



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



SARA CASOLI

HACER PELÍCULAS PARA COMUNICAR TEMAS MEDIOAMBIENTALES

**GUÍA PRÁCTICA
PARA PRINCIPIANTES**

2022



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DELLE ARTI

Índice

Introducción

1. El lenguaje cinematográfico y su relevancia para los mensajes medioambientales
 - 1.1. Una gramática para muchas lenguas
 - 1.2. El cine en las aulas: El cine como herramienta educativa
 - 1.2.1. El concepto de desarrollo sostenible
 - 1.2.2. Educación para el desarrollo sostenible
 - 1.2.3. Narrativas y canales de comunicación
 - 1.3. Películas participativas y consejos para activar la práctica cinematográfica
Bibliografía y lecturas complementarias
 2. Cuentacuentos
 - 2.1. Encender una bombilla: la importancia de una idea
 - 2.2. Por la madriguera del conejo: adentrarse en la trama de la película
 - 2.2.1. Estructura de los tres actos
 - 2.2.2. Presentación del héroe del viaje
 - 2.3. Las cosas mejoran: de la historia al guión
 - 2.3.1. Investigación y desarrollo
 - 2.3.2. Narración visual
 - 2.3.3. Concretar la historia: Hacia la escritura de guiones
 3. Rodaje
 - 3.1. Del guión al libreto
 - 3.2. Es hora de ensuciarse las manos: preparar la escena
 - 3.3. Luces, cámara, ¡acción! Dirigir la película
 - 3.3.1. Imagen
 - 3.3.2. Planos de encuadre y tiro
 - 3.3.3. Movimientos de cámara
 - 3.3.4. Rodaje con teléfonos
 - 3.3.5. Sonido (incluso silencio)
 - 3.3.6. Dirección de actores
 4. Edición y postproducción
 - 4.1. Combina el material y córtalo.
 - 4.1.1. ¿Le gustan los rompecabezas? Montaje con sentido
 - 4.1.2. Creación de un montaje: Cortes y transiciones
 - 4.2. Edición de música y sonidos
 - 4.3. Una vida llena de color Corrección del color y gradación
 5. Organización del trabajo
 - 5.1. Funciones
 - 5.1.1. Funciones creativas y técnicas
 - 5.1.2. Para todos los gustos
 - 5.2. Cómo crear un laboratorio cinematográfico
- Bibliografía

Introducción

Hacer películas puede parecer desalentador cuando se empieza y pueden venir a la mente muchas preguntas: ¿cómo se escribe un guión (suponiendo que se sepa lo que eso significa)? ¿Cómo organizar la escenografía? ¿O cómo diseñar un buen plano y preparar la cámara? ¿Y el montaje? ¿Qué técnicas y programas debo utilizar? Cuando piensas en hacer cine, te imaginas grandes producciones de Hollywood, con un montón de gente trabajando en todos los aspectos de la película. Sin embargo, como veremos, un equipo caro y un equipo lleno de expertos no son tan importantes. En lugar de preguntarte "¿qué necesito para hacer mi película perfecta?", deberías preguntarte "¿qué tipo de película puedo hacer de forma *sostenible* para transmitir mis pensamientos utilizando los recursos que puedo permitirme?". En otras palabras, lo que importa es tener una buena idea y un buen mensaje que transmitir y ser capaz de convertirlo en una película utilizando los recursos de que dispongas. Esta guía pretende ayudarte a adquirir los conocimientos prácticos que necesitas.

El proceso de rodaje puede resumirse en los siguientes pasos:

1) Tener una idea y convertirla en una historia

¿De qué trata la película? ¿Qué mensaje quiere transmitir con su película?

2) Realizar el escenario

¿Cómo puede transformarse una simple secuencia de palabras en una secuencia coherente de imágenes y sonidos?

3) Organizar el rodaje

¿Qué, cuándo y dónde vas a filmar? ¿Qué equipo, qué técnicas y cuántas personas necesitas?

4) Grabación de tomas (pistas de audio y vídeo)

Asegúrate de que tienes una idea clara de lo que vas a rodar y de cómo hacerlo (ángulos, luz, posiciones de la cámara, sonidos, etc.) y no abandones el plató o los exteriores hasta que tengas todas las tomas que necesitas.

5) Montar el material

Elija y yuxtaponga planos cuidadosamente para crear su película.

6) Comparte tu vídeo

Una vez terminada la película, publíquela en línea (blogs, redes sociales, sitios web, etc.) u organice proyecciones y su distribución.

Empecemos.

1.

El lenguaje cinematográfico y su relevancia para los mensajes medioambientales

1.1 Una gramática para muchas lenguas

¿Qué tienen en común el cine, las series de televisión e incluso el vídeo con TikTok? Todos funcionan según las reglas del lenguaje cinematográfico. Estos productos audiovisuales utilizan ciertas convenciones comunes para transmitir significados a través de técnicas específicas empleadas en el guión, la cámara y el montaje. Por supuesto, cada medio tiene sus peculiaridades: hacer una película es diferente de hacer un vídeo en TikTok, Youtube o una serie de televisión. Sin embargo, todos los medios audiovisuales se basan, en mayor o menor medida, en el mismo conjunto de convenciones lingüísticas, que son modificaciones del lenguaje cinematográfico. Cada película o vídeo se basa en la misma gramática visual, y los directores utilizan esta gramática para crear un estilo lingüístico particular con el que cuentan la historia. Así que, si conoces la gramática básica del lenguaje, puedes crear tus propias películas y utilizarlas para contar una historia, dar significados concretos y comunicar tu punto de vista sobre un tema.

Antes de pasar a la práctica de este lenguaje, pueden ser útiles algunos comentarios generales sobre las particularidades del lenguaje cinematográfico:

- 1) El lenguaje audiovisual trata de imitar la forma en que las personas perciben la realidad a través de sus sentidos (vista y oído). Al tener un bajo grado de convencionalismo, es inmediato, universal y fácilmente comprensible por personas de distintas culturas.
- 2) El lenguaje audiovisual construye la realidad, en lugar de limitarse a reflejarla, y a través del proceso de filmación y edición de imágenes transmite un punto de vista particular.
- 3) El lenguaje audiovisual se basa en un proceso de selección y síntesis de material narrativo y visual. Ambas operaciones corren a cargo del autor o autores (director, guionista, director de fotografía, etc.), que utilizan/aplican esta gramática para transmitir el mensaje.
- 4) El lenguaje audiovisual se basa en una gramática común abierta a interpretaciones y opciones lingüísticas.

Estas consideraciones generales se aplican tanto si hablamos de un cortometraje (de hasta 30 minutos) como de un largometraje (de más de 60 minutos).

En su larga historia, que comenzó hace más de 120 años, el arte y la práctica del cine han experimentado innovaciones estilísticas y tecnológicas que han modelado y complicado su lenguaje y su poética. Hoy en día, existe en estilos y formas que varían considerablemente de un género a otro y de una forma a otra. A grandes rasgos, podemos dividir las formas cinematográficas en dos ramas principales: A) el cine documental y B) el largometraje.

- A) **Un documental** es una película, vídeo o programa de televisión que pretende "documentar" la realidad. El género documental no se basa en un guión de ficción, sino en fuentes de la vida real, como entrevistas y material de archivo, para informar -o incluso educar, en el caso de las películas didácticas- a la gente sobre temas específicos relacionados con la cultura, las artes, los viajes y la geografía, cuestiones sociales y políticas, historia, temas naturales, etc. Si bien el documental se ha enfrentado tradicionalmente a la ficción, reconociendo implícitamente una perspectiva auténtica y sin filtros de la realidad, esta polaridad se ha puesto en tela de juicio recientemente. Cada documental ofrece un "punto de vista" específico sobre un tema determinado, que se basa en la estrecha relación entre los objetos filmados y la perspectiva y los objetivos comunicativos del cineasta.
- B) Los documentales tienen muchas formas, formatos y géneros. Según el teórico cinematográfico estadounidense Bill Nichols (2001), los documentales pueden dividirse y agruparse en función de las características y convenciones específicas que presentan. Nichols identifica seis "modos documentales" que, aunque se solapan, pueden ayudarnos a distinguir entre diferentes formas técnicas y propósitos:

Modo poético: en este tipo de documental hay poco o ningún contenido narrativo en favor del estado de ánimo, el tono y las asociaciones de las imágenes. El punto de vista del cineasta se expresa a menudo a través del montaje, que favorece las asociaciones figurativas y/o temáticas en detrimento de la continuidad y la legibilidad.

Por ejemplo *Olympia*, Leni Riefenstahl, 1938.

Modo exponencial: en este modo, el punto de vista específico del autor sobre un tema se expresa directamente mediante una voz en off que comenta el metraje para apoyar o reforzar el argumento de la película. Ej: *Bowling for Columbine*, Michael Moore, 2001.

Modo reflexivo: aquí se hace hincapié en la relación entre el cineasta y el público. Por lo tanto, el tema de este tipo de documental es el propio proceso de realización del documental, en el que los cineastas suelen ponerse delante de la cámara y explicar lo que está ocurriendo.

Por ejemplo: la serie documental *When Louis Met ...*, Louis Theroux, 2000-2002.

Modo observacional: este tipo de documental, que adopta la perspectiva de la "mosca en la pared", trata de "observar" el tema sin ningún tipo de interacción con él. Reduce o incluso elimina todos los dispositivos narrativos y estilísticos, como la música, las entrevistas y el material narrativo.

Por ejemplo *Primaria*, Robert Drew, 1960.

Modo performativo: se refiere a la implicación personal del cineasta con el sujeto filmado y se centra en su participación directa en los hechos narrados. El documental suele presentar secuencias íntimas, que expresan un vínculo íntimo entre el documentalista y el sujeto. El objetivo es enfatizar la construcción de verdades subjetivas que importan al autor y su punto de vista.

Ej: *Super Size Me*, Morgan Spurlock, 2004.

Modo participativo: similar al modo performativo, implica la participación personal del cineasta que interactúa directamente con el sujeto. Aunque el modo participativo implica al autor en la historia, pretende ofrecer una verdad objetiva. Las secuencias, entrevistas e interacciones entre los

sujetos implicados y el cineasta se graban y organizan para apoyar la visión del cineasta o mantener el propósito de la película.

Ej: *Sicko*, Michael Moore, 2007.

- C) También existe una clasificación similar al reflexionar sobre el **largometraje**. En primer lugar, una distinción útil se refiere al registro del texto, es decir, al tono general y al estilo de la obra. Por un lado, tenemos la **comedia**, que utiliza el humor como fuerza motriz, con personajes y tramas diseñados para hacer reír al público. Por otro lado, tenemos la **tragedia**, centrada en un tipo de sufrimiento humano encarnado en las pruebas y tribulaciones del personaje principal, que en última instancia conduce a la catarsis, incluso entre el público.

Las cosas se complican cuando consideramos el concepto de **género cinematográfico**. Aunque nosotros, como aficionados al cine, ya conocemos los géneros cinematográficos, entender la "teoría de los géneros" puede resultar bastante complicado. Atendiendo a la definición de la palabra, género es el término utilizado para describir cualquier categoría de literatura u otras formas de arte o entretenimiento basadas en un determinado conjunto de criterios estilísticos. Aunque la combinación de géneros es muy común, podemos identificar algunos macrogéneros que pueden ayudarnos a distinguir unos tipos de películas de otros:

- **Aventura**: el público espera sentir emociones como la ansiedad y la curiosidad, tal vez encontrarse en un escenario exótico y participar en las hazañas llenas de adrenalina de un intrépido héroe. Este macrogénero está estrechamente vinculado a los relatos clásicos de lucha y conflicto. Incluye *westerns*, películas *de acción*, películas *de capa y espada*, *películas épicas*, *películas de superhéroes*, películas *fantásticas*, *películas de ciencia ficción* y *biografías*. Cuando la aventura incluye sucesos espeluznantes que despiertan emociones como el miedo, el asco y la ansiedad en el espectador, estamos ante películas de terror.
- **Ficción criminal**: se centra en el crimen como elemento central de la trama. Las narraciones de crímenes se centran en la presencia de sucesos delictivos y las operaciones que los rodean, como investigaciones criminales, persecuciones, descubrimiento de la verdad, etc., normalmente llevadas a cabo por detectives más o menos institucionales. Incluyen *películas policíacas*, *thrillers*, películas *de detectives*, *cine negro*, *películas de tribunales* y *películas de gánsters*.
- **Romance**: en el centro de este macrogénero están los conflictos relacionales. Estas películas construyen sus tramas sobre predicamentos sentimentales, conflictos generacionales y temas sociales como la amistad, el amor, la búsqueda de la felicidad, la resistencia a las dificultades, la emotividad, etc. Esto incluye *comedias románticas*, *musicales*, *melodramas*, *películas para adolescentes*, etc.

Debemos recordar que estas definiciones explícitas son herramientas operativas: de hecho, ¡puedes hibridar formatos, convenciones y géneros para crear una película que se ajuste a tu visión!

Por su capacidad para llegar a un público amplio y transmitir significados en un lenguaje universal, el cine y otros medios audiovisuales captan nuestra atención desproporcionadamente más que cualquier otro medio de comunicación. Dado este potencial de amplio acceso a públicos diversos, la inclusión de la producción mediática como actividad educativa puede desempeñar un papel clave en la educación innovadora y transformadora, especialmente como herramienta de aprendizaje activo para promover la sostenibilidad.

1.2 Introducir el cine en el aula: El cine como herramienta educativa

La imagen -ya sea cinematográfica, fotográfica, digital o analógica- no solo es material y económicamente inseparable del entorno biofísico, sino que es la principal herramienta pedagógica y propagandística del movimiento ecologista (Bozak, 2012, p. 3).

Además de ser un proceso en el que se ponen nuevas ideas a disposición de los alumnos, la educación debe ser también una herramienta que refleje su experiencia del mundo. En este sentido, las películas y los materiales audiovisuales hacen una gran labor. Como bien resume Samina Mishra,

Las películas pueden traer el mundo al aula. Pueden transmitir historias, voces e imágenes que pueden estar lejos de nosotros en la vida real, ya sea como documental o como ficción. Las películas cuentan historias sobre vidas interiores y mundos exteriores. Nos ayudan a afirmar nuestras propias identidades y a sentirnos conectados con los demás, y nos muestran la magia de explorar lo oculto y lo que no se oye (2018, p. 112).

Los estudiantes de hoy forman parte de una generación educada visualmente, criada rodeada de imágenes e iconos, que ha desarrollado una comprensión natural del lenguaje visual y cinematográfico. Por un lado, el poder del cine como herramienta pedagógica se basa en su capacidad para ser una forma clara y lúdica de transmitir conocimientos: puede que los alumnos no sepan qué es un primer plano o qué implica como práctica cinematográfica, pero instintivamente entienden que significa "¡mira bien, es relevante!". Por otro lado, la versatilidad del lenguaje cinematográfico y su enorme potencial como herramienta pedagógica permiten a alumnos y profesores "hablar el mismo idioma" y entablar diálogos activos sobre una serie de temas, incluidos los medioambientales. El lenguaje cinematográfico, como veremos, tiene su propio vocabulario y gramática, y su mensaje puede ser entendido por todos. Al mismo tiempo, el cine como medio subjetivo también puede fomentar la autoexpresión de los alumnos, que pueden utilizarlo para transmitir sus pensamientos y emociones personales.

¿Cómo afecta esto a la práctica pedagógica? Citando de nuevo a Mishra,

Al introducir películas en el aula, los profesores pueden trabajar con los alumnos para comprender, apreciar y criticar, construyendo así tanto el aprendizaje como el análisis. El énfasis subjetivo significa que la película actúa como un recurso que alinea las relaciones en el aula y permite construir juntos el conocimiento. El punto de vista del profesor no es mayor que el del alumno (ibid, p. 115).

Tratar el cine como un medio que ayuda a los alumnos (y también a los profesores) a conectar con la sociedad y aplicar conceptos teóricos y abstractos al mundo real significa desarrollar sus capacidades para contribuir a construir una comunidad mejor. Tanto en el modo de enseñar aprendiendo como en el de aprender haciendo, **la alfabetización cinematográfica puede permitir tanto a alumnos como a profesores desempeñar un papel constructivo en el desarrollo sostenible** y, en última instancia, cultivar un concepto más inspirador de la ciudadanía a la hora de promover la gobernanza socioambiental.

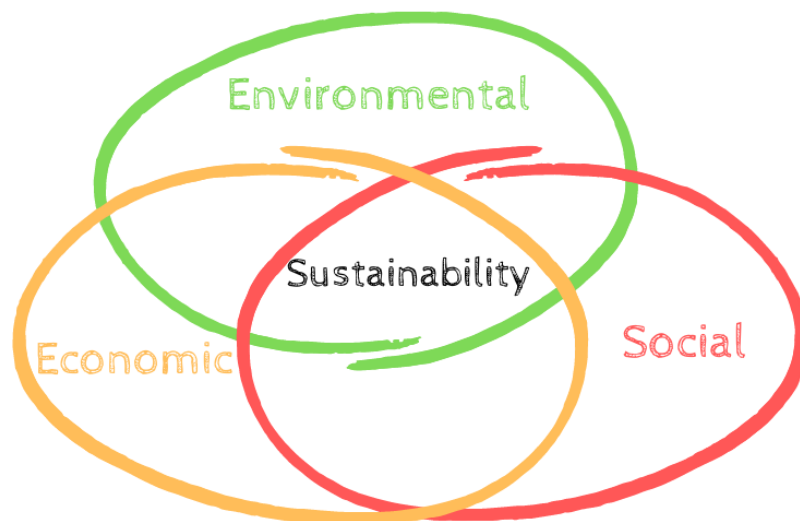
1.2.1 El concepto de desarrollo sostenible

Con la llegada de las redes sociales, en los últimos años se ha producido un cambio en los contenidos de los medios de comunicación de las generaciones más jóvenes, cuyo objetivo es moldear la opinión

pública y promover estilos de vida sostenibles en respuesta a crisis medioambientales provocadas en gran medida por el hombre. Sin embargo, incluso los esfuerzos más sinceros suelen "errar el tiro" al ser intentos poco preparados, esporádicos y caóticos que no tienen el impacto deseado. Por ello, al diseñar un módulo eficaz de transferencia de conocimientos, consolidamos las teorías y prácticas pasadas y presentes en dos objetivos estratégicos alcanzables: 1) educación para la sostenibilidad y 2) comunicación para la sostenibilidad en el contexto del discurso actual sobre la sostenibilidad.

Pero, ¿qué entendemos exactamente por "**desarrollo sostenible**"? El Informe de la Comisión Brundtland, publicado en 1987 por la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (ONU), describía el desarrollo sostenible como "un desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades". En su preámbulo, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible se compromete a erradicar la pobreza al tiempo que sana y asegura nuestro planeta a través de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (en adelante, ODS). Sin embargo, aunque audaces y ambiciosos como declaraciones, los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos siguen siendo deliberadamente vagos y poco claros para abarcar a todas las poblaciones y garantizar su aplicabilidad en todos los entornos nacionales. A lo largo del tiempo y a través de la lente de distintas disciplinas, se han propuesto varias tipologías de modelos para la representación y el estudio del desarrollo sostenible. El más utilizado es el modelo del triple balance (Triple Bottom Line, TBL). Dentro de este enfoque, la sostenibilidad se sitúa en la intersección de tres dimensiones: economía, sociedad y medio ambiente.

