ✓ micrófono omnidireccional | 180 |
| ✓ magnetoscopio | 247 | ✓ micrófono supercardioide | 183 |
| ✓ <i>majors</i> | 230 | ✓ mínimo garantizado | 249 |
| ✓ <i>making off</i> | 69 | ✓ miniserie | 44 |
| ✓ maquillaje | 159 | ✓ modalidad | 30 |
| ✓ marca | 21 | ✓ modalidad didáctica | 30 |
| ✓ marcas | 107 | ✓ modalidad espectacular | 30 |
| ✓ marcas en base | 108 | ✓ modalidad ficcional | |
| ✓ marcas en suelo | 108 | o dramática | 30 |

| | | | |
|--------------------------------|-----|----------------------------------|-----|
| ✓ modalidad informativa | 30 | ✓ Número de Identificación | |
| ✓ modalidad mixta | 30 | Fiscal (NIF) | 18 |
| ✓ modalidad publicitaria | 30 | ✓ objeto actancial | 38 |
| ✓ modelado | 164 | ✓ objeto social | 19 |
| ✓ monitoraje del sonido | 189 | ✓ obra audiovisual | 12 |
| ✓ monólogo | 40 | ✓ Oficina Española de Patentes | |
| ✓ monopolio | 189 | y Marcas | 21 |
| ✓ montaje | 211 | ✓ oponente | 38 |
| ✓ montaje analítico | 215 | ✓ orden de rodaje | 61 |
| ✓ montaje conceptual | 219 | ✓ orden de transporte | 62 |
| ✓ <i>mood board</i> | 150 | ✓ orden discursivo | 40 |
| ✓ multisala | 244 | ✓ orientación | 33 |
| ✓ multitrama | 36 | ✓ pago aplazado | 26 |
| ✓ música anempática | 199 | ✓ pago por visión | |
| ✓ musivisual | 207 | o <i>pay per view</i> | 250 |
| ✓ narrador | 39 | ✓ palio | 123 |
| ✓ negativos | | ✓ panorámica | 91 |
| (caracterización) | 164 | ✓ papel (actor) | 101 |
| ✓ negra (nota musical) | 198 | ✓ parte de cámara | 117 |
| ✓ nivel narrativo | 39 | ✓ parte de producción | 62 |
| ✓ niveles de conflicto | 39 | ✓ parte de realización | 78 |
| ✓ notación, | 196 | ✓ pausa dramática | 103 |
| ✓ notas musicales | 196 | ✓ película cinematográfica | 14 |
| ✓ nuevos realizadores | 22 | ✓ película para televisión | 45 |
| | | ✓ peluquería | 159 |

| | | | |
|------------------------------|-----|--------------------------------------|-----|
| ✓ pentagrama | 196 | ✓ plano subjetivo | 87 |
| ✓ persona física | 13 | ✓ plataformas <i>streaming</i> | 229 |
| ✓ persona jurídica | 13 | ✓ plataformas VOD | 232 |
| ✓ personaje | 37 | ✓ positivo (caracterización) | 164 |
| ✓ pértiga | 185 | ✓ posticería | 166 |
| ✓ piratería | 247 | ✓ postproducción | 67 |
| ✓ <i>pitching</i> | 33 | ✓ pregunta central | 35 |
| ✓ plan de amortización | 48 | ✓ premisa | 33 |
| ✓ plan financiero | 48 | ✓ presupuesto de desarrollo | 48 |
| ✓ plan de rodaje | 48 | ✓ presupuesto provisional | 48 |
| ✓ planificación | 113 | ✓ primer corte | 68 |
| ✓ plano | 87 | ✓ primer plano | 89 |
| ✓ plano americano | 87 | ✓ procesos | 79 |
| ✓ plano cenital | 87 | ✓ <i>product placement</i> | 56 |
| ✓ plano contrapicado | 87 | ✓ productor independiente | 14 |
| ✓ plano de situación | 87 | ✓ prólogo | 37 |
| ✓ plano detalle | 87 | ✓ propiedad intelectual | 241 |
| ✓ plano general | 87 | ✓ prótesis | 164 |
| ✓ plano máster | 87 | ✓ proyección de la voz | 98 |
| ✓ plano medio | 87 | ✓ proyección en 3 dimensiones | 245 |
| ✓ plano nadir | 87 | ✓ proyecto de vestuario | 149 |
| ✓ plano picado | 87 | ✓ pruebas técnicas | 106 |
| ✓ plano recurso | 87 | ✓ punto de giro | 35 |
| ✓ plano secuencia | 87 | ✓ punto de vista | 40 |

