

Fomentar la cultura audiovisual es acompañar el viaje por el universo de las imágenes y ofrecer instrumentos para explorar las posibilidades de aprender y participar, produciendo nuevas representaciones desde otras miradas.



CARTILLA CINEMATECA RODANTE

Rutas para la creación, circulación y preservación
de obras audiovisuales



La colección CARTILLA CINEMATECA RODANTE se une al esfuerzo de fomentar el acceso y la apropiación del lenguaje cinematográfico y sus distintos componentes a través de cuatro libros que agrupan catorce módulos escritos por representantes del sector cinematográfico colombiano.

Los invitamos a transitar por estos contenidos que esbozan rutas para la construcción de imágenes por medio del lenguaje del cine: de un cine para todos.

Los libros y módulos pueden ser vistos como una unidad en sí mismos, a la vez que invitan al lector a recorrer otros temas de la colección. Sean bienvenidos a ir y volver entre un texto y otro, un volumen y el siguiente, y encontrar sus propios derroteros.

Esta CARTILLA es un proyecto derivado de la estrategia Cinemateca Rodante desarrollada por la Cinemateca Distrital- Gerencia de Artes Audiovisuales del IDARTES.



Presentación de la colección

MAPAS PARA NAVEGAR

EN UN OCÉANO

DE IMÁGENES

Juliana Restrepo Tirado

Directora general

IDARTES

Paula Villegas Hincapié

Gerente de Artes Audiovisuales

Cinemateca Distrital del IDARTES

Desde los días en que se empezaron a producir imágenes por medio de artefactos, como la cámara fotográfica y luego la cámara de cine, hasta hoy, estas fluyen de un lado al otro transmitiendo los sentimientos e historias de quienes las crean. En nuestro tiempo, la posibilidad de participar en el gran concierto de imágenes es cada vez más real, pues el acceso a dispositivos que integran cámara y pantalla es más cercano. Así, a diario nos enfrentamos a la navegación de un océano de imágenes mayor y en constante expansión.

Desde el Instituto Distrital de las Artes (IDARTES) creemos en la importancia de fomentar el acceso, la apropiación y el conocimiento de la cultura audiovisual. Por esto nos vemos en la necesidad de proponer mapas que nos permitan transitar y comunicarnos en este vasto océano. La incursión en la cultura audiovisual no solo comienza con el uso de códigos en un dispositivo móvil donde, por ejemplo, se pueden ver videos en Internet, también es importante tener las herramientas para leer, interpretar y producir contenidos. Fomentar la cultura audiovisual es acompañar el viaje por el universo de las imágenes, tener los instrumentos para ver en ellas la posibilidad de aprender y participar en el mundo produciendo nuevas representaciones con nuevas voces.

Bogotá se ha caracterizado por ser una ciudad audiovisual en todas las direcciones y la Cinemateca Distrital-Gerencia de Artes Audiovisuales ha impulsado varias iniciativas. Hoy tenemos una memoria audiovisual concentrada en colecciones de obras en las veinte localidades de la ciudad y una estrategia descentralizada como Cinemateca Rodante que permite, mediante sus procesos de formación y su sistema de salas asociadas, conocer otras historias de la ciudad que habitamos y contribuir a su transformación. El cine se ha tomado la ciudad con sus cámaras y luces. Bogotá es la locación y está esperando que nosotros seamos sus principales actores.

La colección Cartilla Audiovisual Cinemateca Rodante que aquí presentamos se une al esfuerzo de fomentar el acceso y la apropiación del lenguaje cinematográfico y sus distintos componentes: guion, fotografía, arte, sonido, producción, actuación, montaje, dirección, entre otros. Catorce módulos escritos por representantes del sector cinematográfico permiten profundizar en los conocimientos aprendidos por los participantes de nuestros procesos. Con el esbozo de estos mapas invitamos a todos los lectores a navegar en océanos de imágenes a través del lenguaje del cine, un cine para todos. ●

Módulos por libro



Libro



Libro



Libro



Libro

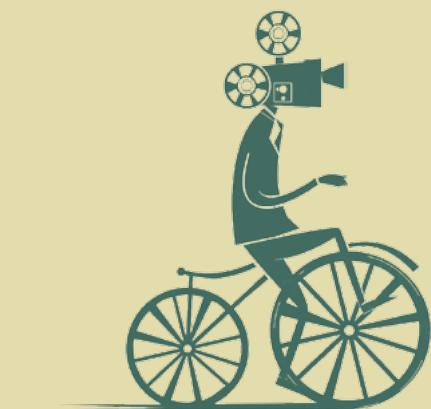


Lenguaje

Guion

Dirección

Montaje



CARTILLA
CINEMATECA
RODANTE

Rutas para la creación, circulación y preservación
de obras audiovisuales

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

Enrique Peñalosa Londoño
ALCALDE MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

María Claudia López
SECRETARIA DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE

INSTITUTO DISTRITAL DE LAS ARTES - IDARTES

Juliana Restrepo Tirado
DIRECTORA GENERAL

Jaime Cerón
SUBDIRECTOR DE LAS ARTES

Ingrid Liliana Delgado Bohórquez
SUBDIRECTORA DE EQUIPAMIENTOS CULTURALES

Liliana Valencia Mejía
SUBDIRECTORA ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA

José Segundo Quinche Pérez
PROFESIONAL DE APOYO - SUBDIRECCIÓN DE LAS ARTES

CARTILLA CINEMATECA RODANTE

Julián David Correa, Sasha Quintero, Giovanna Segovia, David Andrés Zapata,
Diego Saldarriaga, Vivian Vásquez y Cesar Almanza
COMITÉ EDITORIAL

David Andrés Zapata y Jenny Alexandra Rodríguez
COORDINADORES EDITORIALES

Patricia Miranda
COORDINACIÓN DE DIAGRAMACIÓN

Sofía Parra y Francisco Díaz-Granados
CORRECCIÓN DE ESTILO

Alex Sarmiento
DISEÑO, PAUTA GRÁFICA DEL INTERIOR E ILUSTRACIÓN ÍCONO DE LA COLECCIÓN

Nathalia Rodríguez
DIAGRAMACIÓN, DISEÑO DE CUBIERTAS E ILUSTRACIÓN DE ÍCONOS POR MÓDULO

El contenido de los artículos es responsabilidad exclusiva de los autores y no representa necesariamente el pensamiento del Instituto Distrital de las Artes (IDARTES). Publicación impresa y digital de distribución gratuita con fines educativos y culturales.

Queda prohibida su reproducción total o parcial con o sin ánimo de lucro sin la debida autorización expresa para ello.

Información adicional en: infocinemateca@idartes.gov.co.

ISBN: 978-958-8997-26-1 impreso
ISBN: 978-958-8997-31-5 digital
ISBN: 978-958-8997-04-9 impreso obra completa
ISBN: 978-958-8997-05-6 digital obra completa

CINEMATECA DISTRITAL - GERENCIA DE ARTES AUDIOVISUALES DEL IDARTES

Paula Villegas Hincapié
GERENTE DE ARTES AUDIOVISUALES

Ricardo Cantor Bossa
ASESOR MISIONAL

Diego Saldarriaga Cuesta, Xiomara Rojas Prieto y Laura Camila Puentes Ruíz
EQUIPO ESTRATEGIA TERRITORIAL

Jenny Alexandra Rodríguez Peña
ASESORA DE PUBLICACIONES

David Andrés Zapata Arias
ASESOR DE FORMACIÓN Y CONVOCATORIAS

María Paula Lorgia Garnica
ASESORA DE PROGRAMACIÓN Y NUEVOS MEDIOS

Juan Carlos González Navarrete
COORDINADOR BECMA

Angélica Reyes Hernández
ASISTENTE BECMA

Luz Johana Castillo García
ASESORA ADMINISTRATIVA

Andrea Acevedo Caicedo
ASISTENTE ADMINISTRATIVA

Cristian Camilo Reyes David
APOYO LOGÍSTICO

Luisa Fernanda Montero Trigos
ENLACE Prensa - OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES

Camilo Parra Martínez y Jaiver Sánchez Leal
PROYECCIONISTAS

Angélica Clavijo
ASESORA COMISIÓN FÍLMICA DE BOGOTÁ

Reina Tinjacá Jiménez, Milena Pimentel Vásquez, Yesith Pineda Cortés,
Carlos Valderrama, Miguel Zanguña, Diana Cifuentes Gómez,
Nicolás Cuadrado Ávila, Bibiana Rivera y María Del Pilar Acosta
EQUIPO COMISIÓN FÍLMICA DE BOGOTÁ



CINEMATECA
distrital

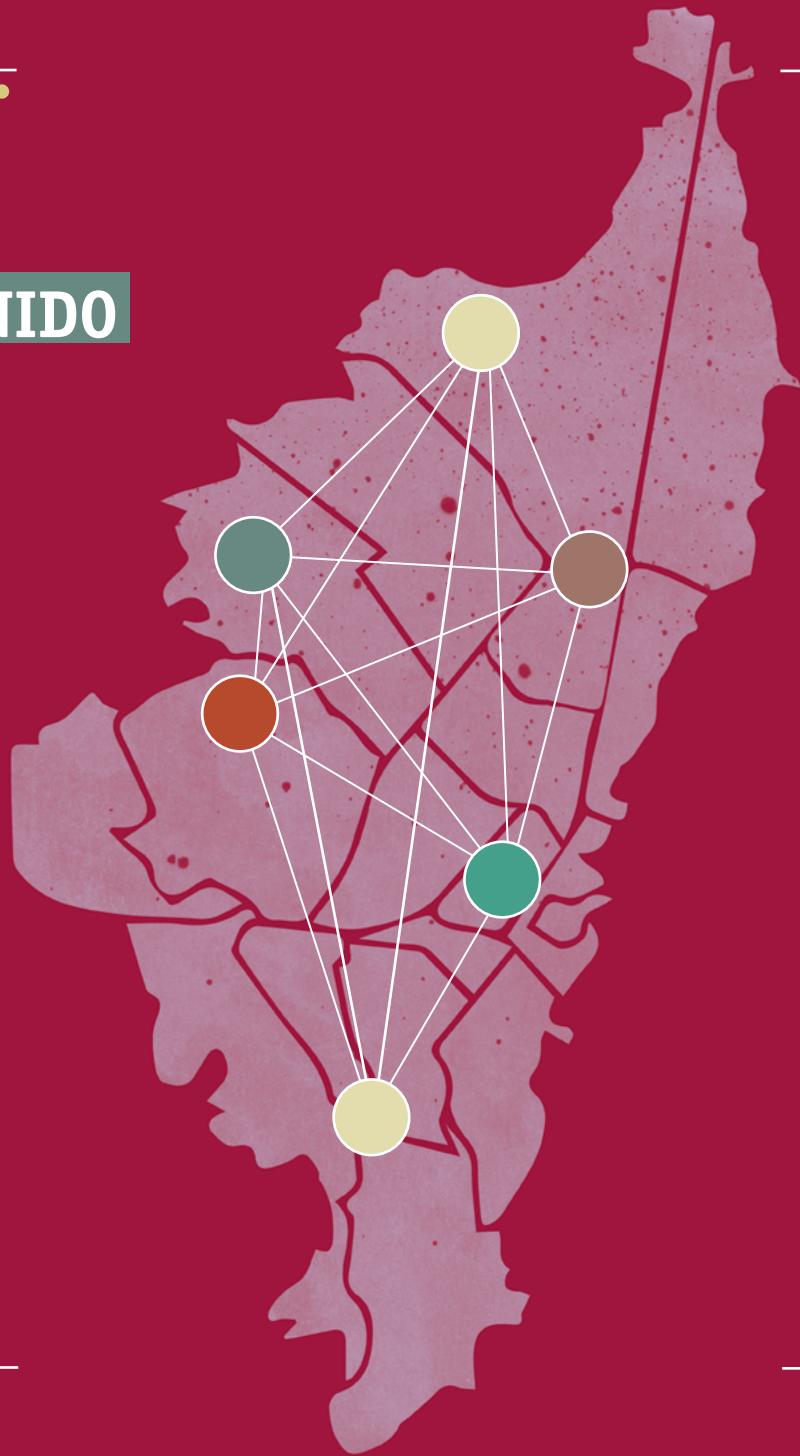


INSTITUTO DISTRITAL DE LAS ARTES (IDARTES)
Calle 8 No. 8-52 Bogotá, Colombia - Conmutador: (571) 379 5750
Síguenos: www.idartes.gov.co [f](#) Idartes [@](#) @idartes

CINEMATECA DISTRITAL-GERENCIA DE ARTES AUDIOVISUALES DEL IDARTES
Carrera 7 No. 22-79 Bogotá, Colombia
Conmutador: (571) 379 5750, ext. 3400 - 3410
Síguenos: www.cinematecadistrital.gov.co
[f](#) Cinemateca Distrital [@](#) @cinematecadb

IMPRESIÓN: Panamericana Formas e Impresos S. A.

CONTENIDO



.....

.....

.....

.....

.....

.....



Lenguaje



Guion



Dirección



Montaje

LAS RUTAS DE ESTE LIBRO

Este tomo de la CARTILLA CINEMATECA RODANTE aborda los principios básicos del lenguaje audiovisual de la mano de Carlos Moreno. Conceptos como el espacio y el tiempo, los valores de los planos, sus ángulos y movimientos son algunos de los insumos que constituyen la base y al mismo tiempo el punto de partida para adentrarse en el universo del lenguaje audiovisual.

Efraín Bahamón presenta las herramientas para la estructuración y escritura de un guion para cortometraje: el planteamiento de la premisa, las preguntas que busca responder el guionista y el paso a paso para la construcción de un relato literario que se convertirá en imágenes y sonidos. Como apoyo compartimos además tres guiones de los cortometrajes **La cerca** (Rubén Mendoza, 2004), **Alguien mató algo** (Jorge Navas, 1999) y **Viaje a la hacienda** (Luisa Almonacid, 2015).

Desde su experiencia como realizadora, Libia Stella Gómez aborda en "El lugar del director" las metodologías de trabajo que ella ha implementado en la práctica con los equipos de producción de sus obras cinematográficas. Un ejercicio transversal que dialoga con todos los departamentos que intervienen en la creación de una obra colectiva como lo es una película. Finalmente, Rubén Mendoza en "El montaje a caballo" comparte sus perspectivas sobre la construcción del relato audiovisual en el montaje cinematográfico.



•

LENGUAJE



«Basta con decir, por ahora, que aquello que hemos reconocido como lenguaje audiovisual (una sucesión de palabras y sintagmas entonando un discurso) precisa ser visto como una disciplina comunicativa que hunde sus raíces en ejercicios narrativos (literatura, teatro y pintura, principalmente) de los cuales se alimenta y con los cuales ha labrado sus reglas».



**INTRODUCCIÓN
AL LENGUAJE
AUDIOVISUAL**

Carlos Moreno



EL NACIMIENTO DE UN LENGUAJE

En el afanoso juego teórico y académico de querer nombrar y bautizar se pueden dar muchas vueltas tratando de aproximarnos a una definición de eso que conocemos como el *lenguaje audiovisual*. Hoy lucen como un par de palabras que pretenden una definición discutible, inexacta y a veces obsoleta, que se aleja de sus propias entrañas. Sobre el lenguaje audiovisual se ha teorizado e invertido mares de tinta en miles de "textos" que presuntuosamente intentan llegar y atesorar el centro de una neuz sustanciosa pero escurridiza. Este texto se propone aproximarse, en modo resumido, simple y con ánimos didácticos a aquel misterio que supuestamente se encierra en ese par de palabras.

Pero también, lo que aquí se escribe desnudará al final que ese esfuerzo es arbitrario y pretencioso; el lenguaje audiovisual tiene que ver más con los sueños, obsesiones, miedos y fantasías del hombre, que con su poder de conocimiento y dominio. Si existe un lenguaje en el cine, este está fundado sobre la emoción de un espectador que se identifica con él y lo reconoce como relato. En ese sentido, es oportuno citar a Borges: "Para los aristotélicos, el lenguaje no es otra cosa que un sistema de símbolos arbitrarios; para los platónicos, el mapa del universo"¹.

«[...] el lenguaje audiovisual tiene que ver más con los sueños, obsesiones, miedos y fantasías del hombre, que con su poder de conocimiento y dominio».

En mi opinión, es imprescindible revisar el origen del cine para definir cómo se convirtió en una herramienta narrativa. Considero que los hallazgos arqueológicos del cine pueden ser el punto de partida para definir su sustancia. Quizá la ingenuidad y los arcaísmos que hoy le señalamos a los primeros filmes son el velo que ocultan las claves del cine como gran relato. Para que aquel invento prosperara era preciso que los primeros espectadores detuvieran sus vidas y su atención fuera atrapada durante unos instantes por una pantalla en la que se proyectaban imágenes de la vida cotidiana en movimiento. A partir de esta vivencia, aún necesaria y vigente, es que propongo la reflexión del lenguaje audiovisual.

Basta con decir, por ahora, que aquello que hemos reconocido como lenguaje audiovisual (una sucesión de palabras y sintagmas entonando un discurso) precisa ser visto como una disciplina comunicativa que hunde sus raíces en ejercicios narrativos (literatura, teatro y pintura, principalmente) de los cuales se alimenta y con los cuales ha labrado sus reglas.

Es necesario revisar el presente, no solo para anticiparnos y ser partícipes del futuro, sino también para darnos

¹ Jorge Luis Borges, *Nueva antología personal*, Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 1949.

cuenta de lo urgente que es aprender a “escribir”, pero sobre todo a “leer” con esta nueva lengua que por los días que corren se hace llamar “transmedia”. No sobra subrayar que el desconocimiento que hoy en día tenemos de este lenguaje nos delata como analfabetas.

El cinematógrafo tiene una fecha de nacimiento registrada: 1895, año en que los hermanos Lumière patentaron el invento, aunque algunas versiones de la historia los hagan competir contra el registro de patente del kinetoscopio de Thomas Alva Edison. No tuvo en su primera infancia ni el boato intelectual ni el glamur artístico del que luego haría gala. Las primeras proyecciones, por el contrario, se hicieron en humildes carpas y recintos propios de ferias ambulantes y espectáculos de rarezas. De hecho, el cinematógrafo podemos definirlo como un truco: una serie de imágenes que se proyectan y se pasan rápidamente en una pantalla para dar la *ilusión* de movimiento, como una veloz baraja, gracias al fenómeno que sufre nuestra visión; la llamada persistencia retiniana.

Para realizar el truco, los hermanos Lumière elaboraron rollos de quince a veinte metros de material fotosensible que se exponían manualmente en el reciente aparato del cinematógrafo, usando una manivela durante uno o dos minutos. En este lapso de tiempo el aparato registraba las imágenes en movimiento del segmento del mundo que se mostraba frente a la lente. Una vez que los rollos pasaban por un proceso químico, su proyección mostraba de vuelta las imágenes en movimiento de situaciones anodinas como la salida de unos obreros de la fábrica, el desayuno de un bebé, una partida de naipes, el derribo de un muro, etc.

Las crónicas de la época cuentan que, al proyectarse la llegada de un tren a la estación, algunos espectadores salieron espantados del recinto teniendo la fantasía de que iban a ser arrollados. El truco fue un éxito y sus creadores sintieron que eran potencialmente capaces de presentar el mundo tal cual se mostraba frente a su invento, rápidamente consiguieron financiadores y el aparato viajó

por el planeta con la ambición de atraparlo en sus rollos y darnos una versión más fidedigna de la que hasta ese momento había sido capaz de dar la fotografía.

No obstante lo anterior, la historia nos hace atender a uno de los rollos de los hermanos Lumière, al cual titularon como **El regador regado** (*L'arroseur arrosé*, Louis Lumière, 1895). En este rollo se muestra a un jardinero regando un huerto con una manguera. Un joven, gastándole una broma, pisa la manguera para detener el paso de agua; cuando el jardinero extrañado mira la manguera, el joven suelta su pie haciendo que se moje con el inesperado chorro de agua; el jardinero persigue al joven y lo castiga con jalones de orejas y nalgadas.

Esta situación registrada por el cinematógrafo, aparentemente trivial e ingenua, fue realmente determinante a nivel histórico; era prácticamente la inauguración de la narrativa cinematográfica. El cinematógrafo, además de ser testigo del mundo para mostrárnoslo de vuelta, era apto para contarnos historias².

Los primeros cineastas contaban con una herramienta simple y encantadora. En sus producciones no había planificación, ni usaban desplazamientos de cámara. No obstante, muy pronto surgieron realizadores que se aventuraron a contar más historias, a la vez que el público que las disfrutaba creció exponencialmente. Ambos factores contribuyeron determinadamente a que el nuevo invento fuera adquiriendo un lenguaje.

Fue de esta manera como los primeros filmes que se produjeron, además de tener esa vocación documental de

² No obstante, como bien lo señala la teórica Stella Bruzzi: “Todas las primeras películas son evidentemente documentales; gente capturando la salida de los obreros de una fábrica. Pero al mismo tiempo son altamente contruados. Es totalmente coreografiada, pero se presenta como si fuera un momento espontáneo”.



»Foto 1. Afiche de la película **Que viva la música** (2015), dirigida por Carlos Moreno.

querer presentarnos lo que se considera real, comenzaron a adentrarse en el terreno de la creación. En uno y otro caso, casi sin proponérselo, se trataba de un ejercicio de “realizar” el mundo al tiempo que se iban descubriendo distintas combinaciones pictóricas, que a la postre devinieron en un sistema de comunicación estructurado sobre ciertos *principios combinatorios* formales³.

Relativamente poco tiempo después de la creación del cinematógrafo surgieron las primeras reflexiones intelectuales. Entre ellas, la teoría del montaje, como disciplina, fue fundamental para entender y experimentar con el *lenguaje audiovisual*.

UNA ESCRITURA COLECTIVA

Algo interesante de observar es que esta escritura, desde muy pronto, comenzó a forjar un carácter colectivo, el cual se dio de forma natural por la necesidad de contar con multiplicidad de “autores” ineludibles para la concreción de los relatos audiovisuales. Si en principio solo se trataba de un hombre con cámara que iba por el mundo haciendo sus *toma-vistas*, a medida que el espectáculo se fue consolidando como industria, se hizo necesaria la aparición de una parafernalia de herramientas, maestros y aprendices cada vez mayor, los cuales

se fueron agrupando alrededor de los estudios. Productores, escritores, directores, fotógrafos, músicos, actores y actrices, principalmente, arrastraron a otros artistas, artesanos y hombres de ciencia para que cada quien hiciera su aportación desde disciplinas tan disímiles como la física, la química, la óptica, el diseño mecánico, la peluquería, la utilería, el vestuario, la carpintería, etc.

Fue así y sigue siendo así como ha progresado esta lengua: por las necesidades expresivas de sus soñadores y por las exigencias técnicas que sus sueños han comportado. Pues, es necesario entender una cosa: el lenguaje audiovisual es hijo de los sueños; antes de concretarse en una pantalla es *soñado* por alguien que imagina las imágenes y es tan solo ilusión lo que luego vemos concretado en el soporte.

PRIMERA PARTE: ESPACIO Y TIEMPO

De momento, vamos a ir de la mano de una conclusión esencial con la que aceptamos que los materiales básicos con los que juega el cine son el *espacio* y el *tiempo*. Desde los tiempos de los hermanos Lumière hasta nuestros días, una cámara puesta a rodar selecciona una porción del mundo (o espacio), que será expuesta en un material que lo soporta durante un intervalo (o tiempo).

³ Los *lenguajes formales* son construcciones artificiales humanas, que se usan en varias disciplinas, incluyendo la matemática y los lenguajes de programación. Estas construcciones tienen estructuras internas que comparten con el lenguaje humano natural, por lo que pueden ser en parte analizados con los mismos conceptos que este.

De la combinación, articulación, juego, alianza, lucha... de estas dos esencias se abre un camino para entender cómo se forja el lenguaje del cine y cómo históricamente se ha pretendido delimitar su alquimia fantástica en dos ingredientes definitivos.

Ante todo, se hace necesario advertir que lo que viene a continuación tan solo es parte del “librillo de cada maestrillo”, que se nutre, forja y transmite de otras reflexiones y referentes. Los valores de plano, los tipos de encuadre, los movimientos y la decisión de su duración en una secuencia son estructuras visuales que cada quien va construyendo de acuerdo con su “instrucción” pictórica y narrativa.

Las posibilidades y caminos para reflexionar sobre el lenguaje del cine son tantas como la cantidad de personas que se hayan sentado –como lo hago yo ahora– a intentar explicarlo. Pero, ante todo, es trascendental imponernos que el lenguaje del cine se ha construido a partir del hombre y de su percepción del universo. El hombre es el centro y medida del cine como herramienta expresiva y desde él se erigió su lenguaje e imaginario. Por ejemplo, el asunto del *espacio* y el *tiempo* en el cine es comparable con la experiencia del *aquí* y *ahora* que propone el budismo zen, como también puede compararse desde el psicoanálisis la experiencia cinematográfica con la mecánica de los sueños, o en el caso de la filosofía con la teoría de la argumentación, etc.

Pero estas páginas no serán el lugar de especulaciones tan profundas. Entendamos, por ahora, que son las pretenciosas inquietudes del hombre las que nos llevan a querer definir y etiquetar el universo que le acompaña y esto incluye al cine. Para iniciar nuestra explicación vamos a deshacer de momento esa articulación *espacio-tiempo* y comenzaremos a reflexionar alrededor solo del *espacio*; esa fracción del mundo que acopia el cinematógrafo en el momento en el que se pone en funcionamiento.

El cuadro

Llamaremos cuadro a la porción del rollo de la película fotosensible (para el caso del cine) que ha sido expuesta mediante una cámara. En el caso de soportes digitales, el cuadro adquiere un estatus más abstracto. La imagen capturada, mediante las herramientas de las cámaras electrónicas, se convierte en cifras de lenguaje binario (ceros y unos) que se acumulan en soportes electrónicos o en espectros electromagnéticos que se graban en cintas.

Para ambas técnicas y debido a que la ventanilla de la cámara que deja pasar la luz tiene forma cuadrada, ese elemento primario registrado se llama cuadro. Desde un punto de vista técnico este cuadro de la película, o fotograma, es la unidad a partir de la cual el cine crea una *ilusión*. Pero el cuadro específicamente no alcanza a tener el estatus de unidad, al menos no desde nuestra aproximación al lenguaje audiovisual. Para eso es preciso declarar otra unidad.

El plano

El plano es la unidad básica del lenguaje del cine. Es la unidad lingüística que muestra una porción del universo durante un lapso de tiempo que ha decidido arbitrariamente un realizador. El plano se crea en el momento en el que la cámara rueda hasta que se da el pare. Se trata de la unidad narrativa más pequeña pero significativa del relato audiovisual.

La producción de cada plano supone una doble decisión: lo que se va mostrar y la duración en la que será mostrado. Aquí, insisto, espacio y tiempo son los materiales básicos inseparables con los que cuenta el realizador y a partir de los que se despliega su oficio de narrar, y por eso más adelante veremos cómo crece la complejidad con operaciones que se llevan a cabo luego, al buscar el orden y el ritmo en la combinación arbitraria de los planos durante la fase de edición.

Tipos de encuadre

El encuadre es la selección de lo que se quiere registrar por medio de la cámara. Ya veremos cómo, de acuerdo con la distancia, la situación o la inclinación de la cámara, se pueden conseguir diferentes visiones o expresiones de la realidad. El acto de seleccionar esa parte que le interesa al realizador es lo que se llama encuadrar.

Previo al cine, la cámara fotográfica fue construida buscando imitar la mirada humana. De hecho, la posición de la cámara de los primeros años del cinematógrafo tenía respeto por la altura de nuestra visión al estar sentados o de pie. El espectador que asistía a las proyecciones tenía frente a él una escenificación filmada que de alguna manera remedaba su punto de vista.

Lo común para las primeras producciones fílmicas era un punto de vista semejante al que se nos despliega de frente al escenario de un teatro; una visión amplia y general que permitía ver a los personajes y su entorno cercano.

Bien pronto, los realizadores sintieron la necesidad de posar su mirada con otros marcos de referencia y es así como empiezan a ser mostrados objetos pequeños, detalles y acercamientos que significaban una verdadera proeza técnica para la época, toda vez que ni sus ópticas, ni sus soportes para la cámara estaban preparados para ello. Estas y otras necesidades

expresivas se fueron resolviendo mediante movimientos de la cámara y valores de plano en los que se vieron involucrados tanto cineastas, como físicos y químicos.

A su vez, el auditorio de estas nacientes creaciones paulatinamente recibía, aceptaba y entendía las nuevas propuestas de mostrar el mundo, antinaturales y disímiles al tradicional y hegemónico modo de recibir los relatos del teatro, la narración oral y la novela. Pero al igual que con las otras seis artes que le precedieron, el cine no escapó a la necesidad de situar al hombre como parámetro de todas las cosas y, como antes lo hiciera la

fotografía, construyó medidas y convenciones en las que el hombre fue protagonista de su relato fílmico. De este modo, el tamaño del cuadro, el conjunto de espacio demarcado, se elige en función de la figura humana.

A partir de este concepto antropomórfico se establecen una serie de nomenclaturas que aspiran a denominar el tipo de encuadres que se manifiestan en el plano. En este texto acogeremos tal patrón, y el nombre que le daremos a los planos tendrá que ver con la cantidad de información real que puede contener (tamaño) y con el ángulo visual en el que se ubica la cámara (la angulación).

»Foto 2. Plano general de **Todos tus muertos** (Carlos Moreno, 2011). Archivo fotográfico de Carlos Moreno.



Los planos largos

Los planos más largos comprenden una serie de medidas generales y el llamado plano en profundidad, todos ellos de carácter expresivo⁴.

PLANO GENERAL: Pretende ilustrar un gran espacio. Introduce al espectador en la situación; le ofrece una vista general y le informa acerca del lugar y de las condiciones en que se desarrolla la acción. Aunque los planos generales son de carácter informativo sirven también para escribir acciones físicas. Académicamente, suele colocarse al comienzo de una secuencia narrativa. Dado que en un plano general se suelen incluir muchos elementos, su duración en pantalla usualmente es mayor que la de un primer plano para que el espectador pueda orientarse y comprender la situación. Podría decirse también que el plano general es la mejor herramienta para contextualizar y establecer una escena, es el gran lienzo del relato. El plano general puede realizarse de varios modos, según su grado de generalidad (foto 3).

⁴ Las denominaciones en castellano obedecen a traducciones españolas, mexicanas o argentinas, cuando no, a la nomenclatura original en inglés.

PLANO PANORÁMICO GENERAL: Es una filmación que abarca varios elementos muy lejanos; en este plano los personajes tendrán menos importancia que el paisaje.

»Foto 3. Plano general en **Que viva la música** (Carlos Moreno, 2015). Archivo fotográfico de Carlos Moreno.



GRAN PLANO GENERAL (GPG) O PLANO GENERAL LEJANO: Donde no pueden identificarse los rasgos de las personas; se utiliza, en ocasiones, para demostrar la grandiosidad de un escenario o la soledad de un ser humano en ese gran espacio.

PLANO GENERAL CORTO (PGC): Enfoca todo el cuerpo del personaje para permitir la identificación del escenario en el que se incluye, y marca la importancia del espacio y el conjunto, o cómo un personaje se inserta en él. Los detalles observados nos hablan de una decisión tanto estética como ética por parte de los realizadores. También es conocido como plano total, plano entero o *full shot*.

PLANO EN PROFUNDIDAD: Es cuando el director ubica a los actores entre sí sobre el eje óptico de la cámara, dejando a unos en primer plano y a otros en plano general o plano americano; o como se define en lenguaje coloquial: es cuando hay una persona que es el centro de atención, aunque también se puede ver a otros sujetos detrás de esa persona.

Los planos centrales

Cuando la figura humana no aparece entera, sino recortada a cierta altura, se pueden distinguir dos tipos de planos: el plano americano y el plano medio. Comúnmente se consideran adecuados para escenas de diálogo;

la explicación de esta usual decisión tiene que ver con la *perspectiva sonora* que propone la imagen, es decir, la distancia de la cámara respecto a un personaje que habla y la correspondencia con el nivel de su voz. El nivel de audio de una fuente sonora debería ser inversamente proporcional a la distancia en la que la observamos, a menor distancia mayor nivel de audio y viceversa. Esta perspectiva es una de las formas con las que el cine pretende imitar o representar nuestra percepción del mundo (diagrama 1).

PLANO AMERICANO (PA): Toma a las personas de la rodilla hacia arriba. Suele ser utilizado en situaciones que exigen ciertos movimientos para evitar el recorte de partes del cuerpo y

permitir un acercamiento a la gestualidad y las miradas.

PLANO MEDIO (PM): Cuando la figura se corta por la cintura. Limita ópticamente la acción mediante un encuadre más reducido y dirige la atención del espectador hacia el objeto. Los elementos se diferencian mejor y los grupos de personas se hacen reconocibles y pueden llegar a llenar la pantalla. Es muy utilizado para los diálogos entre dos o más personas en tomas intercaladas o juntas. Los planos medios pueden realizarse de varios modos, según sea su grado.

PLANO MEDIO CORTO: Es subjetivo y directo. Mediante este encuadre se consiguen multitud de significantes y

»Diagrama 1. Planos centrales marcados en fotograma de **PVC-1** (Spiros Stathoulopoulos, 2007). Archivo fotográfico de Carlos Moreno.



efectos dramáticos que permiten una identificación emocional del espectador con los actores. También se le llama *plano de busto* o *plano pecho* ya que el corte se hace a la mitad del pecho. En inglés se le dice *medium close shot*.

PLANO MEDIO LARGO: Encuadre que abarca a la figura humana hasta debajo de la cintura. Se acerca al plano americano.

Los primero planos

Por tratarse quizá del menos próximo a la visión humana, el primer plano es al que pueden conferírsele más intenciones y propósitos. En ocasiones, los primeros planos acentúan con fuerza el tono expresivo. Con ellos es posible aislar a los personajes, concentrar la mirada del espectador en la expresividad y así traducir sus sensaciones. Mediante el primer plano el realizador puede señalar, hacer énfasis, subrayar, etc. Es común encontrar en manuales de estilo cinematográfico recomendaciones de no abusar de estos valores de plano, previniendo el tedio, asfixia y aburrimiento del espectador. En el grupo de los primeros planos encontramos:

PRIMER PLANO (PP O CLOSE UP): Presenta el rostro y parte de los hombros por debajo de la clavícula. Es utilizado para mostrar expresiones, subrayar la importancia de un gesto o mirada, o aproximar al espectador a las emociones del personaje. Pretende introducirnos en la psicología del personaje.

PRIMERÍSIMO PRIMER PLANO (PPP O BIG CLOSE UP): Presenta solo el rostro recortado en la frente y el mentón. Este plano no solo nos acerca a la expresión, sino que sugiere prácticamente que nos metamos en el pensamiento de los personajes.

PLANO DE DETALLE (PD): Encuadra cualquier parte del rostro, las manos, los pies. Tratándose de otro objeto, cualquier parte del todo.

Al igual que con los planos generales y los medios, también los primeros planos comportan primerísimos primeros planos, cada uno de acuerdo a la necesidad narrativa. Podríamos decir que los planos cortos comparten situaciones dramáticas ligadas a la vista y al tacto.

Valores de plano por su angulación

PLANO CENITAL Y CONTRACENITAL: La palabra cenital hace referencia a la posición del sol cuando es canicular y sus rayos apuntan perpendicularmente hacia la superficie de la tierra. De forma comparable, si la cámara encuadra el suelo en posición perpendicular y ofrece un campo de visión orientado de arriba abajo se dice que está ofreciendo un *plano cenital*. De forma diametralmente opuesta, el *plano contracenital* se define cuando la cámara apunta hacia el cielo.

En una situación comparable, cuando la cámara se ubica de forma invertida (los objetos se desplazan en sentido contrario); a ras del suelo (vista de oruga: pies de personas, ruedas de coches, etc.); desequilibradamente (desubicando al espectador); etc., se están produciendo puntos de vista arbitrarios y valores de plano poco naturales que declaran intenciones expresivas y estilísticas de un realizador (foto 4).

PLANO EN PICADO Y EN CONTRAPICADO: Cuando la cámara está ubicada a mayor altura que el objeto que pretende mostrar y se orienta ligeramente hacia el suelo se dice que está produciendo un *plano en picado*. La angulación de este punto de vista suele proponer al espectador una sensación de superioridad y ayuda a destacar aspectos psicológicos al transmitir sensaciones de superioridad y poder sobre lo que está siendo mostrado. Desde una representación antagónica, el *plano contrapicado* puede subrayar una idea de sometimiento, postración o inferioridad (foto 5).



»Foto 4. Plano cenital en **Perro come perro** (Carlos Moreno, 2008). Archivo fotográfico de Carlos Moreno.



»Foto 5. Plano en picado en **Todos tus muertos**. Archivo fotográfico de Carlos Moreno.



»Foto 6. Escorzo en **Perro come perro**. Archivo fotográfico de Carlos Moreno.

»Foto 7. Plano de perfil o lateral en **Perro come perro**. Archivo fotográfico de Carlos Moreno.



PLANO DORSAL: También llamado *plano semisubjetivo*. Nos explica qué ve el protagonista, pero incluyéndolo; nos confirma nuestro rol de espectadores, no de posibles protagonistas. También nos da un poder sobre los sujetos: nosotros los vemos pero ellos a nosotros no. Es muy habitual en los filmes de suspenso y terror, cuando alguien acecha al personaje por detrás y tenemos el tenso privilegio de ser testigos a salvo y en la mejor posición posible.

ESCORZO: Más que un tipo de plano, considero el *escorzo* como una herramienta o una clave visual que consiste en incluir parcialmente a un sujeto u objeto dentro de un plano. En la escenificación de una conversación, por ejemplo, es común encontrar al protagonista de cara y al sujeto que escucha de espalda. El *escorzo* enfatiza en el sujeto que tiene la acción en ese momento (en este caso, hablar). La cámara se sitúa detrás del sujeto filmado, en 45 grados y lo incluye parcialmente.

Personalmente usé abundantemente el *escorzo* durante la producción de **Perro come perro** (Carlos Moreno, 2008), buscando producir en el auditorio una sensación de encierro y agobio. En casi todos los planos había una insistente presencia parcial de los *otros* personajes, objetos y espacios. Así, se exageraron las referencias espaciales para el espectador y su campo visual pocas veces estaba limpio, sin otras presencias. De esta manera el relato acompañó el agobio y el encierro de los personajes principales (foto 6).

PLANO HOLANDES (DUTCH ANGLE): Se llama así cuando la cámara se inclina usualmente unos 45° respecto al horizonte. Con frecuencia este plano busca expresar inestabilidad en una situación o acompañar la personalidad desequilibrada de un personaje. De acuerdo con la historia, este tipo de plano se usó con profusión en el cine alemán de los años treinta y cuarenta, de ahí su nombre "Deutsch"; que ha sido confundido con la palabra inglesa *dutch* (holandés).

PERFIL Y FRONTAL: El *plano de perfil*, también llamado *plano lateral*, consiste en la cámara ubicada a un costado del personaje que se muestra. En muchas ocasiones este plano busca acentuar expresiones de ensimismamiento. Este planteamiento de cámara puede tener un estatus muy similar al del *plano frontal*, en donde la cámara se ubica delante del personaje, justo a la altura de sus ojos.

Aquí creo que es importante detenerse y observar que estos dos tipos de emplazamiento de cámara, muy comunes en el cine, tienen escasa presencia en la televisión. Desde que comencé mi oficio como director para algunos seriados de televisión, me encontré con la resistencia de algunos productores y ejecutivos frente a escenas que se resolvían con puntos de vista frontales o de perfil a los personajes. Y aunque nunca encontré una explicación precisa, he ido coleccionando suposiciones que me llevan a pensar que estos puntos de vista desaceleran el relato; casi que exigen al editor alargar su duración e implican que el realizador haga una pausa, muestre al personaje desde una dimensión más profunda e inquietante y que el espectador lo contemple más. La velocidad a la que suele invitar este tipo de planificación, al parecer, es incompatible con el ritmo y el afán de la televisión abierta por mantener atenta a una audiencia escurridiza. Paradójicamente, estar de *perfil* o de manera *frontal* a nuestro personaje no es un punto de vista antinatural, por el contrario, es quizás el punto de vista en el que la cámara imita de mejor manera nuestra participación de una situación cotidiana con un interlocutor. De hecho, el modo en el que cotidianamente cerramos la comunicación y el contacto con un interlocutor es ubicándonos de perfil. Al parecer, la televisión abierta tiende a brindarle al espectador un punto de vista privilegiado y distante que, a su vez, es ágil y poco ensimismado (foto 7).

PLANO SUBJETIVO O PUNTO DE VISTA: Es el plano que históricamente ha invitado a grandes reflexiones y discusiones. Es cuando la cámara sustituye la mirada o el punto de



»Foto 8. Plano subjetivo en **Perro come perro**. Archivo fotográfico de Carlos Moreno.

vista de un personaje. La obra de algunos realizadores, entre ellos Hitchcock, hace manifiesto de que el *plano subjetivo* es la herramienta más concreta para lograr la identificación con los personajes. Este plano tiene una variante muy común cuando nos muestra lo que está observando un personaje por medio de un objetivo, una mira telescópica, una cerradura, unos prismáticos, etc.