En este sentido, la sostenibilidad es un modelo de pensar en el futuro en el que las consideraciones medioambientales, sociales y económicas se alinean en la búsqueda de una mejor calidad de vida.



El reconocimiento combinado y equitativo de estas tres dimensiones subraya visualmente que la salud, la equidad social, la prosperidad económica y la protección del medio ambiente no son cuestiones separadas, contrapuestas o sintomáticas, sino sistémicas e interdependientes.

1.2.2 Educación para el desarrollo sostenible

La Educación para el Desarrollo Sostenible (EDS) está reconocida como un componente integral del Objetivo de Desarrollo Sostenible 4 (ODS 4 "Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos"). Ampliamente considerado como "un marco inclusivo que tiene el potencial de crear alianzas entre distintas educaciones adjetivadas" (Newig 2013), el EZR facilita el aprendizaje cumpliendo la doble función de proporcionar una educación básica de calidad y, a continuación, adquirir conocimientos sobre el desarrollo sostenible. En un entorno educativo, esto implica una preocupación por el desarrollo de las relaciones interpersonales y medioambientales en el contexto del modelo de los tres pilares:

- *Sociedad*: Comprensión de las instituciones sociales y su papel en el cambio y el desarrollo, así como de los sistemas democráticos y participativos que permiten la expresión, la elección de gobiernos, la creación de consenso y la resolución de conflictos.
- *Medio ambiente*: Conciencia de los recursos y la fragilidad del entorno físico y de cómo las personas lo afectan con sus acciones y decisiones, y compromiso con la integración de las cuestiones medioambientales en la política económica y social.
- *Economía*: Sensibilidad ante los límites y el potencial del crecimiento económico y su impacto social y medioambiental, con el compromiso de evaluar los niveles de consumo individuales y sociales, teniendo en cuenta el medio ambiente y la justicia social.

Además, como parte de una experiencia educativa de calidad, la integración de la EZR en el plan de estudios debe modelar los valores del propio desarrollo sostenible. Según las Naciones Unidas (2005), la EZR debe esforzarse por demostrar las siguientes características:

- Interdisciplinariedad y holismo: aprendizaje para la sostenibilidad integrado en el plan de estudios y no como una asignatura aparte.
- Basada en valores: es crucial que las normas adoptadas -los valores y principios comunes que subyacen a la sostenibilidad- estén claramente definidas para que puedan estudiarse, debatirse, probarse y aplicarse.
- Pensamiento crítico y resolución de problemas: para afrontar con confianza los dilemas y retos de la sostenibilidad.
- Muchos métodos: la palabra, el arte, el teatro, el debate, la experiencia - diferentes pedagogías que modelan procesos. La enseñanza orientada únicamente a la transmisión de conocimientos debe transformarse en un enfoque en el que profesores y alumnos trabajen juntos para adquirir conocimientos y desempeñen un papel en la configuración del entorno de sus centros educativos.
- Toma de decisiones participativa: los alumnos intervienen en las decisiones sobre cómo van a aprender.
- Aplicación: las experiencias de aprendizaje ofrecidas se integran en la vida cotidiana personal y profesional.
- Pertinencia local: abordar cuestiones tanto locales como globales y utilizar las lenguas más usadas por los estudiantes. Los conceptos de sostenibilidad deben expresarse con cuidado en

otras lenguas: las lenguas y las culturas dicen cosas distintas, y cada lengua tiene formas creativas de expresar nuevos conceptos.

Hasta la fecha, debido a la falta de integración en entornos institucionalizados como políticas, planes de estudios y resoluciones jurídicas vinculantes que garanticen su aplicación, la EDS se ha puesto en práctica principalmente a través de la labor de iniciativas de base, ONG y grupos comprometidos de personas y organizaciones. Así pues, desde un punto de vista práctico, la campaña de sostenibilidad necesita ampliar su esfera de agentes (agrupados) comprometidos para incluir foros científicos, investigadores, coaliciones de activistas, ONG medioambientales, pero también sindicatos, empresas sociales, comercio justo, iniciativas de economía circular y empresas de interés comunitario. En otras palabras, aquellos que buscan aportar credibilidad científica a un proyecto o campaña (es decir, datos, estadísticas), proporcionar recursos (es decir, recaudación de fondos), intercambiar información e ideas y compartir las mejores prácticas para una comunicación eficaz, justa y sostenible. Esta ayuda resultará crucial a la hora de poner en práctica elementos de educación ambientalmente sostenible, independientemente de su integración en el plan de estudios.

Junto con el enfoque teórico que ofrece el marco de la "Educación para el Desarrollo Sostenible", necesitamos una herramienta más concreta y práctica, la "**Comunicación para el Desarrollo Sostenible**", que se centra en el "impacto a través de la sensibilización". Tres factores clave explican la importancia fundamental de los procesos de comunicación en el desarrollo sostenible: en primer lugar, la comunicación es esencial para garantizar la legitimidad de la EDS. En segundo lugar, las cuestiones de sostenibilidad y medio ambiente se caracterizan intrínsecamente por altos niveles de complejidad e incertidumbre (Flint 2013). Por lo tanto, las orientaciones contextuales necesarias pueden aclararse más a través de los medios de comunicación. En tercer lugar, los medios de comunicación de masas son la principal fuente de información sobre cuestiones de sostenibilidad de que disponen las personas.

Dentro de la Comunicación sobre Sostenibilidad han surgido varios subcampos centrados en distintos aspectos de la sostenibilidad. Uno de los subcampos más interesantes es la **Comunicación Medioambiental (en lo sucesivo denominada CE en la guía - nota del traductor)** en la que los procesos de comunicación y los productos mediáticos se utilizan estratégicamente para apoyar la elaboración de políticas eficaces, la participación pública y la ejecución de proyectos. La teoría de la CE parte de las siguientes premisas: 1) las formas en que nos comunicamos sobre el medio ambiente influyen en nuestras percepciones del mundo natural porque reflejan, pero también construyen, producen y naturalizan, determinadas relaciones entre el ser humano y el medio ambiente (Littlejohn y Foss, 2009). En cambio, 2) una comprensión crítica de la comunicación medioambiental abarca no sólo la comunicación directamente relacionada con cuestiones medioambientales, sino también la comunicación que no está directamente relacionada con el medio ambiente pero que, sin embargo, influye indirectamente en él, como los discursos neoliberales en el cine y la publicidad.

1.2.3 Narrativas y canales de comunicación

Dadas las numerosas narrativas medioambientales existentes, una forma práctica de estructurar un debate de este tipo consiste en organizar el análisis de las orientaciones medioambientales en un espectro que represente la forma en que las personas se relacionan con el mundo natural y lo valoran.

Para comprender nuestras actitudes predispuestas hacia el medio ambiente y las ideas y motivos que las sustentan, Barton y Gagnon-Thompson (1994) destacan la distinción entre valores *ecocéntricos* y *antropocéntricos*. En pocas palabras, el punto de vista ecocéntrico valora la naturaleza por la naturaleza misma, partiendo de la base de que merece la pena proteger la naturaleza por su valor intrínseco e inherente. Por el contrario, el punto de vista antropocéntrico asume que el medio ambiente debe protegerse por su importancia para mantener o mejorar la calidad de la vida humana, cumpliendo esencialmente una función utilitaria. Identificando estos diferentes puntos de vista a lo largo de un continuo que abarca el espectro ecocéntrico-antropocéntrico, podemos distinguir otros cinco paradigmas ideológicos:

1. *instrumentalismo ilimitado*: todos los recursos naturales están disponibles exclusivamente para el uso humano y su utilización no está limitada ni restringida en modo alguno.
2. *Conservacionismo*: utilizar los recursos naturales con prudencia y para el mayor número de personas posible. El valor de las entidades no humanas es utilitario, lo que significa que sólo son valiosas como recursos para uso humano.
3. *Preservacionismo*: preservar los recursos para uso y disfrute humano de una forma que va más allá de su mero valor instrumental, como su significado científico, ecológico, estético y religioso.
4. *Éticas e ideologías basadas en valores*: Los seres no humanos tienen un valor intrínseco más allá del utilitario, científico, estético o religioso. Al coexistir como parte de la misma comunidad biótica, la humanidad se ve a sí misma con más humildad y menos jerarquía.
5. *Ideologías transformadoras*: Estas ideologías pretenden transformar radicalmente las relaciones antropocéntricas en otras más ecocéntricas mediante la comprensión de las causas profundas de las actitudes y comportamientos contrarios al medio ambiente. Un paso lógico en esta dirección sería una revisión masiva de las instituciones sociales y la comprensión del impacto del poder y el dominio que tenemos sobre el mundo natural.

Una vez determinado el statu quo medioambiental de los destinatarios y qué orientaciones son factibles y deseables, el siguiente paso requeriría la selección de un enfoque estratégico. Mefalopulos (2008) agrupó ordenadamente en ocho grupos algunos de los enfoques de comunicación orientados al desarrollo más comunes:

- *El marketing social* es una forma de marketing que aplica los principios del marketing a objetivos sociales. Gracias a él se han puesto en marcha diversos programas sanitarios, como campañas de vacunación o de higiene, entre otros.
- *La incidencia política* se utiliza a escala nacional para promover un programa o asunto concreto. A menudo pretende cambiar o mejorar la política implicando directamente a los responsables de la toma de decisiones o cambiar las proporciones obteniendo el apoyo del público.
- *La difusión de información y las campañas* pretenden colmar lagunas de conocimiento específicas.
- *Información, Educación y Comunicación (IEK)* es un conjunto más amplio de estrategias destinadas a difundir información y educar a grandes audiencias.
- *La educación y la formación* es un enfoque utilizado en programas que requieren un diseño instructivo de naturaleza interactiva e interpersonal.
- *Los objetivos institucionales* pretenden mejorar la capacidad interna de la institución (por ejemplo, a través de la formación) y posicionar y mejorar su imagen entre el público externo.
- *La movilización comunitaria* es un enfoque sistemático para implicar a las comunidades en la resolución de los problemas que afectan a su bienestar.
- *La comunicación participativa no directiva* se basa en el diálogo que busca el consenso sobre los cambios sociales que todos los socios locales consideran significativos y relevantes.

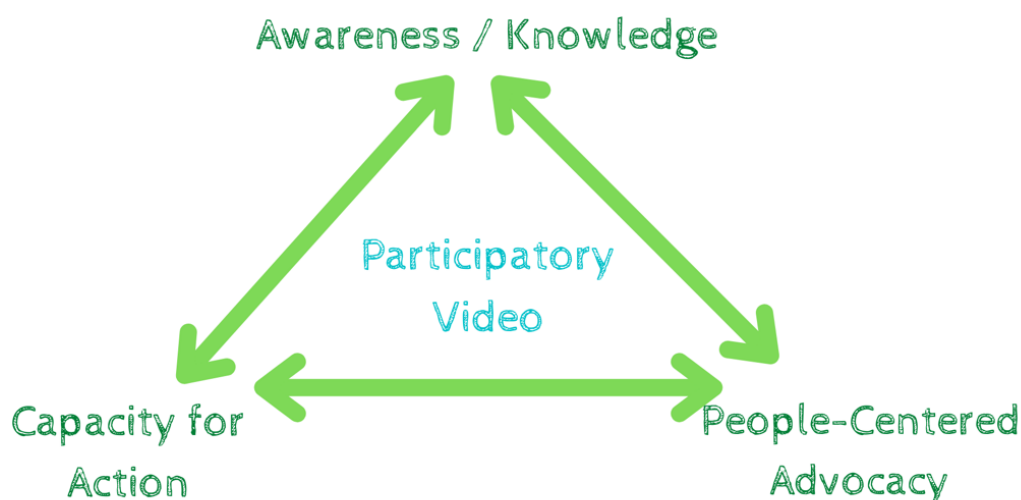
De lo anterior se desprende claramente que cada enfoque pretende servir a un propósito diferente. Aunque a menudo se solapan en la práctica, la elección de la estrategia más adecuada puede orientar los pasos posteriores, incluido el diseño del mensaje, la selección de los medios (cine, radio, televisión, web e impresos) y otros elementos importantes de la estrategia de comunicación.

1.3 Películas participativas y directrices para activar la práctica cinematográfica

Una buena manera de lograr estos resultados y diseñar una comunicación medioambiental eficaz es mediante la producción de vídeos participativos, que se han convertido en una de las herramientas más poderosas para que los estudiantes exploren cuestiones sociales, políticas y teóricas y emprendan acciones colectivas. El vídeo participativo puede definirse como la implicación de un grupo o comunidad en la configuración y creación de un vídeo utilizando un conjunto de técnicas cinematográficas. Los vídeos participativos pueden ser una herramienta muy poderosa para implicar y movilizar a la gente, ayudándoles a plasmar de forma concreta sus ideas y pensamientos sobre una serie de temas y cuestiones basados en las necesidades y oportunidades locales (técnicas y tecnológicas).

El vídeo participativo tiene el potencial de educar, persuadir y promover de forma que pueda provocar un cambio positivo. El marco teórico de los vídeos participativos (Plush 2013) incluye tres ejes interrelacionados:

- a) *concienciación y conocimiento*: el proceso de vídeo participativo puede desarrollarse y amplificar las voces, pensamientos y opiniones de quienes participan en la creación de los vídeos (alumnos y profesores), concienciando sobre cuestiones medioambientales.
- (b) *capacidad de acción*: incluye no sólo el conjunto de habilidades técnicas para la realización de películas, sino también una visión a largo plazo que integre la realización, el diseño de la película y la planificación general.
- (c) *defensa centrada en las personas*: la capacidad de las personas para hablar por sí mismas, utilizando el lenguaje cinematográfico como medio inteligible y altamente comunicativo para transmitir sus mensajes e ideas.



Para profundizar en los apartados anteriores y ponerlos en práctica, los abordaremos ahora de forma estratégica, situando la Comunicación sobre Sostenibilidad y la realización de películas en un contexto educativo.

Paso 1 Llevar a **cabo la investigación**:

Identificar los objetivos, requisitos y tareas locales en el contexto del EZR. Un objetivo se refiere a un resultado amplio y a largo plazo, mientras que una tarea indica los pasos necesarios para alcanzar ese objetivo. Los requisitos son soluciones propuestas a los problemas detectados durante el estudio. Los tres deben ser específicos, *mensurables*, alcanzables, realistas y oportunos (*Specific, Measurable, Achievable, Realistic, and Timely* - *nota del traductor*): en una palabra, SMART.

Desarrolle aún más sus historias vinculándolas a un contexto más amplio que conecte lo local con lo global y las vincule al trabajo existente de otros comprometidos con los mismos objetivos que usted (sociedad civil, experiencias personales del público y otros). Al hacerlo, asegúrese de que el proceso sigue siendo fructíferamente participativo para todos los implicados. Tenga en cuenta también a aquellos cuyas historias faltan en el debate: ¿hay alguien infrarrepresentado o desatendido cuya participación beneficiará al proyecto?

Identifique las audiencias clave (responsables políticos, público en general) y el tipo de campaña (promoción). Considere la narrativa medioambiental predominante en su público objetivo y adapte su mensaje en consecuencia.

Paso 2. **Producción**

Consulte todas las demás secciones pertinentes de este eBook.

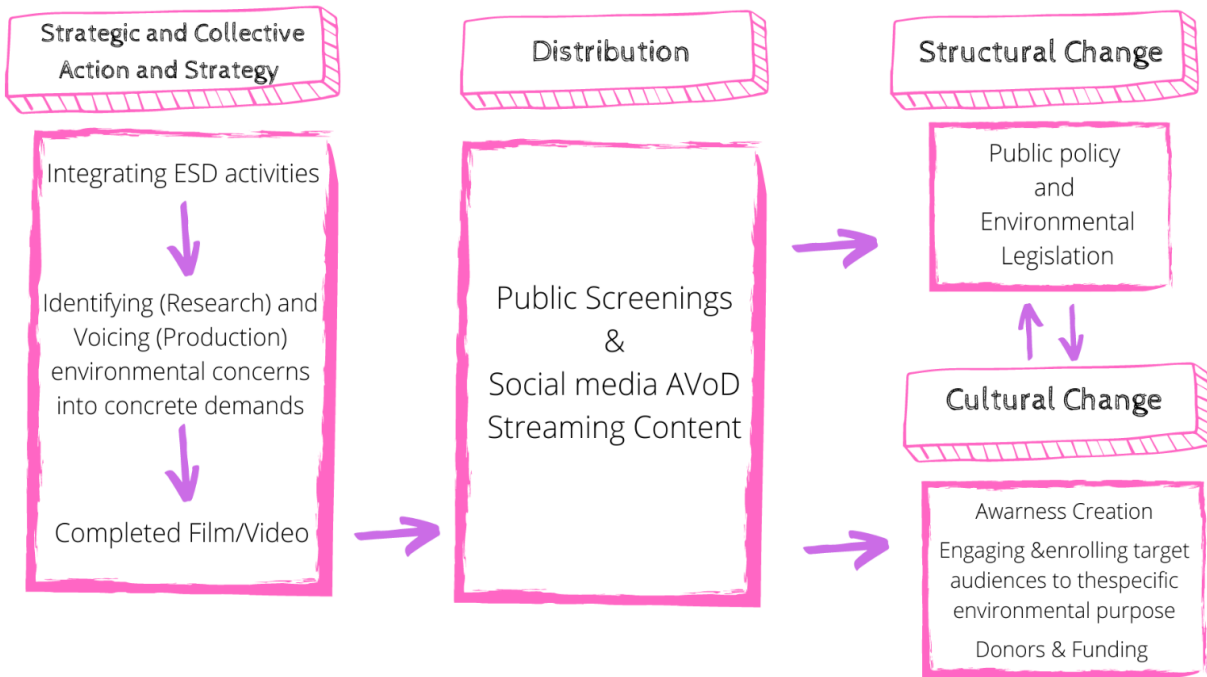
Paso 3 **Distribución**

Al planificar la producción final, hay que tener en cuenta de antemano las distintas formas de distribución:

- Redes sociales y AVoD (vídeo bajo demanda publicitado): Considera la posibilidad de utilizarlos para dar a conocer tu iniciativa y conseguir financiación colectiva, pero hazlo de la manera correcta. En general, las publicaciones en las redes sociales (incluidos vídeos y películas) compiten por nuestra atención en un mar de otros contenidos, y una persona pasa una media de sólo dos segundos en cualquier página web o publicación antes de pasar a la siguiente. Así que procure que sean breves pero eficaces y recuerde que debe captar constantemente la atención de su público, fomentando un espíritu de interacción entre los posibles seguidores.
- Festivales: a pesar de su carácter más formal y exclusivo, los festivales de cine siguen siendo fundamentales para la transformación ecológica: ya sea como centros comunitarios que conectan a públicos, cineastas y organizaciones decididamente activistas, o como plataforma de distribución sostenible, que inspira y desafía al público mediante el establecimiento de agendas.

Paso 4 **Impacto previsto**:

Una campaña de comunicación medioambiental estratégicamente exitosa es contagiosa. Motiva y compromete a un público más amplio a implicarse en el tema concreto que se comunica. Por ejemplo, para pasar a la acción y normalizar el compromiso con un nuevo conjunto de prácticas respetuosas con el medio ambiente (Oopen et al., 1999), lo que a su vez movilizará al público en general (cambio cultural) y garantizará la cooperación de los responsables de la toma de decisiones (cambio estructural).