| | | | |
|--|-----|--|-----|
| ✓ <i>racord</i> | 78 | ✓ Seguridad Social | 18 |
| ✓ <i>rasgo</i> | 37 | ✓ <i>semitono</i> | 198 |
| ✓ <i>rec run</i> | 180 | ✓ <i>sentencia</i> | 33 |
| ✓ recaudación de taquilla | 238 | ✓ sentimiento estético | 34 |
| ✓ Régimen Especial de Trabajador Autónomo | 27 | ✓ <i>serial</i> | 44 |
| ✓ Régimen General de la Seguridad Social | 27 | ✓ <i>serie</i> | 42 |
| ✓ Registro Mercantil | 19 | ✓ <i>serie (dramática)</i> | 44 |
| ✓ relación de aspecto (lentes) | 125 | ✓ <i>serie antológica</i> | 43 |
| ✓ relato | 31 | ✓ <i>serie episódica</i> | 43 |
| ✓ reparto | 80 | ✓ <i>serie polifónica</i> | 43 |
| ✓ repicado | 247 | ✓ <i>set</i> | 114 |
| ✓ respeto | 96 | ✓ <i>silueta</i> | 147 |
| ✓ responsabilidad limitada | 15 | ✓ <i>sitcom</i> | 44 |
| ✓ responsables directos | 15 | ✓ <i>situación</i> | 34 |
| ✓ ritmo | 196 | ✓ <i>situación final</i> | 35 |
| ✓ rodaje | 61 | ✓ <i>situación inicial</i> | 35 |
| ✓ rol | 37 | ✓ <i>slider</i> | 126 |
| ✓ sala de barrio | 243 | ✓ Sociedad Anónima | 18 |
| ✓ sala de cine | 243 | ✓ Sociedad Limitada | 18 |
| ✓ sala de estreno | 243 | ✓ Sociedad Limitada Nueva Empresa | 18 |
| ✓ salto de eje | 78 | ✓ <i>socios</i> | 19 |
| ✓ secuencia | 34 | ✓ <i>soledad del actor</i> | 97 |
| ✓ secuencia de guion | 36 | ✓ <i>sonido ambiente</i> | 212 |

| | | | |
|---|-----|---------------------------------|-----|
| ✓ sonido diegético | 203 | ✓ temperatura de color | 122 |
| ✓ sonido extradiegético | 203 | ✓ textura (fotografía) | 121 |
| ✓ sonido fónico | 212 | ✓ textura (vestuario) | 148 |
| ✓ sonido musical | 212 | ✓ tiempo expresado | 40 |
| ✓ sonido óptico | 175 | ✓ toma | 87 |
| ✓ sonorizar | 171 | ✓ tono | 198 |
| ✓ soporte | 51 | ✓ tráiler | 228 |
| ✓ <i>steadicam</i> | 126 | ✓ trama | 34 |
| ✓ <i>storyboard</i> | 77 | ✓ tratamiento | 29 |
| ✓ <i>streaming</i> | 228 | ✓ trávelin | 126 |
| ✓ subtítulo | 236 | ✓ trípode | 126 |
| ✓ subtrama | 36 | ✓ urgencia | 103 |
| ✓ sujeto actancial | 38 | ✓ vehículos de escena | 134 |
| ✓ <i>tagline</i> | 33 | ✓ venta directa | 248 |
| ✓ TC. Código de Tiempo | 179 | ✓ ventanas de exhibición | 227 |
| ✓ técnica de las tarjetas | 34 | ✓ vestir | 143 |
| ✓ técnicas de escritura creativa | 32 | ✓ vestuario contemporáneo | 148 |
| ✓ televisión | 246 | ✓ vestuario de época | 148 |
| ✓ televisión autonómica | 246 | ✓ vestuario fantástico | 149 |
| ✓ televisión digital terrestre | 246 | ✓ VFX | 212 |
| ✓ televisión privada | 246 | ✓ <i>videobook</i> | 82 |
| ✓ televisión pública | 246 | ✓ videoclub | 247 |
| ✓ tema | 33 | ✓ visión | 40 |
| | | ✓ <i>wildtrack</i> | 174 |