Otra variante antagónica y que merece una mención en esta reflexión, es el *plano objetual*, es decir, cuando la cámara encarna el punto de vista de un objeto. A veces, desde el punto de vista de un televisor nos muestran a los televidentes; desde una tumba vemos a los dolientes; desde una boca vemos al odontólogo trabajar; etc.

La cámara con estos puntos de vista subraya especialmente ese valor que brinda el cine al espectador de ser su subrogado, de ofrecerle a su vista un universo ajeno y una vivencia favorecida de este. Un análisis más extenso

nos llevaría por terrenos del psicoanálisis, de allí al placer visual, al voyerismo, la escopofilia y a todo lo que se espeque sobre nuestra condición de espectadores-fisgones. En **La ventana indiscreta** (*Rear Window*, Alfred Hitchcock, 1954), su director juega magistralmente con esta condición haciéndonos fisgones de un personaje que fisgonea; en **Entrar al vacío** (*Enter the Void*, Gaspar Noé, 2009) se nos lleva aún más allá, hacia la mirada embriagada, enajenada e incluso metafísica. A mi juicio, el uso del plano subjetivo tiene el ejemplo más destacado en algunas obras de Felipe Aljure, **La gente de La Universal** (1991) y **El Colombian Dream** (2006), en donde este punto de vista frecuentemente enfatiza con humor el conflicto, el enfrentamiento y la enajenación de los personajes (foto 8).

Es casi inabarcable la cantidad de citas fílmicas y bibliográficas. Cada día –por no decir cada instante– nace un plano subjetivo que narra en primera persona. El estatus del plano subjetivo desborda al cine y la televisión para

sumergirse en los video juegos, en las experiencias de realidad virtual, redes sociales, etc.

PANTALLA DIVIDIDA (*SPLIT SCREEN*): La división de la pantalla, tradicionalmente en dos mitades, es para el espectador una parcelación del relato, es la multiplicación de la voz del realizador. Quizás el ejemplo más común de su uso se da en escenas clásicas que muestran a dos personajes en la distancia manteniendo una conversación telefónica. Esta división pretende transmitir una sensación de simultaneidad y el carácter omnipresente del relato. De ahí su uso en realizaciones televisivas y producciones en vivo, como noticieros, eventos deportivos y musicales, en los que el espectador no debería perderse de nada de lo que está ocurriendo.

Con la aparición de las nuevas tecnologías, la pantalla dividida le añadió un sentido interactivo al mundo audiovisual; cada fragmento de la pantalla puede entenderse como un punto de entrada a otro relato o contenido.

Los planos según el movimiento

La fuerza expresiva del discurso audiovisual se encuentra precisamente en su multiplicidad dinámica y en los numerosos tipos de movimientos posibles. El camino del lenguaje

audiovisual se percibe cada vez más vigoroso al comparar el cine primitivo –cuando la cámara era un testigo estático– con el cine de nuestros días. El movimiento de cámara fue desarrollando diversos desempeños expresivos: describe al acompañar, revela, crea ilusiones, define relaciones espaciales entre los elementos, ofrece relieves dramáticos, expresa tensiones. Sería una tarea inacabable crear un inventario de los tipos de movimientos de cámara puesto que en cada producción cada realizador reutiliza, renueva y reinventa mediante el movimiento de la cámara.

No obstante, para este texto me atrevo a remarcar y adoptar una división tradicional que clasifica a los movimientos de cámara en *panorámicas*, *traslaciones* y *grúas*.

PANORÁMICA: Se trata de un movimiento de la cámara que gira sobre su propio eje, horizontal o verticalmente, recorriendo el espacio o siguiendo a los personajes. Podríamos compararlo con el giro de nuestra cabeza.

- Panorámica horizontal, derecha a izquierda o al revés
- Panorámica vertical, ascendente o descendente
- Panorámica oblicua, combinación de las dos anteriores
- Panorámica circular, en un ángulo de 360 grados
- Barrido a gran velocidad difuminando la imagen

«La fuerza expresiva del discurso audiovisual se encuentra precisamente en su multiplicidad dinámica y en los numerosos tipos de movimientos posibles».

5 El *dolly*, como herramienta especializada y sofisticada del mundo audiovisual, tiene la función de realizar para la cámara movimientos fluidos gracias al sistema de suspensión y a los rieles paralelos que usa como plataforma de traslación. Es la herramienta clásicamente asociada al movimiento de traslación o *travelling*.

6 El *steadicam* es la más importante herramienta estabilizadora de cámara. Esencialmente es un chaleco del cual se desprende un brazo con un sistema de suspensión con el que se soporta la cámara, lo que permite al operador desplazamientos libres por el espacio a nivel de los ojos del ser humano. Frecuentemente se usa para representar planos subjetivos o el punto de vista de algún personaje, pero el *steadicam* también tiene una gran vocación descriptiva de espacio y acciones.

7 El dron, o en inglés *drone*, se refiere a los zánganos o abejas machos de una colmena, define a los vehículos aéreos no tripulados y dirigidos a control remoto. Con estos vehículos podrían controlarse además cámaras a bordo con las cuales realizar tomas de desplazamiento aéreo. El desarrollo de la tecnología digital y HD ha expandido el uso de drones en asuntos militares, industriales, deportivos, etc., donde el cine es una modesta parcela.

Las panorámicas tienen diferentes usos: el descriptivo (revelación del espacio), el dramático (presentación de los diversos elementos de la acción) y el subjetivo (en función de los personajes u objetos que se desplazan).

TRASLACIÓN (TRAVELLING): Con este tipo de movimiento la cámara se desplaza siguiendo o acompañando una acción o revelando un espacio. Técnicamente la cámara se traslada en el hombro, sobre rieles, sobre un soporte con ruedas *dolly*⁵, con el *steadicam*⁶ (cámara con estabilizador), y aéreamente con cables, drones⁷ y otros soportes y artilugios.

Con los avances tecnológicos aparece la óptica variable, que a su vez trajo al cine lo que se conoce como *travelling óptico* o *zoom*. Aunque los objetos se mueven en el encuadre se trata realmente de una ilusión de movimiento producida por una combinación de mecánica óptica dentro de la lente. La cámara no se mueve, es el objetivo con lente focal variable el que abre o cierra el espacio, alejando o acercando las figuras y, en definitiva, cambiando el encuadre. Por ser un movimiento antinatural respecto a la visión humana, el *zoom* tiene un carácter arbitrario y marca la presencia de un realizador. Expresivamente, el *zoom* suele ser una herramienta para hacer énfasis o señalar algún objeto o espacio.

Como herramienta expresiva recientemente no tiene “buena fama”; su uso frecuente en las producciones televisivas en vivo y telenovelas le ha dado un carácter vulgar y presuroso. No obstante, es casi una marca estética del cine oriental de acción y de algunas películas del oeste.

LA GRÚA: La definición este tipo de movimiento es casi la descripción mecánica del aparato; tiene la capacidad y versatilidad de realizar tomas verticales al desplazarse por el aire desde la altura y a nivel del suelo y brindar vistas aéreas. En el cine clásico, es el movimiento de *gran establecimiento* de las escenas y espacios.

PLANO SECUENCIA: Un *plano secuencia* pretende seguir la acción de uno o varios personajes en una sola toma, sin cortes visibles, y así relatarnos una escena o incluso un filme completo. Un plano secuencia célebre del cine clásico sigue siendo **La sogá** (*Rope*, Alfred Hitchcock, 1948), que propone un único plano para contar la trama. Técnicamente no era posible rodar de forma continua durante tanto tiempo, por lo cual se hicieron cambios de rollo que con la ayuda de movimientos de cámara se pretendían imperceptibles y así brindar una sensación de continuidad al espectador.

En ocasiones, más que una herramienta narrativa o una destreza artística, el plano secuencia se ofrece como una acrobacia técnica indigestada de valor de producción. Pero académicamente es un ejercicio importante para el aspirante a cineasta. En la realización de un plano secuencia se concentra la exigencia visual, la tensión dramática y el ritmo del arte del cine.

Por su precisión narrativa y visual, es de rigor señalar la estética del mexicano Paul Leduc, maestro en el arte de narrar mediante el plano secuencia. En tiempos recientes, otro mexicano hace una propuesta de narración, que incluso juega con el tiempo, haciendo uso de un extenso y virtuoso plano secuencia en **Birdman** (Alejandro González Iñárritu, 2014). La cinematografía colombiana cuenta con un ejemplo ilustre: **PVC-1** (Spiros Stathoulopoulos, 2007), basada en la tragedia del "collar bomba", hecho real y tristemente célebre, fue rodada en tiempo real mediante un único plano secuencia.

CAMPO Y FUERA DE CAMPO: De una manera escueta, pero clara y definitiva, podemos decir que *campo* es el espacio o lugar en el que están los personajes y objetos en la pantalla. Es todo aquello que *se ve*. Lógicamente, lo que no está en la pantalla se dice que está *fuera de campo*.

En este par de definiciones hay una clave fundamental del lenguaje cinematográfico, prodigiosa, difícil, que a veces se nos escapa a los realizadores y tiene que ver con la propuesta que le hacemos a la imaginación del espectador para que asuma el universo de nuestro relato; aquello que está *fuera de campo* puede existir en el universo planteado sin que lo veamos. Nuestra imaginación arma y completa aquello que Aristóteles llamó "diégesis"⁸,

⁸ Diégesis es ese universo imaginario en donde se desarrollan los hechos y conviven los personajes propios de una narración. La leyes y las acciones de la diégesis las establece y construye el narrador, mientras nosotros, su auditorio, las aceptamos y entendemos para seguir el relato. Me atrevo a compararlo con el gran lienzo de un pintor.

o ese universo propuesto por el narrador. No todo debe ni puede ser mostrado. A mi juicio, una buena porción de la calidad de un filme descansa en la proporción justa de información que se le entrega al espectador.

Un ejemplo virtuoso de uso del *fuera de campo* lo podemos encontrar en **El proyecto de la bruja de Blair** (Daniel Myrick y Eduardo Sánchez, 1999), en donde la amenaza que acecha a los personajes nunca llegamos a tenerla en cuadro, siempre está fuera de nuestro alcance visual y no por ello deja de ser espeluznante. De manera similar, en las secuencias de gran parte de **Tiburón** (Steven Spielberg, 1975), el escualo no está en pantalla, pero escuchamos los célebres acordes que anuncian el inminente peligro. Una decisión accidental que fue tomada por asuntos presupuestales, ya que el tiburón mecánico que iba a usarse en las escenas de los ataques no quedó bien fabricado y Spielberg decidió mostrarlo durante pocos instantes y solo al final del relato.

En este punto resulta relevante mencionar la experiencia con **Perro come perro**, en la escena previa al desenlace, cuando torturan y asesinan a un personaje con una motosierra. La escena fue construida sin mostrar específicamente cómo se hacía la masacre, sino encuadrando el rostro de algunos personajes que presenciaban la atrocidad. De esta manera buscábamos provocar la imaginación del espectador para que encontrara en la gestualidad de los testigos todo el peso dramático de la escena. Considero que la herramienta narrativa surtió efecto pues alguien, algún día, dándome sus impresiones de la película me preguntó impactado cómo habíamos rodado la escena en que le cortaban de manera tan verosímil y sangrienta los brazos y las piernas al personaje. Planos que nunca rodamos.

Ejemplos como estos nos hacen concluir que el uso del *fuera de campo* siempre apelará a la capacidad de abstracción del espectador. Un ejemplo antagónico lo podemos encontrar en el cine porno, en donde para el espectador

»Fotos 9 y 10. Plano fuera de campo con los que se construyó la escena de tortura previa al desenlace en **Perro come perro**. Archivo fotográfico de Carlos Moreno.



no es importante la abstracción, lo que está fuera de campo no es excitante, no sugiere ni interesa. En este caso se trata de un cine "hiperrealista" en donde lo que se construye en la mente del espectador interesa menos que su atención y su rol de mirón privilegiado (fotos 9 y 10).

¿Cómo, cuándo y dónde poner la cámara?

El misterio que contiene el arte cinematográfico está entrelazado con la arbitrariedad que comporta. Si bien hasta aquí se ha hecho un esfuerzo por enumerar y explicar los tipos de plano y el uso del espacio en el cine, al final se puede concluir claramente que no existe ni es recomendable una única norma.

Cada narrador de cine debería apropiarse de su relato usando su sensibilidad y su ímpetu creador que ya está modelado por su experiencia de vida, su tradición cultural y su formación como artista. Aunque esta afirmación no sea pretenciosamente académica, lo cierto es que absolutamente *todo* en la vida, cada instante de ella, le aportará a esta forjadura. Desde la pintura, pasando por el cine, el teatro, la televisión y el cómic, en esferas cultas y sofisticadas así como en las populares y vulgares, vamos armándonos como sujetos sensibles dispuestos a contar historias con una cámara.

Si bien yo tuve una formación académica, debo concederle en buena parte mi presumido crédito de "cineasta" a las historietas de *Kalimán*, *Águila Solitaria*, *Memín*, *Tintín*, *Mandrake*, etc.; a series de televisión como *Capitán Centella*, *Baretta*, *Zafiro* y *Acero*, *Décimo grado*, etc.; a las novelas de Robert Louis Stevenson, Mark Twain, Jack London, Julio Verne, etc.; y el matiné dominical en que veía a Godzilla, Mothra, Tarzán, el niño y el toro, etc. Allí yacen mis primeras emociones cinematográficas que con el tiempo se han diluido para convertirse en un inquietante tesoro por buscar. "La isla era el tesoro".

Hay que echar mano de la tradición e identidad de cada uno, allí está el manual cinematográfico de cada quien. Nuestra experiencia de vida es el gran patrón con el que podemos imitar la vida, volver a presentar el mundo, tener la atención de otros por unos instantes y contarles algo; el gran misterio del cine.

«Cada narrador de cine debería apropiarse de su relato usando su sensibilidad y su ímpetu creador que ya está modelado por su experiencia de vida, su tradición cultural y su formación como artista».

SEGUNDA PARTE: EL TIEMPO

Si bien existen algunos conceptos básicos sobre el tiempo en el cine, es necesario decir que el tiempo en el arte es un concepto muy relativo, esta no es una conclusión exclusiva para la física. No obstante, es preciso estar de acuerdo con una definición concreta. Existen dos temporalidades: el *tiempo del relato* y el *tiempo de la historia*.

La primera se refiere al lapso de tiempo que se usa como narrador para relatar. Tratándose de un largometraje, por ejemplo, podría ser más de sesenta minutos y en los cortometrajes es posible incluso a partir de un minuto; es decir, el tiempo del relato es concreto y relativo al acto de narrar.

El tiempo de la historia hace referencia a la temporalidad de lo narrado, esto es, al tiempo al interior del universo que se está narrando. Un ejemplo clásico es la novela *Cien años de soledad* de Gabriel García Márquez; el título de la obra determina que los hechos al interior del relato se desarrollan a lo largo de cien años, independientemente de lo que tarde la lectura del texto.

De la articulación de estos dos conceptos es que derivan muchas reflexiones académicas sobre la temporalidad en la narrativa. Pero estas clasificaciones son superadas aún más por la cantidad de relatos que juegan y combinan el *tiempo del relato* y el *tiempo de la historia*.

En literatura, por ejemplo, una novela puede desarrollarse en años, en días o incluso en horas y el autor puede marcar los cambios de tiempo de manera caprichosa. Las historias pueden narrarse de manera lineal, circular, usando recursos de analepsis o *flash-back* (escenas retrospectivas) y prolepsis o *flash-forward* (escenas prospectivas), etc. Sin embargo, autores como Cortázar y su célebre

novela *Rayuela*, solo para citar un caso, derrumban estas percepciones del manejo del tiempo.

En teatro, el tiempo también reposa en las decisiones artísticas del director o del escritor. Un cambio de escena o de acto, supone a veces un cambio de tiempo o de lugar, que puede expresar tanto el paso de años, días, o solo unos minutos.

Para estos efectos, es común encontrar recursos como las luces, la escenografía, el cambio de actores de una escena a otra, la música y su intencionalidad e incluso el video. Estos recursos formales marcan al auditorio la diferencia temporal entre las escenas.

En literatura también es frecuente encontrar estos juegos narrativos con el tiempo. Un recurso recurrente es narrar todo un capítulo en donde el narrador se enfoca en un personaje o situación en particular y en el capítulo siguiente, dar luz a un personaje o situación diferente. Aunque no se use la simultaneidad relatora para narrar ambas situaciones, el lector asume el universo y las entiende conectadas. En el *tiempo del relato* están en un orden que ha decidido el autor, pero en el *tiempo de la historia* ocurren paralelamente. Un buen ejemplo es *La trilogía de Nueva York* de Paul Auster, cuya estructura narrativa responde a varias historias ocurridas en esta ciudad, recíprocas y simultáneas.

Además del teatro, en la ópera podemos encontrar buenos ejemplos de la naturaleza de la temporalidad de lo narrado contra la temporalidad del relato. En muchas ocasiones, una escena que en la vida real toma tan solo unos segundos, se dilata presentándose bajo una temporalidad diferente. Por ejemplo, mientras un actor agoniza, puede sonar un aria completa. En términos académicos con enfoque en el cine esto se define como *distensión*, es decir, "cuando el director alarga la escena más de lo que dura en tiempo real. Así le da un tono más metafórico o intenta que el

»Foto 11. Fotograma de la película **Que viva la música**. Archivo fotográfico de Carlos Moreno.



«[...] la industria cinematográfica ha pretendido darle al cine una convención en cuanto a la duración del relato. Se considera largometraje a una obra fílmica cuya duración supere los sesenta minutos».

espectador se fije más en los detalles”⁹ y sensaciones.

Acompañando la experiencia y la percepción de la temporalidad por parte del espectador, esta es una coincidencia entre la literatura, el teatro, la ópera y el cine. En el cine son comunes las escenas en las que, mientras un actor muere, toda su vida pasa por delante y contar los recuerdos de su existencia supone una película entera.

A pesar de estas definiciones, la industria cinematográfica ha pretendido darle al cine una convención en cuanto a la duración del relato. Se considera largometraje a una obra fílmica cuya duración supere los sesenta minutos. Los agentes de ventas y distribuidores no están tan interesados en la temporalidad de la historia, pero sí carraspean con aquellas películas que superan los cien minutos, pues sus salas tendrán menos funciones, las parrillas de programación de los canales estarán más cubiertas y, por consiguiente, los ingresos serán menores. Este acuerdo, obviamente comercial, es lejano a propuestas de autores como Andrei Tarkovsky, Bela Tarr y otros cuyas obras no hacen concesiones comerciales ni siquiera en términos de duración.

No obstante, en el cine clásico comercial se han elaborado estrategias para presentar al público extensos relatos por entregas o sagas: Star Wars, Harry

⁹ Enrique Martínez-Salanova Sánchez, “El tiempo cinematográfico”. En línea.

Potter, Rocky, Rambo, etc. De este juego con la duración del relato no escapa el cine de autor: Lars von Trier, por ejemplo, ha realizado películas de casi cinco horas como el caso de **Ninfomanía** (*Nymphomaniac*, 2013), cuya primera versión tenía una duración superior a las cuatro horas, y posteriormente fue editada y dividida en dos entregas.

Regresando a nuestro asunto de la temporalidad narrativa en el cine, un filme debería durar una hora y media o dos horas, según la convención comercial. En **La sogá**, Alfred Hitchcock presenta un ejemplo clásico muy ilustre; jugó con el acuerdo e hizo coincidir el *tiempo del relato* con el *tiempo de la historia*. Los hechos se presentan en tiempo real, esto es, la temporalidad de la película coincide con los acontecimientos que en ella se narran. Sin condensaciones y sin elipsis, es decir, sin saltos en el tiempo y el espacio. En términos académicos estaríamos ante una *adecuación*, que es cuando el tiempo real y el tiempo cinematográfico son los mismos.

Stanley Kubrick, a su vez, pareciera responderle con la ruptura entre el tiempo del relato y el tiempo de la historia en **2001: Odisea en el espacio** (1968). En las escenas iniciales, un primate arroja un hueso al aire después de haberlo usado como arma para matar a un feroz felino, e inmediatamente sigue la imagen de una nave espacial cruzando el espacio exterior. Entendemos esta secuencia como una

gran elipsis que hace viajar al espectador por miles de años, sin entrar en detalle sobre los avances técnicos y tecnológicos, hasta una era espacial que incluso aún no ha llegado. Desde una postura académica esto se podría definir como *condensación*, es decir, se suprime una parte del relato que el espectador debe suplir con su imaginación.

Este par de ejemplos son prueba de que el asunto del tiempo tiene mucho que ver con el carácter individual de cada creador. El tiempo está íntimamente ligado a la forma de relatar de cada quien y, nuevamente, esto desemboca en el hecho de que no existe un manual exacto de cómo debería ser su manejo. El juego con el tiempo y el espacio son esencialmente trucos de naipes con los que cada realizador presenta, oculta, hace suponer y manipula la imaginación del espectador. Y es aquí donde la palabra *ilusión* resulta inseparable del ADN y esencia cinematográfica, y a la que se tiene que desembocar como realizadores.

Con estos párrafos se termina esta reflexión, quizá necesaria para el contexto en el que se publica. Sin embargo, a la manera de un mensaje en una botella quiero lanzar una invitación a quien me ha acompañado en estas líneas y está dispuesto a continuar en este apostolado cinematográfico, mediante un par de palabras claves: silencio y desobediencia.

El crecimiento del lenguaje audiovisual se ha expandido y complejizado de tal forma que viene ocupando nuestras esferas individuales y privadas. Con el soporte de la tecnología cada minuto de nuestras vidas viene siendo cubierto con mensajes e información de todo tipo, chatarra y ruido que nos entretiene. El aburrimiento ha perdido terreno y con él la actitud contemplativa y el silencio. Yo invito a atesorar ese valor en extinción, con el cual se han construido grandes relatos. La producción de cine y televisión, en camino paralelo a la gula neoliberal, invita a los realizadores a no valorar la pausa, el silencio, el vacío, considerándolo insustancial, peligroso, la puerta de escape de un auditorio huidizo y glotón. Deténgase y contemple, como dice la canción de Charly García: "El silencio tiene acción".

Para terminar, quiero desarmar lo tejido en los párrafos anteriores: no hay reglas, aunque quizás haya manifiestos y propuestas. Es preciso desconfiar profundamente de cualquier dogma y totalitarismo cinematográfico. Que la desobediencia y el error sean las armas del realizador. ●

«Es preciso desconfiar profundamente de cualquier dogma y totalitarismo cinematográfico. Que la desobediencia y el error sean las armas del realizador».

REFERENCIAS

Borges, Jorge Luis. *Nueva antología personal*, Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 1949.

Martínez-Salanova Sánchez, Enrique. "El tiempo cinematográfico". En línea: <http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/temppocine.htm>.

FILMOGRAFÍA

Aljure, Felipe. **La gente de La Universal.** 110 min, Colombia, 1991.

_____. **El Colombian Dream.** 135 min, Colombia, 2006.

González Iñárritu, Alejandro. **Birdman.** 118 min, Estados Unidos, 2014.

Hitchcock, Alfred. **La sogá (Rope).** 80 min, Estados Unidos, 1948.

_____. **La ventana indiscreta (Rear Window).** 110 min, Estados Unidos, 1954.

Kubrick, Stanley. **2001: Odisea en el espacio (2001: A Space Odysse).** 139 min, Reino Unido, 1968.

Lumière, Louis. **El regador regado (L'arroseur arrosé).** 1 min, Francia, 1895.

Moreno, Carlos. **Perro come perro.** 106 min, Colombia, 2008.

_____. **Todos tus muertos.** 88 min, Colombia, 2011.

_____. **Que viva la música.** 100 min, Colombia, 2015.

Myrick, Daniel y Eduardo Sánchez. **El proyecto de la bruja de Blair (The Blair Witch Project).** 81 min, Estados Unidos, 1999.

Noé, Gaspar. **Entrar al vacío (Soudain le vide).** 161 min, Francia, 2009.

Spielberg, Steven. **Tiburón (Jaws).** 124 min, Estados Unidos, 1975.

Stathoulopoulos, Spiros. **PVC-1.** 86 min, Colombia 2007.

Trier, Lars von. **Ninfomanía (Nymphomaniac).** 117 min, Dinamarca, 2013.



«La escritura de una obra audiovisual, y especialmente la del guion de cortometraje, requiere atención especial, ya que su efectividad radica en la comprensión y dominio de las reglas básicas que componen su estructura».

**MANUAL
URGENTE PARA
GUIÓN DE
CORTOMETRAJE**

Efraín Bahamón Peña



A lo largo de este artículo abordaremos los diferentes elementos inherentes a la construcción y escritura del guion para cortometraje. Se ofrecen herramientas y conceptos que ayudarán al guionista a consolidar un relato que será contado en imagen y sonido, no sin antes advertir que el guion es una obra en marcha, un producto que en su viaje hacia la imagen puede sufrir cambios de acuerdo con las necesidades narrativas, estéticas o de producción.

La escritura de una obra audiovisual, y especialmente la del guion de cortometraje, requiere atención especial, ya que su efectividad radica en la comprensión y dominio de las reglas básicas que componen su estructura. El cortometraje no es la versión reducida de un largometraje ni la síntesis de una narración extensa. Al igual que otras expresiones artísticas, el corto actualiza permanentemente sus parámetros, manteniendo su identidad e independencia frente a otras formas audiovisuales.

¿QUÉ ES UN CORTOMETRAJE?

Si atendemos a la tradición, podríamos definir el cortometraje como una narración audiovisual que no sobrepasa los 30 minutos. El *Diccionario de Real Academia Española* lo define como "película de corta e imprecisa duración".

«Todo guionista debe dominar la forma clásica, ya sea a través del instinto o del estudio».

Robert McKee

A partir de la expedición de la Ley de Cine en Colombia (Ley 814 de 2003) y en correspondencia con parámetros internacionales, se considera un cortometraje como aquella obra cinematográfica cuya duración mínima es mayor a siete minutos. Sin embargo, esta medida no es una camisa de fuerza. Existen cortometrajes que están por debajo y por encima de esta disposición. Debemos entender que su delimitación responde a necesidades de mercadeo o exhibición y resulta muy útil, en caso de participación en festivales, donde los cortos deben cumplir un mínimo y máximo de duración.

En cuanto a su definición conceptual, podemos decir que el cortometraje de ficción es una narración breve contada en imágenes, donde el protagonista o los protagonistas sufren una transformación, es decir, un cambio de valor en su vida. Podemos agregar que "se caracteriza por una particular aproximación al personaje, así como por poseer una trama simplificada"¹. Si bien en la historia del cine existen casos donde esto no sucede, es prudente aclarar que lo dicho en este artículo está dirigido a reflexionar sobre la estructura clásica del cortometraje, lo que en palabras de Robert McKee corresponde a la definición de arquitecra, es decir, de relato con declarada intención narrativa y articulado en el conocido diseño: exposición,

¹ Pat Cooper y Ken Dancyger. *El guión de cortometraje*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, 1998, p. 9.

nudo y desenlace². En otras palabras, guiones dramáticos. Sobre esta clasificación hablaremos más adelante.

Si bien la mayoría de las historias merecen ser escritas y llevadas a la pantalla, al momento concebir una idea para construir un guion de cortometraje, en mi opinión, el guionista debería tener presente que su relato cumple al menos con los siguientes requisitos:

- El asunto gira alrededor de un solo incidente o suceso.
- La acción se desarrolla en un lapso de tiempo breve.
- El peso dramático recae sobre uno o dos personajes.
- El protagonista sufre una transformación, es decir, un cambio de valor en su vida.

Jean-Claude Carrière, guionista de Luis Buñuel en varios de sus largometrajes, escribe en su libro *La película que no se ve*: "el guion no es solo el sueño de un filme, sino también su infancia"³. Me gusta esta definición porque *sugiere la continuidad de un proceso que logra su punto máximo de expresión cuando la palabra se traduce en imagen*. Si bien esta definición fue expresada pensando en el guion de largometraje, creo que interpreta muy bien el espíritu de yace en cualquier guion. El guion es la base primigenia de todo relato audiovisual, el punto de partida para dar vida a una película.

“ESCRIBIR GUIONES NO ES ESCRIBIR; ES ESCRIBIR GUIONES”

Esta frase atribuida al escritor y guionista estadounidense Raymond Chandler sintetiza lo que en mi opinión es el oficio de escribir para la imagen. Los guiones no son literatura. Son simplemente guiones, una guía, un mapa de ruta que sirve para construir relatos audiovisuales, que por lo general terminan en el bote de la basura una vez finaliza su rodaje. Sin embargo, hay quienes piensan diferente. El reconocido cineasta y escritor mexicano Guillermo Arriaga defiende la figura del guionista como el autor principal de una forma de arte colectivo⁴.

2 Robert McKee. *El guion. Sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. Barcelona: Alba, 2006, p. 68.

3 Jean-Claude Carrière. *La película que no se ve*. Paidós Ibérica, 1997, p. 128.

4 Guillermo Arriaga, citado por César Álzate Vargas en *Encuentros del cine y la literatura en Colombia*. Bogotá: Ministerio de Cultura, 2012.

»Foto 1. Ensayo de una escena del corto **La hacienda** (Iván Parra, 2015), del cual se incluye el guion como anexo. Foto: Sebastián Zapata.



LAS FORMALIDADES

Antes de comenzar a explorar la práctica de escribir guiones, debemos establecer unas reglas de juego; formalidades que facilitan su presentación y comprensión. Es increíble la cantidad de guiones y buenas historias que son descalificados en concursos, sencillamente porque su presentación no responde a las exigencias mínimas de forma. Por ejemplo, un guion describe acciones, emociones y diálogos. Al referir acciones debemos utilizar el *presente simple* como tiempo verbal. Observa el ejemplo.

EXTERIOR. CALLE. DÍA.

JUAN (24) avanza distraído por la acera y encuentra un maletín en un bote de basura. Mira a su alrededor, lo recoge y continúa su camino como si nada.

No te confundas con explicaciones innecesarias que dificultan comprender qué es lo que realmente vamos a filmar. Compara la siguiente descripción.

EXTERIOR. CALLE. DÍA.

Después de un arduo día de trabajo, Juan (24) viene caminando por la acera, abstraído en sus pensamientos. El sol brilla en el cielo y el ruido de la ciudad se extiende a lo lejos. De repente algo llama su atención. Un viejo maletín, imitación cuero, ha sido abandonado por alguien en un bote de basura. Después de pensarlo un buen rato y tras confirmar que nadie lo está mirando, Juan se decide y toma el maletín.

Si bien ambas descripciones de la escena se entienden, el primer ejemplo es más efectivo en términos de producción. Además, muchos actores odian que el guion no les permita un rango de interpretación del texto. Recordemos que una película es un constructo coral, donde personas de diferentes oficios aportan a su consolidación. En mi opinión, *el guion debe privilegiar la acción y la emoción sobre la descripción*.

Volvamos a las formalidades. El número (24) entre paréntesis nos ofrece la edad del personaje. Así sabemos de inmediato que Juan no es un niño ni un anciano. El nombre de JUAN está escrito en mayúsculas, con el fin de *resaltar que un personaje aparece por primera vez* en la historia. Después de esto podemos volver a escribirlo en minúsculas.

Otro elemento a tener en cuenta es el tipo de fuente: el tamaño, las márgenes y el interlineado con el que vamos a escribir. Generalmente se recomienda utilizar letra Courier o Courier New de 12 puntos, interlineado sencillo, para las descripciones de escena. El nombre de los personajes en MAYÚSCULAS y los diálogos centrados. Evita hacer descripciones técnicas, tales como movimientos, posición de cámara, angulaciones, etc. Esos detalles pertenecen al guion técnico y no al guion literario, que es el que acá nos ocupa. Afortunadamente, hoy existen programas de escritura o plantillas de libre distribución que facilitan esta tarea⁵. Cuando termines tu guion, este deberá presentar el siguiente formato (diagrama 1):

¿EL QUÉ, EL CÓMO Y EL POR QUÉ?

Todo guion surge de una idea. A veces basta una imagen para dar rienda suelta a nuestra imaginación y desde allí el deseo de construir una historia. Esa idea o imagen matriz responde a una intención narrativa, es decir, que queremos contar algo y en ese proceso vamos a dejar entrever un punto de vista, una opinión sobre un tema o situación determinada. Para que esta idea tome vuelo es necesario que identifiquemos las partes que la componen; en este caso: el qué, el cómo y el porqué. Interrogantes que podemos asociar a las siguientes categorías.

⁵ Puedes descargar una plantilla gratis en línea: <http://www.abcguionistas.com/novel/plantilla.php>.

»Diagrama 1. Formato del guion.

Encabezado de escena ←

1. INT. OFICINA. DÍA.

Descripción de escena ←

Frente a su escritorio Un HOMBRE (40) come un sándwich mientras revisa la hoja de vida de AUGUSTO (45), que no puede dejar de mirar el sándwich. El hombre lo estudia de arriba abajo.

Personaje ←

HOMBRE

Acotación ←

(Sin dejar de comer)

Diálogo ←

Lo siento, pero aquí en ninguna parte dice que usted tiene experiencia en ventas...

AUGUSTO

(Casi suplicando)

Señor, si usted me da la oportunidad, le prometo que puedo aprender...

HOMBRE

Qué pena, amigo, pero, si no tiene experiencia en ventas, no me sirve.

Descripción de escena ←

El hombre devuelve la hoja de vida a Augusto y continúa comiendo. Augusto recibe la hoja y se marcha humillado.

Transición ←

Corte

EL QUÉ	EL CÓMO	EL POR QUÉ
TEMA	ESTÉTICO-NARRATIVO	IDEOLÓGICO
El desempleo encarnado en la historia de un hombre que busca desesperadamente cubrir sus deudas.	Podríamos sugerir que se filmará en blanco y negro. Las escenas de acción se tomarán en cámara lenta. El tratamiento de la violencia será exagerado y se trabajará con actores naturales. El sonido será ambiente y no se utilizará música.	Se critica la falta de oportunidades que la sociedad ofrece a un individuo honesto.

»Cuadro 1. El qué, el cómo y el por qué en el desarrollo de una idea.

- El qué con el tema
- El cómo con lo estético/lo narrativo
- El porqué con lo ideológico

Supongamos que vamos a desarrollar la siguiente idea: un joven desempleado, acosado por las deudas, decide robar un banco y más tarde lo atrapan y envían a prisión (cuadro 1).

LA PREMISA

Sumando estas categorías llegamos a un punto fundamental que debemos tener en cuenta antes de comenzar a escribir: ¿de qué quiero hablar?, es decir, qué es lo que pretendo comunicar con mi historia. Esto nos lleva a hablar de la premisa, definida como la idea dominante que atravesará nuestro relato de principio a fin. Así las cosas, podemos decir que la premisa es ese concepto fundamental que sostiene la trama. Generalmente, una premisa expresa de manera sencilla la esencia de lo que plantea una historia. Podríamos definir la premisa del ejemplo anterior así: *los seres humanos, bajo presión, reaccionan de manera impredecible*.

Para Antonio Sánchez Escalonilla, “las premisas son patrones universales clásicos que facilitan la construcción de argumentos y personajes y que pueden servir para determinar y desarrollar el *story line*”⁶. Es prudente advertir que en algunas ocasiones llegamos a la premisa de manera intuitiva. Una vez hemos concluido la escritura de un guion, lo revisamos y descubrimos que en el nivel externo está el argumento, pero en el nivel profundo subyace la idea de lo que queremos hablar. Es decir, nuestra premisa.

Veamos cómo funciona la premisa en dos obras de William Shakespeare (cuadro 2).

En resumen, la premisa es una proposición que conlleva causa y efecto. Una vez el guionista descubre la premisa, su trabajo consiste transmitirla de forma clara, mediante la materialización de una situación dramática que tomará forma mediante acciones, diálogos e imágenes.

⁶ Antonio Sánchez E. *Estrategia del guion cinematográfico*. Ariel, 2009, p. 86.

»Foto 2. Fotograma de **Alguien mató algo** (Jorge Navas, 1999). Foto Archivo Cinemateca Distrital.



EL STORY LINE

Si no puedes resumir tu historia en un par de frases es porque tal vez aún no está muy clara en tu cabeza. Toda buena historia debería poder condensarse en pocas palabras. A esto, en terminología del guion, se lo conoce como *story line*, es decir, una síntesis de la historia redactada en un párrafo de cinco a ocho líneas. El *story line* es una formalidad requerida por cualquier productor que se interesa en un proyecto y quiere conocer de manera breve y efectiva de qué se trata una historia. Un *story line* efectivo es aquel que responde a las siguientes preguntas:

- ¿Quién es el protagonista?
- ¿Qué quiere?
- ¿Qué hace para lograrlo?
- ¿Qué se le opone?
- ¿Cómo termina?

Si el guionista responde con claridad estos cinco interrogantes, puede estar tranquilo, pues su historia con seguridad ha de encontrar la ruta dramática de su relato. Si ponemos atención, reconocemos que las cinco preguntas engloban

OBRA

PREMISA

Romeo y Julieta

El amor verdadero es capaz de superar la muerte.

Otelo

Los celos desenfrenados terminan por llevar a la destrucción a quien los padece.

»Cuadro 2. Ejemplo de funcionamiento de premisas.

la estructura de la narrativa clásica y corresponden a lo que arriba llamamos: exposición, nudo y desenlace. Presta atención al siguiente ejemplo basado en el cortometraje **Alguien mató algo** (1999) de Jorge Navas⁷:

Story line:

Heriberta vive aterrorizada por el mundo de los adultos. Inspirada por la historia de Erzsebet Bathory, cree que la sangre humana preserva su juventud. Valiéndose de engaños, Heriberta bebe la sangre de otros niños. Sin embargo, su madre, una fanática religiosa, y los constantes acosos de un vagabundo se interponen en su plan. Luego de un altercado con el vagabundo, este resulta muerto. Heriberta justifica su crimen, pero finalmente es eliminada.

LA NOCIÓN DE CONFLICTO

Todo guion con intención dramática se apoya fundamentalmente en la noción de conflicto, entendido este como una situación de confrontación en donde hay fuerzas que

⁷ En línea: <https://vimeo.com/41331950>

entran en choque y se oponen. La constante colisión de fuerzas antagónicas empuja el desarrollo de la trama y, por ende, del drama. La palabra drama viene del griego y significa "hacer"/"actuar", de ahí que, a la hora de representar una situación dramática, nos apoyemos en la *acción como mecanismo esencial*. En consecuencia, para que exista conflicto es necesario que por lo menos dos fuerzas entren en oposición. Esquemáticamente, esto sucede cuando un sujeto F1 (protagonista) busca un objetivo y otro sujeto F2 (antagonista) se interpone en su búsqueda o empresa (diagrama 2).

»Diagrama 2.



Supongamos la siguiente situación: Juan (A) está enamorado de Ana (B) y quiere hacerla su esposa y le comunica su deseo de casarse, propuesta a la que ella accede gustosa. Fijan una fecha y la boda se realiza. En este caso diremos que la escena carece de conflicto, ya que la fuerza 1 (F1) no presenta oposición para alcanzar su objetivo, es decir, que Ana, al identificarse con el deseo de Juan, se convierte en ayudante, y lo que hace con su decisión es concretar el avance de la F1, que se define en un objetivo común: casamiento (diagrama 3).

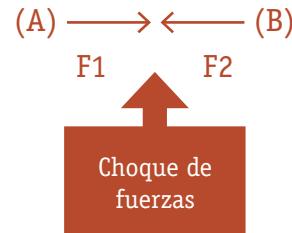
»Diagrama 3.



Ahora veamos la siguiente situación: Juan está enamorado de Ana y quiere hacerla su esposa. Le expresa su deseo de casarse, a lo que ella responde negativamente, pues planea volver a la universidad y terminar su carrera.

En este caso, el deseo de Juan se ve interrumpido por la aspiración de Ana, que ahora representa una fuerza opositiva (F2). De este modo, la primera y la segunda fuerza se contraponen y generan un espacio de conflicto, ya que los objetivos de F1 y F2 son contrarios (diagrama 4).

»Diagrama 4.



Esto nos permite afirmar que sin personajes y sin conflicto no hay drama. El conflicto dramático es lo que permite el desarrollo de acciones. Ahora bien, el conflicto no siempre se da entre personajes y puede aparecer en distintas esferas. Linda Seger considera cinco tipos de conflicto⁸:

- *Interno*: conflicto del personaje consigo mismo
- *De relación*: conflicto entre protagonista y antagonista
- *Social*: conflicto entre el personaje y un grupo
- *De situación*: el personaje afronta situaciones de vida o muerte
- *Cósmico*: conflicto del personaje con una fuerza sobrenatural

⁸ Linda Seger. *Cómo convertir un buen guión en un guión excelente*. Madrid: Rialp, 1991, p. 182.