Bibliografía

- Barton, M. A., y Gagnon-Thompson, S. C. (1994). 'Ecocentric and anthropocentric attitudes towards the environment'. *Journal of Environmental Psychology*, 14(2), 149-157.
- Bozak, Nadia. (2012) *La huella cinematográfica: Luces, cámara, recursos naturales*. Rutgers University Press.
- Flint, R. W. (2013). *La práctica del desarrollo comunitario sostenible - un marco participativo para el cambio*. Springer Nueva York.
- Littlejohn, S. W., y Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of communication theory*. Sage.
- Mefalopulos, P. (2008). *Manual de comunicación evolutiva: Ampliando las fronteras de la comunicación*. Banco Mundial.
- Mishra, S. (2018). 'El mundo en el aula: El uso del cine como herramienta pedagógica'. *Diálogo sobre educación contemporánea*, 15(1), 111-116.
- Newig, J., Schulz, D., Fischer, D., Hetze, K., Laws, N., Lüdecke, G., & Rieckmann, M. (2013). Comunicación sobre sostenibilidad: Conceptual perspectives and exploration of social subsystems'. *Sustainability*, 5(7), 2976-2990.
- Nichols, B. (2001). *Introducción al cine documental*. Bloomington & Indianapolis, Indiana: Indiana University Press.
- Wagh, T., MB Baker, E. Winton (2010), *Challenge for change: activist documentary at the National Film Board of Canada*. Montreal, McGill Queens University Press.
- Willoquet-Maricondi, P. (2017), *Framing the World: Explorations in Ecocriticism and Film*. Charlottesville, University of Virginia Press.
- Plush, T. (2013), "Fostering social change through participatory video: A conceptual framework", *Development Bulletin*, n.º 75 (Challenges for participatory development in contemporary development practice), 55-58.
- UNESCO (2005), *Decenio de las Naciones Unidas de la Educación para el Desarrollo Sostenible 2005-2014*, Proyecto de plan de aplicación internacional. París: UNESCO.
- Asamblea General de la ONU (2015), *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*, 21 de octubre de 2015, A/RES/70/1. Recuperado el 19-10-2021, https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/generalassembly/docs/globalcompact/A_RES_70_1_E.pdf

Más información:

- Corbett, J. B. (2006). *Comunicar la naturaleza: Cómo creamos y entendemos los mensajes medioambientales*. Island Press.
- Jenkins, Henry. et al. (2016). *Por Cualquier Medio Necesario: El Nuevo Activismo Juvenil*. NY: New York University Press.
- Karmasin, M., & Voci, D. (2021). The role of sustainability in media and communication studies programmes across Europe". *Revista Internacional de Sostenibilidad en la Educación Superior*, 22(8), 42-68.

2.

Cuentacuentos

2.1 Encender una bombilla: la importancia de una idea

Cuando uno piensa en la fase de desarrollo del argumento de una película, en la mayoría de los casos probablemente se imagina escribiendo un guión totalmente terminado. En realidad, sin embargo, el guión es el resultado final de un largo proceso de reflexión, reescritura y perfeccionamiento. Durante la realización de una película, se dedica mucho más tiempo a las fases de concepción, tratamiento y guión gráfico que a la escritura del propio guión. El camino que lleva al guión terminado empieza mucho antes, con una chispa más pequeña (pero importante): la **idea**.

Esto es especialmente importante si quieres crear cortometrajes o vídeos para determinadas redes sociales (TikTok, Youtube, etc.) en lugar de un largometraje o una serie de televisión. Los cortometrajes y los largometrajes difieren en el formato, por supuesto, y por esta misma razón funcionan según una lógica diferente. En un cortometraje, debido a su corta duración, la atención del espectador está muy focalizada y cada elemento tendrá una gran importancia. Esto tiene dos consecuencias principales:

- Por un lado, se pueden utilizar muy pocos elementos para evocar toda la historia.
- Por otro lado, hay que tener mucho cuidado en el diseño de cada elemento, porque el espectador tenderá a darle un significado.

¿Por qué todo gira en torno a la idea? Porque mientras que en un largometraje o una serie de televisión la idea puede no ser lo más importante (porque constituye una buena promesa dramática y un buen **argumento para la** película), en un cortometraje la idea lo es todo, encarna la fuerza de toda la película. Si la idea es fuerte y precisa, será más adecuada para un cortometraje. Si, por el contrario, el punto fuerte es la trama, la profundidad o la transformación de los personajes, o la fuerza del mundo narrativo, quizá sea mejor dedicar más espacio a estos elementos, desarrollándolos en un largometraje.

Es difícil reconocer la chispa que genera una idea. Puede que aún no tenga forma de historia, sino que sea simplemente una imagen (o una secuencia de imágenes), una atmósfera, un sabor, una impresión, una situación o una creencia. En consecuencia, encontrar una idea de la nada puede ser una tarea muy difícil. Afortunadamente, como es bien sabido, nada se crea de la nada, y las ideas para la película que piensa hacer no son una excepción. De hecho, las ideas surgen de las historias que nos rodean:

- De las historias que tú mismo vives.
- De las historias de la gente que te rodea.
- A partir de historias encontradas en artículos de prensa, en línea y en las redes sociales.
- De historias vividas en libros u otras películas.

Las buenas ideas pueden surgir de cualquier parte y de cualquier cosa. Lo importante de una idea es que resuene en ti de alguna manera, que "toque una fibra sensible" en tu interior. Por supuesto, identificar el "acorde" de una idea puede ser una tarea desalentadora, pero afortunadamente hay varios

puntos de partida a tener en cuenta. Algunos son más prácticos, como el presupuesto disponible (es decir, ¿cuánto puedo gastar en producir mi película?) y las competencias necesarias para realizarla. Otros son más intangibles y están relacionados con el objetivo final de la película (educar, entretener, etc.) y las directrices iniciales. Una vez considerados estos importantes parámetros, podemos empezar a desarrollar ideas relacionadas con el objetivo. En esta fase, el proceso de escritura consiste en organizar las ideas y reducir el caos de las diversas aportaciones y posibilidades que probablemente tenga en mente. Hay muchos métodos para recopilar y organizar ideas, y eres libre de combinarlos de la forma que mejor te funcione.

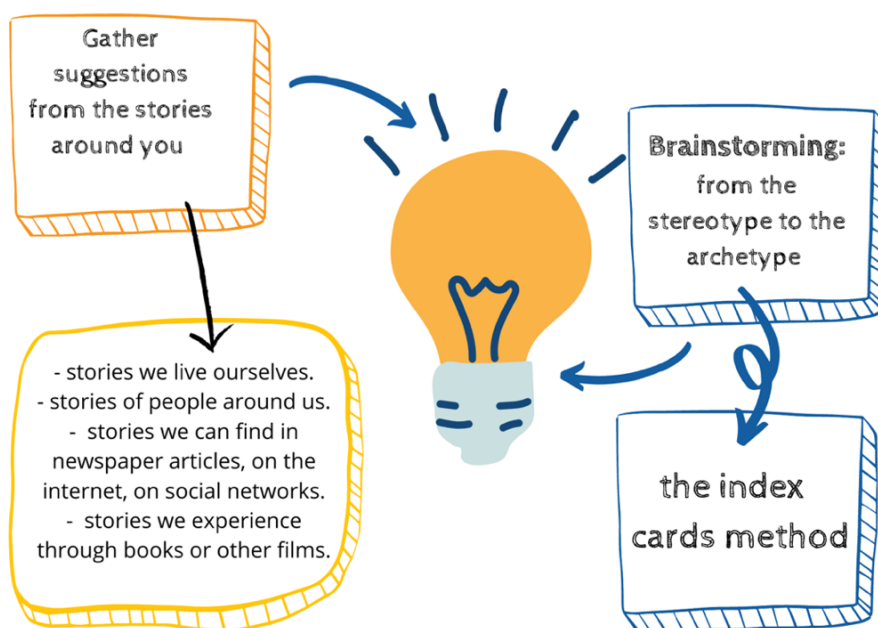
Puedes empezar organizando **una sesión de "tormenta de ideas"**. Suele ser una actividad de grupo, pero también puedes hacerla tú solo. Todo lo que tienes que hacer es empezar a considerar todas las asociaciones mentales asociadas a la idea: experiencias reales, historias de ficción y, por supuesto, **estereotipos** y hábitos comunes. De hecho, a la hora de crear una idea para una película, siempre hay que tener en cuenta lo que otros han dicho sobre el mismo tema. En este sentido, los clichés narrativos, temáticos y socioculturales no deben evitarse, sino evocarse y, a veces, utilizarse como trampolín para crear algo nuevo y original: los estereotipos son puntos de partida útiles, aunque nunca deben considerarse el objetivo final. Además, pueden ser útiles para descubrir **arquetipos**, es decir, experiencias humanas universalmente válidas que, al encarnarse en personajes y acontecimientos, hacen que una película sea capaz de atraer a personas de todo el mundo.

Una vez recogidas las ideas de la tormenta de ideas, pueden visualizarse y concretarse mediante el **método de las fichas**.

Las fichas, también conocidas como tarjetas de notas o fichas, proporcionan una forma colorida y fluida de organizar los pensamientos y ayudan a que las ideas surjan y se conecten entre sí. Las notas de cada ficha pueden ser breves o más extensas y contener todo tipo de información sobre ideas, historias, escenas, personajes, etc. No importa si parece caótico: todo el proceso de escritura es una forma de pasar del caos (muchas ideas) al orden (decidirse por una historia). Colocar las tarjetas sobre una mesa o pegarlas en una pizarra y moverlas de un lado a otro ayudará a la mente a establecer asociaciones más fácilmente, despejando así el camino para construir el guión e imaginar la película.

→ Consejo práctico: el método de las fichas también puede utilizarse en otras fases del proceso de escritura, no sólo para desarrollar las ideas iniciales. Por ejemplo, para situar determinadas escenas en una secuencia o para precisar la identidad de un personaje.

Una vez encontrados ciertos elementos clave (por ejemplo, un tema, un personaje o una situación), la historia empieza a tomar forma.



2.2 Por la madriguera del conejo: adentrarse en la trama de la película

Una vez establecida la idea, el segundo paso es transformarla en algo más estructurado y detallado: una historia. En esta fase, somos como Alicia que, tras ver al Conejo Blanco (nuestra idea inicial), decide seguirlo en su madriguera, adentrándose en un país de las maravillas que termina en un escenario. Pero antes tenemos que reflexionar sobre nuestra idea a medias y pensar en cómo "cocinarla" para convertirla en un cuento.

Esta fase puede variar en duración, dependiendo del proyecto concreto. En el caso de un largometraje o una serie de televisión, puede durar meses o incluso años. Sin embargo, en el caso de los cortometrajes, como la idea suele ser más precisa y concisa, esta fase puede ser más corta. Lo que importa en ambos casos es que hay que tomarse el tiempo necesario para construir una historia bien construida, una narración que funcione y se ajuste a nuestros objetivos de comunicación.

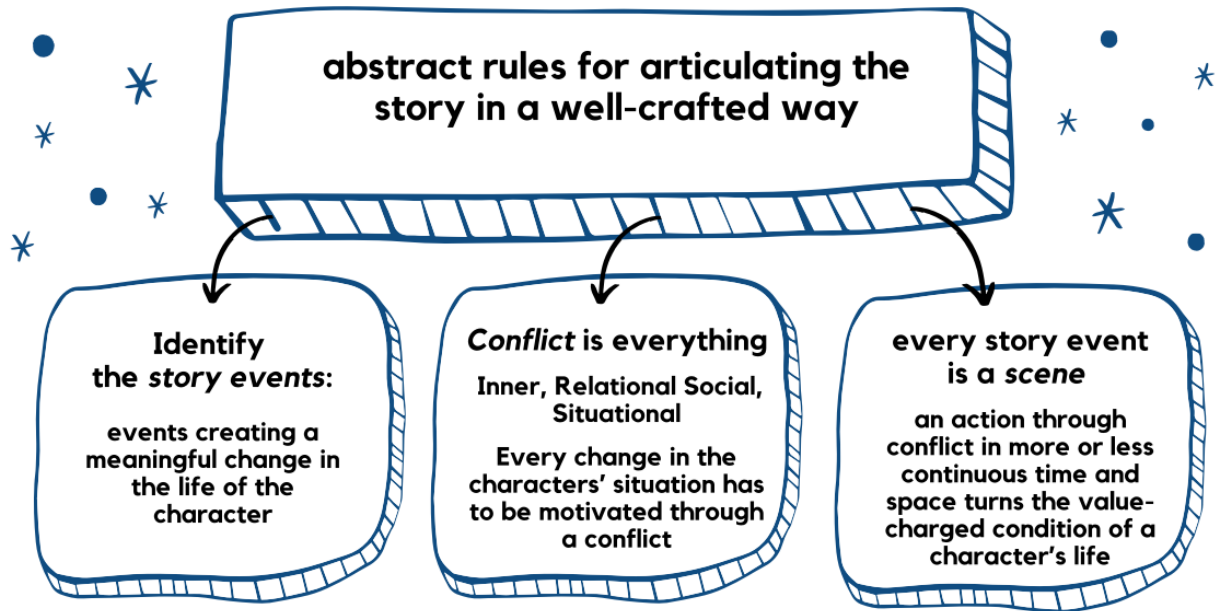
Por supuesto, construir una historia convincente no es tan fácil, sobre todo porque puede que no tengamos una idea clara de qué trata nuestra historia y cuáles deben ser sus elementos constitutivos. Puedes empezar escribiendo un *logline*, que es un resumen de una o dos frases de toda la historia que has decidido contar. A continuación, debes desarrollar este núcleo narrativo en una estructura narrativa. Pero, ¿cómo convertir tu idea en una historia completa, cómo pasar de un logline a un guión bien definido? Bueno, eso puede ser difícil. Como escribió Robert McKee (1997), "la idea para una historia es como la idea para la música. Llevamos toda la vida escuchando melodías. Podemos bailar y cantar con ellas. Creemos entender la música hasta que intentamos componerla, y lo que sale del piano asusta al gato". Afortunadamente, se puede contar con algunos consejos y fórmulas para crear y dirigir una historia. Para ser justos, es importante recordar que todas las sugerencias, prescripciones y procedimientos que encontramos en los libros de texto de guión (¡incluso en éste!) son modelos *a posteriori*; prescripciones derivadas del análisis de muchos ejemplos de éxito. Sin embargo, las reglas y principios abstractos que contienen pueden proporcionar una base sólida para construir los conocimientos necesarios para expresar la propia historia y tejer un relato. Y tal vez, de forma bien elaborada, una historia en la que todos sus elementos (personajes, desarrollo, acontecimientos, escenario, género narrativo e idea) se fundan en una unidad armoniosa.

- 1) El primer principio de la estructuración de una historia es **identificar los acontecimientos**. En términos generales, un acontecimiento significa un cambio (le ocurre a alguien o a algo). Los acontecimientos de ficción no son triviales, sino cambios significativos. Como afirma Mckee, "Un SUCESO FABULAR crea un cambio significativo en la situación vital de un personaje" (1997, p. 33), que tiene que ver con ciertos valores, es decir, rasgos universales de la experiencia humana (amor, odio, rabia, miedo, etc.).
- 2) Para conseguir acontecimientos narrativos, hay que crear CONFLICTOS. De hecho, el segundo principio que debes aprender para transformar tu idea en una historia bien contada es: "¡el **conflicto lo es todo!** El conflicto es una condición necesaria (aunque no siempre suficiente) para crear una historia. No puede haber una historia sin conflicto. El acontecimiento de una historia se crea como resultado de un conflicto, que puede producirse a muchos niveles:
- 3)
 - **Interno:** el conflicto tiene lugar en el interior del personaje, entre rasgos psicológicos contrapuestos. En este caso, el protagonista es también su propio antagonista.
 - **Relacional:** el clásico conflicto entre un protagonista y otro u otros personajes. Se trata de un tipo de conflicto común y flexible, y es un elemento básico de las historias de amor, así como de las novelas policíacas o de suspense. En este caso, el conflicto también puede ser el personaje contrario, el **antagonista**.
 - **Sociales:** conflictos en los que un personaje choca con un sistema o institución social, moral y/o legal más amplio.
 - **Situacionales:** situaciones extremas en las que el conflicto es una lucha por la supervivencia (por ejemplo, todas las películas de catástrofes).

No es importante clasificar el tipo de conflicto, pero sí que esté presente. Si su historia parece débil, la razón puede ser que el conflicto no esté bien definido o incluso que falte. Cualquier cambio en la situación de los personajes tiene que estar motivado por el conflicto que impulsa la historia.

- 3) Cada vez que hay un conflicto que cambia la situación de los personajes y sus valores, estamos ante una ESCENA. El tercer principio relativo a la estructura de nuestra historia **es que cada acontecimiento de la trama es una escena**. Podemos definir una escena como "una acción a través de un conflicto en un tiempo y un espacio más o menos continuos que cambia el estado cargado de valores de la vida de un personaje" (Mckee 1997, 36). Si el estado o los valores de un personaje no cambian de una escena a otra, si a ese personaje no le ha ocurrido nada significativo, entonces se trata de la ausencia de un acontecimiento, y entonces no podemos tener una escena. ¿Cómo identificamos un acontecimiento significativo? La respuesta más sencilla es: por el hecho de que no se puede mover. Los acontecimientos aleatorios e innecesarios son aquellos que pueden trasladarse sistemáticamente de un punto a otro de la historia. Una buena historia es aquella en la que los acontecimientos no pueden moverse: cada escena tiene una función estructural.

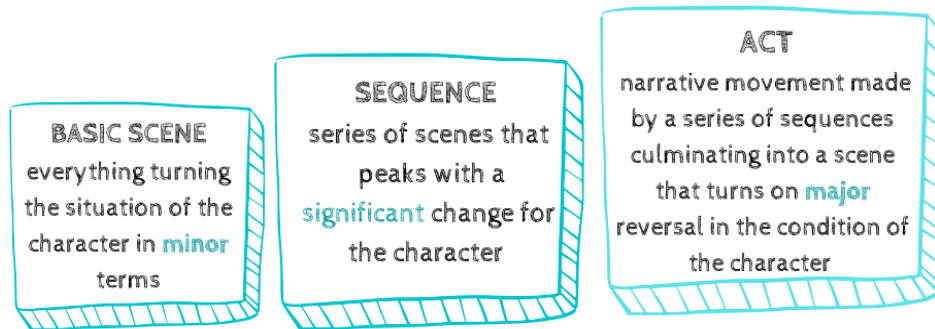
Getting to the Core of a Story



Una escena es la primera unidad en el diseño de una historia. Cada escena modifica de algún modo la situación de un personaje. Mientras que algunas escenas introducen modificaciones menores o insignificantes, otras son más poderosas y el cambio que provocan tiene un mayor impacto en la historia. La escena que introduce un cambio poderoso en la historia es la que forma el clímax de la secuencia.

Una SECUENCIA es una serie de escenas que culminan en un cambio significativo. Forma una unidad narrativa distinta, que suele estar unida por la unidad de lugar o la unidad de tiempo. Las secuencias, en su conjunto, representan las etapas del viaje que emprende el protagonista para alcanzar su objetivo. Este viaje es la configuración básica de la historia y se divide convencionalmente en tres partes principales o, mejor dicho, en tres actos.

Un ACTO es un movimiento narrativo realizado a través de una serie de secuencias, que culmina en una escena que cambia el estado de los personajes y sus valores. La **diferencia entre la escena básica, la escena que pone fin a la secuencia y la escena que pone fin al acto es el grado de impacto que el cambio tiene en el personaje** (en su vida interior, en su relación con otros personajes y con el mundo, etc.).