| | |
|------------------------------|-----|
| ✓ <i>work for hire</i> | 242 |
| ✓ zepelines | 184 |
| ✓ <i>zoom</i> | 125 |

Los autores

✓ **Arana, José de.** Profesor de Dirección de Fotografía en la Universidad Camilo José Cela. Licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense y diplomado en Dirección de Fotografía por la ECAM. Ha desarrollado su carrera alternando ficción con documentales, publicidad y televisión. Al frente de la fotografía ha rodado multitud de cortometrajes y publicidad corporativa. Posteriormente ha trabajado como segundo operador en los largometrajes *10.000 noches en ninguna parte* (2013), de Ramón Salazar, *Sicarius, la noche y el silencio* (2015), de Javier Muñoz, o el documental nominado al Goya *Saura(s)* (2017), de Félix Viscarret. Ha impartido clases y talleres en el TAI y en el Círculo de Bellas Artes.

✓ **Baquero, Piluca.** Directora el Grado en Cine y Ficción Audiovisual de la UCJC. Ha participado como productora y/o productora ejecutiva en más de 30 cortometrajes y más de 20 largometrajes, todos ellos con la participación de empresas como Canal + y Televisión Española o instituciones como el ICAA, Ibermedia o el Programa Media de la Unión Europea, entre otras. De sus largometrajes cabe destacar *Las huellas borradas* (Mejor película, Mejor director y Mejor actriz en el Festival de Cine Español de Málaga de 1999), *Lena* (premio a la mejor Opera Prima en el Festival Madridimagen 2001) o *Lo que sé de Lola* (Sección Oficial Festival de Cine de San Sebastián 2006, Nominada al Goya a la mejor dirección novel, Mejor película en Seúl Film Festival o Premio FIPRESCI en el London Film Festival). Compagina este trabajo con la dirección del Archivo Val del Omar que en estos momentos se expone de forma permanente en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. Ha sido directora del Festival Internacional de Cine Político de Ronda; del Marketing and Sales Manager de Technicolor España y productora ejecutiva para Discovery Channel Latinoamérica. Ha dirigido el largometraje documental de animación *El Silencio roto*, estrenado en la Seminci 2017.

✓ **Botella, Juan.** Licenciado en Ciencias Económicas en la Universidad Complutense de Madrid. Especialidad: Política monetaria y sector pú-

blico. Por su trabajo de Dirección Artística en series y películas ha conseguido premios como los Goya por *Belle Epoque* (1993) y *La niña de tus ojos* (1999) o la nominación a los premios Gaudí por *La mujer del anarquista* (2010).

✓ **Cerdán, Víctor.** Profesor de la Universidad Complutense de Madrid. Sus cortometrajes *Radio Atacama*, *El Mal*, *Exhumar a Prim* y *Caracoles serranos* han sido exhibidos en festivales de cine internacionales. En televisión ha dirigido dos temporadas de la serie de documentales *Héroes Invisibles* para RTVE. Ha publicado más de diez artículos en revistas indexadas (JCR, SJR, y/o ESCI). También es miembro del grupo de investigación “Procesamiento cerebral durante el visionado de películas” en la facultad de Medicina de la Universidad Complutense de Madrid.

✓ **Diez Puertas, Emeterio.** Profesor de la UCJC. Doctor por la Universidad Carlos III y por la Universidad Complutense. Su ámbito de investigación se centra en la historia, la narrativa y los estudios de género en los medios de comunicación. En el ámbito de la escritura del guion, ha escrito *Narrativa audiovisual: la escritura radiofónica y televisiva* (Madrid, UCJC, 2003) y *Narrativa Filmica* (Madrid, Fundamentos 2006). También ha editado varios volúmenes dedicados a los guionistas Jaime de Armiñan, Víctor Ruiz Iriarte, Eduardo Ladrón de Guevara, Ignacio del Moral o Verónica Fernández.