«Todo guion con intención dramática se apoya fundamentalmente en la noción de conflicto, entendido este como una situación de confrontación en donde hay fuerzas que entran en choque y se oponen».

Recordemos que el personaje puede ser una persona, un animal, un objeto o las fuerzas de la naturaleza. Existen historias donde los personajes no experimentan conflicto. La ausencia de este elemento no resta valor a una historia ni la descalifica. Lo que sucede en estos casos es que el guionista enfoca el objetivo de su obra en valores no necesariamente dramáticos o narrativos. Es el caso de cortometrajes como **Un perro andaluz** (Luis Buñuel y Salvador Dalí, 1928), **Regen** (Joris Ivens, 1929) o **Meshes of the Afternoon** (Maya Deren y Alexander Hammid, 1943), cuyos autores privilegian lo cinematográfico o lo conceptual sobre lo narrativo. En otras palabras, lo poético y lo experimental superan o dejan de lado lo puramente dramático. Hablaremos de esto cuando abordemos el tema de la trama. Por ahora, volvamos al conflicto.

Es claro que el conflicto se centra en el personaje y sin este no hay drama. Sin embargo, la relación del personaje (protagonista) con el conflicto no siempre se da en el mismo ámbito, que puede ser interno y externo. Una historia resulta mucho más interesante si estos ámbitos de conflicto se conjugan en la empresa de un personaje.

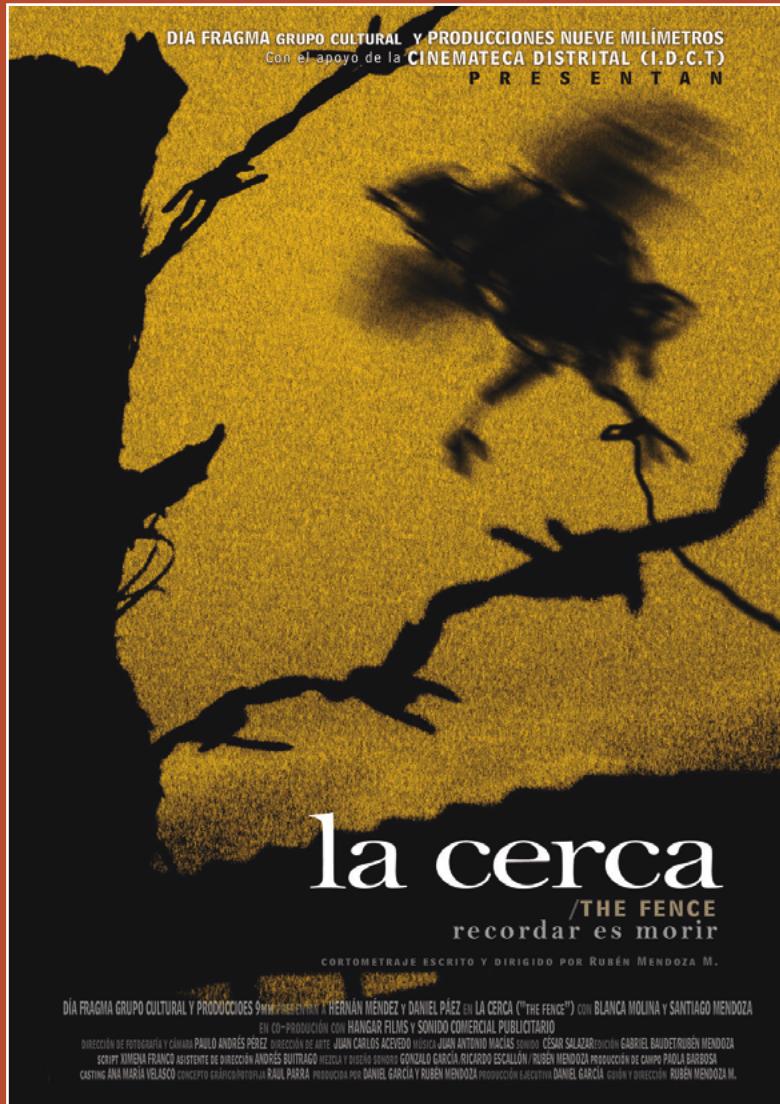
El conflicto interno se da cuando el personaje experimenta obstáculos que tienen que ver con sus creencias, con lo ético y lo moral. A la larga, esto es lo que define su individualidad y le brinda opciones para las decisiones que tome en la consecución de un objetivo. Mientras que el conflicto externo se da en la relación que el personaje tiene con otros personajes, la sociedad o el mundo que lo rodea. Veamos el siguiente ejemplo del cortometraje **La cerca** (2004) de Rubén Mendoza⁹.

Story line:

Francisco no quiere unir sus potreros con los de su padre, Juan Cristo Maldonado, quien insiste en liquidar el asunto desmontando la cerca que divide sus terrenos. Francisco se rehúsa a derribar la cerca. Tras un enfrentamiento, el hijo mata al padre. Acto seguido, echa abajo la cerca que lo constituye como heredero y único dueño de los potreros.

El cortometraje ilustra muy bien cómo la inseguridad, la falta de carácter y el deseo de venganza configuran el conflicto interno del protagonista. El conflicto externo se manifiesta en la repartición de la herencia dejada por la madre.

⁹ En línea: <https://vimeo.com/39985046>



»Foto 3. Afiche de **La cerca**
(Rubén Mendoza, 2004).
Archivo Cinemateca Distrital.

EL PERSONAJE

Aprovechemos que hemos llegado a este punto para hablar del personaje. Al comienzo de este escrito dijimos que una de las condiciones esenciales para construir un guion de cortometraje dramático efectivo es que nuestro protagonista sufra una transformación, es decir, un cambio de valor en su experiencia de vida. Robert McKee opina que son los *acontecimientos* los que provocan cambios en la situación de vida de un personaje, y estos cambios o transformaciones tienen significado y se expresan en términos de valor narrativo¹⁰. A este cambio de valor lo denominamos comúnmente el cambio de signo y, a la postre, es esta transformación la que define en una historia el arco dramático del personaje, entendido como la variación de sentido de un estado a otro, es decir, de positivo a negativo o de negativo a positivo. Por ejemplo, un personaje puede iniciar en una historia siendo pobre (-) y terminar millonario (+), ser un cobarde (-) y terminar siendo un héroe (+), estar enamorado (+) y terminar abandonado (-) o viceversa. Todas estas variaciones son cambios de signo que enriquecen o empobrecen la experiencia de vida del personaje a las que se llega a través del conflicto.

Al escribir una historia el guionista debe preguntarse qué sucederá con su personaje. ¿Sufrirá una transformación profunda o superficial?, ¿terminará igual que al comienzo? Cualquiera que sea la respuesta, debemos tener en cuenta que para el público estas transformaciones o cambios deben ser coherentes y verosímiles o, de lo contrario, estaríamos ante el caso de un personaje inconsistente o artificioso. De ahí que, al concebir un guion de cortometraje, debemos estar atentos para ofrecer a nuestro personaje experiencias y situaciones que puedan desarrollarse en tiempos breves, donde su evolución sea coherente con el desarrollo de la historia. Un personaje que inicia un viaje

alrededor del mundo para encontrar la cura que salvará a su pueblo de una terrible calamidad, que en su recorrido conoce personajes maravillosos y padece decenas de peripecias necesitará un margen de tiempo más cercano al largometraje para desarrollar tantas situaciones. En cambio, un personaje que encuentra un globo durante el recreo en su escuela y lo protege de otros niños que lo quieren estallar vive una situación que bien puede acomodarse a los tiempos y la configuración de un cortometraje. Con frecuencia, en la mayoría de mis clases de guion encuentro historias demasiado complicadas en su trama. Por lo general, son argumentos que rebosan de personajes y situaciones complejas, difíciles de exponer y concluir con los parámetros formales de un cortometraje. Julio Cortázar, escritor argentino, apuntaba que, en el combate que un texto entabla con el lector, la novela gana siempre por puntos, mientras que el cuento debe ganar por *knockout*¹¹. Pues bien, la comparación boxística puede aplicarse perfectamente al guion de largometraje y de cortometraje.

Como dijimos al comienzo de este escrito, es mejor que el cortometraje gire alrededor de un solo incidente o suceso. Al crear un personaje, debemos tener en cuenta que la situación experimentada por este será la línea principal del relato. El corto no tiene tiempo y espacio para entrar en complejos vericuetos o sublíneas narrativas que distraigan o enreden la trama. En mi opinión, desarrollar un solo asunto será suficiente para mantener la tensión y el interés del público. Con esto no quiero decir que el tratamiento del tema y la construcción del personaje sean superficiales. Al contrario, se trata de encontrar historias que permitan la confección de personajes carismáticos, perceptivos e interesantes, enfrentados a situaciones simples o complejas, desarrolladas con un alto grado de verosimilitud.

¹⁰ McKee. *El guion*, ob. cit., p. 54.

¹¹ Julio Cortázar, "Algunos aspectos del cuento". En *Del cuento y sus alrededores, aproximaciones a una teoría del cuento*, Carlos Pacheco y otros (comps.). Caracas: Monte Ávila, 1992.

LOS TIPOS DE PERSONAJE

E. M. Foster, autor británico, tal vez es el primero que se ocupa de definir los tipos de personaje. En su obra *Aspectos de la novela* (1927) introdujo el concepto de personaje redondo y plano, cuya característica principal, tal vez, estriba en que el personaje redondo evoluciona y se transforma con el devenir de la historia, mientras que los personajes planos tienden a comportarse siempre de manera uniforme, no evolucionan y revelan un único aspecto de sí mismos. En otras palabras, son unidimensionales. Lo que hace atractivo a un personaje redondo es que podemos ver distintas aristas de su personalidad; nos resulta más llamativo, complejo y reactivo en relación con su experiencia vital. El personaje redondo ha sido asimilado hoy por los manuales de guion con la definición del personaje multidimensional o tridimensional propuesto por Lajos Egri¹². Según este autor, un personaje efectivo es aquel que se constituye en tres dimensiones:

- *Dimensión fisiológica*: sexo, edad, físico, apariencia, defectos
- *Dimensión social*: clase, ocupación, educación, religión, raza, nacionalidad, filiación política y *hobbies*
- *Dimensión psicológica*: historia familiar, vida sexual, actitud frente a la vida, habilidades y cualidades, coeficiente intelectual

Egri advierte que la construcción de un personaje tridimensional no se limita a la acumulación de unas características externas e internas. Esto no sirve de nada, si la presencia de estos rasgos no responde a un diseño orgánico. Con esto se logra que el arco de transformación

resulte verosímil. Un personaje puede actuar de manera irracional, pero siempre en coherencia con el diseño de su personalidad. Si no entendemos por qué un personaje reacciona de determinada forma, lo más probable es que el espectador no se identifique con su causa y sus acciones o que sus decisiones resulten poco creíbles.

EL OBJETO DE DESEO

Hemos dicho que todo personaje dramático busca un objetivo. Algunos estudiosos lo llaman *objeto de deseo* y puede aparecer bajo la forma de un objeto concreto, una persona o una entidad abstracta. Un tesoro, una mujer, el amor, la venganza, la sabiduría, el perdón, etc. Sin embargo, este deseo o pulsión que origina una búsqueda no es el resultado del capricho del personaje (aunque bien podría serlo) o de un pedido impuesto desde afuera. El protagonista inicia su accionar porque existe una fuerza consciente o inconsciente que lo motiva a emprender su empresa. Esta motivación puede surgir del deseo de modificar, equilibrar o restablecer un orden que ha sido resquebrajado.

En este punto resulta útil apelar al modelo actancial de A. Greimas¹³, herramienta traída de los estudios semióticos que para el guionista novel puede resultar de gran ayuda. El modelo permite comprender de manera sencilla los roles que los personajes asumen en una historia. A. J. Greimas no habla de actores o personajes, retoma el concepto de actante, creado por Tesnière. El modelo actancial permite acercarnos al sentido que conlleva una obra a través del análisis de las funciones de cada actante en el devenir de un relato. Greimas considera que existen seis actantes básicos. Observa el cuadro (diagrama 5).

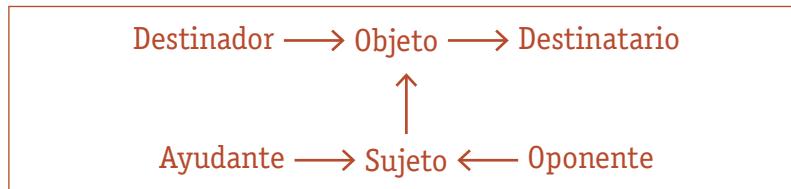
¹² Lajos Egri. *El arte de la escritura dramática*. México: UNAM, 2009, pp. 32-43.

¹³ A. J. Greimas y J. Courtes. "Actante". *Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos, 1982, p. 275.

»Foto 4. Rosana y Hermelinda, las protagonistas de **Dos mujeres y una vaca** (2015), largometraje escrito y dirigido por Efraín Bahamón. Foto: Mauricio Esguerra.



»Diagrama 5.



»Diagrama 6.

- El eje del deseo: **Sujeto** → **Objeto**
- El eje del saber: **Destinador** → **Objeto** → **Destinatario**
- El eje del poder: **Ayudante** → **Sujeto** ← **Oponente**

- El *destinador* es aquello o aquel/la que motiva al sujeto a perseguir su objetivo.
- El *objeto* es ese valor material o inmaterial que busca el sujeto.
- El *destinatario* es aquello o aquel/la que se beneficia si el sujeto obtiene el objeto.
- El *ayudante* es esa entidad, persona o elemento que apoya al sujeto.
- El *sujeto* es el héroe o protagonista.
- El *oponente* es esa fuerza que intenta evitar que el sujeto alcance su objeto.

La relación de los actantes se articula en tres ejes de significado (diagrama 6).

Para la semiótica narrativa, el primer eje resume una estructura universal: "todos los personajes buscan algo por alguna razón". Podemos ver que existe una relación entre Sujeto y Objeto, definida por la intencionalidad, lo cual genera tensión. ¿Será capaz el protagonista de alcanzar su objetivo?

El eje del saber apela a niveles de comunicación o información entre los actantes. El Destinador establece una relación con el Destinatario mediada por el objeto. Esto se entiende mejor con el siguiente ejemplo, tomado del corto **La cerca** (Mendoza, 2004).

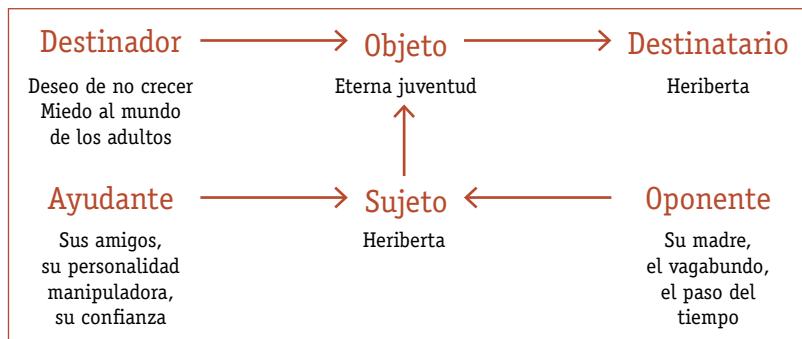
Francisco reconoce que su padre, Juan Cristo, quiere quedarse con las tierras. Sabe que su padre es ventajoso, aprovechado y violento. El rechazo y rencor que experimenta por

su padre lo lleva a eliminarlo para conservar la tierra, único legado de su madre. En este caso, el rechazo, el rencor y las pretensiones del padre se convierten en el Destinador o fuerza que impulsa a Francisco a proteger su herencia. Por otro lado, al conservar la tierra, Francisco se convierte a sí mismo en Destinatario, ya que él es su propio beneficiario.

En el eje del poder, descubrimos que para que un sujeto alcance su objeto debe superar obstáculos, es decir, vencer fuerzas antagónicas, que resumimos con el sello del Oponente. Del mismo modo, hay circunstancias, situaciones o personajes que consciente o inconscientemente apoyan o auxilian la búsqueda del sujeto y se configuran como Ayudante. Es claro que los roles actanciales pueden ser encarnados por personas, animales, o entidades abstractas (el bien, el mal, Dios, el gobierno, el clima, etc.) y también pueden representar roles individuales o colectivos.

El siguiente esquema ayudará a comprender mejor lo dicho arriba. Tomemos como ejemplo nuevamente el corto **Alguien mató algo** (Navas, 1999). Analizaremos cómo funciona el cuadro aplicado al rol de su protagonista, Heriberta, es una niña que vive aterrada por el mundo de los adultos, por tal razón, no quiere envejecer y para preservar su juventud, decide beber sangre humana (diagrama 7).

»Diagrama 7.



Si bien este análisis resulta muy esquemático, es de gran utilidad para nuestro propósito, en la medida que nos ofrece una visión macro de la trama y permite al guionista tener en cuenta los elementos básicos que constituyen la esencia de un guion dramático.

LA ESTRUCTURA CLÁSICA Y OTRAS FORMAS DEL RELATO

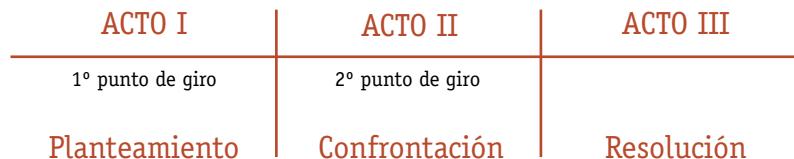
Tal vez el diseño más difundido en los manuales de guion sea el propuesto por el estadounidense Syd Field en su libro *El manual del guionista*¹⁴.

¹⁴ Syd Field. *El manual del guionista*. Madrid: Plot, 1996.

Apoyado en la estructura aristotélica, el autor retoma la división en tres actos, entendidos estos como momentos cruciales o de cambio en el desarrollo del relato. A pesar de la innovación y la experimentación en la construcción de relatos audiovisuales, por estos días la gran mayoría de historias escritas para cortometraje y largometraje se conciben según los lineamientos de esta estructura, que resulta muy efectiva para el guionista novel (diagrama 8).

La división en tres actos permite definir la evolución del relato. El acto I, de *planteamiento*, es el momento en

»Diagrama 8.



que presentamos a nuestro personaje y este es retado, tentado o provocado por un incidente que altera o pone en riesgo su normal devenir. Podríamos decir que al final del acto I se plantea una pregunta (cuestión) que el personaje intentará resolver en el acto II, de *confrontación*, donde se desarrolla el conflicto. El protagonista enfrenta una serie de obstáculos mientras intenta dar respuesta a su búsqueda o alcanzar su objetivo. Este acto termina cuando un evento, suceso o decisión (segundo punto de giro) cambia el rumbo, y la historia experimenta un vuelco hacia la resolución. Este acto se caracteriza porque hay tensión y mantiene la intensidad dramática. Aparece así el segundo punto de giro, es decir, un evento inesperado que cambia de nuevo el rumbo de la historia.

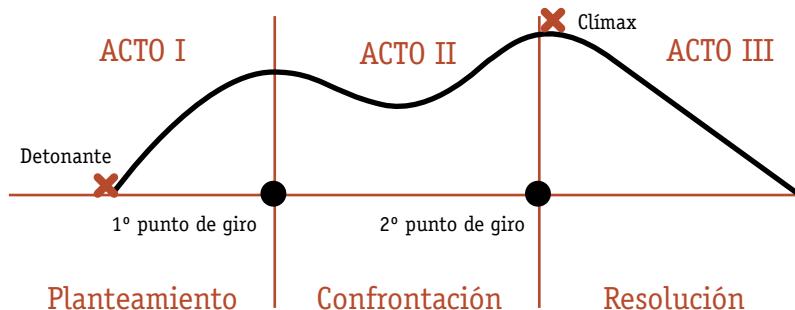
El acto III, de *resolución*, es el momento en el que se responde o resuelve la cuestión planteada al comienzo de la historia. Ahora bien, Syd Field explica que el paso de un acto a otro está determinado por la presencia de los puntos de giro. En el diseño de tres actos encontramos dos puntos de giro: uno al final del acto I y otro al final

de acto II. Ahora bien, ¿qué determina un punto de giro?, ¿cómo hacemos para diferenciarlo de un evento o situación de los muchos que puede haber en una historia? Pues bien, podemos decir que hay un punto de giro cuando una situación (escena) dispara o lanza la historia en una dirección diferente. Es una decisión o situación que le impide al protagonista volver atrás. Por ejemplo, en **Alguien mató algo** (1998) sabemos que Heriberta, la protagonista, no quiere crecer. Hasta ahí todo bien, pues muchos niños expresan ese deseo aterrados por el mundo de los adultos. Sin embargo, Heriberta no se conforma con confesar su temor a la madre, sino que, motivada por la historia de Erzsébet Báthory, *decide* beber sangre humana para preservar su juventud. El primer acto termina cuando Heriberta dice a su amiga que la ayudará con sus tareas si a cambio ella la deja beber un poco de su sangre. La compañerita accede y así inicia Heriberta su carrera como vampira. Heriberta ha traspasado una frontera y su comportamiento la aleja de lo socialmente aceptado, de lo que admitimos como "normal". Linda Seger¹⁵ agrega a este esquema dos conceptos: detonante y clímax, que lo complementan eficazmente (diagrama 9).

Según Seger, el detonante es el elemento con el que arranca la historia, es el evento que da inicio a la trama. El clímax es el final de la historia, el momento en que se resuelve el problema, se contesta la cuestión central, se acaba la tensión y se arregla todo¹⁶. En otras palabras, es el momento de la verdad, cuando el protagonista se enfrenta al antagonista y se obtiene el punto de emoción más alto de historia. Ahora bien, es justo aclarar que no todas las historias exigen un detonante; algunos cortometrajes inician directamente con una situación problemática que el personaje debe resolver.

«El clímax es el final de la historia, el momento en que se resuelve el problema, se contesta la cuestión central, se acaba la tensión y se arregla todo».

»Diagrama 9.



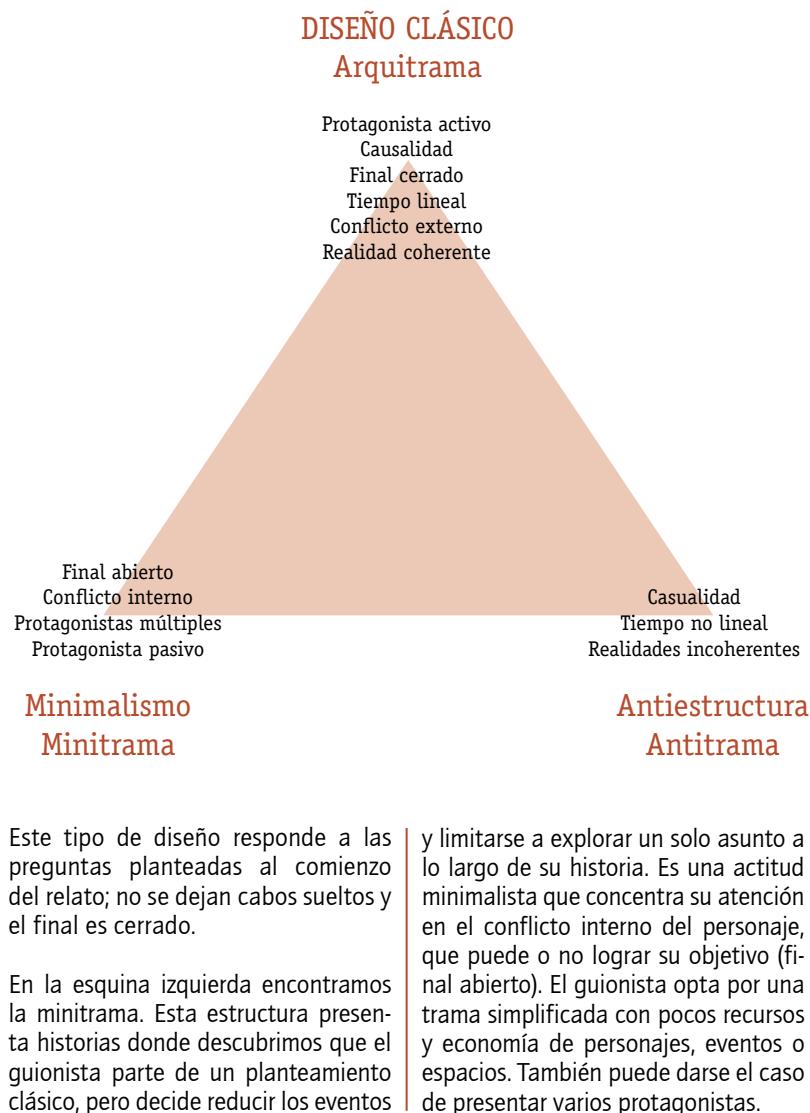
LA TRAMA Y LA ESTRUCTURA

Robert McKee, en su libro *El guion* presenta un estudio muy ilustrativo e interesante sobre la teoría y escritura de guiones. En el capítulo "Los elementos de las historias"¹⁷ el autor introduce los conceptos de arquitecra, minitrama y antitrama. Allí, de cierto modo, sintetiza y clasifica de manera efectiva las posibles variaciones formales del diseño narrativo, es decir, la estructura. McKee aplica este diseño a películas de largometraje, pero su análisis resulta muy útil también para la construcción de guiones de cortometraje (diagrama 10).

El triángulo ilustra las formas que puede adoptar la trama en una narración. Acá hemos desarrollado conceptos ligados a la noción de arquitecra, ya que es la estructura del diseño clásico más desplegada, más explorada y, sin duda, más explotada en la construcción y desarrollo de narraciones.

En la punta del triángulo vemos que la trama se articula alrededor de un protagonista activo que se enfrenta a fuerzas antagónicas (conflicto externo) para conseguir un objetivo. La relación de los eventos es de causa y efecto en una realidad coherente.

»Diagrama 10. Triángulo de McKee.



¹⁷ McKee. *El guion*, ob. cit., p. 49.

En la esquina derecha encontramos la antitrampa, es decir, la antiestructura, una forma de construcción que: evita y se aleja del diseño clásico; propone nuevas reglas y prioriza lo visual, lo experimental o lo descriptivo sobre lo narrativo; renuncia a la relación causa-efecto; en un tiempo que puede ser no lineal e incoherente o presentar una realidad inconsistente. Un cortometraje sobre la lluvia, como **Regen** (Ivens, 1929) transmite un valor poético y cinematográfico muy poderoso; y **Meches of the afternoon** (Deren, 1943) o **Un perro andaluz** (Buñuel y Dalí, 1928), más que desarrollar argumentos, buscan transmitir sensaciones, generar emociones o cuestionar al espectador.

Con base en lo anterior, podemos asegurar que en la construcción de un relato audiovisual el personaje, al igual que el guionista, debe tomar decisiones. Cuando un personaje decide revelar su actitud y su visión hacia el mundo, su decisión implica acciones concretas. Del mismo modo sucede con el escritor que se aventura a construir un universo narrativo. Antes de iniciar el viaje, debemos saber por cuál diseño vamos a optar. Este texto exploró las condiciones del diseño clásico; no obstante, antes de adentrarse en la aventura de escribir, el guionista ha de determinar qué tipo de historia va a contar, qué es lo que quiere decir y cuál es el diseño estructural que más le conviene adoptar. ●



»Foto 5. Fotograma de **Alguien mató algo** (Jorge Navas, 1999).

REFERENCIAS

Álzate Vargas, César. *Encuentros del cine y la literatura en Colombia*. Bogotá: Ministerio de Cultura, 2012.

Carrière, Jean-Claude. *La película que no se ve*. Paidós Ibérica, 1997.

Cooper, Pat y Ken Dancyger. *El guión de cortometraje*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, 1998.

Cortázar, Julio. "Algunos aspectos del cuento". En Carlos Pacheco y otros (comps.), *Del cuento y sus alrededores, aproximaciones a una teoría del cuento*. Caracas: Monte Ávila, 1992.

Egri, Lajos. *El arte de la escritura dramática*. México: UNAM, 2009.

Field, Syd. *El manual del guionista*. Madrid: Plot, 1996.

Foster, E. M. *Aspectos de la novela*. Debate, 2003.

Greimas, A. J. y Courtes, J. "Actante". *Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos, 1982.

McKee, Robert. *El guion. Sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. Barcelona: Alba, 2006.

Sánchez Escalonilla, Antonio. *Estrategia del guion cinematográfico*. Ariel, 2009.

Seger, Linda. *Cómo convertir un buen guión en un guión excelente*. Madrid: Rialp, 1991.

SITIOS WEB

abc guionistas (www.abcguijonistas.com)

Frank Baiz Quevedo. La página del guion (<http://www.lapaginadelguion.org/>)

GuionistaEnfurecido.com (<http://www.guionistaenfurecido.com/>)

La solución elegante. Un blog sobre guion (<https://lasolucionelegante.wordpress.com>)

FILMOGRAFÍA

Buñuel, Luis y Salvador Dalí. **Un perro andaluz (Un chien andalou)**. 17 min, Francia, 1929.

Deren, Maya y Alexander Hammid. **Meshes of the Afternoon**. 14 min, Estados Unidos, 1943.

Franken, Mannus y Joris Ivens. **Lluvia (Regen)**. 14 min, Países Bajos, 1929.

Mendoza, Rubén. **La cerca**. 21 min, Colombia, 2004.

Navas, Jorge. **Alguien mató algo**. 27 min, Colombia, 1999.

Parra, Iván. **La hacienda**. 9,14 min, Colombia, 2015.

ANEXOS

La cerca

V.14.0 Guión para cortometraje.
Original de Rubén Mendoza M. © Marzo de 2003

Story line

Francisco Maldonado, padece un sueño que lo atormenta. Su padre Juan Cristo quiere finiquitar un asunto de tierras que depende del desmonte de una cerca. El viejo no quiere que el municipio lo despoje de "sus potreros". Pero Francisco no quiere tumbar la cerca. Tras un enfrentamiento, y envalentonado por el alcohol, el hijo mata a Juan Cristo. Acto seguido, echa abajo la cerca que lo constituye como heredero y único dueño de los potreros.

1. CASA FRANCISCO. INTERIOR DÍA

La puerta de la cocina de una casa campesina entre paredes de adobe se abre. FRANCISCO MALDONADO, (12) aparece en penumbra entre las puertas, dejando entrar luz al cuarto. Lleva alpargatas y ruana pequeña. Dentro está su mamá, MARÍA CRISTINA, a quien no vemos pero oímos tararear una canción campesina. Francisco, en el marco de la puerta, la mira con una sonrisa pícaro, como si esperara una sorpresa.

FRANCISCO

¡Mamá, hoy es viernes, hoy toca carne, sírvame que me muero de hambre!

MARÍA CRISTINA

(Con ternura, resignada.)

Francisco, hoy sí tampoco hubo...

FRANCISCO

¿iTampoco!?! *(Se queda paralizado mirando a su mamá de una manera fría. Luego mira sus manos una a una y con la derecha se pellizca la izquierda, y viceversa, díscolo).* ¡Ah!, siempre lo mismo... sumercé bñese que huele a mico... iva a ver que yo encuentro carne o aunque sea un hueso!... *(Camina hacia otro*

cuarto, encuentra un machete amarrado al cinto de un pantalón que está en el piso. Lo acerca a su cara, por el filo, como oliéndolo, pensando, mientras en el marco de esta nueva puerta se asoma para mirar hacia dentro). ¡Mamá, encontré un árbol de carne!... ¡No está muy fresca, pero es carne, así huele a perro!

MARÍA CRISTINA

¡Recoja, recoja mijo lo que pueda!... ¡La fritamos con guiso!

Entrando al cuarto, sigiloso pero decidido, Francisco se dirige hacia la cama en la que duerme su papá, JUAN CRISTO, desaliñado, como durmiendo la borrachera, con varios botones de su camisa sueltos. Francisco se le abalanza, subiendo a la cama de un salto. En las paredes hay imágenes religiosas, y un altar a la Virgen con su veladora encendida.

FRANCISCO

(De pie, con las piernas abiertas, susurrando.)

Papá... ¡Papá!, ¿lo pisé?

Juan Cristo ronronea dormido, no responde. Francisco empieza a descargar una furibunda ráfaga de machete sobre el cuerpo de su papá, a quien no vemos: solo sabemos que lo corta por el cambio de color de la hoja plateada del machete a un rojo escarlata. Su expresión no tiene nada de compasión, es una mezcla de curiosidad satisfecha con risa nerviosa. Baja y sube el machete, un corte, otro, otro...

FRANCISCO

Vea, iya hay carne!... ¡y hasta nos sobra para vender!

MARÍA CRISTINA

¡Pero no nos la compran si no la cortó bien, mijo!

FRANCISCO

(Respirando agitado, limpiándose el sudor con la ruana.)

Sumercé qué va a saber... la corté bien... para que retoñe, como me enseñó mi papá... *(Mirando a su papá).* Papá, ¡isi viera lo bien que muevo el machete!... ¡Sacaría pecho sumercé!...

Francisco se detiene concentrándose en el sonido de unos golpes que vienen de la puerta.

2. CASA FRANCISCO. INTERIOR DÍA

Francisco Maldonado en su edad actual, unos 40 años, dormido con la nuca extendida al filo de una mecedora, sueña con las imágenes que estábamos viendo. Empieza a moverse lentamente, despertándose. El espacio es idéntico al del sueño excepto por la ausencia de imágenes religiosas. Francisco, mientras continúan los golpes en la puerta, limpia la baba seca y blanca acumulada en las comisuras de su boca. Tiene una gallina en su canto, bajo su mano izquierda, y una botella de aguardiente al lado de esta. Bajando con suavidad la gallina al piso se levanta para abrir ante los golpes fuertes, ahora de palma de mano abierta, sobre la puerta.

JUAN CRISTO
(Desde afuera.)

¡Francisco!... ¡Francisco!

Francisco queda paralizado al oír la voz. Se pasa la mano por la cara repetidas veces como queriendo borrarla y luego toca nervioso sus orejas como confirmando que están ahí. Los golpes siguen en la puerta. Francisco nervioso se levanta. Apaga un radio viejo, en el que habla un locutor mal sintonizado, desconectándolo con su pie de una batería de carro. Parpadea como espantando el sueño y abre. Mira fijamente por un par de segundos a Juan Cristo, que sin bajar la mirada, ni quitarse el sombrero, entra altivo, serio.

FRANCISCO

¡Ah!, estaba dormido... soñando tan bonito...

JUAN CRISTO

Se dice antes: "la bendición papá"...

FRANCISCO

¡Como lo hacía difunto!... ¡yo pensé que era un alma en pena!...

JUAN CRISTO

(Sentándose al lado de una mesa que está junto a un espejo grande y deteriorado.)

Pues vivo; y a espaldas de su casa todavía, señor...

FRANCISCO

Yo como no tengo ojos en la nuca...

Juan Cristo encuentra sobre la mesa, una máquina de peluquear antigua.

JUAN CRISTO

Si quiere se los hago... (Se asoma al espejo para cortarse meticulosamente el bigote y las patillas. Empieza a recortar muy serio, después de un silencio mediano) ¿Usted sabe qué fecha es hoy?... Sírvame un vaso de guarapo...

FRANCISCO

Sí, mañana es año nuevo...

JUAN CRISTO

(Dando tijeretazos.)

Por si no se acuerda, señor, mañana se cumplen los diez años que su mamá nos dio en el testamento para tumbar la cerca. O unimos los potreros o se los traga el municipio: ¡y estos potreros son míos! (Dejando las tijeras enérgico sobre la mesa). Hoy su mamá cumple diez años de muerta...

FRANCISCO

(Displicente.)

Bonito para ella, gracias a Dios... deben haber sido sus mejores años... se le habrán pasado rapidito...

JUAN CRISTO

Tenga su lengua, señor... usted no cambia, ¡siempre pleitiando!

FRANCISCO

(Evasivo.)

Ahí sí se equivoca, a mí lo que me gusta es estar tranquilo...

Francisco, inseguro, pero con una sonrisa sorna en la boca, recoge y sacude un trapo blanco que suelta polvo y que, asegurado a un bordoncito, hace una bandera.

FRANCISCO

Si se agarran a plomo godos, cachiporros, o la chusma, o lo que sea, yo les saco este trapito... *(Va hacia un muro de su casa, sacude por última vez el trapo soltando más polvo, lo saca por un huequito que se ve hechizo en la mitad de la ventana, y lo bate. Al otro lado sale la banderita, balanceándose al ritmo de su mano y por el viento).* ¡Y así los tranco!... Yo no tengo problema en agacharme y hacer las paces. Lo mismo en esa pared *(Señala la de la derecha)* y en esa otra *(Señala la de la izquierda)* hice huecos para lo mismo... no sabe uno por dónde vengan.

JUAN CRISTO

(Señalando el muro que falta.)

¿Y por allá?...

FRANCISCO

Por allá vive usted, por ahí no saco el trapito: no vaya usted y piense otra cosa...

JUAN CRISTO

(Irónico, burlón.)

¡Ay!, ¡me imaginé!... ¡Los huequitos de la paz!... "Tengo huequitos de la paz por todos lados menos por donde vive mi papá"... ¡Pendejo!, ¡sírname un vaso de guarapo!...

FRANCISCO

(Tirando la bandera hacia el muro sin hueco.)

No tengo guarapo. Pero tengo aguardiente...

JUAN CRISTO

Yo también tengo...

Juan Cristo saca de debajo de su ruana una botella de aguardiente. Al levantarla se da cuenta de su bajo contenido y al servir escasamente cae un chorrito y unas gotas que más bien evidencian su mal pulso y algo de licor en la cabeza. Francisco

llega para completar el trago pero Juan Cristo con su mano lo impide. Amablemente.

FRANCISCO

¡Se le acabó el jarabe!

Juan Cristo arruga su cara, se levanta.

JUAN CRISTO

Acompañe a su papá por una de aguardiente.

FRANCISCO

Acompañeme usted por la mía...

3. LA CERCA/CAMINO A LA TIENDA. EXTERIOR DÍA

Juan Cristo llegando a la cerca, casi por instinto, le pone la mano encima. Francisco amarra su gallina a una pequeña estaca de madera, de la que otras están amarradas.

JUAN CRISTO

Usted volvió este pedazo de cerca un muro *(Pone la mano sobre el alambre de púas levantándola ligeramente en cada chuzo)*... una tapia, señor...

FRANCISCO

(Echando maíz a sus gallinas.)

Y usted que la volvió... ¡un cementerio! Qué se cree, ¿la Virgen Santísima? Usted se llamará Juan Cristo, pero eso no le quita el Maldonado...

Juan Cristo de repente toma a Francisco del brazo, casi como le puso la mano a la cerca.

JUAN CRISTO

Pues le va a tocar aflojar ya o lo aflojo yo. La gente tiene que ver esta cerca en el piso hoy... ¡¡así que tiene que hacer las paces conmigo a las buenas o a las malas!!...

Una de las gallinas camina hacia la cerca. La cuerda con la que está amarrada solo la deja avanzar hasta unos pocos centímetros antes del alambre. Francisco se libera y cambia tiernamente la dirección de su gallina hacia su casa dejándole un poco de maíz.

FRANCISCO

Ni se le ocurra que yo voy a unir el potrero que me dejó mi mamá con uno en el que usted mató tanta gente...

JUAN CRISTO

¡Así le tocaba a los hombres! A los que tenían palabra...

FRANCISCO

Tendrían palabra pero perdían la lengua...

Juan Cristo le rapa la botella, se termina el trago y la bota. Empiezan su andar hacia la tienda, por un pequeño camino.

4. TIENDA/CAMINO ALTERNO. EXTERIOR DÍA

En la tienda, Juan Cristo y Francisco se miran en silencio, tomando licor en la tarima de la cantina: toman un trago, no brindan, no hablan, pero están relajados. Un HOMBRE en una mesa afina un tiple. Juan Cristo con un cuchillo corta lentamente un salchichón y un limón que exprime sobre el pedazo que corta. Francisco se concentra en la manera en que su papá mueve el cuchillo sobre la carne y la cáscara. Se ve muy alterado, mirando con asco como si le chirrearan los dientes. Juan Cristo sigue cortando. Los sonidos se van fundiendo dejando solo el arrastre del cuchillo presente. Francisco entrecierra los ojos para evitar verlo cortando y luego mira al viejo que evidencia una cicatriz que tiene a la altura de la oreja. Francisco, muy impactado, enajenado, cierra los ojos evitando mirar cualquier cosa y tomando impulso da un trago largo.

FRANCISCO

Usted me jodió la cabeza...

JUAN CRISTO

Yo no... ¡el traguito! (*Toma sonriente un trago largo*)... ¡Ah!, es que arde. ¿Usted ha pensado en la palabra? "Aguardiente", el agua ardiente... ¡Por eso es que no rinde!...

Detenidos afuera, dejando la puerta de la cantina simétricamente entre ellos, pocos metros atrás, de fondo, toman un

nuevo sorbo. Se asoman bolsas de papel de un bolsillo del saco de Francisco y el salchichón prominentemente. Francisco está maravillado, como no creyendo estar ahí, y mira a Juan Cristo llevarse su botella a la boca y darse un largo trago de aguardiente. Luego mira sus manos y pellizca la derecha con la izquierda, y viceversa, y da, mirando de reojo a su papá, un sorbo largo de aguardiente, empiezan a caminar.