2.2.1 Estructura de los tres actos

Desde los tiempos de Aristóteles, la forma convencional de construir la historia ha sido crear tres momentos distintos. Como bien resume Linda Seger:

"La composición dramática, casi desde el principio del arte dramático, ha tendido hacia una estructura en tres actos. Ya se trate de una tragedia griega, de una obra de Shakespeare en cinco actos, de una serie dramática de televisión en cuatro actos o de una película semanal en siete actos, seguimos viendo la estructura básica de tres actos: principio, nudo y desenlace, es decir, el planteamiento de la historia en el primer acto, el desarrollo de la historia en el segundo acto y, por último, el clímax y la resolución en el tercer acto" (2010, p. 62).

En pocas palabras, la estructura en tres actos consta de tres fases: preparación, desarrollo (a veces llamada confrontación) y resolución. Cada una de ellas persigue un objetivo específico: la primera es proporcionar dirección, la segunda impulso y la última clarificación.

El primer acto corresponde a una introducción a la historia. En esta parte tienes que crear y explicar las coordenadas básicas de la historia: ¿quién es el protagonista? ¿Quiénes son los personajes principales? ¿Cuál es el contexto? ¿Dónde se desarrolla la acción? ¿Cuándo tiene lugar? ¿Cuál es el género de la película (comedia, drama, ciencia ficción, terror, aventuras, thriller o una combinación de éstos)? En la mayoría de las películas, el público necesita ver unos minutos de contexto antes de que ocurra nada, para tener la oportunidad de entrar en el mundo de la historia y orientarse. La información es esencial para que el público se familiarice con la historia y sus personajes y sus vidas antes del momento en que comienza la historia.

Una buena historia, para ser interesante de principio a fin, recurre a giros emocionantes e imprevisibles y a PUNTOS DE VUELTA que:

- empuja la acción en nuevas direcciones
- requieren las decisiones y los esfuerzos del protagonista
- aumentar la tasa
- atraer la atención del público

Hay dos puntos de inflexión en la trama que deben producirse para mantener la acción en movimiento. Uno de estos dos puntos se sitúa entre el primer y el segundo acto y se denomina INCIDENTE INICIADOR: es el acontecimiento que pone en marcha al personaje o personajes principales a lo largo

de la narración. Es necesario para pasar del contexto a la historia y poner en marcha la narración. Por ejemplo, en *El Señor de los Anillos (2001)*, Frodo encuentra el anillo y abandona su hogar en la Comarca para llevar a cabo su misión (arrojar el anillo al Monte del Destino): es un incidente liberador, un acontecimiento catalizador que establece el conflicto principal e impulsa la historia.

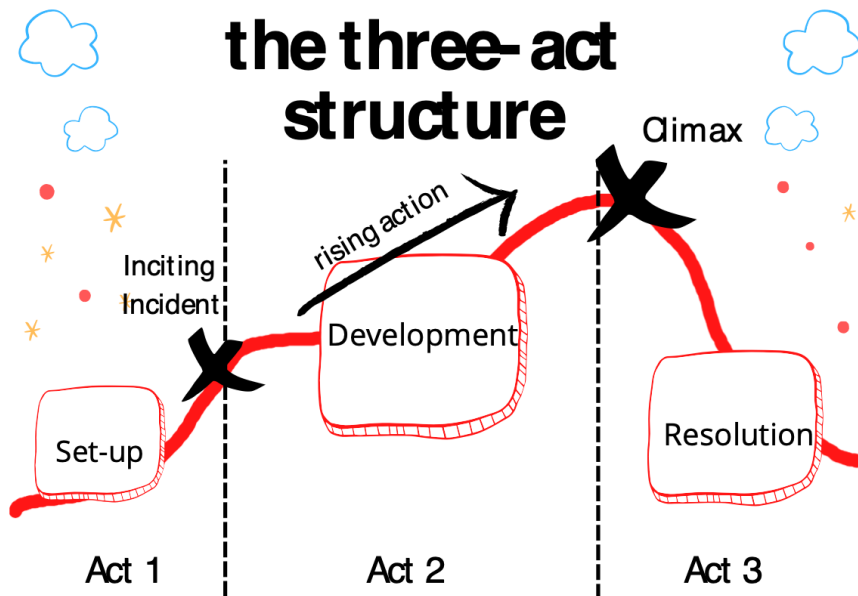
El incidente iniciador introduce al público en el **segundo acto**, correspondiente al DESARROLLO. Comienza cuando el protagonista, tras el incidente iniciador, no puede dar marcha atrás, sino que debe avanzar para "enfrentarse" a los retos y obstáculos que aumentan a medida que avanza la historia. Esto representa el desarrollo de la historia.

El segundo acto puede servir para:

- **Conocer a los personajes secundarios.**
Estos personajes son importantes para revelar sus defectos, mostrar sus interacciones con los demás o simplemente complicarles la vida.
- **Creando más problemas.**
El protagonista tiene un objetivo que alcanzar y es tu trabajo, como creador de la historia, hacer que el camino del héroe hacia el objetivo sea muy difícil. Luego, en el segundo acto, tienes que añadir dificultades, obstáculos y conflictos para impedir que el protagonista consiga lo que quiere.
- **Desarrollar las luchas internas de los personajes.**

Los conflictos y complicaciones de los personajes en su viaje no deben ser sólo físicos o externos, sino también psicológicos y emocionales.

Al final del segundo acto, el segundo punto de inflexión cambia de nuevo la acción, haciendo que la historia pase firmemente al **tercer acto**. A veces, el segundo punto de inflexión consiste en (1) un momento oscuro seguido de (2) una reacción del personaje principal. Este punto de inflexión no sólo empuja la trama en una nueva dirección, sino que también le da impulso, acelera la acción y empuja la historia hacia su conclusión. De hecho, el tercer acto supone la RESOLUCIÓN de la historia. En este acto tiene lugar el PUNTO CULMINANTE de la historia, su gran conclusión y el momento de máxima tensión emocional. El héroe consigue su preciado objeto, el villano (normalmente) es derrotado y es hora de volver a casa.



La estructura aristotélica es la forma narrativa más común en los largometrajes, pero la situación puede ser ligeramente diferente si está pensando en hacer un **cortometraje**.

- Los cortometrajes suelen utilizar una forma circular. Es una estructura sencilla, pero que aporta orden y unidad. Si se adapta a tu historia, utilízala.
- Los cortometrajes suelen utilizar un mecanismo basado en una inversión exacta de la situación. En este caso, el conflicto se desarrolla principalmente en contra del espectador. Esta es también una estructura clásica que se puede utilizar.
- Muchos cortometrajes se apoyan en un giro final. Sin embargo, tenga cuidado de no confiar demasiado en el efecto sorpresa. En primer lugar, el público, especialmente el de los cortometrajes, es muy astuto y se lo espera. Así que, o bien el efecto sorpresa está magistralmente elaborado y crea un verdadero shock, o bien asegúrese de que la eficacia del cortometraje no depende únicamente de la fuerza del giro final.

A menudo se considera que los cortometrajes, debido a su corta duración, son el reino del "todo vale", como si no necesitaran un significado o una historia real. Esto no es cierto y es posible crear historias con sentido incluso en cortometrajes muy cortos. Para ello, puedes contar con algunos consejos:

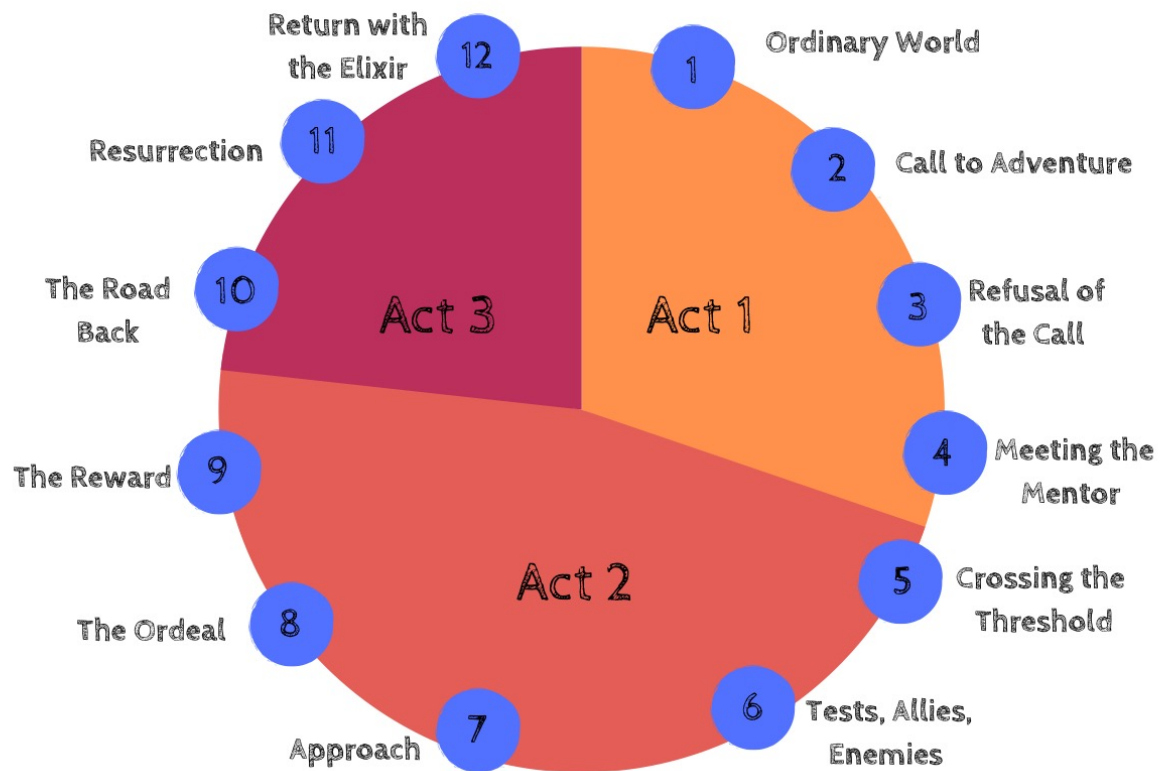
- **Set-up/pay-off:** La preparación (set-up) es útil para evitar bajas y los acontecimientos se perciben como "deus ex machina", es decir, caídos del cielo directamente por voluntad del Dios-autor. Cuando se recopila información (pay-off), se percibe que hay un sentido global, debido a que los acontecimientos se han preparado con pistas o premisas.
- **Ironía dramática:** se trata de un tipo de conflicto muy interesante, basado en el hecho de que el espectador dispone de una información que al menos uno de los personajes que intervienen en la escena desconoce. Esta ignorancia conduce no sólo a una situación de conflicto, que es dramáticamente útil, sino también a la tensión, la tragedia, la patética.... La ironía dramática complace al público porque le sitúa en una posición de superioridad cognitiva sobre los personajes, lo que no es posible en la vida real.

- **Suspense y giro:** el giro es cuando dos personas están sentadas en una mesa hablando y de repente estalla una bomba. El suspense es más bien cuando vemos a dos personas sentadas a la mesa y hablando y sabemos que hay una bomba debajo de la mesa. La ventaja del suspense es el suspense, la ventaja del giro es la sorpresa.

2.2.2 *Presentación del héroe del viaje*

La estructura en tres actos también puede verse desde el punto de vista del protagonista. "El arco del personaje" ha sido descrito por Chis Vogler (basándose en la obra de Joseph Campbell), analizando una estructura narrativa típica y común a todas las historias, que él denomina "el viaje del héroe". En este viaje, el arquetipo conocido como el Héroe parte, emprende una misión y, superando una crisis decisiva, realiza grandes hazañas y, finalmente, regresa a casa transformado. Este viaje se divide en doce etapas:

1. MUNDO ORIGINAL. (set up): el protagonista se sitúa en su entorno, que está en equilibrio.
2. UNA LLAMADA A LA AVENTURA. Algo perturba la situación y destruye el equilibrio, ya sea debido a fuerzas externas o a una dinámica íntima y psicológica que surge de las profundidades del alma.
3. RECHAZANDO LA LLAMADA. El protagonista siente miedo a lo desconocido e intenta alejarse de la aventura. Para ser un héroe, nuestro protagonista tiene que esforzarse por algo y huir de otra cosa: es decir, para simplificar, tiene un deseo (conseguir algo, ser alguien, etc.) y un miedo a no poder cumplir su deseo. La trama está diseñada para crear acontecimientos que obstaculicen o apoyen su deseo, empujándole a tomar decisiones que le acerquen a su "zona de peligro", que es el tema de toda la historia.
4. ENCUENTRO CON UN MENTOR. El protagonista ha conocido a alguien que le ayuda a superar sus miedos y a iniciar su viaje
5. CRUZAR UN UMBRAL. Al final del primer acto, el protagonista abandona el mundo ordinario y entra en un nuevo territorio o condiciones (el mundo extraordinario/especial), con normas y valores inexplorados.
6. PRUEBAS, ALIADOS Y ENEMIGOS. En el segundo acto, el protagonista es puesto a prueba por ciertos desafíos (que también pueden personificarse en enemigos) y encuentra nuevos amigos/aliados que le ayuden.
7. EL RESUMEN. La acción se intensifica a medida que el protagonista, junto con sus recién descubiertos aliados, se prepara para su principal desafío con el antagonista.
8. LA DURA PRUEBA. El héroe se enfrenta al antagonista o se enfrenta a su mayor temor. Del momento de la muerte nace una nueva vida.
9. PREMIO. El héroe se apodera de un objeto valioso y lo celebra con sus amigos.
10. EL CAMINO DE REGRESO. Aproximadamente a las tres cuartas partes de la historia, el protagonista pone fin a la aventura abandonando el extraordinario mundo, pero el antagonista no está completamente derrotado y ataca de nuevo.
11. RESURRECCIÓN. En el clímax, el protagonista vuelve a ser sometido a una dura prueba. Se produce otro momento de muerte y renacimiento, y el héroe finalmente se transforma por completo: ha superado sus miedos y alcanzado el objeto de su deseo. Se resuelven las polaridades que alteraban el equilibrio inicial del mundo ordinario.
12. REGRESO CON EL ELIXIR El héroe, cambiado y enriquecido, regresa a casa o se embarca en una nueva aventura.



2.3 Las cosas mejoran: de la historia al guión

Una vez que tienes la espina dorsal de tu historia (has creado la atmósfera, los personajes, situado los conflictos, dado forma a su "aventura", etc.), el siguiente paso en la escritura de guiones es rellenar esta estructura básica, haciendo que tu historia sea más convincente, más real.

2.3.1 Investigación y desarrollo

Tu historia se basará en algo que conoces, pero a medida que la escribes y la desarrollas puedes descubrir que surgen preguntas y necesitas más información. Tal vez tus personajes se desenvuelvan en un entorno laboral concreto (hospital, escuela, juzgado, etc.) y necesites conocer las normas de esos lugares de trabajo; tal vez tus personajes tengan que tratar ciertos temas (derecho, historia, matemáticas, etc.) y te des cuenta de que no sabes lo suficiente sobre ellos. Es muy importante que investigues sobre los temas concretos que trata tu historia, de lo contrario corres el riesgo de que resulte incoherente. Cada historia tiene una lógica interna que debe tener sentido. Por ejemplo: si escribes una historia sobre un médico y no sabes nada de anatomía, será mejor que investigues, porque un médico que confunde un pulmón con un hígado no es muy creíble, ¡y tu historia tampoco!

La investigación puede llevarse a cabo de varias maneras:

- Investigación en la biblioteca: buscar en libros, artículos, diarios y periódicos y consultar a los bibliotecarios para obtener otros recursos. También puedes utilizar herramientas digitales como Google, redes sociales, páginas web u otras fuentes que te ayuden a saber más sobre un tema.

- Investigación de campo: ir a un lugar concreto y hablar con las personas directamente implicadas. Por ejemplo, personas que vivieron un acontecimiento histórico concreto y pueden ayudar a recopilar datos y recuerdos.

Investigar lo suficiente y desarrollar la historia para hacerla más creíble tiene importantes consecuencias para todo el escenario, ya que la investigación determina el vocabulario de los personajes y cómo se relacionan entre sí y con el mundo de la historia. Recuerda: un mundo argumental coherente te ayuda a organizar tus pensamientos y a comunicar tu idea y tu punto de vista con mayor eficacia.

2.3.2 Narración visual

En el proceso de escritura de guiones, es importante tener en cuenta que contar una historia a través del lenguaje cinematográfico significa combinar imágenes, sonido y palabras. Es importante entender cómo transmitir tu idea a través de la acción y las imágenes, sin dejar de utilizar el diálogo.

La primera regla básica que debemos recordar es mostrar, no contar.

En una película no hay lugar para descripciones rimbombantes y ricas de los estados emocionales y pensamientos de los personajes. Los estados interiores, las opiniones, los planes y las reflexiones de los personajes no pueden escribirse simplemente sobre el papel, como en una novela, sino que deben mostrarse a través de las acciones que realizan los personajes. Las historias cinematográficas son ante todo historias visuales, y el mundo interior debe dramatizarse. Esto significa que todo tiene que mostrarse a través de los movimientos y las palabras de los actores, contado a través de imágenes y diálogos: cada vez que imagine que su personaje está pensando en algo, tiene que hacer que haga algo que exprese ese sentimiento/pensamiento. Puede ser una acción física o algo que le diga a alguien o incluso a sí mismo (utilizando la técnica de *la voz en off*).

Por ejemplo, en tu historia, tu protagonista, Marc, está secretamente enamorado de una compañera de clase, Jenny, y cada vez que se encuentran, sobre todo cuando ella sonríe, él se avergüenza, se comporta torpemente y acaba diciendo algo inapropiado, haciendo el ridículo.

¿Cómo contar esta historia visualmente? ¿Cómo hacer que el público entienda la situación, los sentimientos de Marc por Jenny y sus reacciones cuando la ve?

- A través de la acción:
Cuando Marc ve a Jenny, se queda helado, empieza a sudar, se balancea sobre sus talones y se sonroja cuando ella le sonríe.
- A través de diálogos:
Jenny se acerca, sonriendo a Marc, y él, con una expresión soñadora en la cara, empieza a hablar solo, diciendo: "¡Dios mío, ya viene! Es tan guapa... Me encanta cómo sonríe. Espero poder decir algo esta vez que no suene completamente estúpido".
- Mediante acciones y diálogos

Consejos prácticos →

- Cuando escriba diálogos, piense en cómo habla la gente en realidad (si hablan en jerga, utilícela).
- Evite la aparición de personajes dando un discurso.
- Los diálogos deben ser naturales. Si suenan forzados, desconocidos y extraños, reescríbalos.

2.3.3 Concretar la historia: Hacia la escritura de guiones

Ahora tienes una idea, una historia con personajes y conflictos y una estructura narrativa. ¿Y ahora qué?

La siguiente etapa consiste en concretar todo el material en un escenario. Aunque todo el mundo sabe cómo es el guión -más o menos-, se presta menos atención a las etapas intermedias que culminan en el guión.

La primera fase es (del inglés - *nota del traductor*) **SUBJECT**

Asunto es un término bastante general para designar la forma escrita que evoca y describe la idea, lo esencial de la película. En el caso de un cortometraje, puede ser de una página, una página y media, o incluso menos de una página si se ha centrado muy bien en el mensaje de la película. En cuanto a su estructura, debe evocar en la medida de lo posible el estilo, el tono, los efectos y la atmósfera de toda la película: si la película evoca la risa, el *tema*, a ser posible, también debe evocar la risa; si el giro pretende sorprenderte en la película, también debes sorprenderte al leer el *tema*.