✓ **Herreruela Ruiz, Víctor.** Profesor de la UCJC. Licenciado en Publicidad y RR.PP. y Doctor en Teoría, análisis y técnica cinematográfica por la Universidad Complutense de Madrid. Como montador utiliza el seudónimo “Víctor Berlin” y ha editado los largometrajes: *Niñas* (2014), de Gonzalo García Pelayo, *La lava en los labios* y *Piccolo grande amore* (2013), de Jordi Costa, y *Road To Wacken 3D* (2011), de Pablo Aragüés. Como gestor cultural trabaja para La Casa Encendida y otras instituciones. En 2013, lanzó [plat.tv]PLAT.TV, un archivo filmico *online* especializado en el otro cine español, basado en el libre acceso a más de 600 contenidos sin necesidad de registro o pago.

✓ **Izquierdo Castillo, Jessica.** Profesora titular de la Universitat Jaume I. Sus líneas de investigación se centran en el estudio del ecosistema mediático, los modelos de negocio en los sectores comunicativos y la digitalización de las industrias mediáticas. En el ámbito de la distribución audiovisual ha escrito el libro *Cine digital: la distribución y exhibición españolas ante el reto tecnológico* (Madrid, Ciencias Sociales, 2010) y publicado varios artículos en revistas científicas como *Área Abierta* (2010) y *El profesional de la información* (2012 y 2015).

✓ **Lumbreras Manzano, Susana.** Profesora de Indumentaria en la ECAM y profesora titular de Caracterización e Indumentaria en la Real Escuela Superior de Arte Dramático de Madrid, donde imparte docencia desde 1996 y en la que ha sido jefe de estudios y jefe de Departamento de Escenografía. Licenciada en Historia del Arte por la Universidad Complutense. En la Universidad Alfonso X El Sabio ha impartido clases en el Departamento de Historia del Arte. Ha participado en ponencias, conferencias y mesas redondas en el Museo del Traje, UNED y Universidad de Valladolid. Entre sus publicaciones se encuentran la tesina sobre arte japonés, presentada en la Universidad Complutense, y artículos sobre teatro y vestuario en *Primer Acto* y la revista de la Asociación de Directores de Escena *ADE*.

✓ **Mendíbil, Álex.** Profesor de guion en la UCJC. Es guionista, escritor y doctor en Comunicación Audiovisual por la UCM. Fue coordinador de guion de *Camera Café* (Tele5) y guionista de *Doctor Mateo* (Antena3). En 2006 escribió el documental *Radiophobia* premiado en festivales de todo el mundo. También ha dirigido el largometraje *Estado de regresión* para Calle 13, la obra de teatro *Solicitud de amistad pendiente* y la serie documental *Cómicos* para Movistar+. Recientemente ha publicado el libro *España en serie* (Madrid, Aguilar). También ha colaborado en varios libros de contenido cultural y publicaciones como *La Vanguardia*, *Vanidad* o *Neo2*. En la actualidad es programador invitado en Filmoteca Española y está desarrollando varios proyectos de cine y TV.