JUAN CRISTO

Yo sé que estoy tomado cuando empiezo a caminar como atajando pollos (*Hace la mímica que arranca una risa inevitable en Francisco y luego señala una dirección con los labios apretados en punta*). Vámonos por el camino viejo...

La cadencia de su caminar evidencia los primeros efectos del alcohol. Juan Cristo mirando al piso concentrado en las sombras largas como si alguien abajo le devolviera la mirada, frunce y relaja el ceño cíclicamente. Francisco, en cambio, mira el paisaje, también concentrado, ido, siguiendo los cables que pasan colgados de los postes. A los lados, frente a cada casa, contra las cercas de la carretera, descansa uno que otro muñeco de Año Viejo.

5. PUENTE MADERA/CAMINO ALTERNO. EXTERIOR DÍA

Luego, en un puente viejo que permite atravesar un río pequeño, Juan Cristo orina en un árbol, con la ruana subida sobre los hombros. La cara de Francisco se refleja en el agua, y es distorsionada por un escupitajo que él envió, asomado desde el puente.

FRANCISCO

¿Y sí se acordó de echarle un padrenuestro a mi mamá hoy?... ¿O solo se acordó de la cerca?...

JUAN CRISTO

Esta mañana le dije: "Señor, acuérddale al desagradecido de Francisco que yo le enseñé a ser varón, a tener cojones, así él no haya entendido, ¡Señor!".

FRANCISCO

(*Sin rabia, cínico, luego de una pausa*)

¿Y cómo fue que me enseñó!?... ¿Miándose en la comida cuando no le gustaba?

Juan Cristo con los tragos no puede evitar sonreír torpemente.

JUAN CRISTO

Es que no teníamos baño...

FRANCISCO

Ah, fue por eso... o llevándome a ver cómo le arreglaba la corbata (*algo molesto, haciendo la mueca de corte en el cuello*) a sus "contrarios" que le traían amarrados al patio de la casa...

JUAN CRISTO

Yo siempre quise ser sastre...

Francisco exasperado con las respuestas del viejo enérgicamente se abalanza sobre él. Lo toma de la ruana con los puños cerrados a la altura del pecho, empujándolo contra el árbol en el que orinaba.

FRANCISCO

¡Qué es lo que le da risa!... Usted no sabe la vida que me ha tocado por su culpa... ¡Cuando usted no me pudo dar más rejo, se me vino en pesadillas!... ¡Todo lo que usted hizo me lo sueño!... ¡Antes no me dejaba ni respirar, ahora no me deja ni dormir!

Juan Cristo demostrando todavía su fuerza, invierte como puede la posición con Francisco inmovilizándolo. Saca de la bolsa el salchichón y poniéndolo contra el cuello de Francisco lo corta con su machetilla que ha sacado por reflejo, con una risa orgullosa por ganar el pulso.

JUAN CRISTO

¡No se las dé de macho que todavía sé hacer el nudo de la corbata!

FRANCISCO

(*Acerca el machete de Juan Cristo a su nariz, lo huele en un suspiro profundo*)

¡Hmmm!... Esto huele a cuando yo era niño... Cuando me quiero acordar de usted, cojo mi machete, y lo huelo... (*Respira profundamente.*)

De la respiración agitada de Francisco empieza muy quedamente a surgir una carcajada. Juan Cristo mira fijamente a Francisco quien lo está soltando.

JUAN CRISTO

¿Qué pasa?

FRANCISCO

(*Con expresión pícaro.*)

Ahora que me acuerdo, en este puente tenía un sueño con usted... hasta que mi mamá se murió...

Francisco se acerca cauteloso a la baranda del puente, agachado, asomando solo sus ojos, mientras sutil empieza el murmullo del rezo de una voz vieja, la de su MAMÁ. Abajo, dando tumbos, viene Juan Cristo *espulgando* entre los troncos del paso viejo. Trae una mochila que se ve algo pesada, y que deja en la cabeza del tronco en el que está parado. La mochila, al descansar sobre la madera, deja que escurran algunas gotas de sangre. Francisco, con sus ojos abiertos, malicioso, muy inquieto, de manera cómplice le pide silencio a su mamá, a quien no podemos ver. Sacando sus manos de cuadro, concentrándose en la dirección que esta toma, hace que la anciana se queje sin parar su rezo; al alcanzarlas, descubrimos que le está cortando poco a poco una oreja a María Cristina, quien escasamente se queja. Parece de unos 60 años, vestida de luto riguroso, con un chal negro sobre la cabeza y los hombros, y una camándula que frota desafortunadamente pasando pepas y pepas, sin ton ni son. Francisco lanza la oreja para obligar a acercarse más a su papá, quien la recoge urgido, ambicioso, sin preguntarse de dónde viene, haciendo cuentas con los dedos y levantando los ojos, para guardarla en su mochila. En este momento vemos su contenido, orejas de todos los tamaños y colores, algunas de niños, otras con aretes. Volvemos a Francisco que mira indiferente a María Cristina.

FRANCISCO

Bueno, mamá sin chillar... para qué se lo buscó... aproveche... Allá está el cuerpo de Cristo, de Juan Cristo... la bendición...

María Cristina se levanta del piso con dificultad, sacudiéndose con las manos su vestido negro, resignada, sin parar de orar. Francisco, con su mano izquierda en la nuca de María Cristina,

y la derecha en la cintura por la espalda, la levanta fácilmente como si tuviera una liviandad inversamente proporcional a la de su textura algo gruesa. Se va levantando en los brazos de Francisco, acostada con la cara hacia el cielo, sobre el paisaje, mientras el ritmo frenético de su rezo se vuelve un cuchicheo ininteligible. La vemos desde arriba, cenitalmente, acercándose a nosotros y ocultando con su cuerpo a Francisco. Al llegar al punto más alto, en el que más se estiran los brazos de Francisco, ella susurra.

MARÍA CRISTINA

Y brille para ella la luz perpetua...

Francisco, con los ojos felices, hirviendo, casi saliéndose de sus cuencas, expectante, ve a su papá abajo, rastrillando los troncos con los dedos. Francisco toma un último impulso y lanza a su mamá sobre él. Cuando María Cristina está a punto de caer sobre su esposo, volvemos a Francisco y Juan Cristo, con muecas torpes, intercambiando sus botellas de aguardiente, dejando el puente atrás, entre ellos. Juan Cristo extrañado.

JUAN CRISTO

Y qué pasaba...

FRANCISCO

No sé... no me acuerdo del final... Creo que mi mamá lo espichaba, y a mí me recibía el pueblo eufórico, ilegando en burro!... y yo me pellizcaba las manos... A veces me pellizco dentro del sueño a ver si estoy soñando (*Francisco hace el ademán de pellizcarse*)... como cuando estoy borracho... pero nunca diferencio...

6. CAMINO HACIA LA CASA. EXTERIOR ATARDECER

En un recodo del camino algunos BAQUIANOS departen en una vieja casa, ruinoso, de dos pisos. A lo lejos truenan de vez en cuando unos cuetes. DOS MUJERES y UN HOMBRE rellenan un Añoviejito con trapo, paja y pólvora. Lleva las palabras "Feliz Año" en la camiseta, saco de paño, botella de licor y sombrero. Otro VECINO se acicala, tiene un platón y un espejo afuera en el que termina de afeitarse. Francisco y Juan Cristo se van

acercando, mientras los vecinos poco a poco se percatan de su presencia. Gradualmente, los músicos van parando de tocar y los niños se van quedando quietos. La gente va girando o levantando sus cabezas para mirar preventivamente a Juan Cristo con un respeto miedoso, distantes, mascullando apenas el saludo. Juan Cristo pellizca el ala de su sombrero para saludarlos, sin detenerse, y los vecinos, fríos, flexionando ligeramente la cabeza, responden desganados. Se pasan las miradas de unos a otros, encartados, sin saber cómo actuar o qué decirle a Juan Cristo. Doña CARMEN que los mira recelosa, desde el piso de arriba, mientras se peina se atreve a hablarles.

CARMEN

(*Irónica*)

¡Quien los ve junticos: padre e hijo, les falta el Espíritu Santo!... ¡Lo que no unió doña María Cristina en la tierra lo une desde el cielo!

JUAN CRISTO

Pero no se pega nada con mocos, doña Carmen...

FRANCISCO

(*Enajenado viendo al vecino que se afeita.*)

Y menos potreros...

JUAN CRISTO

(*A todos.*)

No vayan a echarle mucha candela a esos muñecos, no vaya y se les quemé la casa... ¡Un feliz año!

Francisco, cada vez se concentra más en el viejo que se afeita. Mira muy impresionado como se pasa la navaja, larga, por la garganta y la barbilla. El arrastre de la cuchilla en la piel se va volviendo el único sonido presente. Se van yendo las voces de los vecinos, el sonido del aire, la pólvora, las botellas. Francisco hace gestos como si se le destemplaran los dientes viendo al viejo o con el sonido de la rasurada. El viejo terminando de afeitarse se limpia con una toalla y pasa a anudar su corbata. El resto de vecinos, se asoman para ver alejarse a Juan Cristo y Francisco, que no han detenido su marcha. Poco a poco se reactiva la juega mientras ellos desaparecen entre las ruinas.

7. CASA FRANCISCO. EXTERIOR/INTERIOR ATARDECER/NOCHE

Francisco y Juan Cristo van llegando a sus casas. Francisco da el último sorbo de aguardiente de la botella que tenía en la mano. Ambos se miran sin saber qué hacer. Francisco saca de nuevo de un barril una manotada de maíz, que le tira a sus animales cariñosamente, mientras toma valor para invitar a entrar al viejo con un gesto tímido de su cabeza. Desaparecen entonces entrando a la casa dejando la cerca sola y al fondo de esta la casa de Juan Cristo. Dentro sentados en dos butacas iguales destapan una nueva botella, están tomados pero tienen una expresión tranquila, cada uno pela una naranja con las uñas.

FRANCISCO

(Pelando su naranja suavemente.)

Me perdona la pregunta, pero ¿por qué es uno tan hijuepueca pudiendo ser bueno tan fácil?

JUAN CRISTO

Ser hijuepueca es más fácil *(Rien, Juan Cristo entierra los dedos en la naranja fuertemente)*... Pero no confunda un hijuepueca con un berraco... a los copartidarios nos tocaba ser berracos, mijo, ¡berracos!... pero yo no quiero hablar de eso... ¡¡me lo borre!!... óigame: recordar es morir... lo importante era joder al enemigo, esos querían acabar con nosotros, ¡con la patria!

FRANCISCO

Y es que ellos de qué partido eran...

JUAN CRISTO

... ¡Eran una partida de hijueputas! *(Rien de nuevo)*... Ya no me importa, nos olvidamos todos contra todos *(Pausa)*. Usted tiene razón, ¡yo me las doy de hijueputa y no llego ni a malparido! Es que pa'que usted se haya soñado cascándome con su mamá, ¡pa'que me haya matado a "mamazos"!

FRANCISCO

Eso no es nada... *(Contando con los dedos)*. Yo le he dado con cuchillo, machete, carretilla, motosierra, con

zorrochucho, lo he pasao por trapiche... hasta le he cortado la lengua... ¡y con su mismo estilo!

JUAN CRISTO

¿Sí ve?, de tal palo tal astilla... ¡es que usted lleva la sangre en la sangre!...

FRANCISCO

Pero en los sueños nadie me da plata por las orejas o las lenguas que corte... como le pagaban los políticos a usted... ahí sí me gana... ¡Pero mejor!... Yo a veces creo que lo que menos me gustaría ser es usted, ser como usted...

Juan Cristo recibe las palabras resignado, con tristeza. Levantándose saca un revólver, apunta y dispara sobre la pared que no tenía hueco, abriendo un boquete en el adobe, justo al lado de donde quedó reclinada la bandera.

JUAN CRISTO

Ahí tiene... La pared que le faltaba...

A ambos los enmudece el tiro. Juan Cristo después de arrastrar la mirada por la mesa, clava sus ojos en Francisco, muy seguro. Este, a su vez, se apoya en la mesa, se levanta lentamente. Mira a su papá a los ojos, y la expresión dolorosa e insegura de su cara por la impresión del disparo, va dejando escapar uno que otro gesto benevolente, de complacencia, evidenciando su confusión al ver el gesto conciliador de Juan Cristo. Su euforia, que va invadiéndole el rostro completo, parece escaparse por su boca, pues se alista a hablar. Juan Cristo, como arrepintiéndose de mostrar ese camino, justo antes de que Francisco hable, bajando la mirada interrumpe.

JUAN CRISTO

Francisco... *(Pausa)* ... prenda el radio... a ver qué dicen...

Mientras Francisco se dirige despaciosamente, decepcionado al radio, Juan Cristo lo sigue con la mirada, muy triste también, como reconociendo su cobardía mientras sirve un nuevo trago.

FRANCISCO

(Encendiendo el radio) Esto suena muy mal *(Volviendo de espaldas a su silla)*... no vamos a oír cuando sea año nuevo...

En el radio chillan tiples mezclados con locutores viejos y chispa de mala señal. Se pasan los ojos de vez en cuando, pero se evitan la mirada. Tienen una expresión de decepción mutua en los ojos. Mirando al vacío empiezan a quedarse dormidos. Vemos las botellas vacías, los párpados cerrándose, las manos, las mandíbulas soltándose lentamente, flojas.

8. CASA FRANCISCO/CERCA INTERIOR/ EXTERIOR NOCHE

Juan Cristo de sopetón se levanta, se asoma por la puerta. De lejos, llegan gritos y sonidos de juerga. Juan Cristo se acerca a Francisco para despertarlo. El radio chisporroteando con notas de música tenues al fondo. Ante el primer contacto de la mano de su papá, Francisco se despierta y toma asustado sus orejas con las manos, confirmando que están ahí.

JUAN CRISTO

¡Despierte, Francisco, párese! ¡Van a ser las doce y no hemos tumbado la cerca!

Francisco mira a Juan Cristo con una decepción inmensa y algo rabiosa. Juan Cristo ha tomado una pica y un azadón y se dirige a la cerca. Francisco se levanta de su mecedora a apagar el radio, restriega su cara con las manos despertándose. Juan Cristo desde la cerca, tambaleando le hace señas para que se apure.

JUAN CRISTO

A su papá le hace caso... ¡Hay que honrar la memoria de su mamá!...

FRANCISCO
(Desde la puerta.)

¡Ella a usted no le importa!... ¡y a mí tampoco!... ¡yo no muevo nada!...

Juan Cristo, hirviendo de rabia, corta la cabuya de una de las gallinas con el azadón y la toma por esta. La bate en el aire en

círculos hasta lanzarla al otro lado de la cerca. Francisco mira más que con rabia con tristeza.

JUAN CRISTO

¡Venga ya!!

Francisco entra resignado a la casa y sale con su machete. De pronto la vereda estalla en pólvora, los gritos se oyen de todas partes. Ambos se miran.

JUAN CRISTO

¡Apúrele, que nadie vea que no hemos tumbado esto!... ¡Ya son las doce!, ¡las doce!...

FRANCISCO

Yo sé, yo sé... ¡año nuevo, vida nueva!...

Francisco, blandiendo su machete deja que caiga una y otra vez sobre Juan Cristo a quien no podemos ver. La pólvora que se hace ensordecedora apaga sus quejidos. Francisco acomoda a Juan Cristo contra la cerca, sentado, sin que podamos verlo aún, y sacude su cabeza sin acabarlo de creer, casi sonriendo, muy emocionado, congestionado. Francisco se aleja y mientras tanto pasamos de reojo por Juan Cristo, desgonzado, para quedarnos solo con la cerca, de la que, de su alambre untado, rojizo, se sostiene una gota espesa de sangre. Oímos a Francisco acercarse de nuevo y el chorro de un líquido siendo regado. Sobre el alambre cae este líquido amarillento, liviano, lavándolo, llevándose la sangre. Oímos que se enciende un fósforo y el rugido tembloroso del principio de un fuego. La cerca, las púas, se iluminan maravillosamente. Vemos entonces a Francisco, de pie, iluminado por la llamarada que se levanta desde el piso. Mira sus manos y se pellizca la derecha con la izquierda, y viceversa. En las casas cercanas empiezan a quemar algunos "Año viejos", otros ya encendidos, y los NIÑOS corriendo de casa en casa tirando piedras sobre estos. Llegan algunos a la casa de Francisco que contempla al viejo casi como un héroe, como una aparición, totalmente cubierto de fuego, echado en el piso.

FRANCISCO
(A los niños.)

¡Háganle pues que se apaga!

Los niños riendo tiran piedras sobre el viejo, convencidos de que es un Añoviejo. Francisco los observa emocionado, uno de ellos se queja.

JULIÁN

¡Pero este no tiene pólvora!

FRANCISCO

¡Pero tuvo!

Los niños siguen su recorrido corriendo. Francisco toma el hacha y da el primer golpe a un palo de la cerca, lo derriba, empieza a golpear al otro, el bojote encendido empieza a extinguirse, Francisco tumba otro palo.

FIN

Alguien mató algo

Guión de Jorge Navas © basado en un cuento de Fernando Gómez (1999).

Story line

Heriberta teme crecer y envejecer. Inspirada por la historia de Erzsebet Bathory, cree que la sangre humana preserva su juventud. Valiéndose de engaños, Heriberta extrae la sangre de sus amiguitos. Sin embargo, su madre, una fanática religiosa y los constantes acosos de un vagabundo, se interponen en su plan. Luego de un altercado con el vagabundo, éste resulta muerto. Heriberta se justifica, pero finalmente es eliminada.

1. INTERIOR. CASA. DÍA

Pantalla de televisión mostrando un comercial de cremas rejuvenecedoras para el rostro y el cuerpo.

Zancudo parado en el vidrio de la ventana moviendo sus patas.

Pantalla de televisión mostrando noticiero con imágenes de una masacre de una familia campesina.

Isabela sentada en un sofá mirando la televisión.

Zancudo que se para sobre el brazo de Isabela y empieza a succionar su sangre.

Ojos de la niña que mira pasiva cómo el zancudo se alimenta, mientras que se sigue escuchando el noticiero.

Una mano entra lentamente a cuadro mostrando la palma o parte inferior de la mano. Toma impulso hacia atrás y se devuelve bruscamente contra la cámara.

Desde el punto de vista de la niña, su mano golpea su brazo en el lugar donde estaba parado el zancudo.

ENTRA TÍTULO "ALGUIEN MATÓ ALGO O LA ÚLTIMA INOCENCIA"

Debajo de la mano se empieza a deslizar una gótica de sangre, que la cámara empieza a seguir. Entra a cuadro el dedo de HERIBERTA, que empieza a recoger y acumular la gota sobre la yema de su dedo.

Heriberta, metiéndose el dedo a la boca disfrutando de su propia sangre. Luego sube su brazo y empieza a succionar suavemente sobre el mismo lugar en que fue picada. En esos momentos entra su MADRE por la puerta de atrás y se queda observándola para llamarle la atención inmediatamente:

MADRE

Heriberta... ¿iqué estás haciendo!?

La niña se queda quieta con su brazo en los labios y la mirada fija al frente, mientras su mamá le habla desde atrás.

La mamá le quita el bracito de la boca, y le hace pao, pao donde estaba chupando.

MADRE

Pao, pao, niña, cuántas veces tengo que decirte que no vuelvas a hacer estas cosas, eso es cochino; no ves que la sangre es sucia, está llena de enfermedades, de inmundicias. Por favor, júrame por Dios que no lo volverás a hacer. Ya sabes que Dios lo puede ver todo y se puede poner bravo y castigarte.

La niña mira fijamente a la madre con cara de inocencia, mientras esta habla. La madre saca de su pecho un crucifijo que besa y hace que la niña lo bese acercándolo a sus labios. Pero la niña no mueve los labios.

2. EXTERIOR. CALLE. DÍA

Vemos a Heriberta caminando con desgano cogida de la mano de su madre. La niña va vestida con un sombrero y un vestido blanco muy elegante. La madre va vestida toda de negro, guardando aún un interminable luto por su esposo. Van a entrar a la iglesia, Heriberta no quiere y hace fuerza. Suenan las campanas.

3. INTERIOR. IGLESIA. DÍA

El padre levanta la ostia y el vino recitando su texto, anterior a la eucaristía.

PADRE

Este es el cuerpo y la sangre del Señor, que fue derramada por vosotros pecadores para el perdón de los pecados, haced esto en conmemoración mía...

Se paran ritualmente en señal de respeto. Heriberta se para junto a ellos.

En este momento, todos los visitantes de la iglesia están arrodillados, imitándolos burlonamente, arremedando a su madre y a sus ancianas amigas. Algunas salen a hacer filas para comulgar. Heriberta también las sigue y espera su turno, mientras su mamá la espera orgullosa.

Boca de Heriberta sacando la lengua para recibir la ostia. La niña abre los ojos y ve la copa de vino sostenida por el padre, mandándole la mano y jalándola hacia ella, forcejeando un poco con el padre, que al final sonríe y la deja beber un largo trago de la sangre del Señor.

La niña se retira del púlpito y va hacia un lado, junto a un altar de un Jesús crucificado. Saboreando aún el vino que tiene en la boca, se queda mirando desafiante al Cristo flagelado y sangrante, de madera, hasta que finalmente traga.

HERIBERTA

Si todo el mundo puede beber de tu sangre, ¿por qué no yo? Pero me decepcionas, no me gusta tu sangre, debe ser más cochina que la mía, pero a ti nadie te dice nada.

Empiezan a pasar imágenes de cuadros y pinturas en el techo de la iglesia, mostrando escenas de la crucifixión de la muerte del Señor.

HERIBERTA

Tal vez, cuando uno de esos soldados brutos te clavó esas puntillas y esos palos de escoba puntudos, tu sangre habría sido más rica y si yo hubiera estado allí seguramente no se habría desperdiciado tanto.

La madre mira feliz cómo su hija se postra ante el Señor.

4. INTERIOR. HABITACIÓN CLAUDIA. DÍA

Vemos imágenes de libros de colegio de ciencias naturales, mostrando epidermis, dermis, aparatos circulatorios, gotas de sangre, microscopio, etc. CLAUDIA amiga de Heriberta está a su lado.

CLAUDIA

(Tirando el libro sobre la alfombra.)

¡Ahhh!... no entiendo, no me gusta, me aburro...

Heriberta se queda mirándola y se pone como a pensar.

HERIBERTA

Bueno, hagamos una cosa, yo te hago la tarea, pero si me das algo.

CLAUDIA

¿Qué? Lo que quieras, si quieres te puedo prestar todas mis muñecas.

ISABELA

¡No!, espera ... *(Va hasta su maletín y saca un bistrú al que se le ve lo caro por encima.)* Era el bistrú de papá, es muy fino; corta con tocar y no duele.

CLAUDIA

Sí, es muy bonito.

ISABELA

Ven, préstame un dedo.

CLAUDIA

¿Para qué?

ISABELA

¿Quieres que te haga la tarea o no?

Claudia se queda callada... Heriberta le corta el dedo. Aprieta el dedo para que le salga sangre y chupa.

5. INTERIOR. HABITACIÓN HERIBERTA. NOCHE

Mamá, arropando y despidiendo hasta mañana a Heriberta.

MADRE

Hasta mañana bebé. No te olvides rezar tus oraciones, mi amor. Sueña con los angelitos. *(Le da un beso y se va.)*

Heriberta espera a que su mamá se vaya. Se para, enciende un candelabro y saca debajo del colchón un libro antiguo y grande de anatomía. Empieza a leer. Vemos por intercortes que saca otro libro de debajo del colchón, uno de Alejandra Pizarnik. Escuchamos que lee el libro de Pizarnik en la parte en donde se describen los hechos y los horrores perpetrados por la hermosa

y sangrienta condesa Erzsébet Báthory, y, a la vez, que en imágenes vemos cuadros distintos de partes internas del cuerpo humano en el libro de anatomía.

HERIBERTA

(Leyendo.)

Corría este rumor: desde la llegada de Darvulta, la condesa, para preservar su lozanía, tomaba baños de sangre humana. En efecto, Darvulta como buena hechicera, creía en los poderes reconstitutivos del fluido humano...

La magia negra de Darvulta se inscribió en el negro silencio de la condesa: la inició en los juegos más crueles. La animó a buscar la muerte y la sangre en un sentido literal, esto es, a quererlas por sí mismas sin temor.

La mayor obsesión de Erzsébet había sido siempre alejar a cualquier precio la vejez. Su total adhesión a la magia negra tenía que dar por resultado la intacta y perpetua conservación de su divino tesoro.

6. INTERIOR. HABITACIÓN HERIBERTA. DÍA

Heriberta se pone su uniforme de colegio. Se coloca la blusa y se toca los senitos, se los mira luego entre la camisa. Mira otra vez el espejo preocupada.

7. INTERIOR. COMEDOR. DÍA

Mamá e hija desayunan antes de ir al colegio.

HERIBERTA

¿Mamá, me estoy volviendo vieja, no es verdad?

MADRE

¿Cómo así, Isabela, qué estás diciendo?

HERIBERTA

Yo no quiero volverme vieja, no quiero ser una viejita que va a misa. Todas mis amigas se están volviendo viejas, a la mayor del salón ya le compraron brasieres y todo. Yo no, yo no quiero.

MADRE

Mi amor, no te estás volviendo vieja, simplemente estás creciendo; cada día que pasa creces más y te vas poniendo más linda.

HERIBERTA

Linda no, vieja, cada día que pasa es un día menos de vida.

MADRE

Sí, pero todos tenemos que nacer, crecer, tener hijos y morir. Así para eso nos hizo el Señor.

HERIBERTA

¿Por qué crece uno? ¿Por qué muere uno? Yo no quiero morir como mi papá. *(En voz baja)* Yo no quiero ser como tú.

8. EXTERIOR. CALLE. DÍA

Heriberta es llevada de la mano de su madre al colegio. La niña mira pensativa a su alrededor mientras camina. Observa una MUJER sentada en un portal amamantando un BEBÉ, ve en el mismo portal del inquilinato a un ANCIANO jorobado sentado en un asiento viejo y apoyado en un frío bastón de cuatro patas.

Va a pasar la calle y al lado un SEÑOR lee *El Espacio*, con la foto de un muerto en la portada. Al lado suyo hay un CIEGO que titubea para pasar. Cuando la niña está atravesando la calle, aparece un MENDIGO mendigo que había visto días atrás en la iglesia, y este toma del brazo al ciego ayudándole a cruzar la calle. Mendigo y niña quedan mirándose hasta que esta da un giro en la esquina.

9. EXTERIOR. PATIO COLEGIO. DÍA

Heriberta está sentada en una banca del colegio leyendo su libro de anatomía, a su lado algunos NIÑOS juegan. Heriberta saca un sándwich de su lonchera y sigue leyendo. En ese momento un NIÑO se le acerca.

NIÑO

¿Qué haces?

HERIBERTA

Estudio para el examen con un libro de mi papá, que está mejor explicado y mejor dibujado.

NIÑO

Sí, no... *(El niño se queda pensativo mirando las imágenes)*. Es muy raro lo que tenemos por dentro y no nos damos cuenta. Pero es muy feo. A mí si no me gusta ver de a mucho esos libros. Me imagino todas esas venas, todas esas arterias... Me siento como un esqueleto caminando o como un bulto de sangre, iguácala!; me parece que con cualquier cosa me voy a reventar.

HERIBERTA

Sí, tenemos demasiada sangre, casi todo nuestro cuerpo es sangre; como para llenar bastantes copas.

NIÑO

¡Huy! sí, ¡qué asco!

HERIBERTA

¿Asco por qué? ¿A ti tampoco te gusta la sangre?

NIÑO

¡Cómo se te ocurre... qué cochinado!

HERIBERTA

Cochinado, ¿por qué?, ya estás como mi mamá; no entienden que la sangre es la vida *(Lo dice como para ella misma)*.

NIÑO

¿Qué? ¿Qué dijiste?

HERIBERTA

No, dije que yo no voy a crecer.

NIÑO

¿Que no vas a crecer? ¿Cómo así? ¿Por qué? ¿Entonces qué vas hacer?

HERIBERTA

Ayudarle a la gente como tú a que no se reviente. A pedirle un poquito de su sangre a mis amigos. A conservarme como Erzsébet.

NIÑO

¿Erzsébet?

HERIBERTA

Sí, Erzsébet Báthory, la princesa que siempre se mantuvo bella bañándose en sangre.

El niño hace cara de asco y como de que “esta se está enloqueciendo”. En ese momento otra NIÑA se acerca.

NIÑA

¿Qué hacen? ¿No quieren venir a jugar con nosotros?

NIÑO

Sí.

HERIBERTA

No. Estoy repasando para el examen de ciencias. ¿Ustedes ya estudiaron?

Los dos niños se miran culpables y asqueados.

NIÑO Y NIÑA
(A coro.)

No, ¡iqué pereza!

HERIBERTA

Pues si quieren se pueden sentar cerca de mí y yo les sople... pero ya saben cuál es la condición...

Los dos niños se miran resignados.

NIÑO

¿Y cuándo?

HERIBERTA

Ya (*Saca su bisturí del maletín*).

Los dos niños se dejan punzar los dedos. Una gota de sangre cae sobre el libro abierto de anatomía. Heriberta succiona sutilmente ambos dedos. Desde afuera de la reja del colegio, el mendigo de rostro sucio y ojos azules la mira.

10. EXTERIOR. FACHADA CASA DE HERIBERTA. DÍA

Heriberta es terminada de peinar por la mamá, que aún está en batola y chancas, tapándose la boca con un pañuelo.

MADRE

Te vas derecho para el colegio sin hablar con nadie ni recibirle nada a nadie. Ya sabes que creo que tampoco te puedo ir a recoger, pues vamos a ver cómo sigo de esta fiebre. Te cuidas, mi amor, ve con Dios.

Mamá despide a Heriberta dándole la bendición, Isabela la besa y arranca a caminar con su lonchera y su libro entre los brazos. Al voltear la esquina mira a ver si su mamá aún la observa o si alguien la sigue, corre hacia la otra cuadra. Por fin sola y libre. En ese momento ve a su amiga del colegio venir cogida de la mano de mamá. Se esconde tras la puerta de una tienda. Dentro de la tienda hay DOS BORRACHOS y una PROSTITUTA sentados en una mesa. Todos trasnochados y de mal aspecto. Heriberta vuelve a salir. Amiga y su MAMÁ no la vieron. Heriberta camina, como mirando todo por primera vez. Su barrio no es muy bonito pero ella lo recorre sin temor. En la esquina hay una galladita de JÓVENES malencarados; se hace la loca, saca de su lonchera un paquete de papitas y se mete comiendo por la otra cuadra; una calle rara; muy sola y como abandonada.

Es un callejón sin salida. De repente de un rincón aparece cerca de ella el mendigo. El mismo de siempre: el flaco, alto, desgarrado y de cabellos largos y ojos azules. El hombre triste y de mirada profunda y mal olor.

Heriberta apenas lo ve intenta salir corriendo, pero se le caen el libro y la lonchera junto con las papas, se devuelve a intentar recoger todo, pero el mendigo toma el libro primero y ofreciéndoselo para que se acerque le dice, con voz ronca y suave:

MENDIGO

No huyas. No soy malo. Vengo a salvarte.

La niña hace mala cara por el olor del tipo, recoge su lonchera y se acerca por el libro. Ya cuando lo va a recoger, el mendigo lo lleva hacia él y lo empieza a hojear.

MENDIGO

Te hemos estado mirando, ¿sabes? Creo que nuestro Padre no está muy contento con lo que haces, ni con lo que pretendes ser.

HERIBERTA

Mi papi está muerto, ¡además, tú no eres mi hermano...!

MENDIGO

Sí, yo soy tu hermano y tu papi no está muerto ni el nuestro tampoco. Ambos nos miran desde arriba y nos acompañan, pero se sienten tristes cuando hacemos o pensamos cosas malas.

HERIBERTA

Yo no he hecho nada malo, ¡váyase!, deje de molestarte, le voy a decir a mi mamá para que llame a un policía. ¡Mamá, mamá, maaaaá...! (*La niña se pone a gritar desesperadamente y cuando se da cuenta de que sus gritos no son escuchados por nadie empieza a llorar desamparada*).

MENDIGO

Los policías no sirven para protegerte de Aquel que todo lo ve. Ellos solo sirven para derramar más sangre (*El mendigo dice esta última frase con dolor y como para él mismo*).

La niña que aún llora, se queda mirando las manos del mendigo. Ve que están goteando sangre y no se asombra demasiado, solo empieza a sollozar.

HERIBERTA

Señor, está sangrando, ¿es qué a usted lo golpeó un policía?

MENDIGO

Sí, más o menos, tú sabes que sí, pero eso no importa. Ahora lo importante, es que ya hay demasiada sangre

regada por el mundo; y una niña como tú no debe seguir alimentando esta sed malvada.

HERIBERTA

Pero yo qué he hecho, yo no hice nada. Lo único que quiero es no crecer ni morirme. ¿Por qué no va a molestar a otros? A toda esa gente que sale en los noticieros (*Se pone brava*). Toda esa gente grande que mata y mata y desperdicia la sangre por odio. Esa sangre no sirve, no es de nadie, es de los muertos. Se queda en un cementerio. La sangre que yo quiero es para vivir. Para seguir siendo niña, ¿no fue usted, pues, el que dijo "dejad que los niños vengan a mí" y que hay que mantener la inocencia de los niños? ¡Mentiroso! ¡Mentiroso!

MENDIGO

No, no, lo que yo quiero es mantener tu inocencia. Salvarte.

HERIBERTA

Es que todos son malos, el mundo es malo, Dios es malo. Mi papi decía que todo necesita sangre, guerras y muertes para mantenerse vivo, así nos hicieron, es como un sistema circulatorio: para que haya paz tiene que haber muchas guerras, para que crean en alguien lo tienen que crucificar, y sin la sangre de los noticieros este mundo no sería bello, envejecería, sin sangre estaríamos viejos y acabados, yo no tengo la culpa, así nos hizo Dios, ¡y yo puedo hacer lo que me da la gana! Sin sangre me voy a volver una viejita como mi mamá, me voy a morir como mi papá. Además, ¿quién es usted para prohibírmelo?

MENDIGO

Nadie te está prohibiendo nada, Isabela. Yo solo he venido para salvarte; porque he escuchado las súplicas de tu padre y los consejos de nuestro Padre. Tu madre todas las noches me habla de ti. Yo soy aquel a quien tú blasfemas sin sentido, a quien desafías para que baje de la cruz. Mírame aquí. Acércate a mí para perdonarte. Te aseguro que todo esto quedará solo entre los dos. ¡Ven...!

HERIBERTA

No... yo no le creo. Usted está borracho, está loco y huele feo.

MENDIGO

Créeme, Heriberta. No te miento, yo también derramo sangre. No he parado de derramar sangre; pero lo hago por amor, por ustedes, por los hombres, por su salvación. Pero esta sangre lo único que ha alimentado es el odio, la violencia y el tamaño del infierno. Por amor a Dios, Isabela, créeme; acércate a mi corazón. Mira: esta es mi prueba.

El mendigo levanta sus dos manos hacia el lugar donde Heriberta, afligida y como apenada y arrepentida, mira hacia el suelo. El mendigo muestra a Isabela sus manos aún sangrantes con la marca fresca de los huecos abiertos que le dejaron las puntillas del madero. La niña levanta su rostro hacia el señor, dejándole ver una lágrima y una mirada compasiva. El mendigo le sonríe comprensivamente y levanta su rostro al cielo cerrando los ojos y como iniciando una oración. La niña levanta lentamente una mano para acercarla y hacer contacto con la mano flagelada de su salvador; al mismo tiempo, su otra mano se escurre por el bolsillo de la falda en búsqueda de algo.

El señor ora con los ojos cerrados. La sangre de su mano ya ha hecho contacto con la blanca mano de la niña. La niña le ha tomado sin temor sus huesudos dedos y los tiene bien sostenidos. Heriberta mira hacia los lados, mira por última vez al mendigo y ¡zas!, le hace un corte rápido en la muñeca con el bisturí para

luego salir corriendo. El mendigo grita reaccionando al dolor. Intenta frenar la sangre que brota a chorros. Cae arrodillado, sigue gritando. Heriberta lo mira a lo lejos, desde atrás de un muro. Él ya no puede gritar, efectúa jadeante sus últimos movimientos y antes de caer por completo la mira a ella, aún sin entender y pidiendo una explicación.

Heriberta sale de su rincón. Camina estoica sin quitar la mirada del cuerpo ensangrentado; pasa sobre él y sigue indiferente, recoge su lonchera, su libro y el paquete de papas regadas por el piso. Mira al frente mientras sigue caminando. Observa el bisturí y limpia con sus dedos las gotas de sangre que quedaron en él, llevándose las a la boca mientras piensa:

HERIBERTA (OFF)

Si eres el que dices que eres, no hay problema, al fin y al cabo ya deberías estar acostumbrado a morir por nosotros.

Vemos que la niña se aleja por un amplio y solitario callejón. En el audio empezamos a escuchar un sonido punzante de aleteo de zancudo como el del plano inicial.

Vemos de nuevo uno de los planos iniciales; aquel en el que una mano entra a cuadro, mostrando su palma a la cámara. Toma impulso hacia atrás y se devuelve bruscamente hacia la cámara fundiendo de un flash a negro. El sonido del zancudo se acaba con la palmada.

FIN

Viaje a la hacienda

Escrito por Luisa Almonacid © en el “Taller de guion para cortometraje” de la Cinemateca Rodante, programa de la Cinemateca Distrital, junio de 2015.

Story line

Akira (13) está obsesionada con la idea de explorar una hacienda abandonada. En complicidad de sus mejores amigos, escapan del colegio y se embarca en la aventura. Sin embargo, los niños ignoran que el lugar no está completamente deshabitado. Tras sufrir un terrible susto, Akira regresa a casa y descubre que su madre se ha enterado de su fuga del colegio.

1. EXT. CALLE. DÍA

AKIRA (12), NICOLÁS (13) y CLOE (12) caminan por la calle, visten uniforme de colegio y traen su respectivos morrales a la espalda. Nicolás mira hacia atrás, al colegio que se ve al fondo.

NICOLÁS

¿Akira, usted está segura de todo esto?

AKIRA

¡Ay, Nicolás, ahora no me diga que le dio miedo!

Akira abraza a Cloe.

AKIRA

¿Por qué? Si le dio miedo mejor devuélvase que nosotras vamos solas.

CLOE

¡Ay! Akira, déjelo que él es un gallina.

NICOLÁS

¡Ay! Ya, ya. Yo no le tengo miedo a nada. Más bien apúrense, ¿sí? La profe debe estar buscándonos.

Akira, Nicolás y Cloe miran atrás, hacia el colegio, y apresuran el paso.

2. EXT. CALLE/ENTRADA HACIENDA. DÍA

Las niñas y Nicolás llegan a la hacienda, se paran junto frente de la entrada y miran a través de la reja. Es una casa enorme y antigua. El lugar luce abandonado y un poco tenebroso. El rostro de Nicolás revela inseguridad.

CLOE

¡Ufff, esto esta como de película!

Nicolás retrocede dos pasos.

NICOLÁS

¡Uy no, yo como que no quiero entrar! Deberíamos regresar al colegio. A lo mejor la profe no se han dado cuenta... ¡Akira, esto es una locura ...!

CLOE

(Dándose valor.)

¡Ay no, no! Ya llegamos hasta aquí. La profe ya debe estar reportándonos. Sigamos.

AKIRA

Sí, Nicolás, ¿dónde está su valor? ¿O es que va a incumplir la promesa? Recuerde la penitencia; el que pierda paga.

Nicolás queda pensativo. Akira coge la mano derecha de Nicolás y Cloe la mano izquierda.

NICOLÁS

(Decidido)

¡Agggg, bueno!

Akira y Cloe arrastran a Nicolás. Se quitan los morrales y los dejan escondidos junto a la cerca. Ingresan con sigilo. En realidad todos están muertos de susto.

3. EXT. HACIENDA. DÍA

Los niños cruzan la entrada de la hacienda y caminan con prudencia, revisando que no haya nada extraño a su paso. Nicolás

y Cloe se adelantan. Akira se entretiene mirando unas plantas, Nicolás susurra en el oído de Cloe.

NICOLÁS

Tengo una idea. Démosle un susto a Akira. Voy a decir que tengo chichí. Coja a Akira y adelántese. Vamos a ver si es tan valiente.

Cloe asiente y acepta el plan. Cloe y Nicolás van hacia Akira.

AKIRA

Ya vieron que lindas estas flores, me encanta este color.

NICOLÁS

Ay, sí, sí. Ya deje la bobada ¿O le dio miedo?

Akira hace un gesto de suficiencia y avanza. Nicolás y Cloe siguen caminando y llegan a una capilla abandonada que está a un lado de la hacienda. El lugar luce tétrico. Los niños intercambian miradas de espanto.

4. EXT. HACIENDA. CAPILLA ABANDONADA. DÍA

Los niños exploran sigilosamente el lugar abandonado. Cloe se queda observando una viga.