El *tema* suele escribirse en presente y de la forma más sencilla posible: no digas "Veamos x, que..." a menos que sea necesario para entender algo relacionado con la trama y una forma privilegiada de transmitir la idea de la película sin explicarla.

Hay que hacer hincapié en la estructura en tres actos o, al menos, en los puntos de giro básicos de la trama. Ya no es importante detallar los giros argumentales, a menos que sean fundamentales para comprender el funcionamiento general de la historia. Lo más importante es destacar, en la medida de lo posible, la fuerza de la idea y la historia que tienes en mente.

Aquí tienes algunos consejos sobre cómo escribir un buen *asunto*:

- Conceptos sencillos en una forma sencilla.
- Presente la descripción y los entresijos de la trama de la forma más sencilla posible.
- Reduzca al mínimo las descripciones de los personajes.
- Evite los adornos literarios y las referencias intelectuales (no están prohibidos, pero no deben predominar).
- Resume el contenido del vídeo y céntrate en él.

La segunda etapa se denomina (del inglés - *nota del traductor*) **TRATAMIENTO**.

Se trata de una descripción detallada por escrito de la historia y de cómo la contará la película. En el *tratamiento* se diseña el material narrativo y las escenas según el orden del *sjužet*, no del *argumento* (es decir, si se piensa situar la última escena al principio de la película, en esta fase esta escena debe situarse al principio de la película, mientras que en la fase anterior, *tema*, estaba al final).

A continuación, utilizando el *tratamiento* como marco, se puede escribir un **ESCENARIO** completamente desarrollado.

Es un texto aplicado a la realización de una película y debe considerarse como tal. No es un texto artístico propiamente dicho y, aunque pueda tener cualidades estéticas y narrativas, su objetivo principal

es proporcionar toda la información útil para quienes tendrán que realizar realmente la película: temas para los actores, subtítulos para el diseñador de producción y el diseñador de vestuario, información para todos los que intervienen en la producción y tienen que fijar el presupuesto y, por supuesto, todos los elementos que necesita el director para rodar las escenas. Debe ser, por tanto, un documento muy claro, que en pocas palabras evoque tanto la atmósfera que se quiere sugerir en la película como toda la información técnica necesaria.

Cómo escribir un guión:

No olvides utilizar el diseño del documento para exponer tu punto de vista:

Cabecera de la escena: dónde y cuándo tiene lugar la escena (también indica información sobre la iluminación y el decorado).

Acciones: procure describir la acción, quién hace qué, cuándo, dónde y cómo.

Personajes: recuerda indicar el nombre del personaje antes de empezar a escribir sus líneas (diálogo).

188 INT. PILOT HOUSE - NIGHT

Brody and Hooper at the table, Quint at the wheel, keeping his eye on the light.

He's up again. QUINT

He corrects course slightly to keep the barrel buoy in sight. Hooper is sitting at the table, morose. Brody is staring at a couple of open cans of beans or beef stew, or some other crappy rations Quint has on board. Dirty spoons stuck in the open cans show us this has not been a formal dinner. Quint fumbles on the chart shelf and produces some of his home brew. He takes a pull, and hands it to Hooper, who takes a double.

Brody touches the fresh abrasion on his forehead, where the fishing rod caught him.

Quint bends forward and pulls his hair aside to show something near the crown.

That's not so bad. Look at this: ...St. Paddy's Day in Knocko Nolans, in Boston, where some sunovabitch winged me upside the head with a spittoon. QUINT

Ahora que ya tienes un guión, es hora de empezar a planificar el rodaje.

GLOSARIO

Antagonista: Personaje(s) que se opone(n) al protagonista principal y crea(n) un conflicto narrativo al desafiar, obstaculizar o enfrentarse a él(los). El antagonista puede adoptar muchas formas, como un personaje individual, una fuerza, un grupo de personas, una institución o incluso el lado (oscuro) del carácter interior del protagonista.

- Arquetipo: Se refiere a un carácter, rasgo o configuración general que encarna un ejemplo o modelo con características ideales. Puede ser un personaje, una representación o incluso un símbolo. Como recurso narrativo, un arquetipo es un motivo recurrente en las historias que representa un patrón universal de comportamiento humano.
- Fabula: Corresponde al contenido temático del relato. Es la materia prima del relato, presentada en la secuencia en que se viven los acontecimientos en el mundo ficticio.
- Tono: Término utilizado en la industria cinematográfica para describir el acto de explicar en una frase la idea básica de una película.
- Estereotipo: Imágenes mentales fijas y poco refinadas de individuos y grupos sociales basadas en la repetición de ciertas características físicas y psicológicas (a menudo exageradas). Esas creencias convencionalizadas, ancladas en el conocimiento cultural cotidiano, proporcionan puntos de referencia clave para la construcción narrativa de los personajes de ficción.
- Sjužet: Corresponde al orden cronológico de los acontecimientos en la narración. Es la forma en que se organiza la historia y cómo se presenta al espectador. Influye en la percepción de causa y efecto del espectador, en su acceso a la información y, en consecuencia, en su experiencia de los estados emocionales.
- Voz en off: Técnica de producción que consiste en grabar la voz para utilizarla fuera de la pantalla. Se produce cuando los pensamientos del actor se expresan en voz alta, pero la imagen no muestra la boca en movimiento del actor. Puede utilizarse cuando un narrador invisible habla por encima de las imágenes o para expresar estados de ánimo internos.

Bibliografía:

- Corsi, M. (2022) *Il linguaggio cinematografico. Narrazione, immagine, messinscena, montaggio e sonoro nei film e nelle serie tv*, Milano, Hoepli.
- Mckee, R. (1997), *Story: Substance, Structure, Style and the Principles of Screenwriting*, Nueva York, Regan Books.
- Seger, L. (2010), *Making a Good Script Great*, Los Ángeles, Silman-James Pr.
- Vogler. C. (1992), *El viaje del escritor: estructura mítica para escritores*, Michael Wiese Productions.

3.

Rodaje







Hasta ese momento, el guionista era el "protagonista" de la obra. Sin embargo, a partir de este momento, **el director** asume el papel de responsable de la cinematografía y la ejecución práctica de la película.

3.1 Del guión al guión

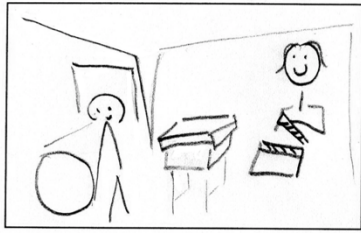
Una vez que tienes un escenario, es una buena y práctica idea "visualizarlo", trazarlo en tu mente y luego ponerlo "sobre el papel". El resultado de esta operación es un **STORYBOARD**. Se trata de un esquema plano a plano que muestra cómo será la película en términos de imágenes, escenas y secuencias, antes de pasar al rodaje real de las escenas con la cámara. Los storyboards son herramientas que ayudan al director a pensar visualmente en la historia, por lo que no tienen por qué ser impecables y acabados: incluso unos bocetos básicos pueden ayudar a visualizar la película. Puedes utilizar dibujos sencillos de personas, cuadrados para las casas, círculos para el sol y líneas de carreteras. El objetivo esencial no es crear una obra maestra artística, sino una herramienta útil que te ayude a hacerte una idea de cómo será cada plano.

Para realizar un guión gráfico, hay que decidir qué información se incluirá en la toma, qué actores aparecerán, qué harán y cómo se rodará.

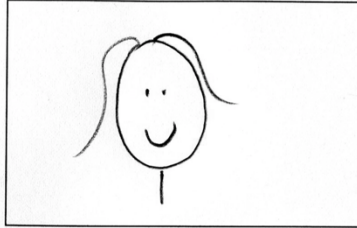
Puede utilizar esta plantilla de escenario:

		
<hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/>
		
<hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/>

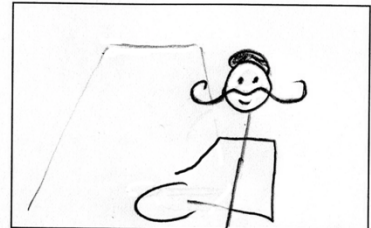
He aquí un ejemplo práctico de guión gráfico:



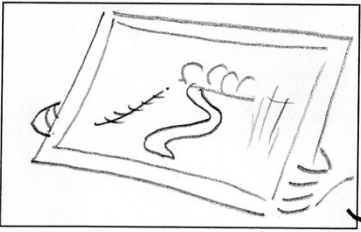
1. Wide shot of both Sarah and Callum illustrating where they are and what the film is about
Props: Megaphone, Clapper board



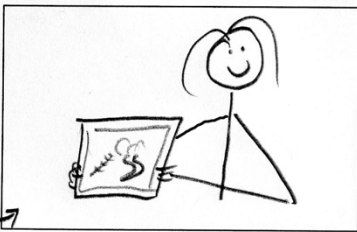
2. Close up of Sarah speaking directly to camera
Script: Sarah 'One thing you must remember...'



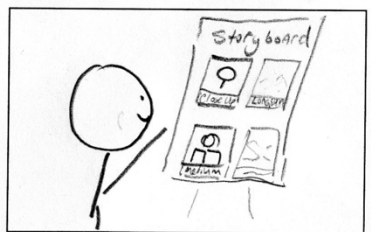
3. Low angle camera pointing up at Callum
Props: Moustache, Paintbrush
Script: Callum 'Oops! Sarah is right...'



4. Close up of Sarah holding photograph



5. Camera zooms out to a wide shot showing Sarah speaking about using photographs to plan your storyboard.



6. Over shoulder shot of Callum pointing to drawings of different shots that you could try filming.

También puedes utilizar fotos en lugar de dibujos si te resulta más cómodo.

Algunos directores planifican cada plano con un guión gráfico, en el que cada imagen representa exactamente cómo debería ser cada plano. Aunque esto no es una regla, como recomendación general puede decirse que cuanto más complejo sea el guión, más preciso debe ser el guión gráfico. Esto te ayudará a ser más eficaz a la hora de estructurar y organizar la grabación.

Guionizar significa pensar en cómo quieres que sean las tomas *antes de* llegar al plató el día del rodaje. Por supuesto, siempre se pueden hacer cambios, pero tener una idea clara del trabajo que tendrás que hacer con la cámara optimizará tu tiempo.

3.2 Es hora de ensuciarse las manos: preparar la escena

Una vez finalizado el guión gráfico, hay que preparar el decorado y organizar las actividades de rodaje antes de empezar a rodar. Una buena escenografía ayudará a evitar errores comunes y a que el rodaje se desarrolle con la mayor fluidez posible.

Hay varias claves para que la escena salga bien:

1. Selección del emplazamiento

Dependiendo de tu proyecto, tendrás que encontrar una localización (o más de una) que se adapte a tus necesidades. Una vez elegido el plató, comprueba con antelación el lugar donde piensas rodar, quizá más de una vez. Cuando visites el lugar, hazte las siguientes preguntas:

- ¿Necesita un permiso de rodaje?
- ¿Se cobrará por filmar allí?
- ¿Es posible rodar todas las escenas en el mismo lugar?
- ¿Cree que la iluminación es adecuada? ¿O tendrá que llevar focos?
- ¿Se le permitirá permanecer en el plató durante un día o más sin interrupción?
- Si piensas grabar sonido en directo, ¿habrá ruidos de fondo molestos?

2. Posicionamiento y encuadre de la cámara

Una vez elegido el lugar, determine cuál es la mejor manera de organizarlo. Considere si dispone de fuentes de alimentación, qué equipo de iluminación necesitará, los fondos más apropiados y el espacio físico necesario para los movimientos de cámara o la coreografía. Además, si va a rodar en exteriores, asegúrese de tener un plan B por si hace mal tiempo.

También tendrás que determinar los ángulos adecuados, los mejores lugares para colocar la cámara y probarla, y buscar problemas visuales (superficies reflectantes, distracciones, flashes, etc.) La mejor manera de hacerlo es colocar un objeto o un voluntario como sustituto donde estarán los actores (¡por eso necesitas un guión gráfico!).

3. Diseño de iluminación

Una vez instalada la cámara, hay que diseñar la iluminación en consecuencia. No olvides tener en cuenta el ambiente de las escenas y colocar las luces en consecuencia, ya que pueden utilizarse para crear un significado visual. La luz puede ser natural o artificial (o ambas) y debes tener en cuenta el color, la temperatura (una forma de describir el aspecto de la luz que proporciona la bombilla), la posición de los actores, etc. El objetivo principal es iluminar los objetos y realzar el ambiente general de la escena.

4. Materiales y atrezzo

Para dotar de autenticidad y contexto a las escenas es necesario contar con el atrezzo y los materiales adecuados. Son esenciales para proporcionar las señales visuales necesarias, ayudar a orientar al público y hacer que la historia sea más coherente desde el punto de vista visual. Por ejemplo, si quieres rodar una historia ambientada en el siglo XVII, los actores no pueden llevar vaqueros y camiseta.

3.3 "*¡Luces, cámara, acción!*": *Dirigir la película*

Una de las metáforas más populares para describir el trabajo de **un director** es la de un director de orquesta. François Truffaut, en *La nuit américaine* (1973), decía que un director es alguien a quien constantemente se le hacen preguntas, preguntas sobre todo. Así pues, la primera función del director es coordinar las distintas actividades técnicas y artísticas, dándoles una dirección unificada e inevitablemente "personal". Para ser eficaz, el director utiliza su imaginación para pensar en la historia, cómo debe contarse y qué aspecto debe tener la película. Es el director quien: ayuda a dar forma al guión (a menudo con el guionista), diseña el storyboard, selecciona al equipo y elige a los actores (pensando en quién interpretará mejor a cada personaje), decide los planos de cada escena, etc. Básicamente, el director lo supervisa todo. Cada director tiene su propio método: algunos se preocupan

más de los actores que de los aspectos técnicos, o viceversa. Sin embargo, ambos aspectos son fundamentales, por lo que los analizaremos en detalle.

Empecemos por la parte técnica.

3.3.1 Imagen

Es importante tener en cuenta estos factores a la hora de planificar el rodaje:



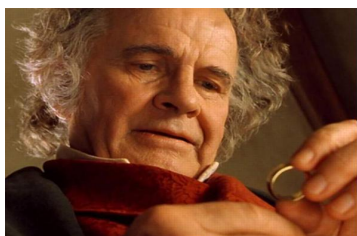
TAMAÑO DE LA TOMA

¿Qué parte de la escena se incluye en cada imagen (véase más abajo)



OBJETIVO

Decide qué elementos de la imagen deben estar enfocados.



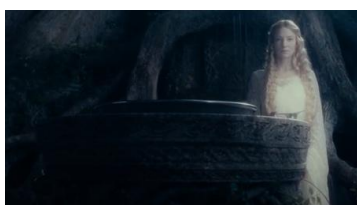
PUNTO/ÁNGULO

¿Dónde colocar la cámara en relación con los sujetos? (véase más abajo)



LÍNEA DE VISTA

Considera hacia dónde mira el actor en relación con la configuración de la escena.



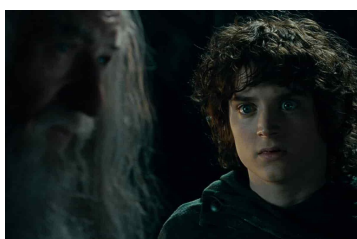
COMPOSICIÓN

¿Cómo colocas los objetos/cosas de la foto en relación con el fondo?



MOVER

Si los objetos se mueven en la imagen, planifica cómo los seguirá la cámara



LUZ

¿Qué es la luz y de qué lado cae?



COLOR

El color puede ayudar a contar una historia y expresar una idea

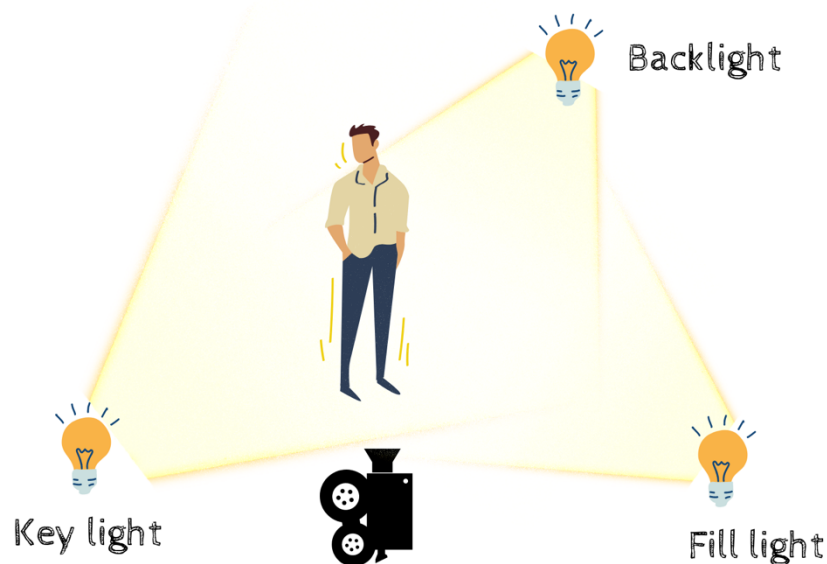
El concepto de luz e **ILUMINACIÓN** merece una reflexión más profunda. La fuente de luz que ilumina una escena puede colocarse en distintas posiciones en función de lo que se filme. Incluso esta elección no es indiferente al efecto deseado por el director. Por ejemplo, la iluminación que acentúa los efectos de claroscuro suele utilizarse para resaltar las situaciones dramáticas.

Hay dos opciones principales para colocar las luces en el marco:

- luz que ilumina sin ser vista (**luz neutra**)
- luz que no sólo ilumina las cosas, sino que se muestra como una presencia física (**luz antinaturalista**).

Existe un principio estándar que se puede seguir para optimizar y equilibrar la iluminación de una escena: **el principio de iluminación de tres puntos**. Según este principio, deben establecerse tres puntos de luz:

- **Luz clave:** la principal fuente de luz de la escena. Esta luz es la de mayor intensidad (aunque debe estar algo difuminada) y tiene un ángulo de 45 grados frente al sujeto para evitar crear demasiadas sombras.
- **Luz de relleno:** equilibra las sombras producidas por la luz clave, exponiendo los detalles del sujeto. Por este motivo, la luz de relleno suele colocarse frente a la luz clave y se recomienda que su luminosidad no sea demasiado intensa (50% de la luz clave).
- **Retroiluminación:** es la tercera y última luz de la configuración de tres puntos. Se utiliza para evitar que el objeto parezca plano y pierda dimensionalidad. Para contrarrestar este efecto, coloca detrás una luz de baja intensidad.



Además de estas directrices generales, hay otros consejos que podemos utilizar para mejorar nuestra imagen al filmar.

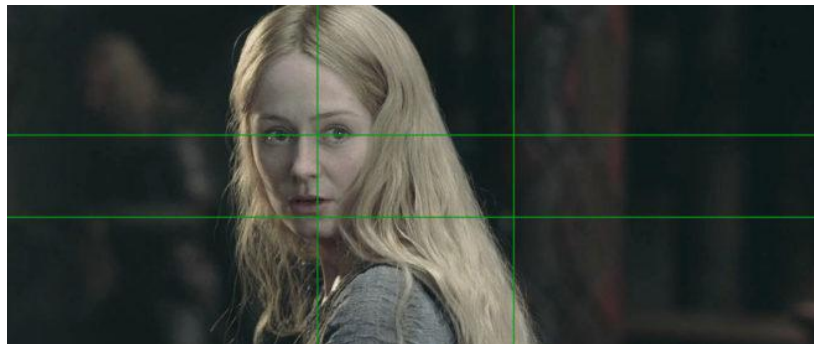
Cuando se trata de **COMPOSICIÓN**, por ejemplo, el objetivo principal suele ser centrar la percepción y la atención del espectador hacia las partes de la imagen que resultan más deseables.