- ✓ **Milán, Sergio.** Profesor de Interpretación para la cámara en ECE. Diplomado en cinematografía por la escuela Séptima Ars y estudiante de interpretación en La Lavandería y Jorge Eines, entre otras. Director de diversos cortometrajes, destacando *Vagón 9/Acto primero*, *Ensalada de atún crudo*, *¿Banqueta o taburete?*, *Daños colaterales* y los virales y multipremiados *Para Sonia y Saber perder*. Co-guionista y co-director de la webserie publicitaria *#chateemos*. Es miembro fundador de La Jartá Teatro y Audiovisual. Colaborador del programa *Butaca y butacón*, premio ASECAN del Cine Andaluz a mejor labor informativa de Cine
- ✓ **Pacheco, Diana.** Profesora en la Universidad Casa Grande (Guayaquil, Ecuador). Magíster en Cine Documental por la Universidad de Drama y Cine de Budapest. Junto con su colega Santiago Toral, fundó el Club de Cine Contraplano de la Universidad Casa Grande, destinado a la difusión del cine independiente. Ha trabajado como realizadora audiovisual independiente y ha liderado la producción de diversos proyectos de artes escénicas.
- ✓ **Quetglas Rubio, José.** Director de la Diplomatura de Maquillaje en el Instituto del Cine de Madrid. Maquillador/Caracterizador de la Industria cinematográfica. Miembro de la Academia de las Artes y las Ciencias cinematográficas de España. Ha colaborado en 194 rodajes, películas y series. Títulos como *El día de la bestia* (1995), *El laberinto del fauno* (2006), *Goya en Burdeos* (1999), le han hecho acreedor a varios premios Goya, un Bafta de la British Academy Films y un Ariel de Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas.
- ✓ **Ramallo, Suso.** Profesor en la ECAM, Trade y SAE. Técnico de sonido profesional desde 1986. Ha trabajado principalmente como técnico de FOH, técnico de estudio y, desde el 2010, en audiovisuales. Presidente del AES España (Audio Engineering Society). Ganó un premio de la música en la VII edición a Mejor Técnico de Sonido por el disco *Dímelo en la calle*, de Joaquín Sabina. Además, es consultor electroacústico y ha diseñado altavoces.

✓ **Reneo, Luis.** Profesor de la UCJC. Licenciado en CC. Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid y Máster en Producción de Cine y Televisión (Chapman University) y Fellow Producer del programa EAVE (Creative Europe Media EACEA) de formación de productores internacionales. Ha sido director de desarrollo de proyectos de cine de Green Moon Productions (Antonio Banderas, *Crazy in Alabama*) y *Catch 23 (24 hr Photo)*, e instructor de prácticas de cinematografía en New York Film Academy, Universal Studios, Los Ángeles. Su primer largometraje, la adaptación de la novela *La bruja de Portobello*, de Paulo Coelho, se realizó en colaboración con un equipo de guionistas y productores de todo el mundo. Le siguieron dos largometrajes producidos en Los Ángeles y estrenados en EE. UU., Canadá, México, Suecia, Noruega, Dinamarca y Finlandia. Ha producido el documental *Cambio de Sentido* en colaboración con RTVE. Ha sido director del programa *Los más buscados* emitido en la cadena de televisión internacional TV-Azteca.

Ha diseñado campañas audiovisuales de formación interna y promoción para instituciones y clientes tales como la Fábrica Nacional de la Moneda y Timbre, Invest in Madrid, la Orquesta Sinfónica de Madrid y el equipo de fútbol Real Madrid. Sus proyectos audiovisuales y guiones cinematográficos han recibido galardones de reconocimiento en festivales internacionales en los cinco continentes.

✓ **Reyes Sánchez, Francisco.** Profesor de la Universidad Complutense de Madrid. Doctor en Ciencias de la Información. Miembro del Consejo Asesor del Observatorio de Cultura y Comunicación de la Fundación Alternativas. Es el creador, director y realizador del programa *Ritmo Urbano*, que se emite desde 2011 en La 2 de TVE (www.rtve.es/television/ritmo-urbano/) Su experiencia profesional se divide en varias disciplinas y medios. Así, desde 1995, viene trabajando en televisión, publicidad, cine, fotografía y otros ámbitos. En televisión ha desempeñado las funciones de director, realizador, guionista, cámara, sonidista, editor, decorador, y producción.

En publicidad, desde 1999, ha desempeñado funciones de producción, atrecista, realizador, localizador, director de *casting*, regiduría, operador de cámara, documentalista y *making of*. En cine, desde 1997, ha participado en películas desempeñando casi siempre funciones de atrecista. En los últimos años expone habitualmente para Durán Subastas de arte.