CLOE

Akira venga, mire esto. (*Señala la viga*) Dicen que ahí fue dónde el cura se ahorcó.

AKIRA

¡Waaaa!

NICOLÁS

Uy, yo tengo chichí. Ya vengo.

Nicolás se aleja, va el fondo de la capilla abandonada. Cloe y Akira continúan curioseando.

5. EXT. HACIENDA. CAPILLA ABANDONADA/ ESCOMBROS. DÍA

Nicolás busca entre los escombros y encuentra una tela negra, se la pone encima y abre un roto para poder mirar. El niño queda cubierto completamente por la tela.

6. EXT. HACIENDA. CAPILLA ABANDONADA. DÍA

Akira y Cloe exploran la parte de adelante de la capilla. Cloe le muestra a Akira unas piedras que acababa de encontrar.

CLOE

Akira, venga, mire. Lindas, ¿no?

AKIRA

Sí, me gustan, vamos a guardarlas.

Akira y Cloe guardan las piedras en sus bolsillos. Se escuchan ruidos. Cloe presta atención.

CLOE

¿Si escucha? ¿Oyó eso?

AKIRA

Tengo miedo.

Akira y Cloe se toman de la mano. Suenan ruidos fuertes de palos secos y cosas cayendo. Nicolás con la capa negra irrumpe saltando.

NICOLÁS

¡Buuuuu!

Akira y Cloe se abrazan. Akira grita fuertemente y se cubre la cara. Cloe y Nicolás se ríen. Nicolás se quita la capa y ambos se burlan de Akira. Akira está ofendida.

AKIRA

Hay no, pues, tan bobos, me orine del miedo.

CLOE

Hay tan valiente. Ja, ja, ja.

NICOLÁS

¡Y que el gallina era yo! Ja, ja, ja.

Akira, muy digna, se adelanta. Cloe y Nicolás chocan sus manos, celebran y ríen en secreto.

AKIRA

(*Digna.*)

Vamos más bien. Aún nos falta lo más importante.

Akira, Nicolás y Cloe salen de la capilla y avanzan hacia la entrada de la hacienda.

5. INT. HACIENDA/ENTRADA CASA. DÍA

Los niños abren con discreción la puerta que lanza un horrible chirrido. Entran a la casa.

6. INT. HACIENDA. CASA / HALL. DÍA

Los niños caminan e indagan la entrada de la casa. El lugar está abandonado, hay trapos, tablas y objetos abandonados por todo el lugar, pasan por un hall y avanzan hacia la sala.

7. INT. HACIENDA/SALA DE LA CASA. DÍA

Los niños ingresan a la sala, el lugar está en penumbra. A un lado, un viejo sofá cubierto por trapos y cobijas viejas.

NICOLÁS

Huele horrible. Aquí no hay nada, solo basura. Vámonos.

Cloe encuentra una vieja foto/cuadro enmarcada, en el que se ve la figura de un cura. El vidrio está roto y sucio. Cloe, con una señal, llama a Nicolás y Akira.

CLOE

¿Ese es el cura?

Akira asiente. Todos parados frente al cuadro. Hay un silencio profundo, al fondo se escucha el chirrido del piso. Los niños quedan paralizados.

8. INT. HACIENDA. SALA/SOFA. DÍA

JULIO (63), un hombre de aspecto desagradable, despierta y se levanta del sofá silenciosamente. Es muy grande, camina con dificultad y se dirige hacia los niños que aterrados voltean a mirar.

CLOE

(*Aterrada.*)

¡El padre sin cabeza, el padre sin cabeza!

Aterrados con la imagen del hombre que avanza en la penumbra, se abrazan entre ellos.

JULIO

(*Grita.*)

¿Qué quieren de mí? ¿Cómo entraron?

Los niños corren despavoridos, el hombre trata de atraparlos, pero los niños logran escapar. El hombre maldice.

9. EXT. FACHADA. HACIENDA CASA. DÍA

Los niños salen y corren desesperados. Nicolás se cae, se clava una astilla en su pierna, se levanta y camina con dificultad. Se queja. Atrás aparece Julio, que sigue amenazante hacia los niños.

NICOLÁS

¡Aaaaaaaaaaaaaaa! Ayúdenme, me enterré algo.

CLOE

No es hora de quejarse. ¡Corran!

AKIRA

¡Tengo miedo! ¡Tengo miedo!

JULIO

(*Grita.*)

Eso, corran, corran. ¡Chinos desgraciados!



•

DIRECCIÓN

┌

└



«Con este texto busco hacer un recorrido por el trabajo del director basándome en mi propia experiencia y metodologías. Así quiero que se lea...».



EL LUGAR

DEL DIRECTOR

Libia Stella Gómez Díaz



Una advertencia inicial. Con este texto busco hacer un recorrido por el trabajo del director basándome en mi propia experiencia y metodologías. Así quiero que se lea, no como un texto absoluto o como una verdad única y mucho menos como se expone una receta de cocina. Entre otras cosas, porque en nuestra profesión nada garantiza el éxito: ni una metodología juiciosa ni el imperio total de la improvisación, esa magia que necesitamos para que la obra sea en verdad lo que buscamos y, a veces, se nos esconde de forma esquiva. Cuando era estudiante de cine y televisión en la Universidad Nacional de Colombia y nos preparábamos para el rodaje del corto que sería el trabajo final de la clase de Taller, una vez que habían sido distribuidos los cargos y todo el mundo estaba atareado cumpliendo labores, yo me sentí sin oficio y le pregunté a mi asistente de dirección “¿Y ahora qué me pongo a hacer?”.

El de producción buscaba dinero, el de arte hacía diseños, el de foto hacía plantillas, el asistente hacía plan de rodaje... ¿y yo qué hacía si ya tenía seleccionados los actores y las locaciones? “Esperar a que llegue el rodaje” fue la respuesta de mi asistente.

No me parecía. Necesitaba ponerme a hacer algo que me preparara para ese momento. A partir de allí, mi búsqueda de un método que me ponga en mejores condiciones para asumir el rodaje ha sido mi obsesión constante. Léí en la entrevista a algún director que eso es hacer difícil

«Así como el boxeador entrena, yo necesito una metodología que me ponga a punto y que me dé la seguridad que necesito a la hora de pararme como directora en un set de rodaje».

lo fácil. Para mí no. Así como el boxeador entrena, yo necesito una metodología que me ponga a punto y que me dé la seguridad que necesito a la hora de pararme como directora en un set de rodaje. Este es el resumen de mi metodología para la preproducción (mía, pero no inventada por mí: he tomado esto de allí y aquello de más allá; esto de un director, aquello de otro).

PREPRODUCCIÓN

Selección del equipo de trabajo

Por lo general, yo procuro trabajar con el mismo equipo con el que hice mi primera película, no solo por la comodidad que me otorga el que este grupo de personas me conozca y esté habituada a mi metodología, sino porque creo que somos realmente un equipo de trabajo que va en pos de las mismas búsquedas temáticas y estéticas. Si ello no fuera posible, para la elección de los cargos tengo en cuenta las siguientes consideraciones:

EL DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA: Debe ser un artista, de formación o de oficio; es decir, debe ser un conocedor de la imagen, de la historia del arte y una persona con alta sensibilidad artística y estética. Se trata de un ser sensible que pinta cuadros en movimiento, en vez de retratar. Esto es lo más difícil de conseguir. Debe ser una persona

rápida y segura para ejecutar su trabajo. No hay nada más molesto que un equipo de fotografía que se demore y no permita cumplir con el plan de rodaje. El fotógrafo Mauricio Vidal, que es con quien trabajo usualmente, tiene para esto una metodología que me encanta: cuando se siente presionado me pregunta: "¿rápido o bonito?" Esa solución me gusta, porque me permite a mí tomar la decisión que más le convenga a la película en ese momento y nos evita discusiones y traumatismos. Ya sé que si mi respuesta es "bonito", tengo que revestirme de paciencia y esperar.

EL DIRECTOR DE ARTE: Hoy en día esta figura está dividida en dos. El diseñador de producción y el director de arte, pero no todas las películas lo trabajan de esa manera. El diseñador de producción es una especie de mezcla entre quien diseña el arte y lo gerencia. Tiene la ventaja de que el manejo autónomo del presupuesto en el equipo de arte le facilita el trabajo y permite que se invierta el dinero allí, porque se ha podido ahorrar allá. Bien sea el diseñador de producción o el director de arte la cabeza de este equipo, en cualquier caso, quien esté a cargo también debe ser un artista, con las mismas cualidades que he señalado para el fotógrafo. No se trata de poner objetos en el espacio, se trata de componer atmósferas, y eso no lo hace un decorador cualquiera.

EL PRODUCTOR: Por la forma en que he constituido mis empresas audiovisuales, yo siempre tengo un pie o siquiera un dedito en la producción, pero me separo completamente de esa actividad para concentrarme en la dirección durante la preproducción, rodaje y la posproducción. No puedo atender simultáneamente tantos asuntos. Por eso, además de mi socio, que siempre se asume como productor, es muy importante tener en el equipo un gerente de producción con experiencia, que lleve a buen término la empresa y con él un buen productor de campo. En general, con producción se debe procurar mantener un buen clima, tanto en lo logístico como en lo estético. Se trata de un equipo trabajando en pos de un objetivo: la película.

EL SONIDISTA: A diferencia de otros directores, considero al diseñador sonoro como el jefe de este departamento. Es decir, empiezo a trabajar el diseño desde antes de rodar; por tanto, el sonidista trabaja para un diseñador sonoro y bajo su tutela e indicaciones. No me parece que el sonido haga parte de los acabados finales, hay que elaborar un diseño en la preproducción, diseño que en parte se concreta durante el rodaje. Por eso es tan importante que diseñador y sonidista estén conectados desde el comienzo.

EL PRIMER ASISTENTE DE DIRECCIÓN: es realmente la cabeza del equipo de dirección. El director es la cabeza de todos los equipos creativos y quien se encarga de coordinar la labor del equipo de dirección es este personaje. No debe ser el mejor amigo del director, aunque lo sea, es decir, ese no puede ser un criterio de selección. No ha de ser un pichón de director en búsqueda de oportunidades, ya que buscará un protagonismo que le puede llegar a quitar liderazgo al director, y eso sería gravísimo. En general, es un artista, con sensibilidad estética, conocimiento en dirección de actores (porque dirige figurantes y extras durante el rodaje), muy organizado, tranquilo, paciente y con capacidad de liderazgo. Que no sea un gritón que le dañe el día a la gente. En general, un director no puede permitir que ningún miembro del equipo ande dando gritos; eso pone nerviosos a todos y daña el ánimo del rodaje.

EL SCRIPT: es el encargado de la continuidad, no solo desde el punto de vista de la gramática audiovisual y la concatenación de imágenes independientes, que luego serán incluidas en un discurso audiovisual; se trata además de un secretario/a que consignará en planillas todo lo ocurrido en el rodaje, las tomas que desde el set selecciona el director, anotaciones de cámara y de sonido. En general, provee al montajista de información valiosa que permite hacer de forma mucho más correcta su trabajo.

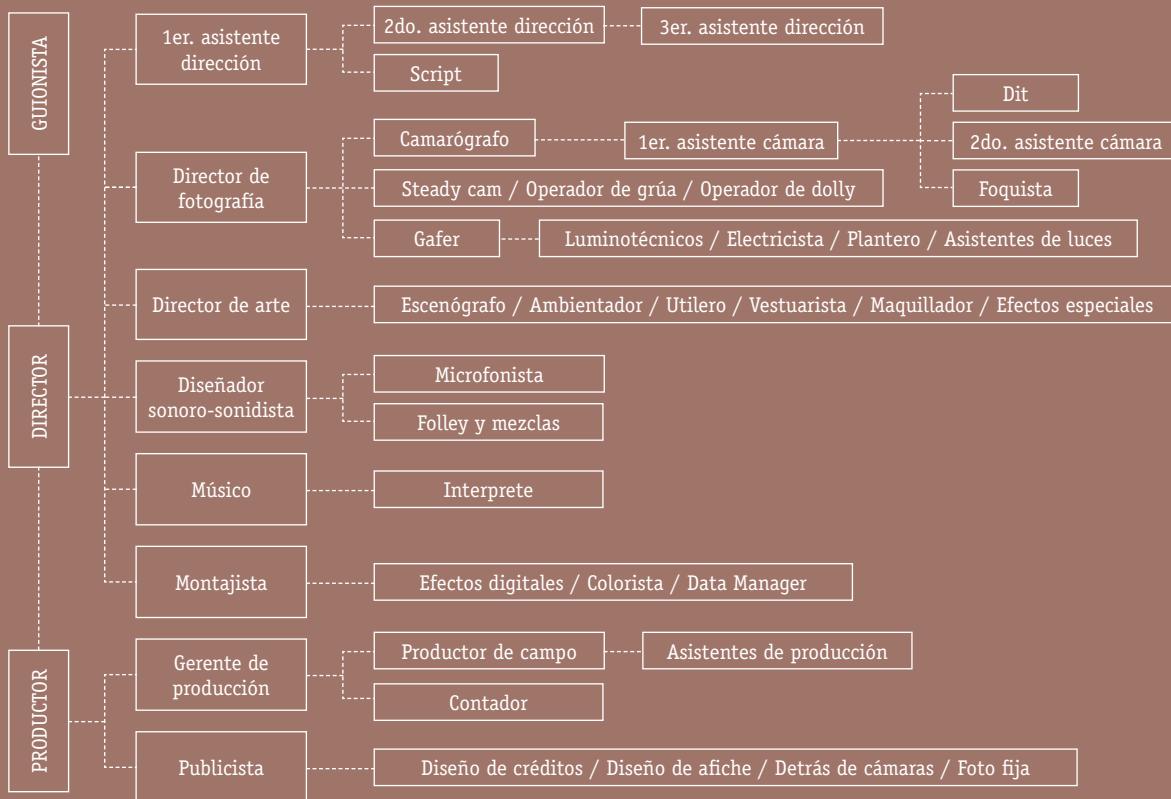
EL MONTAJISTA Y EL EDITOR EN SET: desde que el cine se hace en digital, existe la posibilidad de ir montando en set.

No es recomendable que el montajista principal esté en el set, porque se contamina del rodaje y termina enamorándose de escenas o imágenes que luego le costará eliminar. Es recomendable que su asistente, o un editor junior, esté en el rodaje, porque visualizar una escena montada antes de salir de una locación nos puede dar luces sobre planos que hacen falta para contar mejor la escena. Por lo general, engancho al montajista desde antes de rodar,

para que pida planos o escenas que sabe que necesitará a la hora de montar.

Los otros miembros los elige cada cabeza de equipo (diagrama 1). Por lo general no intervengo en su elección, prefero que cada jefe trabaje con las personas con las que se siente más a gusto. Aparte de la elección de los jefes, yo solo intervengo en la elección del equipo de dirección.

»Diagrama 1. Organigrama de una película.



Lectura profunda

Cuando el director es el mismo guionista, esta lectura no es necesaria, porque la estructuración del relato, sus motivaciones y temas son plenamente conocidos por quien escribió el texto. Cuando director y guionista son diferentes personas, yo sugiero realizar una lectura profunda del guion. De igual manera, la lectura profunda debe ser realizada de forma individual por todos y cada uno de los miembros del equipo creativo. En la lectura profunda se debe someter el guion a varias preguntas:

¿De qué trata la película? Cuando el tema y la búsqueda del personaje coinciden, yo detecto de entrada un problema: la obra es anecdótica y no trasciende. Si ello llegare a suceder, mi primera búsqueda será la de un tema. Por ejemplo: la necesidad dramática del personaje es robar un banco; si la pieza trata solamente de las diferentes acciones que realiza el personaje con miras a robar el banco, el mensaje es vacío. En ese caso, el estudio de los personajes y sus relaciones quizá me pueda permitir relacionar lo que ocurre con una pasión humana, por ejemplo: la envidia, y entonces debo concentrar esfuerzos e incluir elementos que potencien esto, para que el tema de la película sea *la envidia* y el robo del banco sea solo una excusa para desarrollar una obra en donde los espectadores se sientan identificados o indignados con la postura del personaje. Es decir, la búsqueda de un tema le dará profundidad al relato y me ayudará en mi relación con los espectadores, ya que les permitirá entrar conmigo al banco, en vez de quedarse solo en su posición de observadores.

¿Qué se juega el personaje cuando busca cumplir con su necesidad dramática? Si descubro que el personaje no pone en juego nada, es decir, que ni gana ni pierde cumpliendo con su necesidad dramática, entonces detecto en el relato un problema: para el personaje no es imperativo cumplir con su necesidad dramática. Entonces quizá debo agregar elementos que conviertan en urgente la búsqueda del personaje, porque, si no es importante cumplir con

esa meta, tampoco será importante para el espectador acompañarlo en su recorrido.

¿Cuáles son las fuerzas que se oponen en el entramado interno del relato? Por lo general, cuando nuestro personaje busca satisfacer algo, hay por lo menos una fuerza que le hace oposición. No me refiero exclusivamente a un personaje al que comúnmente llamamos Oponente. El oponente puede ser la interioridad del protagonista mismo, si se trata de una película de adicciones, o de superar metas personales. El oponente puede ser un entorno hostil, puede ser un desastre natural o efectivamente un personaje al que no le conviene que nuestro protagonista cumpla con lo que se propone. Si descubro que dentro del relato no hay ninguna fuerza que haga oposición, entonces nuestro relato tiene un problema. Si no enfrento a mi personaje y no lo obligo a retarse a sí mismo, quizá no tenga oportunidad de desplegar su personalidad frente al espectador y quedará para sí mismo, sin que su complejidad como persona pueda revelarse durante el relato. En ese caso, debo adicionar elementos que lo confronten y lo revelen como ser humano.

¿Cuál es la estructura dramática del relato? Establecer en dónde están los puntos de giro –aquellas peripecias que hacen cambiar el curso de la acción del protagonista y varían sus objetivos iniciales– y cuál es el clímax –la parte más alta de la acción o el momento en que el protagonista se enfrenta a su mayor reto– me permitirá una puesta en escena y una puesta en cuadro que inviten al espectador a acompañar el relato. Si detecto fallas en la estructura, debo corregirlas antes de iniciar el proceso, para que mis decisiones estéticas sean armónicas con el relato, no contrarias a este.

¿Qué dicen tanto la obra como los personajes en el subtexto? Si me pongo en búsqueda de subtexto y descubro que solo hay texto, mi relato tiene un problema. Quizá la televisión sea el territorio de lo que se dice, pero el cine es el territorio de lo que se oculta (subtexto). Si al espectador

todo se le dice, pierde interés en el relato. Hay que mantener una armonía perfecta entre lo que se dice y lo que no. Tampoco se puede ocultar tanto que no le permita al espectador acompañar el relato y mi obra se convierta en lenguaje cifrado solo para conocedores. La administración de informantes e indicios es la clave para mantener el interés del espectador. Lo kinésico –significado expresivo de los movimientos corporales–, lo proxémico –significado de la ubicación de los cuerpos en el espacio y las relaciones que ello genera– y lo gestual –aquello que se comunica sin palabras, especialmente por los movimientos de la cara y las manos– se construyen a partir del guion y mueven la relación del director con las interpretaciones de sus actores. Para que esta riqueza sea posible, el texto debe contener un subtexto. Hallar ese subtexto y la forma en que será administrado durante el relato es de suma importancia para la definición de las decisiones estéticas y para la dirección de actores. Por ejemplo: una pareja está en la mesa del comedor, a punto de desayunar. No se miran, se evitan, si hablan abordan temas sin importancia (el clima, los huecos en la ciudad), uno de ellos se va sin despedirse. El texto puede hablarnos del clima o de los huecos en la ciudad, el subtexto nos habla de la mala relación de pareja que están teniendo.

Investigación bibliográfica, de campo y creativa

Como en cualquier ejercicio comunicacional, no se puede hablar de lo que no se sabe. Si pretendo elaborar un discurso sobre un tema que desconozco, solo se me ocurren lugares comunes, copias o repetición de discursos ajenos. Para entender un contexto y convertirlo en un universo diegético¹ debo conocerlo en profundidad. Si no hace parte de mi universo del conocimiento, estoy en la obligación de investigar. No es suficiente con la información contenida en el guion, mis imágenes serán más ricas si es más rico mi dominio del tema. La información bibliográfica, obviamente, es la contenida en libros, revistas, páginas de Internet y periódicos. Es importante ampliar los conocimientos sobre el tema de que trata la película, el contexto en el que se mueven los personajes y, si las hay, las patologías de los personajes.

Para la investigación de campo debo desplazarme al contexto desde donde se narra, ver si este pertenece a la realidad o a un contexto similar, y si no me es accesible o de plano no existe, si se trata de un contexto del pasado, debo buscar retratos de dicha cultura en la fotografía, el ensayo, la literatura y o en películas documentales o de ficción que se ubiquen en ese mismo espacio y tiempo. Si es un contexto que pueda visitar, una vez allí, debo observar, tomar

¹ Término que alude al universo de la representación, es decir, a un espacio cualquiera.

Un salón de clase, por ejemplo, puede ser convertido, después de decorarlo, en la sala de un juzgado, y ese juzgado es un universo diegético, es decir, un universo representado.

Extradiegético se refiere a todo aquello que está por fuera de la representación.

»Foto 1. Álvaro Rodríguez en El Café de Martina. **La historia del baúl rosado** (Libia Stella Gómez, 2005). Foto fija: Juan Antonio Monsalve.



«El personaje es, en cualquier caso, una persona, y nos atenemos a que una persona posee mil caras».

imágenes y preguntar, con el objetivo de capturar para mi película la atmósfera, de modo que, aunque luego no la reproduzca exactamente, me sirva como punto de partida para la relectura que haré cuando defina mi puesta en escena. Cuando hablo de atmósfera me refiero a aquella sensación que transmiten los espacios: por ejemplo, en **La historia del baúl rosado** (Libia Stella Gómez, 2005), entre mis mayores empeños con El Café de Martina, una de las locaciones principales de la película, era transmitir la atmósfera pesada de un espacio de ocio de gente mayor: fumadores, jugadores de billar... eso lo logramos a través de los objetos, las personas, la iluminación y el humo (foto 1).

Hace parte de la investigación creativa la elaboración de las biografías de los personajes, pero esto lo desarrollaremos más adelante. La investigación creativa también nos sirve para acotar contextos. Esta metodología consiste en formular preguntas y encontrar respuestas a las mismas. Cuando la aplicamos para definir los contextos en que se mueven los personajes –lugares geográficos en donde ocurre la historia–, podemos llegar a darnos cuenta de aspectos de ese universo diegético que no tenemos cubiertos y que, a lo mejor, pueden llegar a afectar la verosimilitud de la obra.

Cuando se trata de ciencia ficción, aplicar esta metodología en la construcción de los universos diegéticos es fundamental para que nosotros mismos entendamos el mundo en el que nuestros personajes se mueven. Ejemplo: el universo diegético es el planeta tierra que ahora está

convertido en una gran fábrica que procesa basura. ¿Hay allí organización política?, ¿cómo es?, ¿existe el dinero?, ¿existe la religión?, ¿los humanos se siguen reproduciendo sexualmente?, ¿la gente muere o ya es inmortal?, etc.

Biografía de personajes

Algunos directores piden las biografías al guionista. No lo recomiendo. Un personaje es una elaboración en estrella de tres puntas: es tan importante la visión del guionista como la del actor y, por supuesto, la del director. Al pedir la biografía al guionista estamos limitando nuestra capacidad creativa. Es posible que, por producción, no nos esté dado cambiar el *casting* o el perfil de los personajes. El personaje es, en cualquier caso, una persona, y nos atenemos a que una persona posee mil caras. Al buscar nuestra propia visión del personaje, lo más seguro es que este se enriquezca con particularidades que a lo mejor no vio el guionista ni verá el actor.

Una biografía completa contempla tres aspectos fundamentales de un personaje: el externo, el interno y el comportamiento con otros y frente a la vida. Aplicando la investigación creativa, debemos formular preguntas y encontrar respuestas a las mismas:

- **EXTERNO:** ¿cómo se viste?, ¿cuáles son sus colores predilectos?, ¿cómo es su apariencia física?, ¿busca atraer a los demás o se esconde?, ¿detrás de qué se esconde?, etc.
- **INTERNO:** ¿cómo fue su infancia?, ¿cómo fue su paso por el colegio?, ¿estudió una carrera universitaria?, ¿qué carrera?, ¿tiene o tenía hermanos?, ¿tiene o tenía esposa e hijos? En general, hay que elaborar el recorrido de su historia personal.
- **COMPORTAMIENTO:** ¿es de pensamiento liberal o conservador –no en términos de partidos políticos, sino de actitud frente a la vida–?, ¿es católico o practica alguna otra religión?, ¿cómo es su reacción frente al

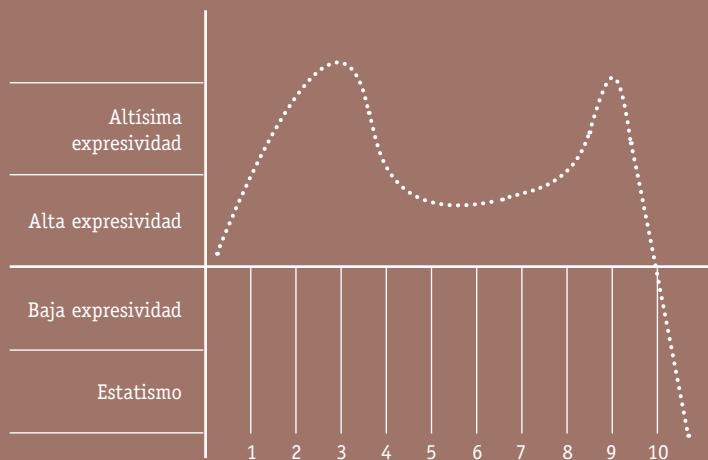
poder?, ¿es de buenas maneras o una persona tosca?, ¿es una persona calmada o explosiva?, etc.

Tampoco recomiendo entregar las biografías a los actores. Ellos deben elaborar las suyas. Más adelante, cuando avance el trabajo con los actores, debemos llegar a acuerdos sobre el personaje, pero en primera instancia cada quien debe realizar el trabajo por separado. El trabajo de los tres: guionista, director y actor, se une al final, en la exploración que se hace del personaje con el actor.

Curvas dramáticas de los personajes

Para que el director entienda las fluctuaciones en las emociones de sus personajes y cómo ellas se ubican a lo largo del relato, le recomiendo realizar el siguiente ejercicio, ubicando la tranquilidad o la paz en la línea, la falta de emoción debajo de la línea y los momentos emotivos por encima de la línea, como en un plano cartesiano. En la X ubicamos las escenas y en la Y ubicamos las emociones (a modo de ejemplo, véase el diagrama 2). La elaboración de las curvas, personaje por personaje, es un trabajo del director y le ayuda a ubicarse en las emociones del personaje. Este tampoco es un material que deba compartir con los actores; ellos deben realizar sus propias curvas.

»Diagrama 2. Curvas dramáticas.



Propuesta estética

Algunos la llaman “Nota de intención del director” o “Propuesta de dirección”. Es básicamente un escrito en donde el director resume toda su propuesta estética. Por lo general, la elabora desde la etapa de desarrollo de proyecto, porque es una pieza que hace parte de cualquier *dossier* para buscar financiación. En este punto de la preproducción, el director debe tomar su propuesta y actualizarla de acuerdo con el trabajo de mesa que ha venido realizando y las posibilidades reales de producción.

La propuesta estética es una pieza que deberá compartir con sus directores de fotografía y arte y es el punto de inicio del diseño de imagen que realizará con ellos. En general, deberá contener una propuesta que una las decisiones estéticas de todos los departamentos, dándoles coherencia como pieza total.

Yo la inicio con una breve descripción del formato, una sinopsis y un párrafo que resume la propuesta estética general y la relacione con su género y referentes. Luego desarrollo brevemente la propuesta, departamento

por departamento: fotografía, arte, dirección de actores, sonido, música, montaje y ritmo. Finalizo con un breve párrafo en donde expreso cuál es mi intención comunicacional con respecto al espectador, es decir, si mi intención con la obra es divertir, que el espectador se identifique o que reflexione.

Aquí termina el trabajo de preparación, que debe asumir el director en soledad. A partir de este punto debe sumarse su primer asistente de dirección.

La propuesta estética será discutida con arte, fotografía, sonido y montaje en varias reuniones donde se compartan intereses y referentes, para llegar a una sola propuesta con la que todos los involucrados estén de acuerdo. Si bien la tendencia es a ir en la línea de lo propuesto por el

director, conviene un equipo creativo que le aporte desde sus saberes y visiones para llegar al diseño más adecuado a la película.

Desglose de dirección

Así como producción, sonido y arte realizan desgloses para poder visualizar las escenas a partir de todos sus componentes y elaborar listados que faciliten el trabajo, yo elaboro con mi asistente un desglose, para afianzar el conocimiento que él tiene sobre el trabajo que realizaremos, para señalar ciertos detalles que no debemos perder de vista y para proporcionar al asistente una lista de chequeo que le va a ser útil en el rodaje. Me he ideado un formato en donde cada escena tiene una página; esto permite su visualización completa (cuadro 1).

»Cuadro 1. Desglose de dirección.

Escena	Situación	Locación	Día	Hora	Descripción del ambiente	Duración escena
Resumen						
Propuesta fotografía						
Planimetría	Iluminación	Emplazamiento y angulación		Movilidad		Lentes
Propuesta de arte						
Escenografía	Ambientación		Utilería	Vestuario		Maquillaje
Propuesta de director de actores						
Principales	Actores	Secundarios	Actores	Figurantes	Actores	Extras
Música <i>in</i>	Música <i>off</i>		Sonidos		Textos escritos	
Otros y notas						

Cuaderno de intención dramática

El trabajo con los actores es una responsabilidad que el director no puede delegar a nadie, como sí sucede con muchas de las otras tareas que realiza en el set. Es un trabajo que parte de la base de las buenas relaciones humanas y de un intangible, que muchos llaman “buena vibra”, entre el director y sus actores. Yo parto de hacerme amiga de mis actores. De esta forma el trabajo que realicemos juntos será de complicidad y no de complacencia, que a mi modo de ver es una relación mucho más fructífera y creativa. El punto de inicio de ese trabajo es la elaboración del *cuaderno de intención dramática*, que es básicamente un esquema que me ubica en los datos que necesito para la dirección de actores, escena por escena –cada escena ocupa una página–. Lo elaboro con mi primer asistente de dirección, con la intención de que él conozca por dentro el guion y sus amarres internos, así como a los personajes, sus emociones y motivaciones, tanto como los conozco yo (cuadro 2).

»Cuadro 2. Cuaderno de intención dramática.

Escena	Situación	Día	Hora
Resumen de la escena			
Intención dramaturgica de la escena			
Momento dramático de los personajes			
Venimos de			
Vamos para			
Observaciones			

Casting de actores

Cuando yo escribo un guion, por lo general pienso en un actor o una actriz o, cuando menos, en una persona, para que mi personaje tenga rostro y voz desde que empiezo a trabajar con él. Si no lo hago así, la creatividad no fluye. Sin embargo, no siempre puede ser posible trabajar con los actores que me he imaginado en la escritura y entonces debo realizar un *casting*.

Un buen casting redonda en un 50% de efectividad en la dirección de actores. Por lo general no participo del *casting* y le dejo esta labor a mi primer asistente de dirección. La razón de ello, y por ello lo recomiendo a mis estudiantes, es que el actor, en busca de encantar al director, despliega todas sus armas de seducción y en muchas ocasiones el director toma decisiones arrastrado por la emoción de la “buena vibra” con el actor y no por un verdadero resultado en la pantalla. Para evitar esto, prefiero no conocer a los actores y, por tanto, no participar del casting. Con el resultado del casting grabado en video, creo que se toman decisiones mucho más acertadas. Hay que aclarar que, aunque yo prefiera no participar del casting, es una costumbre generalizada que el casting lo haga directamente el director; además, en ocasiones, otros departamentos, como el de producción, pueden tomar decisiones o concertar para que el director las tome, con respecto al *casting*.

Una pregunta que me hacen constantemente los estudiantes es si es preferible una buena apariencia física al buen desempeño. Y mi respuesta es: es preferible el buen desempeño. La caracterización se logra fácilmente con vestuario y maquillaje; una mala actuación no tiene arreglo.

Selección de actores

Después del *casting* hay que tomarse un tiempo para analizarlo y hacer la selección óptima. Al *casting* van a llegar varios actores que podrían interpretar un mismo personaje; es indispensable elegir a quien se ajusta mejor a la interpretación del personaje que tiene el director en su cabeza. Hay que tomar en cuenta no solo los aspectos físicos del personaje: la buena interpretación que del mismo pueda hacer un actor y la buena disposición para el trabajo también son fundamentales.

Primera entrevista individual con actores

Una vez seleccionados los actores y las actrices a partir del *casting*, yo realizo reuniones individuales con cada uno de los protagonistas y personajes secundarios más importantes. A dicha reunión invito a mi primer asistente, pero no le permito ninguna intervención. Está allí para observar el comportamiento del actor y señalarme los posibles problemas derivados de su personalidad; esto me permite conjurar a tiempo las dificultades. En esa reunión leemos por completo el guion. Yo leo TODO, a excepción de sus diálogos, así puedo por primera vez escuchar la voz del personaje y empezar a hacerme una idea de lo que será el trabajo que realizaremos juntos. Una vez leído el guion, conversamos sobre el personaje para llegar a una visión unificada del mismo. Al final de la reunión le pido al actor pensar en un elemento que le incorpore al personaje, uno que no será aportado por el equipo de arte: collar, anillo, amuleto, prenda de vestir del actor que le va a prestar

al personaje, ello con el objetivo de que el actor haga suyo el personaje y le encuentre algún elemento común consigo mismo.

Trabajo de mesa colectivo con actores

Cuando he terminado las reuniones individuales, realizo la reunión colectiva e invito a ella a los actores y actrices que encarnarán los papeles protagonistas y secundarios más importantes, al igual que a mi asistente de dirección. En dicha reunión realizamos una lectura colectiva del guion. Mi asistente lee TODAS las acotaciones y cada uno de los actores pronuncia sus parlamentos. No suelo pedirles que hagan una lectura con intención; algunos de ellos pronuncian el texto con la intención del personaje, otros no. Por lo general, dejo que cada quien decida cómo lo hará. Luego de la lectura discutimos la temática de la película, el tipo de película que se quiere conseguir, y surgen preguntas con respecto a la obra o a sus personajes. Hablamos del subtexto de toda la pieza y de los subtextos de los personajes y se responde a todas las preguntas, que siempre son muchas y muy variadas. En ocasiones preguntan cosas que jamás se me habían pasado por la cabeza. Lo importante es la seguridad y la firmeza en las respuestas. La seguridad del director se contagia. Un director que deje ver sus inseguridades no logrará que su equipo asuma la labor con seguridad y firmeza. Finalmente, si se hacen sugerencias que pudieran ser adoptadas, estas se acogen.

Pruebas de vestuario y maquillaje

Así no programara las pruebas de vestuario y maquillaje, arte y fotografía las pedirán. Es importante ver de qué forma reaccionan las pieles y las texturas a la luz, frente al comportamiento de la cámara. Además, el vestuarista necesita empezar el trabajo de caracterización, que debe

ser aprobado por el director, y siempre será mejor ver el resultado directamente en el cuerpo del actor.

Pruebas de cámara

En ocasiones se fusionan las pruebas de cámara y luz con las de vestuario y maquillaje. Además de probar los equipos, es importante para el fotógrafo llegar a acuerdos respecto del diseño de la imagen y la imagen misma, para evitar traumatismos, divergencias o sorpresas durante el rodaje. Se aprovecha esta instancia también para probar la óptica y garantizar que estará en las mejores condiciones al momento del rodaje. Se realiza también un simulacro del flujo del material grabado, con quienes durante el rodaje estarán al cargo del mismo; es decir, se graban varios clips de video con la misma cámara que se utilizará y luego se hacen las copias en alta y baja definición, para guardarlas en el disco duro que albergará el material.

Casting de locaciones

Así como sucede con los actores, yo selecciono las locaciones desde la escritura del guion, aunque luego me decida por otras en la visita conjunta que hago con el equipo. Pero como aquí estamos haciendo el ejercicio con un supuesto director que no necesariamente es guionista, una de las primeras labores que debe realizar el equipo de dirección, foto, arte, sonido y producción es la búsqueda de locaciones. Es importante tener en cuenta invitar a todos los miembros del equipo mencionados. Una locación elegida que es buena para la imagen y no para el sonido puede hacer que se "caiga" a última hora y cause retrasos y traumatismos a la producción. Es clave considerar la voz de producción a la hora de elegir una locación; es ella la que lo hará posible y siempre buscará privilegiar las condiciones logísticas. Juntar locaciones por proximidad geográfica puede ayudar en la elaboración de un plan de rodaje posible.

Aprobación de los diseños de arte

Es importante chequear todos los diseños de escenografía, ambientación, vestuario y maquillaje, antes de ejecutar. Así se evitan gastos de dinero innecesarios y el trabajo con el equipo de arte es coordinado.

Plan de rodaje

Yo no intervengo en la elaboración del plan de rodaje. Ese es un trabajo exclusivo de mi primer asistente, aunque hay producciones en las que colabora en esta labor el productor de campo, pero sí estoy pendiente de su elaboración, especialmente porque cuido a mis actores y me gusta procurar que sus escenas más pesadas vengan con la carga de una construcción del personaje, es decir, no me gusta arrancar por lo que pueda ser más exigente para ellos, ni me gusta sobrecargarlos con escenas pesadas muy seguidas (cuadro 3).

Planimetría previa, plantillas, *story board*

Cuando faltan tres semanas para el rodaje, yo me tomo dos para ir a las locaciones y realizar simulacros de las escenas, con el fin de definir la planimetría y movilidad de la cámara. Esto se llama "planimetría previa", que como resultado también debe arrojar las plantillas de iluminación que elabora el director de fotografía (foto 2) y el *story board* –guion gráfico que sirve de guía para la ejecución de los planos en una película– que realizamos con ayuda de los asistentes de dirección y el *script* desde el departamento de dirección (foto 3). Para algunas escenas, en el simulacro uso los actores. Aprovecho y realizo entonces los ensayos con ellos y veo que los encuadres y movilidad vengan motivados por el desarrollo que ellos realicen de la escena. Pero no es así para todas las escenas. En muchas utilizo *standings*, es decir, actores o personas que pongo a ejecutar lo que en el futuro realizarán los actores.

»Cuadro 3. Plan de rodaje.

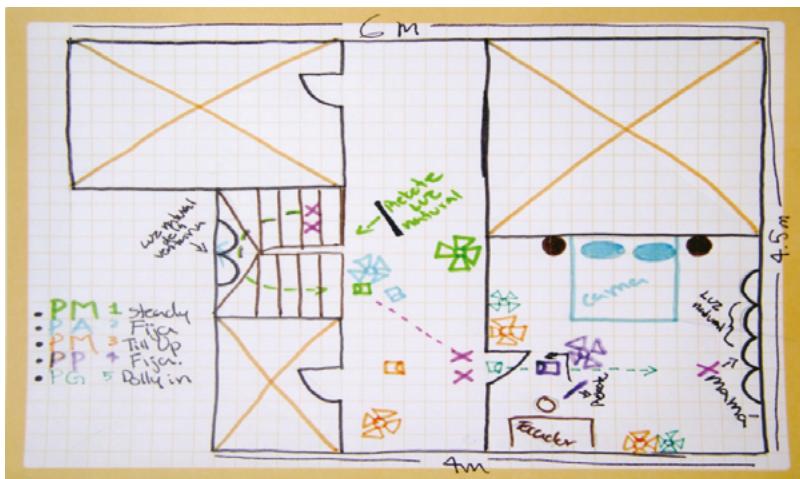
PLAN DE RODAJE **ELLA**, DÍA 1, miércoles 19 de junio

LOCACIÓN: Inquilinato Perdomo - Calle 64A 71F - 30

Hora Llamado a rodar: 7:00 am

ESC.	PLANOS	SET	INT. / EXT.	DÍA / NOCHE	RESUMEN	PERS. PRINCIPALES	SECUNDARIOS	
97	2	Inquilinato-Cuarto Ancianos	Int.	Día	Alcides decidido plancha su camisa, ha arreglado su cuarto, se asoma por la ventana y ve al parapléjico queriendo subir las escaleras	Alcides		
83	2	Inquilinato-Cuarto	Int.	Día	Mientras desayuna Alcides ve desde la ventana a Facundo hablando con unos policías, se esconde vuelve a asomarse ya no están, se preocupa	Alcides		
ALMUERZO								
10	2	Inquilinato-Baño	Int.	Día	Desde la ventana del baño, el viejo ve llegar asustada a Guiselle hasta Facundo y es testigo de una escena de regaño que ha visto muchas veces.		Viejo en pijama	

	FIGURANTES	EXTRAS	ANIMALES	VEHÍCULOS	DÍA NARRATIVO	DURACIÓN	PÁGINAS	OBSERVACIONES
	parapléjico				8	15 seg	97	
					6	30 seg	87	POV de Alcides desde la ventana viendo a los policías y Facundo se hace el día
ALMUERZO								
					2	30 seg	8	POV de Viejo en Pijama desde la ventana se hace en 10ª.