Nuestros ojos tienden a centrarse principalmente en el centro geométrico de la imagen:



Como alternativa, puede aplicarse el denominado "**principio tripartito**":

Comúnmente utilizada en fotografía (y también en cinematografía), la regla del tercio se refiere a un tipo de composición en la que la imagen está perfectamente dividida en tres partes, tanto horizontal como verticalmente. El resultado es una cuadrícula compuesta por dos líneas horizontales y dos verticales. El ojo del espectador se posa en los puntos de enfoque situados en la intersección de estas líneas. Por lo tanto, el sujeto o sujetos principales del encuadre deben ocupar el punto de intersección y continuar a lo largo de la línea horizontal o vertical.



3.3.2. Planos de encuadre y de tiro

La decisión de encuadrar significa muchas cosas: dónde colocar la cámara (en qué punto, distancia y altura, ángulo e inclinación), pero también qué objetivos utilizar. El director discute estos aspectos con **el director de fotografía**, especialmente la elección de los objetivos y la iluminación.

Un fotograma es una sola imagen de película o vídeo. El encuadre (plano) consiste en diseñar el contenido visual de una serie de fotogramas vistos desde un único punto de vista, es decir, una cámara fija.

Existen distintos tipos o, mejor dicho, **planos de rodaje**, que difieren según la relación del personaje con el entorno. Familiarizarse con esta nomenclatura es esencial para garantizar que todos los implicados en el proyecto "hablen el mismo idioma" y se comuniquen eficazmente durante el rodaje.

Podemos dividir los planos en dos categorías principales: (A) planos que indican el tamaño del objeto y (B) planos que indican el ángulo/posición de la cámara.

A) disparos que indican el tamaño del objeto:

En general, podemos distinguir tres tamaños principales de tiro: Largo, Medio y Cercano.

- Los planos largos muestran las instalaciones desde lejos, destacando el emplazamiento y la ubicación,
- Los planos medios hacen hincapié en el sujeto y muestran parte del entorno.
- Los primeros planos revelan detalles del sujeto, lo que acentúa los estados emocionales de las figuras.

Para ser más precisos:



PLAN TOTAL

La atención se centra por completo en el paisaje y los personajes son pequeños o incluso están ausentes. Este tipo de plano es especialmente útil para establecer una escena (véase Plano de establecimiento más abajo). Los personajes no son necesariamente visibles en esta toma.



PLAN GENERAL

La figura está encuadrada de pies a cabeza. La figura está más centrada que en un plano largo extremo, pero el paisaje sigue dominando el encuadre.



PLAN COMPLETO (también conocido como FULL BODY SHOT)

Los personajes aparecen de pies a cabeza y el sujeto llena el encuadre. Se hace más hincapié en la acción y el movimiento que en la expresión de las emociones de los personajes.



PLAN EE.UU.

El encuadre cubre tres cuartas partes del cuerpo y muestra al sujeto desde las rodillas hacia arriba.



PLAN MEDIO

Muestra parte del sujeto con más detalle. En el caso de una persona, un plano medio suele encuadrarla desde la cadera hasta la cabeza.



HALF-LIKE

Suele encuadrar al sujeto desde el pecho o los hombros hacia arriba.



IMAGEN

Llena la pantalla con parte del sujeto, normalmente la cabeza/cara de la persona. Al encuadrar de este modo, las emociones y reacciones del personaje son el tema de la escena



LARGE ROCK
(también conocido
como **CHOKER**)

El marco sólo cubre los rasgos faciales principales, normalmente desde encima de las cejas hasta debajo de la boca.



DETAL

Resalta una pequeña zona o detalle del sujeto, como los ojos o la boca.



MAKRODETAL

El encuadre se centra en un detalle de un objeto que tiene especial importancia para comprender una escena o una película.

B) Tomas que indican ángulos de cámara

Además del tamaño del objeto en el encuadre, los tipos de plano también pueden indicar dónde está situada la cámara en relación con el objeto, definiendo así diferentes **perspectivas**. En cuanto a la posición de la cámara, podemos identificar varios planos:



PLANO DEL OJO

Rodada con una cámara más o menos a la altura del ojo humano, lo que da un efecto neutro para el público.



ALTA PERSPECTIVA (también conocido como PLONGÉE)

El sujeto está encuadrado desde arriba. Esto puede hacer que el sujeto parezca vulnerable, débil o asustado.



PROSPECTO BAJO (también conocido como CONTRE-PLONGÉE)

El sujeto está encuadrado por debajo del nivel de los ojos. Esto puede hacer que el sujeto parezca dominante, heroico o amenazador.



LA PERSPECTIVA HOLANDESA

Plano en el que la cámara está situada en un ángulo tal con respecto al eje de rotación que la línea del horizonte no es plana. Suele utilizarse para expresar un estado mental de confusión o ansiedad.



TIRO POR ENCIMA DEL HOMBRO

El sujeto es encuadrado (en primer plano medio) por encima del hombro de otro personaje. El hombro, el cuello y/o la nuca de la persona que da la espalda a la cámara permanecen en el encuadre. Las entrevistas y las escenas de diálogo resultan más naturales con este encuadre.



PLANTEAMIENTO DE ESTABLECIMIENTO

Uno o varios planos generales que informan al espectador de dónde se desarrolla la acción. Las expresiones faciales de los personajes (si las hay) son ilegibles; la relación del personaje con el entorno es importante.



PUNTO DE VISTA

Plano para simular lo que ve un personaje concreto en una escena. De este modo, el público se sitúa directamente en la cabeza del personaje.

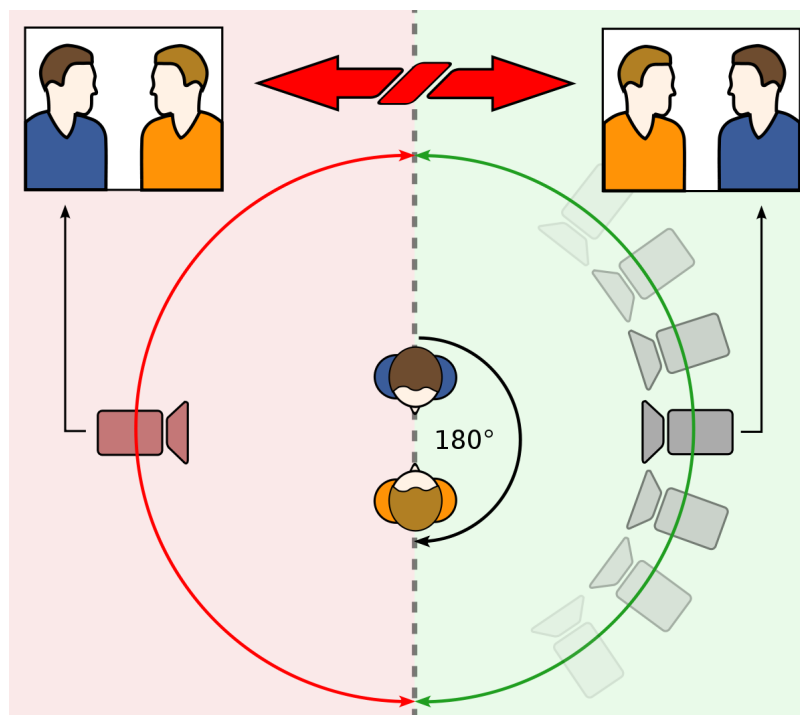
El director decide no sólo el corte de los planos y los movimientos de cámara, sino también dónde colocar la cámara. Contrariamente a lo que se suele pensar, el talento del director no está en crear los planos más "raros" (¿memorables?), sino en encontrar las posiciones "adecuadas" en relación con el desarrollo de la narración y las relaciones entre los personajes.

Para orientarse entre dos imágenes consecutivas, el espectador debe tener puntos de referencia: por lo tanto, ¡hay que garantizar la *continuidad*! Para tener un montaje con tomas que se puedan conectar, es necesario seguir el **PRINCIPIO DE LOS 180°**:

Se trata de un principio básico relativo a la relación espacial en pantalla entre dos personajes o a la interacción entre personajes y objetos dentro de una escena. Según Bordwell y Thompson, "se supone que la acción de una escena, una persona caminando, dos personas hablando, un coche corriendo por una carretera, se desarrolla a lo largo de una línea discernible y predecible" (1990, 221).

La regla de los 180° establece que la cámara debe situarse a un lado de esta línea, que se supone que es el eje ficticio entre los dos personajes, de modo que el primer personaje quede siempre encuadrado a la derecha del segundo. Así, durante el rodaje, sus posiciones se mantienen constantes una con respecto a la otra. La transición de un personaje al personaje opuesto se denomina **DISPARO/PISTA**. El contraplano no cruza este eje, sino que muestra el espacio correspondiente al espacio del entrevistado (permaneciendo así en ese lado de la línea).

Esta regla garantiza la continuidad de la película, ya que si se incumple desplazando la cámara fuera de la línea, se puede acabar con los dos personajes en el mismo lado de la pantalla, lo que resulta confuso espacialmente para el público.



Al combinar planos principales con planos/contraplanos durante el montaje, el resultado será una escena vista desde distintos ángulos.

Una alternativa al uso de diferentes ángulos de plano de acción es utilizar un único punto de vista, utilizando una cámara colocada sobre un estabilizador (Steadicam). Este método suele denominarse **PLANO LARGO**. Se trata de un plano especialmente largo, sin cortes ni pausas, que capta la escena en su conjunto. Es un plano que se pretende que aparezca como un único plano continuo en el montaje final de la película.

Las tomas largas son especialmente apreciadas por los directores que buscan el realismo (porque el tiempo real y el tiempo cinematográfico se corresponden) y un alto nivel de calidad en términos de técnica cinematográfica. De hecho, las tomas largas implican un trabajo especialmente difícil, ya que no se puede confiar en el montaje ni en las tomas de apoyo para corregir los errores (un objeto fuera de lugar, acontecimientos inesperados, una frase mal dicha o mal pronunciada, etc.).

3.3.3 Movimientos de la cámara

Los movimientos de cámara constituyen un código específico del lenguaje audiovisual propio de las prácticas de la imagen en movimiento. Por tanto, el carácter estático o dinámico de la cámara es también un parámetro básico del encuadre. Entre los movimientos de cámara, distinguimos tres tipos principales:

PANORÁMICA (PANNING): Generalmente se utiliza para describir un entorno, externo o interno, de modo que el espectador pueda obtener una visión de conjunto. Como tal, la panorámica suele ser lenta. Por lo demás, puede desempeñar una función relacional, combinando dos fotogramas sin recorte.

TRACKING SHOT: se produce siempre que la cámara se desplaza por el espacio (en cada una de las tres dimensiones espaciales, lateral, frontal y superior). La cámara se coloca sobre un soporte móvil, como un carro o un coche. El travelling es una forma expresiva y muy evocadora de comunicar el punto de vista del director, ya que aumenta o disminuye la importancia de los elementos encuadrados. También es muy importante definir la relación entre el movimiento de la cámara y los elementos de la escena (por ejemplo, el travelling puede utilizarse para seguir a un personaje o a un elemento principal).

ZOOM: Es una forma de simular el seguimiento (de hecho, el zoom suele denominarse seguimiento óptico) mediante el uso de una lente de enfoque variable para acercar o alejar (zoom in/out) el sujeto encuadrado. En comparación con la toma de seguimiento, que se realiza físicamente moviendo la cámara, el zoom proporciona una deformación de la óptica y, por tanto, una perspectiva de renderizado y una nitidez de la imagen diferentes.

A menos que tu presupuesto te permita invertir en equipos avanzados como dollies, drones, estabilizadores (Steadicam), etc., lo más probable es que utilices la cámara tú mismo y cámara en mano. Puedes utilizar un soporte (caballete) para estabilizar la imagen, pero también puedes mover la cámara tú mismo sin ayuda de trípodes u otros dispositivos. Esta técnica se denomina **HAND HELD CAMERA (cámara en mano)** y es especialmente apreciada por aquellos directores que valoran nociones estéticas como la idea de inestabilidad visual y la emulación de formatos no profesionales.

3.3.4 Filmar con teléfonos

Hoy en día, los teléfonos móviles permiten grabar cualquier tipo de vídeo con resultados profesionales y de alta calidad. Sin embargo, utilizar un teléfono tiene sus ventajas y sus inconvenientes:

PLUSES

- Probablemente ya tengas un teléfono y no necesites comprar cámaras y equipos profesionales caros.
- La gente ya está acostumbrada a utilizarlo para grabar vídeo y probablemente ya conozca/utilice muchas de las funciones y capacidades de filmación de su dispositivo.
- Es fácil llevar el teléfono encima, incluso si vas a fotografiar en lugares poco habituales.

- También puedes contar con equipos baratos que te ayuden a hacer tomas de mejor calidad, como estabilizadores, trípodes, kits de objetivos, etc. Además, puedes utilizar tu teléfono para filmar tomas de seguimiento suaves.

FALLOS

- La cámara es pequeña y no permite todos los efectos que proporciona una cámara profesional, sobre todo en cuanto a los tipos de tomas.
- El teléfono no rinde bien con poca luz, por lo que si planeas fotografiar de noche o en condiciones especiales de iluminación (amanecer o atardecer), puede que el móvil no se adapte a tus necesidades.
- El sonido es limitado, por lo que tendrás que acercarte mucho a los actores para grabarlos con buena calidad o utilizar un micrófono aparte. Es más, es posible que no puedas controlar lo que estás grabando, con lo que te arriesgas a abandonar el plató, volver a casa y descubrir que has perdido el tiempo porque el sonido es malo.
- Puede ser difícil mantener una posición estable al disparar, así que considera la posibilidad de comprar estabilizadores, fundas o abrazaderas.
- Incluso con aplicaciones de cámaras profesionales, los ajustes y el control manual son limitados.

3.3.5 Sonido (incluso el silencio)

El sonido es una parte muy importante de una película. Ayuda a crear un ambiente, dirigiendo la atención del público hacia un elemento concreto de la imagen. Sobre todo en los mensajes ecologistas, al filmar temas relacionados con cuestiones de conservación, hábitats, etc., debe tenerse en cuenta. El sonido en el cine adopta muchas formas, que pueden resumirse en tres categorías: habla, música y ruido (efectos sonoros).

Sin embargo, para ser más precisos, cabe hacer una distinción:

DIÁLOGO: Conversaciones y comunicación verbal entre dos o más personajes. Esta es una de las partes más importantes de la película, ya que impulsa la trama y los temas.

SONIDO AMBIENTAL o DE FONDO: Es el sonido característico de la localización o zona exterior en la que se está grabando. Este sonido es extremadamente importante para la coherencia.

EFFECTOS DE SONIDO: Sonidos que no suelen ser fáciles de reproducir (por ejemplo, ruidos militares en una escena bélica, una multitud animando en un estadio). Puedes recurrir a bibliotecas de sonidos pregrabados para obtener este tipo de sonidos, a menudo de forma gratuita, y luego añadirlos a la imagen en postproducción.

FOLEY: Algunas personas nunca han oído hablar de él, pero es un tipo de sonido bastante interesante. Llamado así por Jack Foley, pionero en la práctica de la pregrabación de sonidos cotidianos, el término se refiere a todos los sonidos que oímos habitualmente en la vida diaria (pasos, sonidos de telas, objetos y atrezzo) y que son fundamentales para dar coherencia a una película. Se graban por separado (hay bibliotecas en línea que se pueden utilizar) y se añaden a las imágenes en sincronía cuando la película ya está grabada.

MÚSICA: es uno de los elementos más importantes de una película, ya que desempeña un papel clave a la hora de establecer el tono de una escena o secuencia. Mediante la elección correcta de la música, el director puede enfatizar la carga emocional, el tono y la atmósfera general de una escena o secuencia, e incluso describir mejor a un personaje y su papel narrativo.

La configuración de esos sonidos (en cuanto a volumen, ritmo, etc.) va más allá de las cuestiones directamente relacionadas con el cine. Pero cuando se trata del uso de sonidos en el cine, hay que tener en cuenta otras cuestiones técnicas. Cualquier sonido puede estar relacionado con **la diégesis** y puede estar completamente desvinculado del plano de la narración. Podemos tener:

- SOUND IN: sonido diegético; la fuente está enmarcada: una canción que suena en la radio es escuchada tanto por los personajes como por el público.
- SONIDO OFF: sonido diegético cuya fuente permanece fuera de cuadro - los protagonistas y el público oyen el sonido del mar y los gritos de las gaviotas, pero ninguno de ellos aparece en el cuadro.
- SOUND OVER: sonido no diegético o diegético interno (el personaje lo oye en su mente).

3.3.6 Dirigir a los actores

Otra tarea fundamental del director es trabajar con los actores para determinar cómo deben interpretarse sus personajes y cómo debe ser una escena concreta. Los actores contribuyen, por supuesto, pero el director es la persona más responsable del resultado final, incluso de las decisiones interpretativas finales.

Dirigir a un actor significa darle indicaciones para que descubra la intención de lo que debe hacer. El problema para el actor de cine es que no puede actuar en continuidad, ante el público, como en el teatro. Existe el riesgo de que la representación se descomponga en innumerables episodios y movimientos sin ninguna unidad global. El trabajo del director consiste en guiar al actor para que mantenga la coherencia del personaje dándole indicaciones psicológicas y emocionales. Lo esencial es conseguir que el actor interprete su papel como si fuera el personaje, no sólo imitando sus actitudes, sino viviéndolas como si fueran suyas.

Tratar a un actor como a una marioneta que replica gestos y reflejos es el mayor error de un director. No se puede enseñar a un actor cómo comportarse en el plató, pero sí se pueden crear las condiciones que le permitan sentir ese personaje dentro de sí mismo. Para lograrlo, el director debe ayudar al actor a encontrar la clave para retratar al personaje. Quizá le ayudaría involucrarle, hacerle reaccionar y trabajar sobre cómo se **siente emocionalmente con los personajes que está representando**.

Un elemento clave en la relación entre director y actores es el número de dobles de la misma toma. Hay directores que ensayan mucho y luego limitan el número de dobles para mantener "fresca" la interpretación del actor. Por otro lado, hay directores que prefieren acumular dobles para conseguir una determinada intensidad del actor a través de la tensión y la fatiga. Tú eliges, pero recuerda que, sea cual sea el estilo de dirección, hay que guiar a los actores.

GLOSARIO

- Diegeza En términos generales, una diégesis es todo un mundo de narraciones. Toda narración contiene una diégesis, pero cada tipo de relato capta este espacio-tiempo de distintas maneras.
- En teoría cinematográfica, este término se refiere al mundo espacio-temporal representado en una película. Todo lo que está en este mundo (como los diálogos o los sonidos utilizados para establecer la localización) se denomina **diegético**, mientras que todo lo que está fuera de él (como la voz en off, la música que sólo oye el público o los subtítulos superpuestos) es **extradiegético**.