- ✓ **Römer Pieretti, Max.** Director del grado en Comunicación Audiovisual en la Universidad Camilo José Cela. Es, sobre todo, profesor universitario. Lo ha sido tanto en Venezuela como en España. Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad de La Laguna (1993) y Licenciado en Comunicación Social (mención Audiovisual) por la Universidad Católica Andrés Bello (1985). Director de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (1997-2007). Su interés por la música le ha acompañado siempre y, como estudioso del lenguaje audiovisual, la música para el cine es una de sus pasiones.
- ✓ **Ros García, María Elena.** Estudiante de Doble Grado en Relaciones Internacionales y Periodismo en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Actualmente miembro de la Organización para el Fomento de los Estudios Internacionales, en el equipo de podcast y tertulias. Participante en dos ocasiones de modelos de simulación de la Cámara de Naciones Unidas, en posición de delegada y, asimismo, como prensa cubriendo los debates de los respectivos comités.
- ✓ **Sasaki, Matías.** Estudió escenografía en la Universidad del Salvador de Buenos Aires. En sus comienzos trabajó como asistente de escenografía para varias óperas y espectáculos teatrales, como *Madamma Butterfly*, *La Bobeme* o *Turandot*. En el año 2001 emigró a EE. UU., donde trabajó como escenógrafo para Florida Studio Theatre. Se ha desempeñado como Director de arte en publicidad y televisión en más de 40 producciones. En cine, realizó la ambientación de la película *Paco* (2009) y *Hotel Colón: Confinamiento Incluido* (2021). En julio de 2015 estrena “*Shrek, el Musical*” en el teatro MAIPO y recibe 3 nominaciones como mejor escenografía en diferentes premios (Hugo 2015/ Premios Vos/ Premios Carlos), resultando ganador en uno de ellos. En el año 2017 emigra a España donde reside hasta el momento.
- ✓ **Toral, Santiago.** Profesor de la Universidad Casa Grande (Guayaquil-Ecuador). Magíster en Comunicación Audiovisual por la Universidad Católica Argentina. Ha realizado varios proyectos audiovisuales como guionista y director. Su cortometraje, *Sé que estás ahí*, fue seleccionado en el Festival MIAJ (Guadalajara, México). Como actor ha participado

en varios proyectos teatrales. Ha participado como coautor en el libro colectivo *Mujeres bacanes* (2019). Es cofundador junto a Diana Pacheco, del cine club Contraplano de la Universidad Casa Grande.

✓ **Tourné Alegre, José Manuel.** Profesor del Máster de Propiedad Intelectual de ICADE, del Máster de Derecho de las Telecomunicaciones de Cremades & Calvo Sotelo y de la universidad La Salle. Como abogado, dedicó la mayor parte de su vida profesional a la defensa de la propiedad intelectual desde la dirección de la Federación antipiratería. Fue secretario general y presidente de la Unión Videográfica Española. Representó a la industria a nivel internacional como consejero en la International Video Federation IVF. Es titular del blog <https://josemanueltourne.com/> y ha publicado multitud de artículos en revistas especializadas, diarios de información general y cursos.



Pese a su título y subtítulo, este libro no esconde “el secreto de hacer películas y series de ficción”. O si tiene un secreto es tan evidente que no es tal secreto: se aprende haciendo. Pero el lector debe entender la palabra hacer no solo como una actividad que comporta un resultado, en este caso, fabricar una obra audiovisual: *filmmaking* que dirían en inglés. Hacer es una palabra vacía salvo que se entienda como un término que sirve para incluir toda una serie de actividades necesarias para crear una película o una serie. Entonces hacer es emprender, presupuestar, escribir, fotografiar, decorar, vestir, maquillar, actuar, rodar, sonorizar, montar, distribuir, exhibir... y, por supuesto, pensar como un intelectual, ver películas como un cinéfilo y leer como un ratón de biblioteca.

Leer libros como este, donde se explica de forma muy sencilla y elemental (este es un texto para principiantes) qué significan todos esos verbos. Cada uno de ellos es glosado por un profesor de la Universidad Camilo José Cela, donde se imparte el Grado en Cine y Ficción Audiovisual, y por profesores de otras instituciones o profesionales que conocen bien esas actividades. Sus textos reflejan en qué consiste el trabajo del personal ejecutivo y creativo que participa en la confección y venta de una película o serie.



ISBN 978-84-95891-98-3