»Foto 2. Plantilla de iluminación.
Fuente: Nicolasa Ruiz, trabajo de clase.

»Foto 3. Story board.
Fuente: Nicolasa Ruiz, trabajo de clase.



Es en este momento cuando realmente se define el diseño visual de la película. Este ejercicio me permite simultáneamente cronometrar la duración de los planos y, por ende, de las escenas, y empezar a trabajar el *timing* (ritmo, velocidad y pausas de una escena), que definirá el ritmo de la escena durante el rodaje. Además, como resultado de este trabajo tendremos plantillas de iluminación y *story board*.

Para mi primera película la planimetría la hice exclusivamente con *standings*, es decir, separé la planimetría de los ensayos. La razón es que iba a trabajar exclusivamente con actores profesionales, a los que podía meter dentro de cualquier planteamiento de cámara que me inventara. En la segunda película mezclé la planimetría con los ensayos, porque la mayoría de los actores venían del teatro o eran actores naturales y no podía tratar de meterlos dentro de un planteamiento de cámara. Aquí era mejor que la cámara se ajustara al trabajo de los actores. En mi primera película hice los dibujos, los esquemas y la grabación solo de algunas escenas. En la segunda grabé en video todas las escenas y todos los planos que tendría en la película. Ello me permitió tener una versión en borrador que evalué antes del inicio del rodaje y sirvió para afirmar propuestas, cambiar otras e incluir planos que no estaban pensados y que podían ayudar a contar mejor la historia.

Ensayos con actores

Como señalé anteriormente, los ensayos pueden ser combinados con el levantamiento de los esquemas de iluminación y la planimetría. Este trabajo con los actores es de suma importancia. Me permite moldear a los personajes. El ensayo es más efectivo si se puede realizar en la locación y con la mayor cantidad de elementos de ambientación, utilería y vestuario. No hay que ensayar todas las escenas, porque se corre el riesgo de espantar la espontaneidad. Solo hay que ensayar aquellas escenas que necesiten mayor esfuerzo actoral y aquellas en las que es importante la coreografía de la escena, bien sea porque el movimiento de personajes y cámara es grande, porque se trata de un plano secuencia que debe ser cuadrado milimétricamente o porque intervienen simultáneamente muchos personajes.

Aprobación de las locaciones ambientadas

Antes de rodar, visito y apruebo las locaciones. No quiero sorpresas ni cambios de último momento. No siempre los diseños abarcan todo lo que se necesita ver o tener en una locación, por eso es importante chequearlas cuando están listas. Además de su utilidad práctica, visitar la locación

ambientada antes de rodar me permite como directora trasladarme al universo de mis personajes. Desde la primera película lo experimenté. Como yo soy la escritora de mis propios guiones, cuando me paro allí en el universo del personaje, siento como si hubiera soplado la lámpara de Aladino y aquello que solo existía en mi imaginación se hubiera trasladado a la realidad. Es mágico.

Espacio de encuentro como amigos

Por consejo de Peter Brook², yo creo que la clave del trabajo de director está en las relaciones humanas. Por tanto, así como Brook inicia sus ensayos con juego, en vez de calentamiento, yo termino la preproducción y me alisto para el rodaje con un espacio de encuentro como amigos. Es imposible decir que en ese espacio no hablamos de trabajo o, mejor, del trabajo que estamos a punto de emprender. Hablamos de ello y mucho. Pero el espacio me sirve para conocer a todas las personas que me acompañarán en la aventura y establecer nexos de amistad con todos ellos. De un modo u otro vamos a convivir 12 horas diarias, seis días a la semana, y es muy importante empezar estableciendo una relación que haga más llevadero todo el proceso. En cualquier caso, el encuentro no será el día antes de rodar. Dos días antes está bien.

«Antes de rodar, visito y apruebo las locaciones. No quiero sorpresas ni cambios de último momento. No siempre los diseños abarcan todo lo que se necesita ver o tener en una locación, por eso es importante chequearlas cuando están listas».

² Peter Brook. *El espacio vacío*. Barcelona: Península, 1986.

RODAJE

Tendría mucho que decir de esta etapa, vamos primero con el día a día, el trabajo con los actores y luego con unos aspectos generales.

El día a día

Yo recomiendo no hacer llegar al director a la misma hora del llamado general. Un atraso en las actividades puede dañar el ánimo del director y ponerlo nervioso. Es más efectivo si llega cuando la máquina ya está andando. Si se ha hecho planimetría previa y ensayos, todo el mundo sabe lo que tiene que hacer al inicio del día. Como el asistente de dirección tiene su desglose de dirección en la mano, con esta herramienta podrá chequear que todo lo que el director pidió esté en el set, tal y como lo pidió. De ser posible, es muy útil hacer coincidir el desayuno de los actores y el del director; que se sienten a conversar un momento mientras comen al inicio del día les ayuda a los actores a sentirse importantes, y con su autoestima arriba van a trabajar mucho mejor. Después del desayuno, el director debe realizar la marcación de la escena. Con el guion literario y el cuaderno de intención en la mano, debe comunicar a todo el equipo de qué trata la escena, qué es lo que pasó antes, que pasará después y cómo están ubicadas las emociones de los personajes; e informar en cuántos planos se cuenta la escena, indicando movimientos de cámara y coreografías.

Luego de esto, el equipo de arte termina de ambientar y entrega el set. Una vez lo entregue al asistente de dirección, el equipo de fotografía entra a poner cámara y luces. Una vez ubicada la cámara e iluminado set, con la maquinaria en su lugar, y el sonidista ha cableado y ubicado su consola, el asistente llama al director y a los actores. Yo realizo una primera pasada, coreográfica principalmente, pidiendo a los actores no expresar aún la emoción. Se hace un ensayo logístico de los desplazamientos y movimientos

y, cuando eso está cuadrado, de una grabo el primer ensayo con emoción, y así toma a toma, hasta lograr el plano que quiero. No voy al monitor de visualización hasta no estar segura de que puede ser una toma buena. Antes de cantarla como buena pregunto al fotógrafo, al script y al sonidista, y, si es buena para todos, la canto como buena y avanzo al próximo plano. Aquí debo hacer una salvedad: si no es buena para el *script* y el sonidista, casi siempre repito; y si no es buena para el fotógrafo, evalúo, porque hay ciertos problemas que pueden solucionarse en post, si se ha conseguido una actuación magistral. Si la actuación me pareció muy buena o destacable, me acerco al actor y le agradezco. Eso le dará una guía para entender que por ahí va bien en la representación de su personaje.

El corte para almuerzo es un momento crítico. Recomiendo hacer rendir la mañana y trabajar más horas que en la tarde, porque la mañana es cuando el equipo está más conectado y despierto. Al final del día, cuando ya se ha cumplido todo el plan, es importante dedicarle unos minutos al sonido, antes del desenganche y recogida; que no se queden sonidos ni ambientes sonoros sin capturar. Eso lo agradeceremos en posproducción. En cualquier caso, para que el rodaje fluya, es más cómodo hacerlo al final del día y no al final de cada plano o escena. Una vez terminada la jornada, yo recomiendo hacer una reunión con arte, producción, fotografía, asistencia de dirección y sonido, para mirar el plan del día siguiente y poder pasar a todo el equipo el llamado del siguiente día, con el orden de rodaje absolutamente claro.

El trabajo con los actores

Como lo he dicho antes, yo empiezo el trabajo con los actores desde la escritura del guion, aunque ellos no lo sepan. Luego, cuando los contacto y empezamos a trabajar, se sorprenden cuando les digo que escribí el papel para ellos. No les advierto antes, porque no me gusta vender ilusiones que pudieran resultar falsas. Yo no sé si en algún

punto, para conseguir la financiación, me toque hacer coproducciones o alianzas que me obliguen a cambiar los actores originales. Aunque ya he venido señalando el proceso, lo voy a resumir: *casting*, selección de actores, primera entrevista, trabajo de mesa colectivo, pruebas de vestuario y maquillaje, ensayos (combinados o no con planimetría), reunión de amigos y rodaje.

No hay malos actores, hay malos directores. Un buen actor en manos de un mal director realiza una pésima interpretación; un mal actor trabajado con tiempo y a conciencia puede llegar a hacerlo bien. No hay que equivocarse en el *casting*. Aunque yo trabajo bajo la máxima del párrafo anterior, hay actores que verdaderamente darán mucha lidia para lograr algo y finalmente no lo conseguirán como queremos. No hay que gritar al actor mientras realiza su trabajo ni llamarle la atención frente a los otros actores. Si hay que decirle algo, se lo dice solo al actor, y preferiblemente con discreción o en secreto frente a los otros actores. Si llega a sentirse humillado o violentado, lo hará peor.

Entender que cada actor es un universo propio. Unos actores necesitarán más atención del director, otros menos. Cuando estamos frente al actor que "ayuda" dando indicaciones a otros actores, hay que detenerlo y pararlo de manera educada: "aquí la directora soy yo". Decirlo

de manera firme le hará entender sus límites. Si estamos frente al actor payaso que de todo hace chiste y mantiene "divertido" al equipo, también hay que advertirle que, aunque el humor de vez en cuando está bien, andar payaseando todo el tiempo desconcentra a los otros. En mi película **Ella** (Libia Stella Gómez, 2015) la niña "actriz natural" de Ciudad Bolívar no lograba el personaje por mucho que se le trabajara. Tenía perfectos los rasgos del personaje e hizo un muy buen *casting*, pero desde los ensayos se veía que no lograba la caracterización: ¿por qué? Porque el personaje era de una niña triste que atraviesa una infancia infeliz y esta niña ha vivido una infancia feliz, quizá con carencias, pero feliz. Entonces, de repente, se ve atendida como una princesa y en el set todo el mundo le señalaba permanentemente su belleza. A todos los tenía encantados. Por supuesto, cuando se ponía a actuar o se reía o ejecutaba todo con una sonrisa de oreja a oreja. Ello me planteó un reto y decidí pedirle a la gente del equipo que le restaran atención, incluso pedí a algunos actores que no la saludaran, que ni la determinaran, a ratos la aislé completamente, en algunas ocasiones le hablé fuerte delante de los otros actores, de este modo, por momentos, logré que esa incomodidad frente a la actitud de los otros le borrara la sonrisa y medianamente se acercara al rostro triste que necesitaba. También en **Ella**, cuando estaba a punto de rodar un plano de la muerta, la actriz, que procede del teatro, empezó a llorar de forma

»Foto 4. Andrés Castañeda en **Ella** (Libia Stella Gómez, 2015). Foto fija: Mateo Bernal.



»Foto 5. Daysy Marulanda en **Ella**. Foto fija: Mateo Bernal.



»Foto 6. Reina Sánchez y Humberto Arango en **Ella**. Foto fija: Mateo Bernal.



incontrolable. Me acerqué, la saqué del set y conversé con ella. Estaba haciendo una interpretación naturalista y metiéndose en el personaje, y como había sufrido en el pasado cuatro cirugías de corazón abierto, volver a experimentar a través del personaje estar tan cerca de la muerte la hizo salirse de control (fotos 4, 5 y 6).

En el rodaje de **La historia del baúl rosado** (Libia Stella Gómez, 2005), el famoso actor Álvaro Rodríguez estaba interpretando un texto de forma incómoda, rodando en cine y llevábamos siete tomas. No podíamos dedicarle más tiempo ni material a ese plano. Aunque no estaba satisfecha, yo dije que lo iba a dejar así. No me di cuenta de que el actor me estaba escuchando, y cuando canté "Queda", pegó un grito que hizo paralizar el set y exigió su derecho a pedir otra toma. Si las cosas no se salieron de control fue porque logré mantener la calma y calmarlo a él. Nunca se sabe cómo reaccionarán, pero se debe estar siempre preparado. Quien trabaja a los actores es exclusivamente el director y cualquier eventualidad que surja con ellos es de su entera responsabilidad. Aunque no hay que olvidar que en la preproducción e incluso en el rodaje, el director de arte trabaja permanentemente con el actor en la caracterización física del personaje (foto 7).

Como dije anteriormente, si la actuación es muy buena, se lo señalo y lo felicito, ese gesto se constituye en una excelente guía para el actor; por lo general, así no lo felicite, siempre procuro mantener al actor informado de si su trabajo va por buen camino o de corregir errores cuando sea necesario, pero siempre con discreción.

Aspectos generales

Un rodaje ordenado da mejores resultados que uno desordenado. Eso parece obvio, pero no poner atención a esta consideración y permitir que el caos se apodere del set es un mal común que un director no puede permitir. La clave de un rodaje organizado es un buen asistente de

dirección. Y su primera buena obra es el plan de rodaje. Si el plan ha sido realizado teniendo en cuenta las necesidades tanto de dirección como de producción y los tiempos de los equipos de arte y fotografía, su labor principal de hacer andar el set en los tiempos y cumpliendo el plan será una labor sistemática y ordenada. El director debe estar atento a que esta premisa se cumpla día a día, hora a hora, minuto a minuto (fotos 8, 9 y 10).

TOMÁRSELA CON CALMA Y HUMOR: Un director demasiado estresado en el set va a contagiar su estrés al equipo y, lo que es peor, a los actores. Ellos necesitan calma para estar concentrados. Para el control de los tiempos está el asistente. El director debe realizar su labor plano a plano y –en la medida de lo posible y sin hacer cundir el desorden– liberar las tensiones con un chiste, ayuda a calmar los nervios y limar asperezas.

EL MONITOR DE VISUALIZACIÓN: Con los medios digitales el set de rodaje se cundió de monitores. Eso no está mal, pero hay que mantenerlo bajo control. Que el monitor del director sea exclusivamente del director. Chequear un plano necesita de concentración y silencio, y si en el monitor hay otras personas, el director podría ver nublado su criterio, por las actitudes o comentarios de otros. Es mejor ese espacio en soledad para poder pensar y decidir rápidamente. Sobre todo, que no se aparezcan los actores por allí. Los actores están pensando únicamente en su imagen y no en la totalidad de la escena. De hecho, yo no recomiendo ningún monitor para los actores, ellos trabajan para el director y deben confiarse a su criterio.

EL LUGAR DEL DIRECTOR EN EL SET: Hay directores que controlan todo desde el monitor de visualización. Yo no. Yo me ubico en el set, en eje de cámara, del lado derecho, si el camarógrafo es zurdo, y del lado izquierdo, si el camarógrafo es diestro. Busco poner mi vista a la altura del lente y mirar con mis propios ojos el trabajo de los actores. Las cámaras digitales traen en el cuerpo un monitor pequeño que, por lo general, usa el camarógrafo; si el monitor está



»Foto 7. Álvaro Rodríguez en **La historia del baúl rosado**. Foto fija: Juan Antonio Monsalve.



»Fotos 8, 9 y 10. Detrás de cámaras en **Ella**. Rodaje en “El palo del ahorcado”. Archivo fotográfico de Libia Stella Gómez Díaz.

desplegado, yo estoy con un ojo al gato y otro al garabato, es decir, alterno la visualización directa de los actores y del monitor, eso me permite tener más control del cuadro y gastar menos tiempo en visualizaciones de tomas que son fallidas. La razón por la que no me alejo del set es que esta actitud da más seguridad a los actores. Si se controla todo desde el monitor de visualización, los actores sienten que es más importante el cuadro que su actuación, y nunca es así. Un cuadro se puede arreglar en posproducción, una mala actuación no tiene arreglo.

LA RATIO: La relación ideal entre las tomas ya hechas y los planos que quedan es de tres a uno, es decir, de tres tomas por plano bueno. Pero con la llegada del medio digital la ratio aumentó y de hecho también las metodologías de rodaje cambiaron. Mi primera película, como se hizo en cine, requería de mucha precisión en la ratio; de hecho, en muy pocas ocasiones nos pasamos de cinco tomas. Entonces yo ensayaba primero con los actores y cuando tenía lista la escena la rodaba. Esto es peligroso, porque puede hacer huir la espontaneidad. En mi segunda película, en medio digital, yo no ensayaba; grababa por entero el primer ensayo, y casi ningún plano salió hasta la séptima toma, pero así podía captar más fácilmente

la espontaneidad. Elevar la ratio acorta los tiempos y se corre el riesgo de no cumplir con el plan de rodaje; por tanto, hay que prestar mucha atención a este detalle, no solo por los tiempos, sino porque la excesiva repetición cansa a los actores, que ya no hacen su trabajo sintiéndolo y entonces la verdad de la espontaneidad se nos aleja.

LA COMUNICACIÓN CON LOS ACTORES EN EL SET: No hay que descuidar a los actores, pues su estado anímico condiciona nuestro trabajo con ellos. Hay que estar pendientes de que estén concentrados, tranquilos y a gusto. No persiguiéndolos ni atosigándolos con preguntas; solo hay que estar pendientes y vigilantes de quienes se encargan de su bienestar.

BUEN CLIMA Y BUENAS MANERAS CON EL EQUIPO: Hasta el asistente más bajo en la cadena es una persona y su trabajo es igual de necesario para que el rodaje se cumpla. Saludar, sonreír y mantenerse conectado con la gente hace que el personal se sienta a gusto en el set y que el trabajo fluya.

APAGAR EL OPINÓMETRO: Yo mantengo el opinómetro prendido hasta el día antes del inicio de rodaje. Si al rodar alguna persona de mi equipo tiene una sugerencia, debe tramitarla con mi primer asistente. Él decidirá qué me dice y qué no.

POSTPRODUCCIÓN

No es mucho lo que tengo para señalar acerca de esta etapa, más que la necesidad de hacer conciencia del proceso. Yo empiezo a editar desde la escritura del guion. Tengo en cuenta el montaje en el momento de definir la puesta en escena, planifico pensando en los cortes y cambios de escena, ruedo siempre dejando en el material varias posibilidades de montaje y finalmente ensambló con un montajista que, antes que técnico, es un realizador, un artista audiovisual con capacidad para elaborar un curso. Técnicamente, los pasos son los siguientes, con mi participación dentro de cada proceso:

- Edición en set: visualizo escenas editadas durante el rodaje.
- Primer corte del editor en set: hago sugerencias, pero en general prefiero que en esta instancia no se eliminen planos ni escenas, para tener un primer corte que contenga todo el material.
- Primer corte del montajista principal, con base en el guion: no participo.
- Segundo a último corte: participo de las ediciones parciales, primero

por escenas, luego por secuencias, luego por actos y, finalmente, de toda la película.

- Composición de la música: participo del proceso. Nunca será una idea 100% del músico. Este siempre trabaja bajo mis indicaciones o con mi presencia en el momento de componer cada pieza. Mi trabajo busca exclusivamente generar atmósferas o intensidades dramáticas.
- Corrección de color: participo activamente con el director de fotografía desde la primera propuesta total del colorista hasta la colorización definitiva.
- Diseño sonoro: participo activamente, con el diseñador sonoro, desde la primera propuesta total hasta el diseño definitivo. Obviamente, estoy en los doblajes para dirigir a los actores. Los doblajes (grabar posteriormente en estudio la voz) se utilizan cuando el sonido directo no es adecuado; en ocasiones, incluso un buen doblaje puede salvar una mala actuación.
- Diseño de créditos y gráfica: participo. Siempre partimos de mi propuesta y con los graficadores vamos llegando juntos hasta la propuesta definitiva. Es preferible

que un mismo diseñador participe de la elaboración del tráiler, los créditos y el afiche, para que toda la gráfica tenga unidad y coherencia.

- Elaboración del tráiler (avances de la película que generan el interés que busca llevar los espectadores posteriormente al cine): aunque prefiero que la propuesta de tráiler venga del montajista principal, participo activamente en todo el proceso.

Para finalizar, debo señalar que mi exhaustiva participación en todo el proceso, desde la concepción de la idea hasta la materialización en una película que se exhiba en los cines, obedece a que trabajo cine autoral. No siempre le es posible al director tanta participación y tanta injerencia. No es gratuito que yo sea socia siempre en el 50% de las empresas que realizan mis películas ni lo es tampoco que me demore tantos años entre un producto y otro. La independencia creativa en este proceso es el ideal, pero no es realmente la forma en que la mayoría de los directores puede acercarse a su oficio. Soy afortunada, pero debo esperar años (casi 10) para que se produzca el milagro y la buena fortuna de poder realizar una nueva aventura cinematográfica. ●

REFERENCIAS

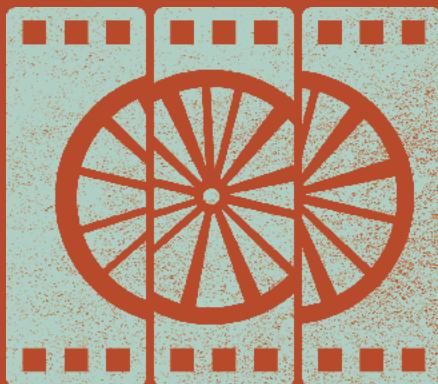
Peter Brook. *El espacio vacío*. Barcelona: Península, 1986.

FILMOGRAFÍA

Gómez, Libia Stella. **La historia del baúl rosado**. 97 min, Colombia, 2005.

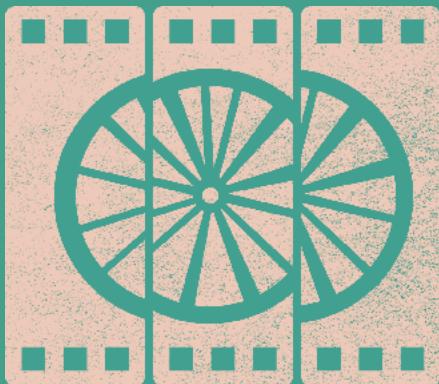
_____. **Ella**. 104 min, Colombia, 2015.

»Foto de rodaje de **Ella**.



MONTAJE





«Para nada me siento exponiendo métodos y camisas de fuerza o fórmulas sobre algo que no las tiene: cada película, a veces cada escena, cada plano, cada actor, es un método y amerita un camino para encontrarlo».

EL MONTAJE

A CABALLO:

mi recorrido

personal con el

cine de la mano

del montaje

Rubén Mendoza



Se me pide que use fundamentalmente mi memoria y mis memorias para hablar de mi experiencia con el montaje para cine y mi trabajo como montajista. También se me pide que ponga tan aparte como pueda una aproximación clásica académica para no ser una repetición de un curso o un módulo, o de un paso por alguna escuela de formación. Seguramente esto último es imposible. Por lo tanto, esto solo es la versión de un artista. Para nada me siento exponiendo métodos y camisas de fuerza o fórmulas sobre algo que no las tiene: cada película, a veces cada escena, cada plano, cada actor, es un método y amerita un camino para encontrarlo. Acá están los míos cerca al montaje.

Tengo que aclarar además que mi forma fundamental de enfrentarme o aliarme con el cine es como autor: soy quien piensa, escribe, filma (muchas veces haciendo la cámara), monta (como editor o coeditor) y trabaja el diseño sonoro y de color (en colaboración con los responsables) de mis proyectos. En mis charlas y clases lo cuento y, sobre todo, lo pongo en práctica en mi oficio: el cine es una sola escritura que cambia de soporte. En la mente, en el corazón, se escribe y se reescribe, y así el paso al papel es ya una reescritura, un primer cambio de soporte: de la electricidad del pensamiento a la claridad del papel. Del papel se reescribe en la vida misma y se registra reescribiendo con la cámara, en cada toma, para pasar a la reescritura más grande: la de la edición, el montaje y la

«El cine llegó en cierta forma, y sobre todo con la sofisticación y ejecución de los caminos del montaje, a materializar la precisión y los gestos de la inexactitud de la memoria».

puntuación, que viene con el sonido en todas sus formas y el color. Toda esta reescritura que, dependiendo del caso y de la suerte, toma años, décadas, semanas o días, para perseguir el valor central del cine: el espíritu de una película; léase: el ritmo.

Mi otra aproximación es como montajista y editor para otros. En infinidad de trabajos como consultor de montaje y directamente al control del "piano" en otros tantos, con tres grandes hitos al respecto en mi vida: **De(s)amparo** (2002), la película documental de Gustavo Fernández, una pieza de indiscutible trascendencia para mí como montajista (por lo tanto como reescritor para mis trabajos) y como realizador, y que me llevó al mar; a Luis Ospina, para quien edité, operé, grafiqué y manipulé efectos en **La desazón suprema. Retrato incesante de Fernando Vallejo** (2003) y **Un tigre de papel** (2008). A su vez Luis Ospina fue cabeza de montaje de mi primer largometraje **La sociedad del semáforo** (2010), ya habiendo sido consultor del montaje de **La cerca** (2004), **La casa por la ventana** (2010), **El reino animal**, **El corazón de la mancha** (2012) y otros cortos escritos y dirigidos por mí. Ser editor para otros no significa no ejercer la fuerza de la reescritura o que otro director no la ejerza, sino que uno es parte de la herramienta de reescritura de esa etapa para otro. O uno es quien venga a ser o hacer esa reescritura, porque para un director ese es su método para la película que se está trabajando.

Uno como director se ve enfrentado a las revelaciones y a estar en constante labor de *casting*. No solo para los actores: para productores, para objetos, para el sonido, para escoger la toma, para el montaje mismo. Estar en la constante apuesta química de *a quién* se le entrega una responsabilidad, no solo para que la haga con destreza o por considerarlo bueno en su oficio, sino para que haga hallazgos: para que regale una visión refrescante sobre su injerencia en la realización de una película. Como director es un placer tener revelaciones, así se haya trazado un camino claro para la fotografía, para la música, para el montaje. Asistir a nuevas lecturas de la película en manos de los artistas que van llegando a ella. Uno fundamental sin duda es el montajista y por eso tanto y en tantas escuelas se recomienda que quien vaya a montar o editar una película no haya

participado de una manera fuerte en las etapas previas, al menos no de una manera presencial intensa (aunque para nada hay reglas fijas, o todas son rompibles o todos los rompimientos son excepciones que las confirman); para que el nivel de *placer*, pero sobre todo el que es más constante, el nivel de *dolor* al perseguir o producir una imagen no haga parte de su criterio a la hora de decidir qué material hace o no parte de la película. Los “buenos esfuerzos” no deben importar un centavo ni ser parte del juicio de un montajista. Esos dos caminos los vengo practicando desde mucho antes de siquiera sospechar que el cine era un oficio, que con él se podía uno ganar la vida (o ganarse a la vida, mejor), que era una *profesión*, por reducirlo a un término de estos tiempos, y que a su vez la noción de montaje es algo que supera al cine y que se remonta siglos o milenios, y está no solo en

las paredes de los jeroglíficos o las pinturas rupestres, sino en la misma tradición oral y en la manera en que las culturas y los narradores contaban una historia, o compartían un pensamiento, y decidían qué dejaban o no, o le dejaban esa responsabilidad a la propia edición del *Maestro Olvido* y lo que este permitía que llegara a los oídos en el teléfono roto de la Historia, de la siguiente generación, y la siguiente, y la siguiente.

Así se transformaban y se perdían como seguramente sucedió con toda la música que no tuvo sistema de transcripción, que se la llevó el viento de los siglos. El cine llegó en cierta forma, y sobre todo con la sofisticación y ejecución de los caminos del montaje, a materializar la precisión y los gestos de la inexactitud de la memoria. Para dejar un testimonio más certero de lo que la imaginación de un autor podía



»Foto 1. Fotograma de **La cerca** (Rubén Mendoza, 2011).

dejar frente a una cámara, controlando o no sus eventos, siendo o no "reales" o documentales, como fueron todas las piezas de registro de inicio de la historia del cine.

Montar, editar, es escoger. Es decidir con qué quedarse para darle forma a una obra. Se empieza a montar o se llevan piezas de montaje a la sala de montaje desde que se decide cómo poner la cámara. Poner la cámara *a algo* significa quitársela *al resto*, a todo lo otro. Lo mismo que hace un artista en cada disciplina. Para empezar, el paralelo con la pintura es más que necesario: por el trabajo con la imagen, sí, por decidir qué queda en el *cuadro*, como en el cine, así como también la sugerencia de movimiento o la necesidad de moverse en el tiempo de las obras pictóricas que ocupan más de un lienzo. Pensar arbitrariamente en una obra como el *Jardín de las delicias* (ca. 1500) del Bosco, por ser un tríptico, que evidencia algunos de estos ejemplos: qué queda en el cuadro, de nuevo, qué y dónde empieza el siguiente cuadro/episodio (*¿frame, plano?*), un movimiento aún más profundo en el tiempo hacia el pasado o el futuro con monstruos milenarios, hacia adelante o hacia atrás, y la energía *kinética* (de movimiento literalmente) del propio cuadro (pasos, masticadas, escapes, torturas, placeres); acá la conexión con el movimiento también supera las barreras de los siglos y de la pintura misma. En **Cave of Forgotten Dreams** (2010), el documental de Herzog sobre la inmersión en las más viejas representaciones pictóricas del hombre halladas hasta ahora (más de 32.000 años), en las profundidades de la cueva de Chauvet, se registraron dibujos con los que el artista (el dibujante o pintor o pintores milenarios) sugería varias posiciones de las patas de un animal en un solo *frame*, sobre el animal mismo: Herzog lo llama "*Protocinema*", esa ilusión de movimiento en una sola figura, que hace parte de un lienzo más grande aún, la cueva misma, que va dejando armar la historia según a dónde se mire. Una especie de *kinoscopio* milenario y desbordado, episódico, donde de nuevo la cuestión remite al ritmo, al espíritu, al montaje: qué se pinta, qué se dibuja, qué del *Todo* se deja como parte, como representación, como legado.

Al tiempo, la música perdida y los cuentos que viajaban de boca en boca por los tiempos afianzaban la literalidad del Tiempo como ingrediente de factura de un arte ni siquiera sospechado hasta hace poco más de un siglo, el cine. La esencia de lo pictórico deslizándose en el tiempo hace su convergencia en el cine: la *certeza* del cine aparece; aparece a la brava en una estación de tren puesta en una tela de un teatro de variedades que obliga al público a abandonar las sillas, en un solo plano, en un montaje-secuencia. Y cuando la costumbre de la tela se va tejiendo entre los espectadores y los va *adormilando*, no los sorprende ya, y las herramientas expresivas agotando (o al menos pidiendo nuevas tallas y horizontes) empieza a aparecer un *tejido*, para seguir con el término, más complejo: unir esas pequeñas películas (en realidad podrían llamarse planos), para que, como frases, tuvieran un significado más complejo haciéndose párrafos: secuencias, o libros: películas. Y para articularse entre ellas hubo pioneros en cada orilla del charco.

De este lado empezaban experimentos tempranos de muchos. Uno de los definitivos fue para muchos un ayudante de al tiempo inventor y plagiador Thomas Alba Edison, llamado Edwin S. Porter, interesado profundamente en las cosas y formas que en Europa estaban logrando hombres como Georges Méliès o Ferdinand Zecca (no aún empezado el siglo xx), quienes contraponiendo planos con técnicas aún sin nombre lograban hacer al espectador tener la idea de una narración, y en el caso de Zecca, que conmovió más profundamente a Potter con el contenido *social* de su obra, como literalmente lo llamó este último, generar una sensación, la idea de estar contando con esas partes un cuento entero. Podía unir lugares o separar paralelamente situaciones. Estas ideas incipientes las materializó en un gran éxito de 1903, **The Great Train Robbery**, considerado además el primer *western*. Acá había un uso si se quiere ingenuo de los mismos experimentos realizados por Méliès, pero con alcances contundentes en cuanto al montaje paralelo, a la unidad del tiempo y a la ruptura deliberada y consciente del mismo. Es tan cierto

esto de la reescritura del autor que en toda esta época, y en todas las orillas, al hablar de pioneros del montaje no se separa generalmente el nombre al del director.

Lo que se cuajaba a este lado de la tierra lo llevaría a sofisticadísimos términos uno de los cineastas definitivos y más influyentes de todos los tiempos, cuyo legado aún baña a muchos hoy: D. W. Griffith. Sergei Eisenstein, otro de los grandes de siempre, llegó a sostener que no había un solo cineasta que no le debiera algo a Griffith: un hombre de una filmografía inabarcable que dejó sentadas las bases que intelectualizarían los soviéticos, quienes pondrían nombres a sus técnicas y verían incansable y obsesivamente películas suyas como **Intolerancia** (1916), para imitar sus recursos en sus propios trabajos. Eisenstein y otros grandes fueron alumnos de Lev Kuleshov, quien ayudó a darle un piso teórico a muchos de estos recursos, y a quien además se le debe el nombre del efecto que materializó la elocuencia del montaje como recurso definitivo del discurso cinematográfico, el *efecto Kuleshov*. A un actor se le filmaba su expresión y el mismo plano se intercalaba primero con un plato de sopa, luego con una niña en un ataúd, y luego con una niña jugando con un peluche. Los espectadores del experimento hacían la interpretación de los pensamientos y el sentimiento del actor: con la sopa, hambre; con la niña muerta, tristeza; con la niña jugando, risa. Pero el gesto de él siempre era el mismo pues se usaba el mismo plano. Fue otro gran cineasta, V. I. Pudovkin, compañero de Eisenstein y alumno con este de Kuleshov, quien describió y bautizó así al efecto que el propio Kuleshov había llamado "geografía creativa", seguramente por la idea de poder unir casi cualquier cosa mientras tuviera un sentido o un eje, con la imaginaria línea divisoria del montaje.

Es con estas "nuevas" reglas del juego, grandes como Vertov y los arriba nombrados empiezan a hacer sus películas. Y es con ellos que empiezan a aparecer nombres para los tipos de montaje. El ya mentado montaje paralelo, donde se desarrollan dos líneas narrativas o dramáticas

al mismo tiempo, en alternancia; el montaje de atracciones o intelectual, concebido por Einsestein y que consiste en utilizar los planos como "excitantes estéticos", como impactos estéticos, que terminen dando una idea clara de lo que un autor plantea justamente por atracción, por seducción, por relación: es el uso de los planos como golpes de gracia, que puestos unos junto al otro, hacen la *carne* del discurso; un ejemplo imprescindible y obvio es el que el propio Einsestein utilizó en la famosa secuencia de Odessa en **El acorazado Potemkin** (1925). También está el montaje rítmico, que se basa en lo que su nombre indica: crear dependiendo de la duración de los planos o fragmentos, una sensación rítmica, un patrón, que para explicarlo de una manera obvia, es el que se generaría usando una base musical para la imagen y buscando que los cortes (fronteras entre plano y plano) casen, subrayen y sean subrayados por los golpes métricos; el montaje tonal, que se basa en el *emparentamiento* de planos por características intrínsecas del cuadro, generalmente ligadas al color: la intensidad de la luz, un tono dominante (tonalidad fotográfica), la paleta de color de una porción de la película (tonalidad cromática) y hasta la propia tónica de cámara (angulación o intención), etc.

Vendría otra gran oleada de cambios con la aparición del sonido, que alteraría por completo la esencia rítmica de las películas. Aún hoy en día, o especialmente hoy en día, casi cualquier imagen, filmada de cualquier manera, pasa tranquilamente por la garganta del espectador, sin dolor, mientras esté soportada en una banda sonora construida con ese fin. Hubo mucha resistencia a la implementación del sonido porque lo afectaba todo, y en todos los "estratos" del organigrama cinematográfico: actores, directores, guionistas. Además de ser una de las primeras grandes oleadas de cambios tecnológicos que obligaba a las salas a invertir sumas astronómicas de dinero en la actualización de los equipos, cambiaba los ritmos de rodaje pues antes el silencio se podía filmar en el ruido, y ahora el sonido y el ruido necesitaban del "isilencio!". Algunas voces misteriosas guardadas en la oscuridad del cine silente, al

»Foto 2. Fotograma de **El reino animal** (Rubén Mendoza, 2010).



»Foto 3. Fotograma de **La casa por la ventana** (Rubén Mendoza, 2010).



descubrir sus chillidos y acentos, se iban al bote del olvido. La aparición del sonido obligaba además a un cambio en la cadencia del registro (de 16 a 24 cuadros) y proyección del material filmico que afectaba visiblemente formas de actuación en plena cresta (el *slapstick*, por ejemplo; palabra que quiere decir “bufonada” o “payasada” y que alude a los gestos y actuaciones exageradas de violencia física o destreza típicos del cine mudo, del que grandes nombres como Chaplin, Buster Keaton, Mack Sennett o Laurel y Hardy fueron icónicos exponentes), que a esta nueva velocidad y con el delator sonido, perdían buena parte de su encanto y de su gracia. Pocos se impusieron, como después pocos pudieron pasar al color, el otro gran cambio del naciente cine (o ya adolescente, aunque aún hoy naciente), a mediados del siglo xx.

Sé que prácticamente la totalidad de mi texto hasta acá se la habrán repetido al lector hasta el cansancio si es amante del cine o profesional del oficio, pero es una forma de dejar humildemente el reconocimiento a los pioneros y, sobre todo, dejar puntas de los hilos asomadas de donde pueda jalar quienes tengan curiosidad por estos nombres, estos recursos y estas épocas. Allá se sentaron las bases del juego, con esas reglas jugamos hasta hoy, aún para romperlas o para usarlas en pedazos.

En cuanto a mi propia experiencia por los dos caminos, quiero empezar desde mi principio. Si la primera noción de cine, de movimiento, parte del montaje al yuxtaponer las imágenes del caballo corriendo de Muybridge, yo también empecé a ser editor al juntar imágenes quietas: empecé con la animación. No había cámara de video en mi casa. Mis primeras experiencias de montaje y de cine tenían que ver con editar la realidad para una Pentax K-1000. Siendo un niño, entre los cuatro y ocho años, de cada cartucho de 36 valiosas balas de negativo, mi papá que era un tremendo fotógrafo, en los viajes de subsistencia a los que me llevaba a acompañarlo por buena parte del territorio, me regalaba uno o dos disparos, que pensaba, casi meditaba con cuidado absoluto, a qué, qué, cómo,

con qué. Qué del cañón del Chicamocha dejo y qué quito. Dejo este árbol o no. Debo dejar el cielo. Así. La fotografía, que es como *edición* en caliente, me puso a soñar con el mundo que uno deja de lado mientras se concentra en el cuadro. En ver por el visor, que es la experiencia más parecida a estar en la oscuridad de la sala de cine con la visión copada por el cuadro.

Sin embargo un tío, cura, generoso y entregado, de radical bondad y que no supo lo que era acumular en su vida por más regalos que tuvo, profesor de filosofía y cura gratuito de vereda, recibió alguna vez de una asociación de padres de un colegio de *camajanes* una cámara de video. Gris, preciosa, de casete video 8. Me la prestó como prestaba él las cosas, sin fecha ni petición de devolución en el año 91, cuando yo tenía diez años. Y como llegó se fue algún día, robada, sin fecha de devolución a mis manos o a las de mi tío, que escasamente se enteró y cambió de tema. Antes de eso pedía de manera cansona las cámaras de otros tíos en los paseos. De uno de esos préstamos sale el primer plano de **Tierra en la lengua** (2014), que por casualidad escogió el editor, Gustavo Vasco, de un casete donde solo debía retirar una imitación que hacía del abuelo. Pero no: escogió un plano que hice, donde se me oye la voz pidiendo la cámara prestada y enfocando, en el caño Dumagua en el Casanare, a mi abuela Rosa pasando los pozos de piraña desde el burladero de un puente hechizo de *guafa* (cañabrava, guadua, bambú) que nos permitía el paso hasta Nomenome (locación central de **Tierra en la lengua**). Así que yo no sabía que esta película la había empezado a hacer 21 años antes de filmarla con equipo, en esos mismos parajes, con muchas otras manos ayudando.

Pero volviendo a la cámara del cura, que fue en efecto una cura, empecé a filmar con un amigo aprovechando la función de filmar “cuadro a cuadro”, lejos de ser esto totalmente cierto pero sí una buena evocación, muñecos en plastilina que se hacían bola, peleas de boxeo en plastilina, y pequeñas historias con muñecos y carros a la mano,

«Es la animación de plastilina a la que hago referencia una gran primera lección de montaje donde la edición se hace en el acto y es una especie de edición vertical, con respecto al tiempo».

no animados sino titireteados burdamente. Es la animación de plastilina a la que hago referencia una gran primera lección de montaje donde la edición se hace en el acto y es una especie de edición vertical, con respecto al tiempo. No horizontal: se pule cada cuadro, se hacen los movimientos mínimos, se graba. Se escoge el cuadro en el momento de fabricarlo, se edita esculpiendo, como mucho después supe que lo diría de manera más entera y más profunda Tarkovsky, que definió al cine como "esculpir en el tiempo": qué cosa más bella de un hombre y una obra tan bella; ambos dan testimonio de eso, de esculpir en el tiempo. El mármol es la vida, las locaciones, los actores, el guion, los textos; y el cincel y el martillo son el montaje.