Bibliografía:

- Barrance, T. (2021), *Start Making Movies*, Penarth (Reino Unido), Learnaboutfilm Ltd.
- Bordwell, D., Thompson, K. (1990), *Film Art (An Introduction) Tercera edición*, Nueva York, McGrawHill, Inc.
- Burstyn L., et. al. (2004), *Making Movies: A Guide for Young Filmmakers*, Los Ángeles, The Film Foundation.

4.

Edición y postproducción

La postproducción es la fase posterior a la producción de una película en la que comienza el montaje del material audiovisual.

4.1 *¡Combina el material y córtalo!*

Una vez que se han rodado todas las escenas y se dispone del material en bruto, es hora de empezar a montar. En esta fase se monta finalmente la película: tienes la oportunidad de ver todo el metraje disponible y decidir qué planos insertar, cuáles recortar o eliminar y en qué orden colocar los fotogramas uno junto a otro para crear la película que tienes en mente. Durante el montaje, puedes ver realmente cómo se hace la película. El montador, en estrecha colaboración con el director, decide qué planos utilizar, cómo combinarlos y cuánto tiempo mantener cada plano antes de pasar al siguiente. Un buen montaje consiste en elegir los planos y combinarlos para transmitir la visión del director.

4.1.1 *¿Te gustan los rompecabezas? Montaje de sentido común*

Una película en bruto se parece a un rompecabezas: tiene tomas individuales, música, efectos de sonido y quizás algunos efectos visuales, y luego hay que combinar todos estos elementos para crear una película completa y coherente. El montaje, sin embargo, es algo más que combinar planos en escenas y secuencias. El montaje no es sólo un proceso mecánico, también es un arte: el arte de seleccionar las mejores tomas, las más importantes, del material grabado en el lugar y recopilarlas, combinándolas para crear una película coherente.

Según algunos teóricos, el montaje representa la verdadera especificidad del lenguaje cinematográfico. Incluso los que no van tan lejos afirman que el montaje es una de las partes más importantes de la realización cinematográfica: es posible que no se note un buen montaje (a menudo se habla del montaje cinematográfico como el "arte invisible") porque se está inmerso en la historia, pero sin duda se notará un mal montaje porque la película será confusa, aburrida y carente de interés.

Y es que, a través del montaje, es posible transmitir significados, transmitir mensajes e influir emocionalmente en el público. Los directores de cine descubrieron el poder del montaje desde los inicios del medio. Se dieron cuenta de que una imagen en pantalla no tenía por qué mostrar a una persona de la cabeza a los pies y de que se podían hacer tomas en diferentes lugares y en diferentes momentos, y luego combinarlas para formar un todo narrativo. Además, descubrieron que la combinación de dos planos crea un efecto emocional y cognitivo en la mente del espectador.

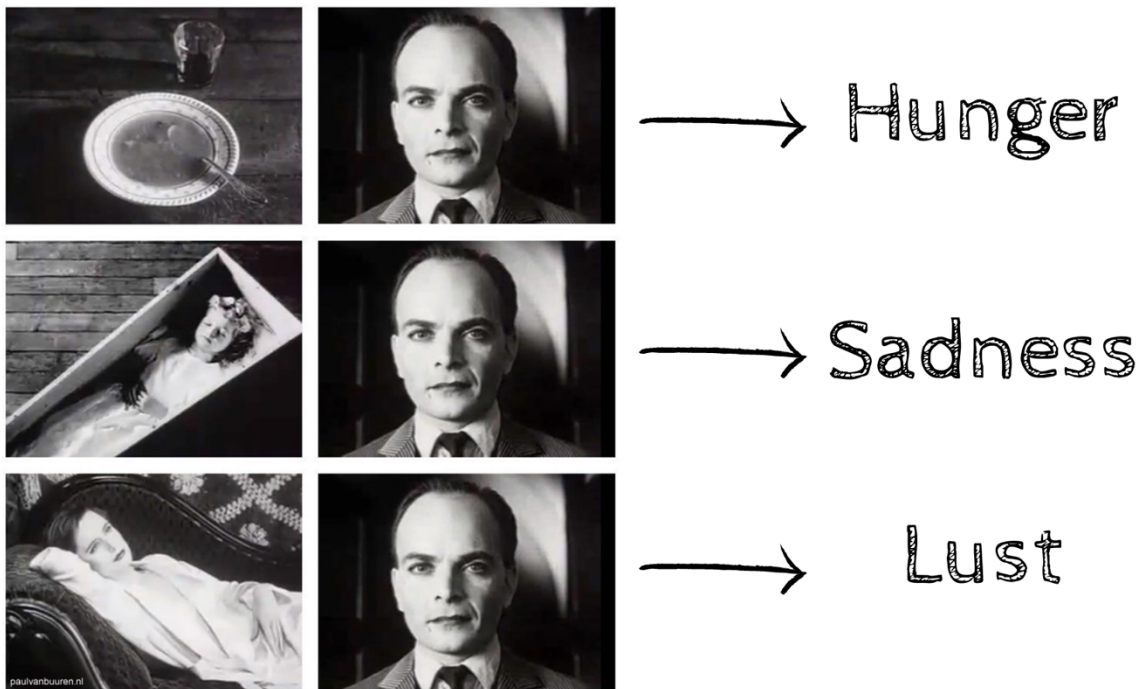
Una de las teorías más importantes es el "**efecto Kuleshov**", especialmente en lo que respecta a la implicación emocional del público.

El efecto Kuleshov fue un experimento cinematográfico llevado a cabo por el cineasta soviético Lev Kuleshov en la década de 1920, interesado en traspasar los límites y experimentar con técnicas de montaje creativas. Kuleshov demostró que los espectadores obtienen más significado de la interacción de dos planos secuencia (que es la base del proceso de montaje) que de un único plano aislado. El experimento también demostró que el montaje tiene un fuerte impacto en los espectadores en términos de compromiso emocional e intelectual.

¿Cómo consiguió exactamente Kuleshov este resultado?

Mientras enseñaba en la Escuela de Cine de Moscú, realizó un experimento para demostrar cómo podía influir en la interpretación del espectador la expresión facial de un personaje yuxtaponiéndola a una segunda imagen. Editó un primer plano de un hombre inexpresivo (para el que utilizó un fotograma del actor del cine mudo zarista Ivan Mozzhukhin) junto con tres planos finales alternativos: un niño muerto en un ataúd, un plato de sopa y una mujer tumbada en un sofá. A continuación, Kuleshov mostró las tres películas editadas a tres públicos distintos y les pidió que interpretaran lo que creían que estaba pensando Ivan Mozzhukhin.

Las personas que vieron la imagen del niño muerto afirmaron que la expresión facial del hombre indicaba tristeza. Los espectadores que vieron al hombre y luego un fotograma con un plato de sopa interpretaron que la expresión facial del hombre indicaba hambre. Y combinada con la imagen de la mujer en el sofá, los espectadores supusieron que el hombre sentía lujuria. De hecho, la expresión facial del hombre era idéntica en las tres películas, pero la forma en que los espectadores interpretaban la expresión -hambre, tristeza o lujuria- dependía totalmente de la imagen que le seguía.



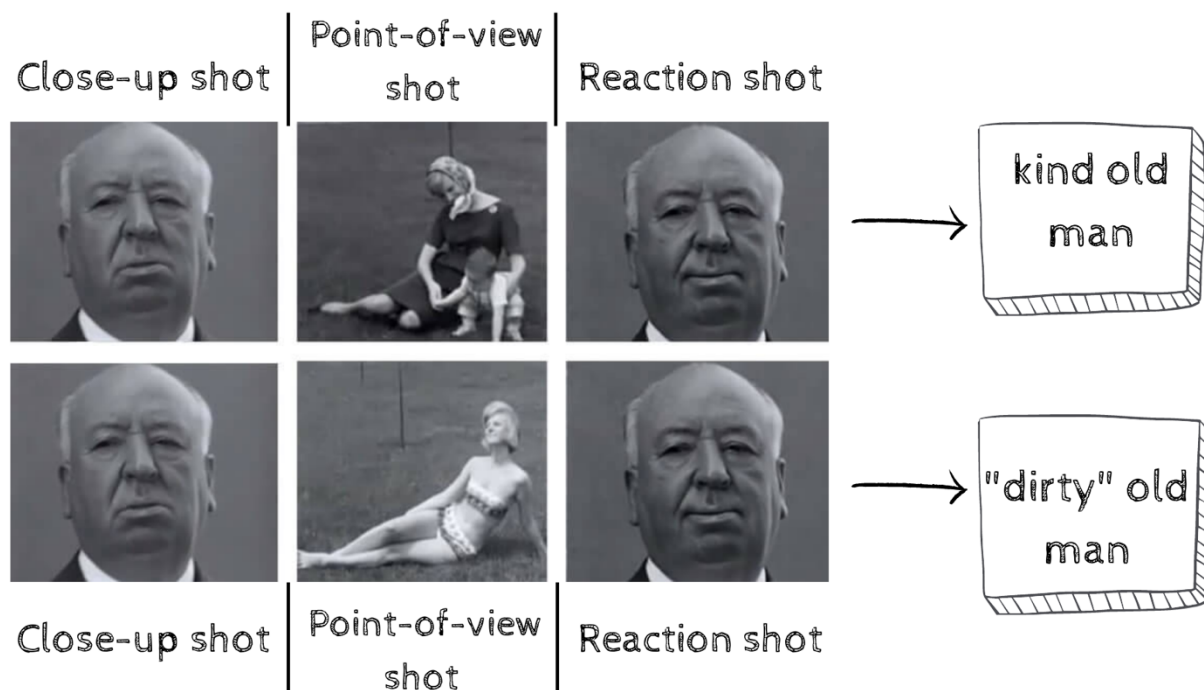
El experimento demostró a directores y montadores que la duración del plano, el movimiento, los cortes y las yuxtaposiciones son técnicas cinematográficas que pueden utilizarse como medios lingüísticos para comunicar algo, un mensaje o un sentimiento al público.

Kuleshov llegó a la conclusión de que una historia cinematográfica se cuenta mejor cortando y yuxtaponiendo fragmentos individuales de una película.

Muchos años después del primer experimento de Kuleshov, el director **Alfred Hitchcock** lo utilizó y adaptó a su propia teoría del montaje. En la visión de Hitchcock, el núcleo del proceso de montaje se basa en tres planos:

1. Primer plano
2. En perspectiva
3. Plano de reacción (plano que se aleja de la escena principal para mostrar la reacción de un personaje).

Hitchcock añadió un plano de reacción a su "unidad de montaje" básica para explicar mejor al público lo que el personaje está pensando o sintiendo sobre lo que acaba de ver.



¿Cómo utilizar en la práctica el "efecto Kuleshov" en una película? Este principio debe tenerse en cuenta en todas las fases de la producción. Por ejemplo, en el guión hay que dar a los personajes la oportunidad de reaccionar a cada diálogo y acción importantes. Estas reacciones serán muy valiosas en la fase de montaje. Además, durante el rodaje, hay que procurar utilizar primeros planos para centrarse en el rostro de un solo personaje y destacar sus reacciones emocionales, lo que ayudará al público a sentir y comprender la acción en pantalla. Todos estos elementos culminan en el montaje: disponer de suficientes primeros planos y planos de reacción da a los montadores la oportunidad de conectar las escenas de manera que lleven al público a sentimientos/estados emocionales específicos.

Lo que hemos dicho sobre la capacidad del montaje para suscitar y canalizar determinados estados emocionales en el público también es importante desde un punto de vista intelectual: el montaje puede influir significativamente en el público y en su comprensión de una película y su mensaje. De hecho, el montaje puede considerarse una forma de comunicar eficazmente información, temas, pensamientos e ideas sobre un tema SIN PALABRAS.

Durante el mismo periodo en que Kuleshov trabajaba en su experimento, su alumno, **Sergei Eisenstein, desarrolló** el descubrimiento de su maestro y elaboró su teoría, argumentando que la esencia y el poder comunicativo del lenguaje cinematográfico se basan en el montaje, cuyo objetivo es yuxtaponer el plano A ("tesis") con el plano B ("antítesis") para crear una idea totalmente nueva ("síntesis") en la mente del espectador.

Con sus herramientas, el montaje desempeña un papel clave en la construcción narrativa, cognitiva y dramática de toda la película:

- El montaje define el papel de los personajes y de los objetos: las jerarquías de los personajes, la dinámica de las relaciones entre ellos, pero también la importancia de ciertos objetos pueden subrayarse mediante técnicas de montaje.
- El montaje mejora la interpretación: permite al cineasta insertar primeros planos, planos de reacción, relaciones visuales entre dos o más actores y pausas entre líneas de diálogo para maximizar la interpretación.
- El montaje crea el clímax de la escena: el uso de un montaje de suspense de imágenes, música y efectos sonoros refuerza la tensión de la escena.
- El montaje refuerza las elecciones estilísticas del director, así como el mensaje que quiere transmitir con la película

4.1.2 Crear un montaje: Cortes y transiciones

Hay que tener en cuenta muchos elementos a la hora de editar las secuencias:

- a) **Ritmo**: la duración de los planos y las escenas confiere a toda la película un ritmo, una sensación de movimiento rápido o lento.
- b) **Longitud de la etapa**
- c) **Orden de planos y escenas**: la disposición de los planos en un orden determinado puede influir en el significado de una escena. Podemos distinguir dos formas principales de ordenar las escenas:
 - *Montaje lineal*: se trata de montar los planos rodados en el orden en que suceden.
 - *Montaje no lineal*: cada plano y escena puede moverse en cualquier orden de la película. (Por ejemplo, la escena inicial puede trasladarse fácilmente al final). El montaje no lineal es más fácil, más rápido y permite más imaginación que el montaje lineal.
- d) **Cortar en acción**: la mayoría de las tomas se cortan (o editan) mejor en acción.
- e) **Combinación de planos**: combine planos estáticos con otros estáticos y planos en movimiento con otros en movimiento. De lo contrario, el resultado puede ser chocante y perturbador (¡lo cual, sin embargo, puede haber sido tu intención todo el tiempo!).

- f) **Mostrar la acción simultáneamente:** se pueden intercalar escenas que tienen lugar al mismo tiempo.
- g) **Selección de la mejor toma** (o combinación de varias mejores tomas): Cuantas más tomas, más opciones tendrás en la sala de edición. También puedes combinar fragmentos de distintas tomas para conseguir el efecto deseado.

La técnica de montaje más habitual para lograr todos los objetivos mencionados es el **CORTE DE MONTAJE**. Los cortes son transiciones instantáneas que se utilizan para trasladar al público de una imagen a otra o de una escena a otra. Un corte puede cambiar una escena, comprimir el tiempo, cambiar el punto de vista o incluso crear una imagen o un concepto.

Hay muchos tipos de cortes en el cine. Aunque algunos son más conceptuales y otros más narrativos, todos se definen por la vinculación directa de las imágenes.

CORTAR LA ACCIÓN



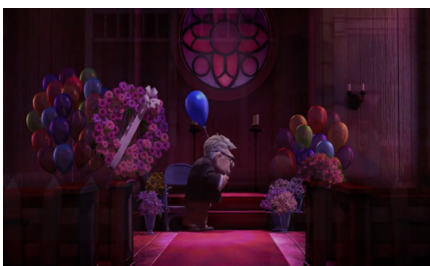
La transición de una toma a otra mientras el sujeto sigue en movimiento. Es un cambio brusco de plano de un punto de vista o localización a otro. El uso de cortes en la acción permite un montaje fluido.

CORTE



Es la interrupción de una acción filmada de forma continua mediante la inserción de la visión de otra cosa. Rompe la continuidad de una escena ofreciendo al público un nuevo punto de vista.

MATCH CUT



Cualquier transición, sonora o visual, que utiliza elementos de la escena anterior para trasladar al espectador sin solución de continuidad a la escena siguiente. Se diferencia de los cortes normales porque proporciona una conexión temática (subtexto) entre dos acontecimientos o conceptos separados.

CORTE TRANSVERSAL



Transición de una línea de acción a otra. Los planos yuxtapuestos entrelazan dos acciones que tienen lugar al mismo tiempo pero en escenarios diferentes.

JUMP CUT



Ocurre cuando se realiza un corte dentro de la misma toma, normalmente estática. Los personajes aparecen en posiciones diferentes, por lo que puede ser una técnica de montaje cinematográfico eficaz para representar un salto en el tiempo.

La versión final editada de una película se denomina **versión definitiva**. Pueden cortarse partes de escenas, o incluso escenas enteras, si el director y/o el montador consideran que no son necesarias para contar la historia, o si la película es más larga de lo previsto.

Además de los cortes, los editores pueden utilizar efectos visuales llamados **TRANSICIONES** para pasar de una escena a otra (no suelen utilizarse para pasar de un fotograma a otro).

FUNDIDO DE ENTRADA / FUNDIDO DE SALIDA



La escena surge gradualmente del silencio o la oscuridad y viceversa.

DISOLUCIÓN CRUZADA



Cuando se mezcla gradualmente un plano con otro. Esto puede representar el paso del tiempo o la transición de dos situaciones/lugares diferentes.

WIPE / IRIS



Un plano sustituye a otro, moviéndose o "cruzándose" de un lado a otro del encuadre. La transición puede hacerse desde cualquier dirección y con varias formas. Una de ellas se llama "iris" y se consigue ampliando o reduciendo la transición circular.

J-CUT / L-CUT

X

Son transiciones en las que el sonido precede o continúa a partir de la siguiente escena. Un corte en L contiene el sonido del primer clip sobre el segundo clip, mientras que un corte en J contiene el sonido del segundo clip sobre el primero.

PANTALLA PARTIDA



Dividir la pantalla en secciones que puedan mostrar al espectador varias imágenes al mismo tiempo (a veces la misma acción desde diferentes perspectivas).

4.2 Edición de música y sonidos

Hasta ahora hemos visto la fase de postproducción del material visual, pero por supuesto también hay que ocuparse del material de audio. La postproducción de audio consiste principalmente en introducir en el ordenador las distintas bandas sonoras -que contienen diálogos, efectos de sonido, canciones y música- y mezclarlas mediante un software especial de mezcla de audio. Más concretamente, se trata de sincronizar estos sonidos con las imágenes en movimiento, editarlos y ajustar los niveles. Más del 80% del sonido de una película se añade después del rodaje y durante la postproducción: diálogos, efectos de sonido, música, etc. suelen grabarse por separado y luego se mezclan para crear una banda sonora que se añade a la pista visual. Aunque hayas optado por grabar el sonido en sincronía, siempre tendrás que añadir algo (quizá música, un tema o efectos de sonido) o al menos ajustar algo, como los niveles de sonido. Cuando edites sonidos, ten en cuenta que puedes insertar varios niveles de sonido al mismo tiempo: puedes añadir diálogo, música y sonidos de fondo a la misma escena manipulando los efectos de modulación del sonido.

El primer concepto que debes conocer para editar audio es **la dinámica de audio**. Este término describe la diferencia entre el volumen máximo y mínimo de una pista. Si un fragmento de audio pasa de bajo a alto, se dice que tiene un rango dinámico alto, y cuando un fragmento alto pasa a bajo, se dice que tiene un rango dinámico bajo. El rango dinámico se utiliza para garantizar que los fragmentos de audio de distintas pistas tengan el rango dinámico adecuado, se mezclen bien y contribuyan a la impresión general de la escena.