Mientras empezaba a grabar casi compulsivamente mientras la cámara estuviera a mi alcance empecé a sentir la necesidad de que ese material tuviera un orden. Empecé a grabar cosas que me interesaban en el campo, al norte de Boyacá y en Casanare, donde se repartían siempre mis meses sin colegio, mis vacaciones, o a donde se nos enviaba para no importunar los meses de trabajo de mis viejos. En Boavita, Boyacá, lugar donde se instaló mi abuelo paterno, venido del Líbano, al otro lado del océano y casi de la tierra, filmaba a mi abuela, la otra, la mamá de mi papá, y a las dos señoras con que convivía y quienes la cuidaban, aunque realmente no se sabía quién cuidaba a quién. Mi abuela me pareció un personaje intrigante desde siempre pues se casó con mi abuelo con 20 años, cuando él tenía 43 y había enviudado de una mujer árabe, con la que tuvo trece hijos. Su primer hijastro tenía 13 años. Luego ella, a su vez, tuvo 13 hijos, y esos 26 convivieron, los que alcanzaron, otros ya se habían ido cuando los nuevos nacían, en un reino de amor y respeto inexplicable, o explicable por la fuerza de mi abuela, que además enviudó cercana a los 40 años: se llamaba Emperatriz y fue protagonista de mi primer trabajo documental en la Universidad Nacional, con el que además edité con mis propias manos por primera vez y sobre el que volveré por esta última razón.

Volviendo a mis diez u once años, las filmaba en esa casa: alguna vez a las viejitas con que vivía, que también salen en el documental que hice a los 19, las dejé ver en directo en el televisor y giré la cámara para que se vieran al revés: Etelvina de inmediato se agarró la falda para que, estando de cabeza en el televisor, no se le levantara ni se le viera nada.

A los trece años registré a otra tía, tía abuela de noventa y tantos años, y fue allí donde de verdad la urgencia de poder darle un orden al material surgió. La entrevista era buena pero tenía ratos insoportables de insistencia de niño sobre temas que la tía María, también árabe, no recordaba. Recuerdo la risa de

los primeros espectadores de esa entrevista, entre otros el propio cura dueño de esa cámara. Necesitaba editar como escape al matoneo de mi incapacidad de entrevistador.

En el 9, compraron por primera vez una videocasetera en casa. Un vhs. En realidad lo regaló el abuelo materno y era contagio de la euforia de Colombia en el mundial. Para muchos, hasta para Pelé, campeona sin duda del futuro certamen. Con el vhs grabé los primeros goles de Rumania, los de Estados Unidos y desistí. Tampoco me enloquecía tanto el fútbol. En cambio este vhs tenía la posibilidad de ver cuadro a cuadro, y empecé a entender las lógicas de los cables para permitirme efectos de montaje. El primer ejercicio para el que practiqué la edición como tal recuerdo que tenía un nombre truculento *Schizophrenic Crhistmas* (1996). Cada año fui echado del colegio en el que iba estando, y de los siete colegios en que hice el bachillerato cuatro eran católicos: así que era fácil y una delicia incomodar. Bastaba ir maquillado para celebrar el luto de un poeta, ya con un pequeño ejército de maquillados, o hacer ese video, que me dejaron hacer los curas agustinos, en lugar de la tarjeta gigante que exigían para el trabajo final de inglés. En este trabajo actuaba un amigo y el argumento era muy sencillo: un muchacho de 15 años, como yo los tenía, dejaba de regalo de Navidad a su familia una video carta y su suicidio. En el video salía fumando, golpeando animales, bebiendo, eructando, escupiendo, etc. Y tenía un final precioso en el que la hermana entraba al cuarto, lo encontraba con las venas cortadas, sonreía, salía del cuarto y al rato volvía con dos tajadas de pan que ponía sobre la palma de la mano una, y sobre el empuje la otra, y empezaba a tragarse la mano de su hermano muerto como un sándwich. Por supuesto los ojos de los curas saltaron de sus cuencas el día de la presentación de trabajos finales de inglés para celebrar la razón de ser de la iglesia, la Navidad, y por supuesto perdí el cupo, o se reconfirmó que lo perdería y que sería de nuevo el nuevo en el siguiente colegio. Pero a lo que nos atañe: solo tenía una cámara, que ya conocía muy bien. Una Minolta de vhs compacto

que tenía muchas funciones de edición: doblar partes de audio sobre el video ya filmado o filmar nuevas cosas sobre el audio grabado. La película tenía una escena central en la que el muchacho frente al espejo con la cámara leía su *manifiesto* a la familia. Yo también quería filmarlo desde otro punto de vista, lejano, y no solo en subjetiva de él contra el espejo, pero, repito, sólo había una cámara: así que hicimos una falsa cámara y midiendo con tiempos exactos y tratando de hacer un *lipsync* (sincronía entre el movimiento de los labios y sonido del texto) instintivo, se repetía una parte doblando con la posibilidad que daba la cámara. Yo no sabía que el material grabado si se regrababa en vhs iba perdiendo calidad y me permitía varias generaciones de copias entre cámara y "vñ", y a veces grababa con el minicasete del vhs compacto puesto en el vñ para hacer algo especial en la cámara. Los puentes entre cámara y vhs generalmente los usaba para lo que descubrí: dejar la voz por un canal y mezclar música o nuevos audios por el otro, controlado desde grabadoras caseras o equipos de sonido. Los *fades* (fundidos de audio o imagen) y transiciones a negro sí deberían ser grabados con certeza pasmosa y no tenían posibilidad de cambio: la película en realidad debería estar prácticamente finalizada, en términos de montaje en la propia cámara, que me permitía empates certeros al repetir las tomas, y luego se pasaba de *chori* para estas cosas de música y otros efectos sonoros como los que cuento. La última pasada ya era la quinta o sexta y la imagen empezaba a borrarse, como si uno hubiera dejado fotos al sol por meses.

Cuando en mi casa cambió la suerte después de quiebras sucesivas de mis viejos, en uno de los viajes que tuvo que hacer mi papá consiguió una consolita marca "pato", o "gato", que permitía de una unidad de audio y video a otra hacer *fades* en cualquier momento (eso sí, untando la imagen como de mocos a veces) y manejar con niveles varios canales de audio. Era una baratija que a veces, en vez de arreglar, dañaba, pero que guardo con todo mi amor aún hoy y me permitió mejorar la técnica para un trabajo que hice a los 16 con el horrible título de *Reflejos para*

»Foto 4. Fotograma de **La sociedad del semáforo** (Rubén Mendoza, 2010).



contestataro mediocre (1997), hecho en el fondo para escandalizar al nuevo colegio y en el que desfogaba mi ferviente amor por la poesía anarquista y por el hasta ese momento creciente interés por los *nadaístas*. La poesía en mi casa había ocupado siempre, y en muchas formas más allá del poema o los versos, un lugar fundamental. La narración y la poesía. Nos inventaban historias y cuentos, y se nos leía a grandes poetas del mundo y de Colombia desde muy pequeños. Yo me sabía poemas larguísimo de José Asunción Silva o Barba Jacob siendo un niño, y el gran truco de edición de esta película nueva era un texto que debía irse adaptando a la imagen durante toda su duración: fueron mi primer amor en el arte la escritura y la literatura, y el juguete de las palabras me ha permitido seducir y esconder debilidades de mis proyectos que más tarde la sala de montaje revela sin remedio. Sin embargo esa poesía mía, esas páginas, que era como empezar a reciclar material de archivo, era un texto empalagoso que logró su efecto, y con el que oficialmente mi cuarto se había hecho una telaraña de cables donde quedaban enredados, con las cientos de palabras escritas en las paredes, planos, sonidos, imágenes, al calor de la consolita, mi vñ y un vhs que me prestaba mi mejor amigo, vecino de la época. Ya me permití más trucos de montaje ante la facilidad de hacer *fade* en cualquier momento. Muchas tardes que había "perdido" filmando rayos desde la ventana y pasándolos cuadro a cuadro a los 14 años, encontraron finalmente un lugar. A esa edad también por primera vez había filmado a los cerdos muriendo a hacha y cuchillo en el Llano, y encontraron también esas olvidadas almas y sus chillidos su espacio en ese trabajo hecho un par de unos años después. Empezaba entonces también a manipular archivo y a darle un sentido dentro de una obra para la que no estaban programados. Técnica en la que profundicé en varios de mis trabajos en los que había archivo de audio de **Agarrando pueblo** (1978) desde el primer segundo de **La sociedad del semáforo** (2010), en **Tierra en la lengua** (2014) donde mezclé en la introducción una "falsa voz real", de una abuela muerta como si fuera una entrevista de archivo, que actuó mi abuela

Rosa, con material documental real, de *home movies*, de los ochentas y noventas, con falso material de archivo que produjo en 2012, con el material de ficción de la película; y muy especialmente en **Memorias del Calavero** (2014) en las que mezclé archivo real ajeno, archivo real que yo había hecho, archivo de una entrevista real y de material hecho con el protagonista en su participación en **La sociedad del semáforo**, incluido el archivo del *casting* de la misma, con material de falso documental, de documental real y de ficción: todos basados en mentiras certeras y ciertas, y verdades a medias, mentirosas y completas. Profundizaré un poco en las técnicas de montaje con estos materiales al llegar allá.

Dos de mis trabajos de fin de semestre en la Universidad Nacional, *Engatusado* (1998) y *Camerino compartido* (1999), de duración muy corta, aunque editados en computadores (edición no-lineal) pasaron por máquinas de edición lineal (caseteras especializadas en edición, entrelazadas en ocasiones por una consola). Aunque llegaba la tecnología a apoderarse del "lenguaje" (para mí más bien de las herramientas), yo sentía un poco de alegría de que los sistemas de computación para editar devolvían al cine de alguna manera a su forma original, la libertad de los bloques: la edición no lineal era poder moverlos a libertad de donde se quisiera a donde se quisiera; la edición en cambio lineal fue una etapa dolorosa que no tuve que padecer en realidad y que se parecía, con mejores condiciones y más costosas, a lo que yo podía hacer con mi Minolta: ir organizando los ladrillos de los planos en línea recta, yendo hacia adelante sin posibilidad de retroceder en el renglón; era como eso, tener que hacer una casa solo de manera horizontal. En la edición no-lineal, la edición digital, no había tangibilidad, es cierto, pero por otro lado volvía el control cuadro a cuadro que permitía el visionaje en celuloide. Yo estuve en el momento preciso de transición en el que se aprendía, de lejitos, a operar en moviola por el "rigor" que exigía, pero paradójicamente con una curiosidad no más que turística; y al tiempo, como por no dejar, y en el que solo edité a regañadientes un trabajo,

la sacalapedra, sucia, y maloliente edición lineal, que era como la cumbre de lo que peor puede padecer un cineasta y su película: falta de control. Falta de precisión. Y en el peor de los momentos: en el montaje. El montaje es la forma del control por excelencia. El montaje es la metonimia del control para el cineasta, es donde tiene todos los colores reunidos para su lienzo, sin rebaños de manos ni de voces.

Cada uno de esos dos trabajos tenía urgencia de control por razones muy distintas. *Engatusado* con muchos planos y *Carmerino compartido* un plano secuencia. En los planos secuencia, el control se adquiere con destreza y repeticiones, y con ser consciente de que el montaje no es que no exista sino que es fabricado en el lugar, en frente a la cámara; las estaciones de un plano así no se muevan los actores o la cámara, son los que dan la ejecución del montaje en escenas, planos o situaciones de este tipo.

En el cine es tan importante el *qué* como el *cómo*. Varias veces he oído que en mi escuela de cine me llaman desagradecido por hablar "mal" de la escuela (la escuela de cine de la Universidad Nacional, la escuela de cine Franz Kafka, como la llamaba, donde uno no sabe ni por dónde coger y siempre hay que llevar un papel en blanco porque siempre falta un papel para algo, enseñan poco de cine –del *cómo*, digo–, pero mucho de otras cosas y por fortuna el cine se nutre de cualquier cosa). Como si el problema fuera hablar mal y no lo mal que funcione algo: la misma obsesión de la gente con que lo que se filme no muestre la *mala imagen* de Colombia: como si la imagen fuera la mala y Colombia la buena. El caso es que recuerdo con mucho amor a ciertos profesores, grandes clases sobre todo en otras facultades, como las seis historias del arte obligatorias en seis semestres, o materias de literatura, y hasta las historias del cine. Pero no aprendíamos a manejar las herramientas. Se creía que bastaba con ver, y yo traté de hacerlo a cabalidad inclusive iniciando la videoteca que no existía y que devolví con más de 500 títulos que me tragué casi completos. Pero también se

veía en condiciones deplorables. Era el cambio de soporte también el de la época y muchas cosas eran copias de copias de recopias: así vimos a Kiarostami, a Kaurismaki, a Bresson, etc. Necesitábamos ver en grande y bien, saber los nombres de los lentes y bien, tener máquinas de control absoluto y bien para el montaje y no. Así que muchos recurriamos a los amigos que habían logrado hacerse a una "tarjeta de captura de video" para editar en sus computadores y olvidarnos de esas cochinas máquinas lineales que lo empuercaban todo. Además de que hacíamos las cosas con las uñas, era con las uñas sucias. Mugrientas. En cambio esas tarjetas eran la varita mágica que todos los aprendices de mago queríamos tener: la varita del control. Consistía en una especie de consola empotrable o conectable al computador, que hacía que este recibiera la señal de la cámara o aparateo que usáramos para reproducir el material y lo digitalizaba para poder ser amasado con control, en las tripas cibernéticas. Editando afuera sentí que era imprescindible, aún más que una cámara en ciertos momentos (me lo corroboraría de varias maneras y varias veces don Luis, Luis Ospina, en su casa, cuando me decía que soñaba con hacer una película donde no tuviera que filmar, sino pasar directo al montaje) conseguirme una máquina de edición. Aprenderla a usar. No pedir favores: el favor rebaja dice el Tao y editar con la impaciencia del tiempo sagrado del otro en un momento en que la estabilidad de la edición no lineal apenas empezaba a materializarse era un martirio. Pues me di uno peor.

Yo había ya vivido fuera de mi casa y había regresado, y en lugar de cama puse un sofá cama, compré un computador usado, y empecé a editar para otros, alguna bobada: pero primero para mí. Filmé la totalidad del material de *Pastillas para la memoria* (2000), el documental que nombré arriba sobre mi abuela y con el que con los apuntes había logrado la atención y cuidado total del profesor de Taller Documental. Con ese trabajo tuve matrícula de honor, o sea, me devolvían el billete del semestre, y también tuve matrícula de horror editando. Mi papá pensaba que los

»Foto 5. Fotograma de **El corazón de la mancha** (Rubén Mendoza, 2012).



«La redacción
de ideas es la razón
de ser del montaje».

dos meses que duré encerrado día y noche, donde él pasaba de cuando en cuando a saludar o a avisar que se iba o que llegaba o a ver si yo estaba, y encontraba a mi abuela en la pantalla, iban a hacerme odiar a la viejita que tanto adoré y adoro. Pero no. Estaba encerrado con mi primer toro de montaje, gozando por primera vez de lo que ese encierro significaba, encontrándole orden, sentido rítmico, y sobre todo, espíritu a lo que quería compartir desde el fondo de mi corazón. Y eso se volvió para mí el montaje. Volver la herramienta el corazón, para que el propio corazón no hiciera dislexia con el ritmo. Aparecían los puertos *firewire* (unas entradas del computador que hacían que se entendiera de forma directa con la máquina y subiera el material ya digital, no teniendo que digitalizarlo) de donde por la poca capacidad del

computador debía ir bajando secuencias de 8 o 7 minutos, borrarlas del computador, empezar la siguiente secuencia, y volver a traer a un amigo con la casetera digital donde iba armando como por bloques esa casa de la casa de mi abuela: era como un híbrido de la edición no-lineal con la lineal. Así que aprendí con sangre: la abuela. Solo. Sin manuales que no es ningún orgullo, pero de internet y de otros editores iba entendiendo y encontrando y practicando atajos. Ese era el piano. Desde que tomé algo de destreza decidí que editando me gustaba tener el piano, el control de la herramienta en las manos, para tratar de redactar las ideas de montaje al ritmo en que las pensaba.

La redacción de ideas es la razón de ser del montaje. No se pueden anotar como apuntes de un dibujo o de

»Foto 6. Fotograma de **La desazón suprema** (Luis Ospina, 2003).
Tomado de www.luisospina.com.



un cuadro, del todo, o como apuntes de un texto porque su forma muchas veces solo es posible en la ejecución. Son cuestiones del aleteo de un colibrí: un ochentavo de segundo. Las ideas globales y gruesas pueden anotarse: pero la puntuación, la gramática mínima, la geografía de una escena que uno quiere mover de un país a otro, de un océano a otro, necesitan de la "materia", de la vida que le otorga un nuevo orden para poder ser evaluadas.

Así pasé a ser editor de otro profesor, jurado de la entrega de *Pastillas para la memoria* en la Nacional: Gustavo Fernández. Él trajo a mi mesa de montaje, a mi cuarto, que nos sirvió de refugio por 10 meses de montaje, donde dormía al ritmo del ventilador y de los rénderes (consolidados que hace el computador para poder reproducir el material editado), y me levantaba a seguir con su sueño, el de él, la película, sin importar el cansancio. Yo tenía los días contados en Colombia cuando íbamos a coronar, con mucha generosidad de mi casa, y de su conocimiento y con michicaterías operativas que no soportaba. Era una película familiar, tremendamente dolorosa e íntima para él y después para mí, cuando viendo los *rushes* (material en bruto sin editar), iba haciendo como una especie de amistad unilateral con los personajes. Queriéndolos, desqueriéndolos y llorándolos cuando fue necesario. Aprendí muchas cosas en la edición, en el montaje de esta película, a la que también le hice animaciones y efectos con la letra burda del que aprende a escribir. Aprendí a debatir a muerte con un director por una idea, cosa que aplico con el montajista cuando el director soy yo. Aprendí a debatir y pensar en estructura, a olvidarme del guion y hacer uno nuevo con lo que uno tiene, en fichas, en señas, en papeles de los que solo uno puede saber su orden. Aprendí a memorizar sagradamente el material y a entender algo que sospechaba en los cortos y en mi manera de acometer el cine: que solo aprendiéndolo por imitación, de tanto verlo, como se aprende un idioma, podía volver el material un lenguaje, que es lo que uno debe hacer con cada película. Si lo sabe como un lenguaje no se es un extranjero, no se es un turista de un tema, de una situación. Entre

más se mastique y más se sepa el material, más aguda es la capacidad de relación del montajista; y si el control es la base del montaje, la capacidad de relación es la base del control. Y la capacidad de relación solo es rumiar y rumiar, y digerir y rumiar, digerir y rumiar. La capacidad de relación es como la letra de uno, el matiz de uno, la intervención de uno. Sabiendo el material de memoria, rumiado, se podía relacionar agudamente y así dar las peleas con altura: los *rushes* eran mi propedéutica y por más que los personajes fueran los hermanos del autor y en un tema tan delicado como la desaparición violenta de su mamá, por unas balas que los hicieron pedazos por el mundo a todos, daba mis peleas como un gallo fino, con todo ese vigor que da el abrazo del cine cuando uno empieza: esa altanería, esa imprudencia, ese voltaje, esa insolencia. También aprendí a entender que no es la película de uno, en últimas y que hay un momento de dejar de insistir: en esta película no lo tenía claro. Lo confundí muchas veces con querer botar todo, largarme del cuarto y que se largara el profe. Fue una escuela dura que me llenó de respeto y de amor por el trabajo de la sala de montaje.

Para ese momento empecé a digerir y entender la estructura y el "organigrama" del montaje, o la versión que yo utilizaría en mi vida, editando para mí y para otros y que se puede resumir operativamente así. Uno entra a un proyecto como montajista y debe ver, aprender y reaprender, regurgitar, memorizar, clasificar, anotar y destazar el material. Saberlo más que el propio director, y si uno es el director saberlo más que uno mismo. Un editor es el operador de las máquinas; a veces se le contrata solo para seguir, desarrollar y redactar ideas, y lo hace, opera la edición, pero en muchas otras es el mismo montajista, o comontajista, y opera la máquina, pero también está alerta y al tanto de la redacción de las ideas, de la concreción de los mecanismos narrativos de una obra, está listo a debatir. Él prepara las secuencias según se trabaje, en orden o no, en muchas líneas de tiempo que luego tejerá según el guion de montaje o la estructura establecida para armar una versión de la película que será en principio transitoria

»Foto 7. Fotograma de **Memorias del Calvero** (Rubén Mendoza, 2014).



y que se irá concretando a medida que maduran las versiones. Luego esas versiones se pueden consultar con quien el director esté interesado, ojalá con quien sepa criticar y destruir ahí, cuando aún es posible rehacer, reconstruir, recomenzar. Así viví **De(s)amparo** (2002) y fue la base operativa con la que entré o seguí mis proyectos en el momento de entrar a la sala de montaje.

El resultado potente y conmovedor llevó a Luis Ospina a preguntarle con quién había editado esa película. Al tiempo, una carta con la que impulsaba el proyecto de **Tierra en la lengua** (en ese momento *El Burladero*) había llegado a sus manos como a la de tantos ídolos que le enviamos. Decía en una gráfica preciosa por fuera "qué haría si su abuelo le pide que lo mate", sacaba la carta y lo primero que decía era "una película". Entre los ídolos que nos contestaron estuvo el Mono Osorio, que ya se nos fue, y Luis Ospina. El Mono se ofreció gustoso a ayudar a matar al abuelo ("si es para matar un abuelo, cuenten conmigo y díganme cómo puedo ayudar" decía su correo de respuesta que anunciaba la sonrisa que luego sería compañera y maestra por algunos años), y Luis Ospina nos citó en la universidad donde muy a su pesar era profesor. Tuvimos una cita colectiva con el grupo con el que yo trataba de darle forma a las películas y recibimos una clase de desmotivación personal de parte de él que solo nos dio más impulso. Especialmente después de que me repetí el martes siguiente "Unos pocos buenos amigos" y sentí, como le dije en una carta, que lo que decía con la mano lo borraba con la mano del cine. Tuvimos buena onda. Dijo que sabiendo que yo había editado **De(s)amparo**, por qué no probábamos empezar a editar juntos su película de Vallejo. Yo ya me le había ofrecido además seguramente, porque Vallejo era un autor fundamental en mi casa desde mucho antes de *La virgen de los sicarios*. Mi papá lo adoraba y yo mandé razón con don Luis que todo lo que el viejito quisiera, pues yo a Vallejo lo idolatraba. Se río. Y así empezamos.

A don Luis le debo todo y en el cine el todo se concreta en el montaje. Todo. Con él aprendí que el montaje no es

una labor de oficina. Tiene que ser y es una labor de casa, como por intuición lo había hecho, y fue en su casa con la puntuación del alcohol, humo, risa, comida, aire que necesitábamos, que empezamos a trabajar juntos. Yo decidí aprender con él y su película a editar en otra plataforma que se me ha vuelto como unas tijeras ergonómicas e indispensables para esa redacción de ideas. En casa de don Luis reaprendí todo y desaprendí cosas fundamentales de olvidar; trataré de limitarme a lo que tiene que ver con el montaje porque lo que ha significado para mí pasar por su casa tomaría varios artículos de esta extensión; así fue también para los que han pasado por su casa, sea en Cali o donde sea: musiteca, biblioteca, filmoteca, hemeroteca, sin contar con todas las delicias para el espíritu que superaban las fuentes de conocimiento.

Don Luis, antes que nada, es un obrero del montaje en cine. De inmediato me deslumbró esa capacidad de relacionar, y me hacía mucha gracia las señas que hacía en el aire, como si tuviera una moviola invisible, para indicarme hacia dónde debía moverme: si retroceder o adelantar, o parar. Vi un guion de rodaje y de montaje documental monumental. Empecé a entender, a practicar y a inventar técnicas (algunas seguramente ya inventadas), para relacionarme más y mejor con ese material. Para masticar sin prisa y sin pausa. Fui feliz viendo todo ese material que se iba a "perder" de Vallejo, y era como un encuentro imposible de otra manera con un héroe. Don Luis siempre tenía en la boca una cita de Andrés Caicedo, de algún cineasta, de algún artista, pero sobre todo, de Mayolo. Yo, de corazón, lo admiraba porque él en sí emanaba pura poesía, mucho más que por su cine, y el eco que hacían sus amigos y colaboradores era el eco de su poesía, de su presencia: siempre recordaré con amor un encuentro imposibilitado por la timidez entre Mayolo y uno de sus ídolos, que me relató Luis Ospina: el cruce en una esquina con el gran León de Greiff, uno de los mejores montajistas y cineastas de Colombia, que jamás hizo una película pero siempre fue cine, y montajista de atracciones, en su poesía. También estábamos sentados editando la Semana Santa en que

»Foto 8. Fotograma de **Tierra en la lengua** (Rubén Mendoza, 2014).



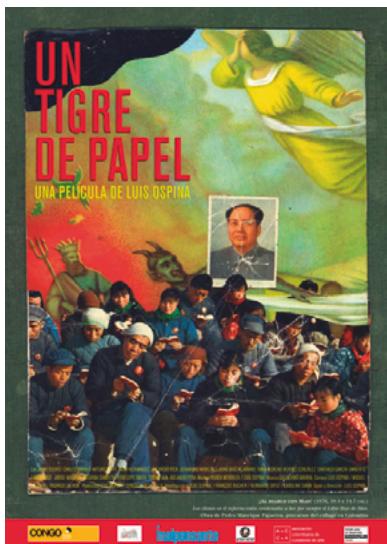
casi se crucifica el propio Mayolo, en una lucha titánica e inconsciente que daba en un hospital, y luego aún con bata del hospital en la calle, la Semana Mayolo.

Don Luis, además de tener una inteligencia prodigiosa y un sentido del humor genial, parecía que siempre sabía el punto de retorno de los abismos, en su vida, y a más películas más lucidez, más sofisticación, más lenguaje: no se permitió mezclarse con la decadencia del artista, o el cliché de la autodestrucción que se justifica con la frustración del cineasta de estas geografías. Pero entendí que Mayolo los había atravesado con la bomba atómica de su corazón y de su ingenio. Con su capacidad de malograr y reformar las palabras. Con sus conceptos, que seguramente desarrolló con don Luis, al menos algunos, como ponerle nombre a las cosas que lo necesitaban y no lo tenían: *pornomiseria*, por ejemplo, pero para hablar de montaje "punto muerto". Cada vez que edito y necesito o llego a un punto muerto, los recuerdo. A don Luis y por el accidente de su cita a Mayolo. *Punto muerto* fue el nombre que ellos le dieron al momento en el que muere una acción: es la manera de identificarlo en el montaje. En física es el momento justo de máxima elasticidad, donde un objeto en un choque se detiene y empieza su desplazamiento en el sentido contrario. El *punto muerto* consiste en dejar que una acción se concrete para allí hacer el corte; o en identificarlo para no respetarlo si es que esto ofrece un efecto deseado, buscado: si un personaje da un puño en la cara a otro y recoge su mano para alistar el siguiente, el *punto muerto* es, por ejemplo, el de máxima extensión de su brazo, antes de retraerlo; o también puede ser el de máximo ángulo de la cabeza del golpeado tras recibir el golpe. Se busca y se define, y según esa definición se toma la decisión del siguiente plano.

Vi cómo don Luis criticaba los encuadres según le ayudaran o complicaran el montaje, y entendí y di mil gracias a la vida de que le prestara estas herramientas a don Luis, en plena forma y en plena lucidez, pues, al menos las dos películas que yo edité para él (y la que vi ahora como

observador y que editó Gustavo Vasco), serían imposibles en otro momento del cine, en otro momento tecnológico y de soporte: sin la edición no-lineal y todas sus posibilidades. El proceso de edición de **La desazón** lo interrumpimos. El aceptó esperarme mientras preproducía, filmaba y terminaba mi trabajo de grado **iEstatuas!** (2002) y dejaba lista y arrancada la preproducción de **La cerca**, y él aprovecharía para volver a Vallejo y traer toneladas de maravilloso material nuevo. Era delicioso ver erigirse esa columna de la película y hacer trabajos que muchas veces podían confundirse con castigos o meditaciones: la escena de las no sé cuántas palabras que había que escribir una a una y darle un tiempo; las gráficas que debían animarse. El mosaico del mismo Vallejo, la llamada que le hizo un famoso periodista donde madreó al presidente de la época. Empezamos por bloques separados, sugeridos en el guion de montaje, y como es literal, como un rompecabezas de miles de piezas, fueron encajando finalmente las que uno creía que jamás tendrían lugar o encontrarían su forma. Debate y risa, debate y risa a diario. Cada viernes se contemplaban en su totalidad los avances, como una autopista con huecos, y cada vez los huecos eran menos. Sumó más de un año y tanto este montaje. De trabajo intenso mezclado con rumba, cinefilia, melomanía y etcéteras.

«Vi un guion de rodaje y de montaje documental monumental. Empecé a entender, a practicar y a inventar técnicas (algunas seguramente ya inventadas), para relacionarme más y mejor con ese material».



»Foto 9. Afiche de **Un tigre de papel** (Luis Ospina, 2007).
Tomado de www.luisospina.com.

Con **Un tigre de papel** recuerdo la grata sensación de acompañar a un artista en una reinención total. No solo por la forma en que enfrentaba la película, sino por reinventar la propia forma en que la propuso. Lo primero que me dijo fue que editáramos las entrevistas duro: que no íbamos a ocultar ningún corte. Empezamos por los testimonios de Joe Broderick. Después de haber reconocido varias decenas de horas de material filmado por don Luis, otras varias decenas de horas de material de archivo, infinidad de material gráfico; fue como tomar de una madeja de kilómetros de lana regada por un cuarto, un punto cualquiera y empezar a tejer por ahí. Teníamos además más pinceles: los archivos de uso libre de internet y el internet propiamente dicho; en un momento la decisión se invirtió completamente y ahora íbamos a tapar prácticamente todos los cortes. Las piezas eran como de un naufragio y buscábamos los pedazos, y los íbamos ubicando para intentar una construcción, una reconstrucción o una intervención. Tapándolos nos hicimos a todo el material posible de cualquier cosa. Si nada ilustraba lo buscado, íbamos inclusive a los periódicos del día en internet y los desguazábamos sin el menor pudor, y sin el menor pudor los alterábamos para darles aire de la época, y sin el menor pudor se usaban. Mentimos sistemáticamente en todo, con tanta insistencia que todo parecía cierto. En silencio me entrenaba para mis proyectos. Desde **Agarrando pueblo**, la película más importante de mi geografía, para mí, para mi camino, estaba maravillado con sus dispositivos de montaje y cómo este se centraba en la lucha cuerpo a cuerpo de la verdad con la mentira, del documental con la ficción, de la manipulación con la transparencia al buscar y conseguir un material.

Un tigre de papel fue el colmo de la manipulación para ser consecuente con una de las máximas de don Luis: "el film justifica los medios". A eso me adherí. Cuando lideró don Luis el montaje de mi ópera prima, **La sociedad del semáforo**, puse en práctica algo que venía balbuceando pues los cortos, a juro, los había tenido que editar yo mismo junto a un amigo más de la patria de la literatura que del cine. En mis tres largometrajes he hecho igual: entrego los dos o tres primeros cortes a los editores (en el caso de **La sociedad del semáforo**, Luis Ospina y Johnatan Palomar; en el caso de **Memorias del Calavero**, al documentalista y montajista Juan Soto Taborda; y en el caso de **Tierra en la lengua**, a Gustavo Vasco) y después de que yo haya tomado una distancia prudente, donde el tiempo ayude a dejar ver lo que se pudre o lo que se debe dejar pudrir, retomo. Yo suelo además en el rodaje trabajar muy duro en el papel. Tengo cuadernos de ideas para desarrollarlas, que luego paso a grandes cuadernos (cada uno para un proyecto) con el guion pegado hoja por hoja, de tal manera que cada una se pueda abrir, y mientras es leída, en

«La sociedad del semáforo fue editada 15 veces. Tuvo formas mucho más “efectivas” pero es una obsesión que en mi caso es secundaria. Prefiero la contundencia de espíritu al afán de efectividad. Memorias del Calavero tuvo más de 20 ediciones».

la superficie del cuaderno se pueda dibujar, anotar, explicar: es otra forma de montar. En esos cuadernos tengo una sección, ya después de rodar, donde voy anotando las observaciones de montaje corte por corte (versión por versión: las películas en montaje tienen muchas, decenas de versiones, como pasa con los guiones antes de ser filmados, antes de cambiar de materia). He llegado a tener 50 versiones de guion antes de rodar, y he llegado a tener 30 versiones de montaje, la última escritura, antes de decidir la forma final de una película. En principio, en ambos casos, para el guion y el montaje, tengo el espíritu resuelto, como una luz que invariablemente me guía sin importar la beligerancia de los gestos que en el camino golpean la hechura de una película.

Entrego pues los primeros cortes y luego, en el cuarto o quinto, yo recibo la película y me enciero solo a trabajar mi propuesta: uso lo adelantado como escalón o como confirmación de un camino erróneo, que me afianza en el mío y muchas veces, casi siempre vuelvo a la arquitectura original de las escenas, y a los propios *rushes* para rehacer una escena o renunciar a ella habiendo agotado los recursos y exprimiéndola hasta que no de más. Vuelvo siempre a ver casi plano por plano cuando recuerdo que esto o aquello, especialmente si hice la cámara, lo filmé de una manera precisa que recuerdo pero no aparece. Sobre todo si hice la cámara. Haciéndola uno adquiere una memoria sobrenatural sobre el material. Precisa como una poesía aprendida de memoria. Después de ese trabajo solitario, vuelvo al coeditor o editor, y empezamos el trabajo juntos. Luego vuelve a cada orilla solo, y así dependiendo del caso.

La sociedad del semáforo fue editada 15 veces. Tuvo formas mucho más “efectivas” pero es una obsesión que en mi caso es secundaria. Prefiero la contundencia de espíritu al afán de efectividad. **Memorias del Calavero** tuvo más de 20 ediciones. Pese a que solo se rodó tres semanas sumando las cosas previas al rodaje principal, el primer corte o ensamble superó las 5 horas y media. Casi me mato, casi me vomito por meses. Tuve de verdad que dejarla de ver más de ocho meses, en los que reproduje y rodé **Tierra en la lengua** que, a su vez, tuvo más de 25 ediciones y que ha sido una de mis más grandes lecciones de renuncia pues solo al final, cuando todo el material estaba terminado, la película colorizada y mezclada, decidí probar quitarle el bloque que describía la niñez y adultez del personaje principal. Hermoso y hasta virtuoso, por los misterios del montaje y del arte no funcionaba junto al resto de la película. Alguna gente lo había sugerido. Cuando se lo oí a mi productor, Daniel García, decidí intentarlo, pero solo cuando ese material hubiera sido terminado con todas las de la ley. Y así fue. Probamos el último día de trabajo cómo sería sin eso y él me dijo literalmente: “es mejor sin eso... pero

yo quiero es producir su película, así que decida". Esa cachetada generosa y elegante me hizo ver que debía salir de ese material tan potente, que se convirtió tal cual salió en un corto llamado **Cuadernos de Silvio** (2014) y que liberó a la película de una sección excesivamente explicativa y pleonástica. Muy importante oír: ya lo había hecho con esta película cuando en el corte 12 le dije al coproductor francés, Thierry Lenouvel, "ya la tenemos". A lo que respondió con su sarcástica y anarquista sonrisa diciendo que estábamos lejos, que lo dejara trabajar con un editor en Francia y que yo decidiera qué de las propuestas que me

haría un mes después tomaba y qué rechazaba. Le arrancaron 25 minutos y yo, contra todo pronóstico, compré 19 minutos de cambios y retomé 6 o 7 que volvían a hacerme sentir que además de lo que me gustaba la película tenía el timbre de voz que yo quería que tuviera, y era la película que yo quería hacer.

En un taller de Abbas Kiarostami filmé mi cortometraje **Montañita** (2014), que me confirmó que estoy filmando con el espíritu del montaje dictando la parada. Tiempo y estacione de tiempo, color y movimientos logrables por un equipo mínimo, de

una manera masticadísima y detallada, al igual que mi primer largometraje documental (**Señorita María Luisa. La falda de la montaña**), en plena producción. Entiendo el montaje como el compañero del espacio también y así lo vivo, lo hurgo, lo saboreo con la cámara.

Así termino esta cabalgata sobre el montaje y cómo lo he recorrido en mis manos. Deseando desde el fondo de mi alma que sean muchas, miles, las horas de tortura que me quedan buscándole la forma a una película, que sean miles las dudas, los caminos, que todos lleven al cine y al espíritu del cine. ●

»Foto 11. Fotograma de **Montañita** (Rubén Mendoza, 2014).



FILMOGRAFÍA

Eisenstein, Sergei M. **Bronenosets Potyomkin (El acorazado Potemkin)**. 77 min, Unión Soviética, 1925.

Fernández, Gustavo. **De(s)amparo. Polifonía familiar**. 80 min, Colombia, 2002.

Griffith, D. W. **Intolerance (Intolerancia)**. 197 min, Estados Unidos, 1916.

Herzog, Werner. **Cave of Forgotten Dreams (La cueva de los sueños olvidados)**. 95 min, Francia, 2010.

Mendoza, Rubén. **¡Estatuas!** 15 min, Colombia, 2002.

_____. **La cerca**. 21 min, Colombia, 2004.

_____. **El reino animal**. 33 min, Colombia, 2010.

_____. **La casa por la ventana**. 16 min, Colombia, 2010.

_____. **La sociedad del semáforo**. 108 min, Colombia, 2010.

_____. **El corazón de la mancha**. 24 min, Colombia, 2012.

_____. **Cuadernos de Silvio**. 13 min, Colombia, 2014.

_____. **Memorias del Calavero**. 100 min, Colombia, 2014.

_____. **Montañita**. 16 min, Colombia, 2014.

_____. **Tierra en la lengua**. 89 min, Colombia, 2014.

Ospina, Luis y Carlos Mayolo. **Agarrando pueblo**. 28 min, Colombia, 1977.

Ospina, Luis. **La desazón suprema. Retrato incesante de Fernando Vallejo**. 90 min, Colombia, 2003.

_____. **Un tigre de papel**. 115 min, Colombia, 2007.

Porter, Edwin S. **The Great Train Robbery (Asalto y robo de un tren)**. 10 min, Estados Unidos, 1903.



»Fotos 12 y 13. Fotogramas de **Un tigre de papel** (Luis Ospina, 2007).

»Foto 14. Foto fija de **Agarrando pueblo** (Luis Ospina y Carlos Mayolo, 1977).
Foto: Eduardo "La Rata" Carvajal



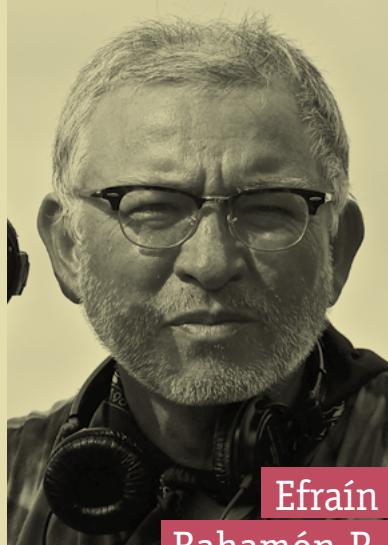
PERFILES DE LOS AUTORES



Carlos
Moreno

Es comunicador social de la Universidad del Valle con un magister en Narrativa Audiovisual de la Universidad Autónoma de Barcelona, España. Ha sido realizador, escritor y montajista en cortometrajes, largometrajes, seriados de televisión y web, pasando por el videoclip, el video experimental y el spot publicitario. Su largometraje **Perro come perro** (2008), ópera prima, fue estrenado en competencia oficial el Festival de Cine de Sundance en enero de 2008. A la fecha, ha recibido más de 14 premios internacionales entre los que se destacan: Premio Coral, Opera Prima, en el Festival Internacional de Cine de La Habana; Best Feature Director en Jackson Hole Film Festival; Mejor Guion Original en el Festival Iberoamericano de Cine de Huelva; y Mejor Guion y Mejor Director en el Festival de Cinema do Gramado. También ha recibido cinco premios nacionales de cine, nominación a los premios Goya de

la Academia de Cine de España, los premios Ariel de la Academia de Cine Mexicano y ser la película presentada por Colombia a los premios Oscar. Codirigió con Gerardo Muyschondt el documental **Uno. La Historia De Un Gol** (2010), acerca de la selección de fútbol de El Salvador. Ha dirigido las películas **Todos tus muertos** (2011), estrenada en competencia oficial del Festival de Cine de Sundance; **El cartel de los sapos** (2012), escogida por la Academia Colombiana de las Artes y Ciencia Cinematográficas para representar a Colombia a los premios Oscar; y **Que viva la música** (2015), estrenada también en el Sundance de 2015. Ha sido director de series de televisión como **Tiempo final**, **Sin retorno** y **Mentes en shock** para Fox Telecolombia; **Los caballeros las prefieren brutas** para Sony Entertainment Television y **Escobar, el patrón del mal** para Caracol TV.



Efraín
Bahamón P.