Las capas de sonido constan de varios elementos: diálogos, efectos de sonido, foley, música, narración en off (si la hay), sonidos ambientales y canciones/música dentro de la escena. Hay que asegurarse de que todos estos elementos no compitan entre sí. Para ello, hay que centrarse en las imágenes, reforzando el sentido de la escena y el mensaje cognitivo y emocional. De este modo se ayuda al público a centrarse en la historia. Se puede utilizar **un compresor** para mezclar, equilibrar y ajustar los distintos niveles de todas estas pistas. La compresión se suele utilizar para mantener un nivel constante bajando el nivel cuando es alto y subiéndolo cuando es bajo. Es una herramienta muy común que se puede encontrar en cualquier software de edición. Resulta especialmente útil cuando se mezclan música y diálogos.

Como ya hemos señalado, encontrar la **pista musical** adecuada es un paso importante en la creación de una película, ya que enfatiza la escena, dramatiza la situación y ayuda al público a sentir una atmósfera determinada. Cualquier música puede añadirse en postproducción. Si tienes un presupuesto limitado, busca música de dominio público, música libre de derechos y/o música Creative Commons para utilizar en tus vídeos. Asegúrate de elegir la música más apropiada para tu propósito y de colocarla (o partes de ella) en el lugar y el momento adecuados. Ajustar el nivel de volumen de la música es crucial a la hora de combinar música y diálogo. Para hacerlo mejor, puedes "jugar" con herramientas de edición como las **transiciones**: la música puede *fundirse* o *desvanecerse*, lo que significa que el sonido se vuelve progresivamente más bajo o más alto en un punto determinado de la escena, en función de la presencia de diálogos. Esencialmente, cuando hay diálogos, la música sirve como una especie de "acompañamiento" emocional de lo que dicen los actores. Esto significa que el volumen de la música no debe superar el de los diálogos.

El diálogo también puede editarse. Aunque el diálogo es el único sonido de la grabación real que se ha conservado en toda la película, también hay que mejorarlo. La palabra clave de la edición de diálogos es

"fluidez". Los diálogos editados correctamente no suenan editados en absoluto. Suenan como si hablara una persona real. Por eso, cuando la edición de los diálogos no es fluida, cuando oyes un chasquido, un salto de tono extraño o un tempo raro, te recuerda que lo que estás viendo no es "real".

Además, los efectos **sonoros**, o sonidos que acumulan capas de sonido, también pueden añadirse en postproducción para crear un paisaje sonoro envolvente, tal y como sugiere el director. Casi todos los efectos de sonido que acompañan a una película se añaden o reconstruyen en postproducción. Casi todos los efectos de sonido posibles pueden encontrarse en bibliotecas en línea (muchas de ellas gratuitas).

4.3 ¡Una vida llena de color! Corrección del color y gradación

Una vez finalizado el montaje (tanto de la parte visual como de la banda sonora), el siguiente paso son todos los procesos adicionales para finalizar y perfeccionar el vídeo.

Una de ellas es la **CORRECCIÓN DE COLOR**.

Se trata de un proceso técnico (implementado mediante software) que consiste en ajustar el color, el contraste y la exposición de las secuencias para que parezcan naturales y sin procesar (tal y como el ojo humano las experimenta en la vida real). La corrección de color se utiliza para armonizar y optimizar las tomas, pero también puede corregir errores técnicos de color y ayudar a salvar una gran escena que se ha visto penalizada por una mala iluminación.

Otra herramienta interesante es la **GRADACIÓN DE COLOR** (también conocida como **lavado de color**).

Consiste en dar a una película un aspecto general específico mediante un proceso de cambio de color con fines estéticos, informativos y artísticos. Es un proceso de "estilización" del esquema de color (*paleta*) del metraje, que acentúa el tono visual y la atmósfera de la película y la caracteriza como más "cinematográfica".



Una diferencia importante entre la corrección de color y el etalonaje es que, mientras que la primera se realiza plano a plano, la segunda abarca todo el metraje o al menos gran parte de él, en función de la localización y de los distintos momentos en los que se desarrolla la historia.

Vocabulario

Leitmotiv: Un motivo musical, una frase melódica recurrente en la música que permite al cineasta transmitir una característica clara de la historia de forma atractiva. Puede señalar un personaje, un escenario, una emoción, una repetición de acontecimientos o un tema.
Piense en el tiburón que aparece en *Tiburón*, en cada escena de la entrada de Darth Vader, en el tema de James Bond, etc.

Bibliografía

- Browne S.E. (2007), *High Definition Postproduction: Editing and Delivering HD Video*, Burlington (EE.UU.), Elsevier.
- Orpen V. (2019), *Film Editing. El arte de lo expresivo*, Nueva York, Columbia University Press.
- Poletti S. (2021), *Il manual del videomaker*, Milán, Hoepli.
- Stoller B.M. (2009), *Filmmaking For Dummies*, 2ª edición, Hoboken (EE.UU.), Wiley Publishing, Inc.

5.

Organización del trabajo

En las páginas siguientes encontrará consejos para concretar el proyecto y colaborar con todos los implicados en la fase de producción y postproducción de la película.

Hacer una película requiere trabajo en equipo y una clara división de papeles: toda película necesita un equipo, porque una sola persona no puede hacerlo todo.

5.1 Funciones

La creación de una película es una operación colectiva y requiere la cooperación de muchas personas. Cada persona que participa en la creación de la película tiene un papel específico para garantizar que todas las operaciones (preproducción, producción y postproducción) se desarrollen lo mejor posible y no se pierda tiempo.

DIRECTION

Director - Assistant Director - Scriptwriter

PHOTOGRAPHY

Director of Photography - Camera Operator - Gaffer

AUDIO

Sound Engineer

PRODUCTION

Producer - Script Supervisor

EDITING

editor

COSTUME DEPARTMENT and SET DECORATION

Set Decorator - Prop Master - Costume Designer

Además de estos puestos principales, hay por supuesto muchas otras personas y muchos otros departamentos implicados en la producción cinematográfica. Por nombrar sólo algunos: el **localizador de la película** (que busca todas las localizaciones en el guión y encuentra los exteriores reales donde se rueda la película), el **director de casting** (que sugiere actores adecuados para cada papel según el guión), el **coordinador de postproducción** (que coordina el rodaje de la película y planifica el montaje de los elementos de cinematografía y sonido), el **maquillador** (que sabe cómo trabajar con diferentes tonos de piel y hacer que tengan el aspecto deseado, incluso en condiciones de iluminación difíciles).

5.1.1 Funciones creativas y técnicas

Para ser más precisos, podemos identificar dos categorías de papeles en el cine, los papeles creativos y los papeles técnicos. Se trata de una distinción útil, pero hay que tener cuidado de no tomársela demasiado en serio: el cine es a la vez un arte y una técnica, por lo que los técnicos también son un poco artistas, y los artistas necesitan ser un poco técnicos.

Funciones creativas:

DIRECTOR

Como afirmó Bryan M. Stoller (2009), "un director debe ser una persona polifacética y multitarea. El director es el capitán del barco, el líder de la manada y el responsable de reunir todos los elementos creativos".

El director es responsable de todo lo que ocurre en el plató y es el autor y supervisor artístico de la película. El director tiene multitud de tareas que desempeñar, trabajando junto a otras muchas funciones de producción:

- Junto con el guionista o guionistas, los directores contribuyen a realizar el guión y a convertirlo en un storyboard.
- Seleccionan y dirigen a los actores.
- Junto con el diseñador de producción y el diseñador de vestuario, deciden el diseño visual de la película.
- Junto con el director de fotografía, deciden las tomas.
- Junto con el instalador, deciden la instalación.

El director es responsable de la coherencia de la película y de su identidad visual y estilística. Por lo tanto, debe tener un profundo conocimiento técnico de las técnicas de rodaje y una buena comprensión de las funciones de las personas.

ESCENARISTA

Son escritores que practican el oficio de guionista. Para ser guionista no hace falta ninguna formación específica, basta con saber contar historias y dominar el lenguaje y la imaginación.

DIRECTOR DE FOTOGRAFIA, también conocido como **director de fotografía**

Son los responsables de la iluminación de la película y ayudan al director a poner las cámaras e imaginar la película del guión a la pantalla. El director de fotografía es uno de los miembros más importantes del equipo: durante la preparación, realiza inspecciones y elabora una lista del material técnico necesario; durante el rodaje, ilumina la escena, fija el juego de luces e indica al director de fotografía los diafragmas que debe utilizar; tras el montaje, realiza la corrección de color.

El director de fotografía es corresponsable con el director del aspecto final y el estilo de la película, por lo que debe tener aptitudes tanto técnicas como estéticas.

MONTAGISTA

La película encuentra su forma, ritmo, estilo y, a menudo, estructura en el montaje. Los montadores son responsables de que cada plano fluya perfectamente con el siguiente, así como de la sincronización y el ritmo de la película. El trabajo del montador es a la vez creativo, técnico y de colaboración.

El montador ayuda al director a contar su historia ensamblando las secuencias en un todo coherente, añadiendo transiciones, efectos de sonido y música.

Sus tareas incluyen:

- Combinación de tomas en secuencias.
- Lectura de guiones para planificar las tomas antes de comenzar el rodaje.
- Si es necesario, filma material adicional en el plató. El montador debe consultar con el director, pero también puede interferir en las decisiones tomadas probando soluciones alternativas.
- Ver el material del día de rodaje (*dailies*) (material rodado el día anterior) para asegurarse de que el director tiene todo lo que necesita.

Y, por supuesto, ¡hay que tener en cuenta a los **ACTORES!**

Funciones técnicas

PRODUCTOR

El productor es responsable de desarrollar el proyecto (y a veces de encontrar financiación). El productor es responsable de "asignar papeles", contratar al equipo y trabajar con el director para contratar actores. El productor ayuda a "producir" todos los elementos necesarios para la producción.

Entre sus tareas:

- Búsqueda de emplazamientos y organización de inspecciones in situ.
- Ejecutar el plan de trabajo y el calendario de producción (junto con el ayudante de dirección).
- Son como el "Sr. Lobo" de *Pulp Fiction*: ¡resuelven los problemas en el plató!

DIRECTOR ADJUNTO

Actúan como intermediarios entre el director y la producción y los distintos departamentos, como decorados, vestuario y maquillaje. Tienen un papel de coordinación y organización. Entre sus tareas podemos incluir:

- Audición de actores.
- Creación de un plan de trabajo.
- Análisis del plan de rodaje con el director.
- Comprobar que los actores conocen sus diálogos y practicar con ellos antes de rodar las escenas.
- Es la persona de contacto para cualquier aclaración o información.

SUPERVISOR DE GUIÓN

Su trabajo consiste en servir de guía durante el montaje. Supervisan la continuidad de la película, incluido el vestuario, el atrezzo, los decorados y las acciones de los actores durante una escena. Básicamente, toman notas de todos los aspectos de la película. Las notas escritas por el supervisor de

guión durante el rodaje de una escena se utilizan para ayudar a los montadores a editar la escena. Entre sus tareas están:

- Guardar el contenido de cada toma.
- Anota los comentarios y las valoraciones del director, el director de fotografía y el técnico de sonido sobre cada plano.
- Garantizar la continuidad y coherencia de la película.

OPERADOR DE LA CÁMARA (o teléfono inteligente)

El director de fotografía se encarga de encuadrar las tomas bajo la supervisión del director de fotografía y del director. Como el director de fotografía es responsable de la ejecución práctica de las tomas en el plató, debe tener aptitudes técnicas y artísticas para la composición de imágenes. Debe tener la capacidad de comprender el tipo de movimiento de la cámara en relación con la acción, controlando la imagen en tiempo real (lo que requiere buenos reflejos).

GAFFER

El maestro de iluminación organiza la iluminación en el plató según las indicaciones del director de fotografía para garantizar que el ambiente y la iluminación de cada escena funcionen eficazmente. A menudo, el maestro de iluminación es también electricista o tiene experiencia y conocimientos de electricidad y tensión.

INGENIERO DE SONIDO

Se encargan de grabar el sonido de los diálogos y todos los sonidos ambientales. Suelen seguir la acción a través de auriculares y comprueban la nitidez de la grabación, es decir, si los sonidos son claros y comprensibles. Si utilizas micrófonos direccionales, asegúrate de que estén cerca de los actores, sin entrar en el encuadre ni provocar sombras.

ESCENÓGRAFO (y GRABADOR)

El escenógrafo tiene la tarea de "enmarcar" la historia escrita en el guión, es decir, construir el entorno adecuado y proporcionar el mobiliario apropiado alrededor de los personajes. El diseñador de producción también puede encargarse del atrezzo. Son muy pocas las películas que no requieren atrezzo, y es el diseñador de atrezzo quien tiene que asegurarse de que todo esté disponible para su uso en el plató, funcione como debe y cumpla la visión del director (o del director de fotografía).

DISEÑADORA DE VESTUARIO

El diseñador de vestuario se ocupa de la imagen de los actores creando o encontrando trajes para ellos de acuerdo con el guión y las instrucciones del director. El diseñador de vestuario debe llevar a cabo una investigación (cuya cantidad depende del género de la película, así como del concepto y la creación del vestuario) para asegurarse de que el vestuario es apropiado para la película y no pone en peligro la coherencia de la misma.

5.1.2 Algo bueno para todos

Para decidir qué función asumirás o dividirás (quizá dentro de una clase), considera qué es lo que más os gusta hacer a ti y a tus compañeros. Si a alguien le gusta montar cosas y tiene facilidad para resolver problemas, es probable que sea un gran productor. Si alguien imagina las cosas como deberían ser y le encanta trabajar con la gente, puede ser un buen director. Si a alguien le encanta contar historias, se

inspira y saca ideas de todas partes, podría ser capaz de escribir guiones.

5.2 *Cómo crear un laboratorio de cine.*

Para optimizar su trabajo, defina un calendario y unas etapas para la creación de la película y elabore un calendario. Asegúrese de que dispone de tiempo suficiente para completar la película, desde la preparación hasta la versión final. Por eso, plantéate un calendario de al menos dos meses (más o menos).

Semana 1: Preparación

- *Inicio de la escritura y redacción del guión* → Guionista(s), Productor.

Discute la idea con la clase, haz una lluvia de ideas y, una vez que hayas decidido sobre qué quieres escribir, empieza a escribir tu historia y conviértela en un guión (véase el capítulo 2).

Para unir todas las tramas, hay que escribir un esquema de guión. Debe incluir los principales hechos que ocurrirán, las situaciones y cómo evolucionará cada personaje en cada escena. Además, crea bocetos de cada personaje para tener un perfil claro de cada uno de ellos y sus identificadores. Esto te ayudará a mantener la coherencia a lo largo de la película.

- *Comprobación y mejora del guión* → Director

Discute el diseño de las escenas con el guionista o guionistas y asegúrate de que la historia se contará "visualmente". Comience a informar a los miembros del equipo sobre sus tareas y planifique el rodaje.

Segunda semana: Preproducción I

- *Repensar y reescribir el guión* → Guionista, director y director de fotografía.

Una vez que tenga un borrador del guión, hágalo circular entre todas las personas implicadas en la realización de la película y recoja sus comentarios, considerando qué sugerencias debe tener en cuenta e incorporar a la versión final del guión.

- *Empieza a involucrar al equipo y sitúalo en* → Director, ayudante de dirección, actores, equipo técnico, productor.

El director organiza audiciones y selecciona a los actores para los papeles. Poco después, los actores seleccionados participan en una "lectura de mesa", durante la cual asumen los papeles de cada personaje y leen el guión y sus líneas en voz alta. Esto ayuda al director, los guionistas y los actores a imaginar el resultado final, conocer a los personajes y crear tensión emocional entre los actores.



Tabla de lectura de *Juego de Tronos*, temporada 1.

- *Empezar a pensar en la fotografía* → Director de fotografía y montador

El director de fotografía empieza a pensar en posibles localizaciones y en la colocación de la luz, mientras que el montador y el director empiezan a considerar posibles planos y movimientos de cámara que serán útiles en la fase de montaje.

Semanas 3 y 4: Preproducción II

- *Preparativos concretos* → Director, ayudante de dirección, director de fotografía, montador, productor, actores, equipo técnico.

El director trabaja en el storyboard con el director de fotografía y el montador para diseñar las escenas y visualizarlas. Además, realiza una lectura del guión con los actores, que siguen trabajando en sus personajes y memorizando temas. Una vez finalizado y difundido el guión, deben realizarse varios ensayos con los actores antes del rodaje, en los que se discute la "historia" de cada escena y se revelan las motivaciones de cada personaje.

Los escenógrafos, diseñadores de vestuario, maquilladores y demás operadores técnicos comienzan a organizar y preparar su material.

Celebra una reunión final con todo el reparto y el equipo antes de que empiece la producción para discutir todos los detalles. Está todo el mundo en su sitio y ha sido informado de sus tareas?

Quintas y sextas semanas: Producción

- *Preparación de un plató, organización y realización del rodaje* → Director, ayudante de dirección, director de fotografía
Equipo técnico, supervisor de continuidad de rodaje, productor, actores.

El director trabaja en estrecha colaboración con el director de fotografía, comprobando las tomas de cada escena de acuerdo con el guión gráfico. El director y el director de fotografía colocan el atrezzo necesario y comienzan a rodar.

Una vez que los actores están en sus asientos y la cámara está lista, el director grita "¡Cámara!" y avisa al cámara de que es hora de empezar a rodar.

A continuación, el director dice "¡Acción!", que es la señal para que empiecen los actores.

Durante el rodaje, observa atentamente lo que ocurre e intenta imaginar el resultado final. Pregúntate: ¿funciona la escena? ¿Es tal y como estaba planeada? ¿Están bien los actores o deberían o podrían haberlo hecho mejor? Si no estás seguro de una escena, vuelve a rodarla: podrás elegir la que prefieras en la fase de montaje. Filma tantas tomas como sea necesario, pero recuerda que tienes un tiempo limitado (y no abuses de la tolerancia de los actores y el equipo).

Cuando una escena está terminada y es satisfactoria, espera unos segundos y deja que la cámara continúe y entonces el director grita "¡Corten!". Sólo en este momento la gente se siente libre para hablar entre sí y moverse por el plató.

Semanas siete y ocho: montaje y postproducción

- *Edición de tomas* → Director de fotografía, director de fotografía, editor

-

Te llevará mucho tiempo y esfuerzo editar la película y combinar todas las escenas. Una vez recopiladas todas las tomas, tienes que organizarlas creando una lista de todas las tomas en bruto con el número de lugar correspondiente donde aparecen. Acuérdate de etiquetar la lista con toda la información y los comentarios que necesites reconocer. Esto te ayudará a decidir si utilizar la toma o no.

Durante estas semanas, el director y el montador completan el montaje de la película, seleccionan y añaden música y otros efectos de sonido, y corrigen la fotografía (corrección de color). Cuando la película está lista, se proyecta.

When	What	Who
week 1	Preparation	Director, Screenwriter(s), Producer
week 2	Pre-production I	Screenwriter(s), Director, Assistant Director, Producer, Cinematographer, Editor, Actors, Technical Crew
week 3-4	Pre-production II	Director, Assistant Director, Producer, Cinematographer, Editor, Actors, Technical Crew
week 5-6	Production	Director, Assistant Director, Producer, Cinematographer, Script Supervisor, Technical Crew, Actors
week 7-8	Editing and Post- production	Director, Cinematographer, Editor

Bibliografía

Burstyn L., Cunningham P., Jordan H. (2004), *Making Movies: A Guide for Young Filmmakers*, The Film Foundation.

Stoller, B. M. (2009), *Filmmaking For Dummies 2ª edición*, Hoboken, EE. UU., Wiley Publishing, Inc.



El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación del contenido, el cual refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la misma.