Guionista y realizador licenciado en idiomas con maestría en Literatura Hispanoamericana del Instituto Caro y Cuervo y maestría en Escrituras Creativas (guión cinematográfico) de la Universidad Nacional de Colombia. Ha sido profesor de literatura latinoamericana en Estados Unidos y en India. En 2005-2006 fue director de la Cinemateca Distrital de Bogotá. Ha sido ganador de la Convocatoria FDC en 2007 con el proyecto **Plegarias atendidas** en la modalidad realización del cortometraje y en 2010 con su proyecto **Dos mujeres y una vaca** en la modalidad de desarrollo de guión. En la actualidad combina el oficio de guionista con su labor docente en la Universidad Nacional de Colombia, donde se desempeña como coordinador de la línea de guion en la Maestría de Escrituras Creativas. **Dos mujeres y una vaca**, su ópera prima de largometraje, ganó el premio a mejor película colombiana en el pasado festival de cine colombiano de Nueva York (Colombian Film Festival, 2015).



Libia Stella
Gómez Díaz

Realizadora de cine y televisión y magister en Teoría e Historia del Arte y la Arquitectura de la Universidad Nacional de Colombia. Guionista y directora del largometraje de ficción **Ella**. Investigadora y directora del largometraje documental **Arista Son**, estrenado en septiembre de 2011. Guionista y directora de **La historia del baúl rosado**. Autora del libro de crítica y análisis cinematográfico *La mosca atrapada en una telaraña. Buñuel y los olvidados en el contexto latinoamericano*. Actualmente es profesora de Medios Audiovisuales en la Universidad Nacional de Colombia y en la Pontificia Universidad Javeriana. Igualmente ha sido docente en las universidades Pompeu Fabra de Barcelona (Magister de Animación) y en la Universidad del Magdalena. Es miembro fundador de la Asociación de Guionistas Colombianos "Los Guionistas Cuentan" y coordinadora nacional de la Mesa de Gremios del Sector Audiovisual Colombiano.



Rubén
Mendoza

Director y guionista de varios cortometrajes. Su ópera prima, **La sociedad del semáforo**, obtuvo más de 15 premios internacionales, entre los que se encuentran, en su etapa de desarrollo, la Beca para escritura de guión de la Fundación Carolina, el Estímulo para Escritura de Guión del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico de Colombia, una beca para asistir a la fundación TYPÁ al laboratorio de guión en Colón, Argentina, el Premio del Festival de Amiens para Desarrollo de Proyecto y el Estímulo del Programa Ibermedia para Desarrollo de Proyecto. Dentro de su trabajo como editor se pueden destacar los documentales **De(s)amparo** de Gustavo Fernández V. (del que también es co-guionista y

co-productor), **La desazón suprema, retrato incesante de Fernando Vallejo** (2003) de Luis Ospina (del que es también productor asociado) y **Un tigre de papel** también de Luis Ospina. Fue guionista, director y co-productor del cortometraje de ficción ¡Estatuas! (2003), que es su tesis de grado distinguida como Meritoria por la Universidad Nacional de Colombia. En 2003 ganó el primer premio de la convocatoria de la Cinemateca Distrital con el guión del cortometraje **La cerca**, del cual también es coproductor y con el que ganó la convocatoria Pasantías Colombia-Argentina, con la que viajó en 2004 para realizar el cortometraje **El reino animal. La cerca** fue seleccionada oficialmente

para participar en competencia oficial en más de 23 festivales entre los que se pueden contar: Festival de Cannes (Cinéfondation), Festival de Huesca, Festival de Toulouse, Festival de Cine de Beijing, Festival de Huelva, Festival de Corto de Río de Janeiro, entre otros. También es director y guionista de los cortometrajes **La casa por la ventana** (2010) y **El corazón de la mancha** (2010). En 2014 estrenó los largometrajes de ficción **Tierra en la lengua y Memorias del calavera**. Se encuentra en rodaje del documental **Señorita María Luisa: la falda de la montaña**, que ganó el Estímulo Integral, máximo premio otorgado en Colombia para la realización de una película.



Este libro que te dio rutas sobre lenguaje, guion, dirección y montaje se terminó de editar en diciembre de 2016 en Bogotá D. C., Colombia

// Explora más recorridos en los otros libros de la

CARTILLA CINEMATECA RODANTE.



Fotografía

Sonido

Dirección
de Arte

Dirección
de actores



CARTILLA
CINEMATECA
RODANTE

Rutas para la creación, circulación y preservación
de obras audiovisuales

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

Enrique Peñalosa Londoño
ALCALDE MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

María Claudia López
SECRETARIA DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE

INSTITUTO DISTRITAL DE LAS ARTES - IDARTES

Juliana Restrepo Tirado
DIRECTORA GENERAL

Jaime Cerón
SUBDIRECTOR DE LAS ARTES

Ingrid Liliana Delgado Bohórquez
SUBDIRECTORA DE EQUIPAMIENTOS CULTURALES

Liliana Valencia Mejía
SUBDIRECTORA ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA

José Segundo Quinche Pérez
PROFESIONAL DE APOYO - SUBDIRECCIÓN DE LAS ARTES

CARTILLA CINEMATECA RODANTE

Julián David Correa, Sasha Quintero, Giovanna Segovia, David Andrés Zapata,
Diego Saldarriaga, Vivian Vásquez y Cesar Almanza
COMITÉ EDITORIAL

David Andrés Zapata y Jenny Alexandra Rodríguez
COORDINADORES EDITORIALES

Patricia Miranda
COORDINACIÓN DE DIAGRAMACIÓN

Sofía Parra y Francisco Díaz-Granados
CORRECCIÓN DE ESTILO

Alex Sarmiento
DISEÑO, PAUTA GRÁFICA DEL INTERIOR E ILUSTRACIÓN ÍCONO DE LA COLECCIÓN

Nathalia Rodríguez
DIAGRAMACIÓN, DISEÑO DE CUBIERTAS E ILUSTRACIÓN DE ÍCONOS POR MÓDULO

El contenido de los artículos es responsabilidad exclusiva de los autores y no representa necesariamente el pensamiento del Instituto Distrital de las Artes (IDARTES). Publicación impresa y digital de distribución gratuita con fines educativos y culturales.

Queda prohibida su reproducción total o parcial con o sin ánimo de lucro sin la debida autorización expresa para ello.

Información adicional en: infocinemateca@idartes.gov.co.

ISBN: 978-958-8997-27-8 impreso

ISBN: 978-958-8997-32-2 digital

ISBN: 978-958-8997-04-9 impreso obra completa

ISBN: 978-958-8997-05-6 digital obra completa

CINEMATECA DISTRITAL - GERENCIA DE ARTES AUDIOVISUALES DEL IDARTES

Paula Villegas Hincapié
GERENTE DE ARTES AUDIOVISUALES

Ricardo Cantor Bossa
ASESOR MISIONAL

Diego Saldarriaga Cuesta, Xiomara Rojas Prieto y Laura Camila Puentes Ruíz
EQUIPO ESTRATEGIA TERRITORIAL

Jenny Alexandra Rodríguez Peña
ASESORA DE PUBLICACIONES

David Andrés Zapata Arias
ASESOR DE FORMACIÓN Y CONVOCATORIAS

María Paula Lorgia Garnica
ASESORA DE PROGRAMACIÓN Y NUEVOS MEDIOS

Juan Carlos González Navarrete
COORDINADOR BECMA

Angélica Reyes Hernández
ASISTENTE BECMA

Luz Johana Castillo García
ASESORA ADMINISTRATIVA

Andrea Acevedo Caicedo
ASISTENTE ADMINISTRATIVA

Cristian Camilo Reyes David
APOYO LOGÍSTICO

Luisa Fernanda Montero Trigos
ENLACE Prensa - OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES

Camilo Parra Martínez y Jaiver Sánchez Leal
PROYECCIONISTAS

Angélica Clavijo
ASESORA COMISIÓN FÍLMICA DE BOGOTÁ

Reina Tinjacá Jiménez, Milena Pimentel Vásquez, Yesith Pineda Cortés,
Carlos Valderrama, Miguel Zanguña, Diana Cifuentes Gómez,
Nicolás Cuadrado Ávila, Bibiana Rivera y María Del Pilar Acosta
EQUIPO COMISIÓN FÍLMICA DE BOGOTÁ



CINEMATECA
Distrital



INSTITUTO DISTRITAL DE LAS ARTES (IDARTES)
Calle 8 No. 8-52 Bogotá, Colombia - Conmutador: (571) 379 5750
Síguenos: www.idartes.gov.co [f](#) Idartes [t](#) @idartes

CINEMATECA DISTRITAL-GERENCIA DE ARTES AUDIOVISUALES DEL IDARTES
Carrera 7 No. 22-79 Bogotá, Colombia
Conmutador: (571) 379 5750, ext. 3400 - 3140
Síguenos: www.cinematecadistrital.gov.co
[f](#) Cinemateca Distrital [t](#) @cinematecadb

IMPRESIÓN: Panamericana Formas e Impresos S. A.

CONTENIDO





Fotografía



Sonido



Dirección
de arte



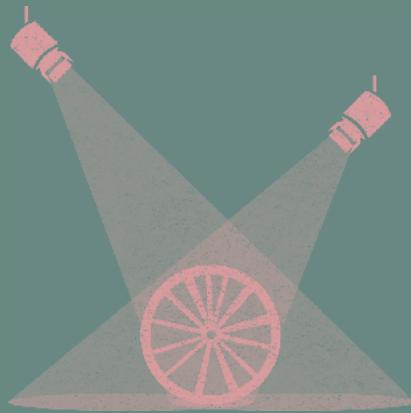
Dirección
de actores

LAS RUTAS DE ESTE LIBRO

El cine y el audiovisual se componen de un conjunto de elementos reunidos para transmitir historias y emociones. Este volumen introducirá al lector en los principios del manejo de la luz a través de una cámara. Andrés Arismendy en “La dirección de fotografía” presenta las funciones de un DF en la producción cinematográfica, los conceptos fundamentales para el trabajo con una cámara, algunas características de la luz, las ópticas y los esquemas de iluminación. Al mismo tiempo, comparte algunas guías para la composición y organización de personajes, objetos y espacios en una imagen.

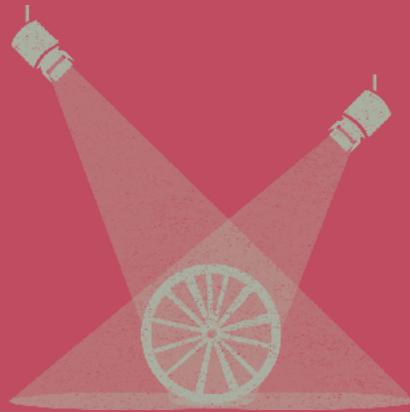
Tan importante es lo que se ve cómo lo que se escucha. En “El sonido cinematográfico desde la concepción de una idea audiovisual hasta su proyección” Isabel Torres plantea cuáles son las principales etapas para el desarrollo de un proyecto audiovisual desde la perspectiva del sonido. Introduce al lector en las propiedades físicas del sonido, cómo comprenderlo, capturarlo, mezclarlo y sincronizarlo en una obra audiovisual.

Las producciones cinematográficas recrean ambientes y transmiten esa sensación de ensueño que tanto caracteriza el cine. Sara Millán presenta cómo la dirección de arte materializa el guion utilizando herramientas y conceptos estéticos, para construir una determinada atmósfera que dará contexto a una película. Por su parte, Adyel Quintero en “El director frente al actor” pone en el centro de la producción cinematográfica al actor y la puesta en escena como un proceso que atraviesa toda la creación audiovisual.



FOTOGRAFÍA





«Es un oficio que exige constancia y rigor, que invita y celebra la creatividad y, sobre todas las cosas, que enriquece el modo en el que vemos y definimos el mundo».



**LA DIRECCIÓN
DE FOTOGRAFÍA**

Andrés Arizmendy



A finales del año 2004, como muestra de cariño, mi padre me regaló su cámara fotográfica réflex de 35 milímetros, que había comprado años antes cuando fue un estudiante. Yo, que nunca había tenido una cámara análoga, encontré el regalo inquietante y lo acepté sin reparar en lo que este gesto implicaba, pues, más que un regalo era una invitación que solo con el tiempo pude reconocer y es la razón por la que hoy comparto estas palabras.

Sin saberlo, ese 2004 sería el punto de partida de un viaje largo que me llevaría a interesarme y a introducirme posteriormente en el oficio de director de fotografía; sin embargo, ese camino estaría lleno de fracasos sistemáticos que sortearía con estudio y práctica, aunque muchas veces también con intuición, recursividad y algo de sentido común. Aquellas fotografías iniciales, que pensé serían, por lo menos, aceptables en cuanto a luz, devinieron en errores cada vez más grandes. La fotografía análoga no era algo tan sencillo, ni tan económico como pensaba ingenuamente al iniciarme en el oficio; no obstante, era algo poderosamente atractivo y de un magnetismo vastísimo, razón por la cual nunca perdí interés. Fue una época en la que, sin muchos recursos, aprendí y me enamoré de la fotografía; usé luces caseras, linternas, reflectores de segunda, velas, filtros de celofán y papel pergamino, alambres, cajas de leche que hacían de banderas, cartón y mucha cinta pegante; en otras palabras, todo lo que fuera necesario para lograr el resultado que esperaba con

«A continuación se encuentran consignados algunos conceptos y generalidades que servirán de guía para todos aquellos interesados en practicar este oficio».

los recursos que tenía a la mano. Este acercamiento, primitivo y personal, marcaría para siempre mi relación con la fotografía, lo que me llevó a entender que, como oficio, a la fotografía se le debe respeto, dedicación y estudio. Es un oficio que exige constancia y rigor, que invita y celebra la creatividad y, sobre todas las cosas, que enriquece el modo en el que vemos y definimos el mundo.

A continuación se encuentran consignados algunos conceptos y generalidades que servirán de guía para todos aquellos interesados en practicar este oficio. Sin embargo, más que una guía técnica o práctica, esta es una invitación para todos los fotógrafos en potencia a indagar, a fijar su punto de vista, a tomar posición frente a la imagen y a confiar, sobre todo, en su intuición y en su mirada.

EL DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA

Sin duda alguna, el lugar del director de fotografía es un lugar privilegiado que se reconoce y sobresale por su propia naturaleza; sin embargo, sobre este oficio recae una gran responsabilidad que se debe principalmente a la historia y sus espectadores, por lo que exige un alto grado de compromiso, respeto, carácter, creatividad y criterio. Es un lugar donde, gracias a la responsabilidad y exigencia, se fija el germen creativo y la libertad plástica de enmarcar, revelar y definir lo que vamos a descubrir como espectadores a la hora de ver una película; y en esto reside su relevancia.

Todo director de fotografía, a *grosso modo*, cumple la tarea de dar una guía plástica y estética que oriente el tono y la atmósfera que van a desarrollarse en una película. Este planteamiento corresponde principalmente a las necesidades intrínsecas del guión y al punto de vista que el director o productor de la película quieran imprimir al relato cinematográfico. Para completar con éxito esta tarea, el director de fotografía (en adelante DF) debe velar por la calidad y recursos técnicos con los que se ejecutará la propuesta, y decidir qué cámara, luces, óptica, etcétera, usar sin perder de vista los recursos económicos y presupuesto asignados para su departamento. Adicionalmente, debe coordinar un equipo de colaboradores y técnicos que manipulen estos equipos y aporten, con su conocimiento práctico y técnico, nuevas ideas a su propuesta. En ese sentido, un buen director de fotografía debe desarrollar su oficio en un diálogo entre sus diferentes facetas: artística, técnica, logística y de producción.

Ahora bien, las tareas específicas del director de fotografía se discriminan a partir de la etapa de producción en la que se encuentre el proyecto: desarrollo, preproducción, rodaje y postproducción.

En la etapa de desarrollo, el DF tiene la tarea principal de plantear su visión estética y conceptual del proyecto, para este fin deberá, en primera instancia, leer y analizar el guión cinematográfico, prestando especial atención a las atmósferas descritas para cada espacio, el tono del relato, sea trágico o cómico, y los momentos dramáticos más significativos para la historia y sus personajes; de modo que tenga una serie de herramientas conceptuales a partir de las cuales pueda plantear un diálogo entre el relato y las convenciones plásticas de estilo y género que se han preestablecido en el lenguaje cinematográfico; además de las condiciones geográficas y meteorológicas en las que sucede la historia. Luego de esto, de ser necesario, deberá realizar una investigación que soporte su propuesta y suministrar referencias plásticas que ayuden a visualizar su mirada, la cual discutirá con el director y el director de

arte, para que finalmente se acuerde cuál será el tratamiento visual y estético y así dar inicio a la preproducción. Este es el momento en el que el DF puede aportar más al proyecto desde la parte visual y narrativa, pues todo está sobre el papel; además, es el momento en el que define la ruta que se va a seguir en adelante, razón por la que es muy importante que se establezca concretamente qué estilo tendrá la película.

En la etapa de preproducción el DF tiene varias tareas. Del rigor que le imprima a las mismas depende que la etapa de rodaje se desarrolle con más o menos claridad y eficiencia. Entre las más importantes se encuentran: concretar en una lista los requerimientos técnicos y humanos necesarios para el proyecto, que a su vez arroje un presupuesto preliminar o total del departamento; visitar las locaciones para su aprobación e identificar las condiciones geográficas y meteorológicas de las mismas; concertar, elegir y delegar al equipo humano (*gaffer*, asistentes de cámara, eléctricos, etc.) y establecer protocolos de trabajo teniendo en cuenta las particularidades del proyecto, tales como efectos especiales y montajes de avanzada; establecer el flujo de trabajo con el equipo de postproducción; aportar al desarrollo del *storyboard*; diseñar plantillas de piso en las que se describan los esquemas de iluminación y movimientos de cámara; supervisar y probar cada elemento no convencional que se vaya a usar en la producción; definir con el director de arte la paleta de color y realizar pruebas de vestuario y maquillaje conjuntamente; plantear abiertamente posibles problemas que puedan entorpecer el desarrollo del rodaje; visitar los ensayos con actores y hacer ensayo grabados; y realizar todas las pruebas necesarias para comprobar que el estilo visual, la exposición, cámara y óptica, los efectos especiales y el flujo de trabajo son los adecuados.

En la etapa de rodaje el departamento de fotografía tiene que trabajar de la manera más eficaz posible, buscando sobre todo optimizar el tiempo de montaje entre plano y plano, razón por la cual es fundamental que el DF trabaje

muy de la mano del asistente de dirección y el director de arte, siguiendo de manera estricta el plan de rodaje y los parámetros que planteó preliminarmente en la etapa de preproducción. Entre sus tareas más importantes para esta etapa se encuentran: consultar con el asistente de dirección el plan de rodaje del día y el orden de trabajo; ensayar los movimientos de cámara con actores y establecer marcas; plantear con el director los tiros de cámara; componer cada cuadro y elegir la óptica más conveniente para el mismo; discutir con el operador de cámara y el equipo los movimientos de cámara; iluminar de tal modo que se aporte a la interpretación de los actores y a la intención dramática de cada escena; asegurarse de mantener la continuidad de luz entre planos; revisar cada cuadro alertando de errores de continuidad de arte o elementos que no hacen parte de la escena como cables o cintas; coordinar anticipadamente cada cambio de escena o *set*, de manera que pueda adelantarse el montaje de luces y *grip*; definir el primer plano del día siguiente; comprobar que el *script* lleva registro de toda la información técnica de la cámara; comprobar que el material ha sido descargado y se reproduce correctamente, en el caso de material digital, para posterior copia de respaldo; y revisar y comentar regularmente el material que ha sido rodado, preferiblemente hacia el final de cada día, de modo que no haya espacio para equívocos y se realicen retomas en caso de encontrar errores.

La etapa de postproducción se caracteriza principalmente por ser una etapa de seguimiento, donde el director de fotografía supervisa que el material y sus cualidades plásticas y técnicas sean del más alto estándar. Entre sus labores más destacadas dentro de esta etapa se encuentran: preparar los perfiles de color o LUT que se usarán en la corrección de color; revisar los efectos especiales que estén pendientes de ejecutarse por el postproductor; aprobar la copia final de la película desde el punto de vista visual; revisar las copias en los diferentes formatos de distribución (35 mm, DCP, BRD, DVD y versiones web), asegurándose de que la visualización de la película sea

siempre la mejor; ejecutar correcciones de color para cada medio, si fuera necesario; revisar cómo se archivará el material para su conservación; y, finalmente, aprobar los cambios de formato de relación de aspecto de la película para cada soporte (16:9, 4:3, etc.).

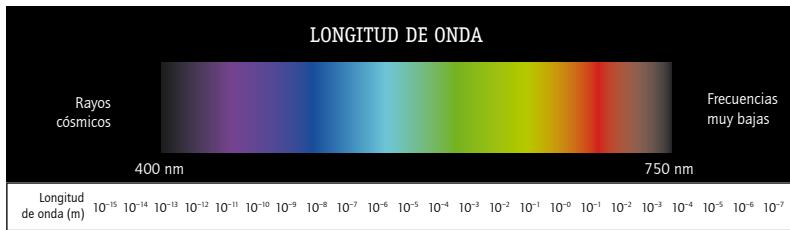
LA IMAGEN

La naturaleza intrínseca de la imagen es, en esencia, la representación bidimensional del mundo sensible que resulta de la interacción entre luz y materia. La realidad misma, los objetos, lugares y personas que componen el cosmos tienen la propiedad de reflejar luz, de manera que un color u otro, de intensidad y saturación específicas, son el resultado de esta interacción que, en palabras más puntuales, se traduce en brillo y longitud de onda. Así bien, en este ejercicio de percepción, la cámara, tal y como lo hace el ojo humano, traduce esta información en imágenes y volúmenes determinados. El brillo corresponde a la cantidad de luz que incide sobre un objeto concreto y la longitud de onda es lo que se percibe como su color. Todos los colores visibles se encuentran contenidos en un espectro visual que van desde el violeta, color con la mayor longitud de onda visible, hasta el rojo, que tiene la longitud de onda más corta; todos, colores que componen el arcoíris (diagrama 1).

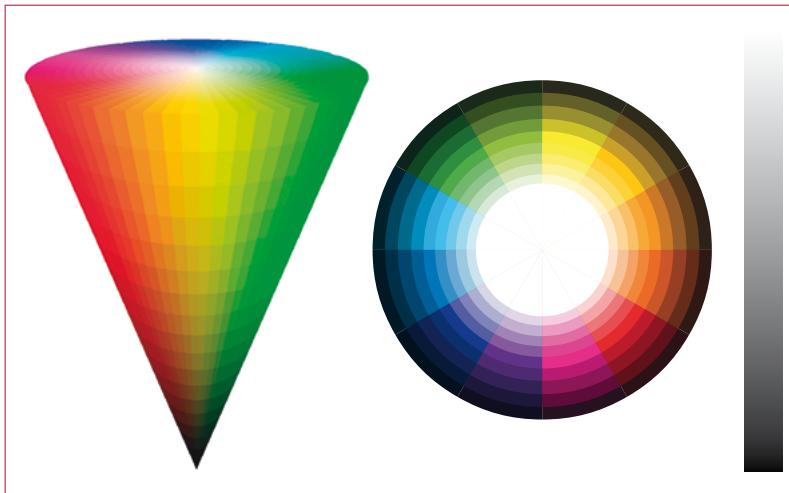
Cada matiz de color dentro de este espectro visible es susceptible de reproducirse a partir de la combinación de solo tres colores en él: rojo, verde y azul (RGB, por sus iniciales en inglés *red, green y blue*); colores primarios en la composición de la luz que, al ser proyectados y sobrepuestos con un brillo y saturación determinados, generan el matiz puntual que percibimos como un color en específico (diagrama 2). Este proceso recibe el nombre de síntesis aditiva de color.

En video, la tonalidad específica de cada color recibe el nombre de crominancia, la cual es modificada a partir de

»Diagrama 1. Espectro cromático visible.



»Diagrama 3. Saturación y luminancia.

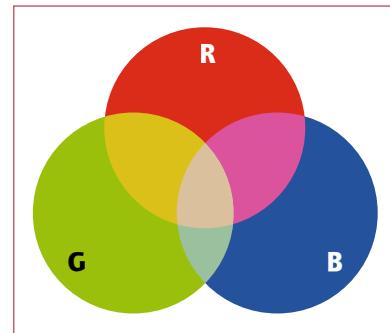


la cantidad de brillo a la que se somete; y luminancia es lo que determina en ella una tendencia hacia el blanco o el negro. Es decir, la luminancia afecta el grado en que el color es más claro u oscuro, dando como resultado el grado de saturación de cada color.

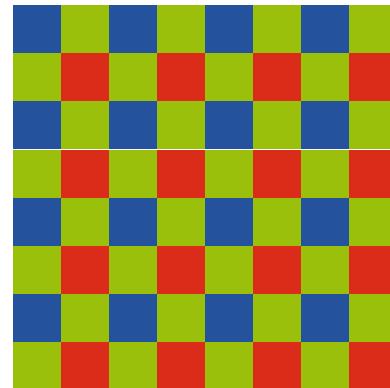
Puede decirse, en ese sentido, que la sumatoria de los colores rojo, verde

y azul se interpreta como crominancia y que esta, al interactuar con la luminancia, da como resultado la saturación del color (diagrama 3). Es a partir de este principio básico que las cámaras de video captan, procesan, almacenan y reproducen la sucesión de imágenes que componen una situación en movimiento, sea sobre soporte analógico o digital.

»Diagrama 2. Síntesis aditiva de color RGB.



»Diagrama 4. Mosaico de Bayer.



El sensor

Para percibir y registrar las imágenes, las cámaras de video digital proyectan la luz exterior a través del lente, sobre un sensor que interpreta la información lumínica y de longitud de onda. La función de este sensor es traducir la imagen óptica en señal eléctrica, variando su conductividad

en función de la intensidad de luz variable que incida en él para crear una versión de la imagen codificada eléctricamente. El sensor descompone la imagen en fragmentos que corresponden a millones de celdas fotosensibles, pequeños semiconductores de silicio que reaccionan al recibir fotones organizados en una cuadrícula. Las celdas registran y transmiten la información, y asignan en cada una de ellas un valor matemático en función de la intensidad de la luz y el color dominantes. La sumatoria de estos valores corresponde a un solo fragmento de la imagen: un pixel. Por lo tanto, un pixel es el resultado de la lectura combinada de luz y color que genera cada celda fotosensible del sensor, proceso con el que se formará cada punto del tramado de la imagen. El tamaño del sensor es lo que define principalmente las cualidades en resolución y calidad de video, y también establece la cantidad de cuadros por segundo que la cámara puede capturar.

Los sensores de imagen son monocromáticos por definición, es decir, que únicamente captan la información de luminancia del objeto sin la de color (blanco, negro y escala de grises). Por lo tanto, para que sea posible la captura de color, los sensores utilizan un sistema de mosaico de filtro de color.

El mosaico de filtro de color es un pequeño tramado de colores rojo, verde y azul, que reviste la superficie del sensor, cubriendo cada celda fotosensible; de este modo, cada pixel será solamente de un color de entre 256 a 1.024 matices resultantes de la interacción entre el RGB. En la actualidad, el mosaico de filtro de color más usado es el Mosaico de Bayer (diagrama 4).

Estándares de reproducción

La percepción de movimiento aparente es el fenómeno gracias al cual los seres humanos interpretamos una secuencia de imágenes estáticas, sucedidas una tras otra a una velocidad por lo general constante, como una única

imagen en movimiento. Este principio permitió el desarrollo del cine, que estableció una frecuencia de 24 cuadros por segundo, dando así una sensación de unidad y movimiento fluido. El video se vale de este mismo fenómeno; pero, debido a su naturaleza eléctrica-digital, debe descomponer cada imagen en un gran número de puntos que van desde el negro hasta el blanco más puro, pasando por toda la escala de grises, organizados en una serie de líneas horizontales en la pantalla que componen el cuadro. Actualmente, existen algunos estándares de codificación y reproducción de señal que determinan la cantidad de cuadros por segundo y líneas de resolución en el video.

PAL (*Phase Alternating Line*, línea de fase alternada) es el nombre que recibe el sistema de codificación más usado en el mundo. Hoy, la mayoría de países europeos, asiáticos y africanos, además de Australia y algunos países suramericanos, implementan este sistema. Cada video en este sistema es reproducido a una frecuencia de 25 cuadros por segundo y cada cuadro está constituido por 625 líneas.

NTSC (*National Television System Committee*, comisión nacional de sistemas de televisión) es el sistema usado principalmente en América y Japón. La frecuencia en que se reproducen los cuadros de video en este sistema es de 30 cuadros por segundo y cada cuadro está constituido por 525 líneas.

SECAM (*Séquentiel Couleur à Mémoire*, color secuencial con memoria) es el sistema de codificación de señal desarrollado y usado en Francia, Rusia y algunos lugares de África. Al igual que en el sistema PAL, el SECAM presenta videos a 25 cuadros por segundo, con 625 líneas por cuadro.

En principio, estos estándares de codificación y reproducción fueron diseñados para televisión; sin embargo, han derivado actualmente en todo tipo de formatos de grabación y reproductores como, por ejemplo, Internet.

ESCAÑO DE LÍNEAS. El escaneo de líneas, también llamado barrido o exploración de líneas, es el proceso mediante el cual el dispositivo de captura y reproducción, compone y recompone, respectivamente, la imagen. Lo hay de dos tipos, escaneo progresivo y entrelazado.

ESCAÑO ENTRELAZADO. Este sistema de captura y reproducción consiste en la codificación de cada cuadro de la imagen en dos semicuadros, con el mismo número de líneas, a los que se les denomina campo. El primer campo contiene todas las líneas de número impar y el segundo todas las líneas de número par, de tal forma que el resultado es una serie de semicuadros que alternan sus líneas, los cuales se reproducen uno tras otro generando un cuadro completo y la sensación de imagen en movimiento. Este tipo de escaneo permite tener un mayor número de imágenes por segundo, semicuadros, que hace más efectiva la sensación de movimiento aparente de la imagen. Es un sistema usado en todos los estándares de televisión NTSC, PAL y SECAM, y se clasifica con la letra "i", que también acompaña al número de líneas de resolución del video (480i, 720i, 1.080i).

ESCAÑO PROGRESIVO. Originalmente conocido como escaneo secuencial de líneas, el escaneo progresivo es un sistema de barrido que permite visualizar todas las líneas horizontales que componen la imagen digital en un solo momento, como si esta fuera un único cuadro, lo que lo hace muy próximo a la calidad cinematográfica. Se le clasifica con la letra "p", que acompaña generalmente al número de líneas de resolución del video (480p, 720p, 1.080p). Se caracteriza por tener una mayor calidad de imagen al brindar más información de cada cuadro y ser más eficiente en su compresión. Es susceptible de que se le reduzca el ruido con mayor facilidad, tiene una respuesta mínima a la sensación de parpadeo con velocidades de 24, 25 y 30 cuadros por segundo. Y es el sistema utilizado en la mayoría de formatos de video. Además, disminuye el cansancio visual.

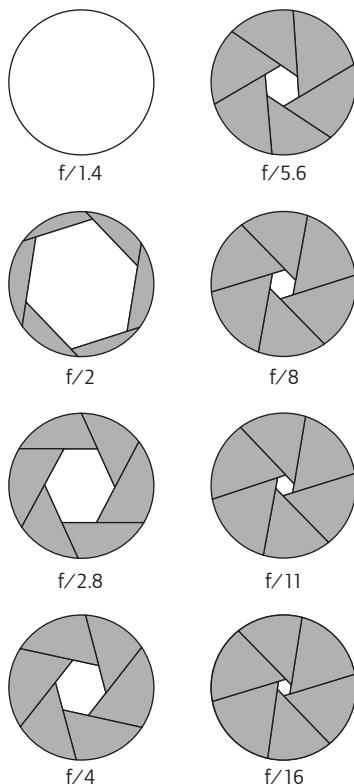
La resolución

La resolución de una imagen es la medida que indica cuánto detalle puede capturar y reproducir una cámara o una pantalla. A mayor resolución tendremos una imagen con más detalle y definición. Esta información está dada en píxeles por línea. En el caso del video, por ejemplo, el valor 720 x 480 nos indica que el cuadro tiene 480 líneas y que cada una de ellas contiene 720 píxeles. Adicionalmente, hay otros indicadores que permiten identificar la resolución a la que trabajan los dispositivos, en este caso, las siglas SD (*Standard Definition*, definición estándar) y HD (*High Definition*, alta definición).

RESOLUCIONES PAL, SECAM Y NTSC (SD). Cuando el video análogo se digitaliza, la cantidad de píxeles está dada en función del número de líneas de televisión disponibles para ser digitalizadas. En el estándar de televisión PAL y SECAM, el tamaño máximo de la imagen, su resolución, es de 720 x 576 píxeles. En el sistema NTSC es de 720 x 480 píxeles. No obstante, para la transmisión y reproducción en estos sistemas de televisión, el video es sometido habitualmente a un proceso de compresión y compatibilización, con lo que se busca mejorar el flujo de la señal en un ancho de banda determinado, de manera que permita un manejo homogéneo de la señal de video. Las resoluciones más utilizadas están estandarizadas bajo un formato de compresión CF1 (*Common Intermediate Format*, formato intermedio común) que dan como resultado valores específicos para cada sistema. En el caso PAL y SECAM 704 x 576 píxeles, y en NTSC 704 x 480 píxeles.

RESOLUCIÓN HDV. Actualmente, el HDV (*High Definition Video*, video de alta definición) es uno de los formatos de video más usados profesionalmente, por sus características técnicas de alta definición. Su resolución está totalmente determinada por el tipo de escaneo de líneas; por lo tanto, en el caso de un video entrelazado se puede tener una resolución máxima de 1.920 x 1.080i píxeles, y en el caso de un escaneo progresivo de 1.080p x 720p píxeles.

»Foto 5. Diafragma.



Esto se debe a que la información HDV es almacenada tradicionalmente en cintas DV (*Digital Video*, video digital) que tienen un ancho de banda diseñado originalmente para formatos SD.

RESOLUCIÓN FULL HD. Es la máxima resolución utilizada actualmente para captura y transmisión de video de gama semiprofesional y casera. El Full HD tiene por definición 1.920 x 1.080p píxeles, lo que equivale a 2.073.600 puntos de definición, reproducidos de manera progresiva a todo tipo de frecuencia (24, 25 o 30 cuadros por segundo).

RELACIÓN DE ASPECTO DE LA IMAGEN. La relación de aspecto de la imagen es la proporción existente entre la altura y la anchura de la imagen en la captura y posterior proyección. La proporción estándar para televisión hasta hace unos años fue 4:3; pero, con el tiempo ha sido reemplazada por la relación 16:9. La compatibilidad entre estas dos proporciones, no obstante, es posible, con viñetas.

Diafragma

Las condiciones de iluminación y luz de un lugar son uno de los factores determinantes en el rendimiento de toda cámara de video y, a la vez, una limitante. Tal como el ojo humano, las cámaras también requieren un sistema que les permita controlar la cantidad de luz que incide en la imagen. El mecanismo encargado de regular esta incidencia recibe el nombre de diafragma o iris. El diafragma, que es ajustable, controla la apertura del lente al abrirse y cerrarse según las condiciones de luz a las que se enfrenta la cámara. La manera en que se marca la amplitud de los diferentes grados de apertura del diafragma es con la notación *f*, acompañada siempre de algún valor. Estos valores corresponden a una relación matemática entre el grado de apertura y la distancia focal del lente: a mayor apertura, menor número *f* (diafragma 5).

PROFUNDIDAD DE CAMPO. La abertura del diafragma en los lentes, además de controlar la entrada de luz, afecta directamente la capacidad de este de enfocar a una longitud focal determinada con un rango de foco determinado.

En cualquier imagen, siempre habrá una zona delante y detrás del punto principal de enfoque, que también resulta enfocada, nítida. Este rango de foco en la imagen recibe el nombre de profundidad de campo. La profundidad de esta área enfocada será mayor con un diafragma muy cerrado, 22*f* por ejemplo, mientras que con un diafragma muy abierto, 1.2*f*, la profundidad de campo será extremadamente pequeña.

La profundidad de campo es inversamente proporcional a la abertura de diafragma, por lo tanto, una abertura de diafragma muy abierta dará como resultado una imagen con una profundidad de campo muy corta y un foco muy difícil de controlar. Por esta razón, siempre será recomendable, en el caso de usar diafragmas pequeños, mantener un foco puntual y una cámara sin movimientos o, en su defecto, incrementar la cantidad de luz del cuadro para poder cerrar el diafragma y darle un rango más grande al enfoque.

La profundidad de campo también puede modificarse cambiando la distancia focal del lente. Un lente con una distancia focal grande, como los teleobjetivos, tiene un rango de enfoque menor que los lentes gran angulares, los que pueden capturar imágenes enfocadas en casi toda su totalidad.

En resumen, la profundidad de campo se establece en función de la abertura de diafragma y la distancia focal del lente; reducirla o ampliarla servirá en muchas ocasiones para guiar la mirada del espectador, concentrar la atención en un punto específico o, en el caso contrario, dar un rango largo de visión, lo que sirve principalmente para seguimientos y captura en movimiento.

Se denominan lentes rápidos a aquellos que tienen un alto grado de apertura de diafragma (y un número f muy bajo), ya que pueden absorber una mayor cantidad de luz en el mismo tiempo que otro lente más lento absorbe menos. Por ejemplo, en condiciones de luz baja, una apertura de $1.2f$ puede ser la más apropiada para obtener información, mientras que en condiciones de luz plena y dura, como la del sol de mediodía, será necesario un diafragma cerrado como $22f$, para reducir la cantidad de luz que incide en el sensor de la cámara.

Luz. Enfrentarse a diferentes tipos de luz es una de las cualidades del ojo humano, el cual se adapta con naturalidad a la luz más intensa de un día soleado, hasta la penumbra de una habitación iluminada por una vela. No

obstante, a diferencia del ojo, las cámaras de video necesitan algunas condiciones mínimas para poder hacer una captura óptima de imágenes. Aunque en condiciones extremas pueden realizar algún tipo de registro, es muy probable que el material se vea forzado, generando ruido, un fenómeno electrónico que se manifiesta en la imagen en forma de puntos de colores que se mueven en la imagen de manera aleatoria, correspondientes a píxeles del sensor, y poca definición de color.

Idealmente, para que el rendimiento de la cámara sea el mejor, se busca un punto medio de luz que promedie las zonas de luz más altas con las más bajas. Este tipo de medición se hace con un dispositivo externo o incorporado a la cámara que recibe el nombre de exposímetro.

De acuerdo a las lecturas de luz incidente en el sensor que se hagan con él, el diafragma se abrirá o cerrará buscando una imagen rica en color, nitidez, brillo y contraste. No obstante, por debajo de cierto nivel de luminosidad, con un diafragma totalmente abierto, algunas cámaras amplifican eléctricamente la señal de video para tener más información a costa de la calidad de la imagen, lo que recibe el nombre de ganancia.

RANGO DINÁMICO. Este concepto alude a la relación que existe entre el nivel de luminosidad que el sensor puede medir antes de sobreexponerse, donde el blanco es más puro y no hay información cromática, y el mínimo nivel de captura antes de subexponerse, donde el negro se hace más profundo y no hay registro de color o saturación alguna. Este rango determina la información que se tiene de una imagen total y todo lo que esté fuera de él se percibirá por la cámara como negro o blanco absoluto. Este rango depende directamente del tamaño real del sensor y sus celdas fotosensibles.

CONTRASTE. El contraste se entiende como la diferencia de intensidad entre un segmento de imagen y su contorno. Así, al colocar una imagen con brillo constante sobre otra

más grande con el mismo brillo, una se perderá en la otra pues su contraste será nulo; mientras que, al incrementar la diferencia de brillo entre las dos, crecerá el umbral de contraste y la diferencia entre ambas imágenes.

En cuanto a iluminación se refiere, encontramos varios tipos de contrastes y usos. Por ejemplo, una imagen muy contrastada resultará expresiva y dramática, pero también inconveniente porque se perderá mucha información en cuadro, ya que el umbral de luz se situará entre los extremos del rango dinámico. Por esta razón, siempre es aconsejable una iluminación promedio que admita toda la información posible de la imagen, lo que permitirá, posteriormente, manipular el material y dar el contraste deseado en edición preservando la captura en las mejores condiciones. Para este fin, se recomienda hacer una lectura promedio de la luz, midiendo con la cámara el punto de luz más oscuro del cuadro y el más brillante, para luego situar el diafragma entre los dos valores arrojados por la lectura. Este tipo de medición recibe el nombre de medición por zonas.

La temperatura de color

Como se ha planteado anteriormente, el ojo humano tiene un alto grado de adaptabilidad en condiciones de luz extremas; sin embargo, esta adaptación no responde exclusivamente a

las condiciones de intensidad de la luz, sino también a las de color. Aún bajo la luz de una vela o una fogata, el ojo humano puede distinguir el color de una fruta verde o púrpura, o identificar el color de ojos de una persona. En el caso contrario, bajo una luz totalmente azul de un día opaco y nublado, el ojo sigue viendo las paredes blancas como tal, aunque la luz que reflejen en realidad sea azul. Frente a este fenómeno las cámaras

se encuentran en un lugar totalmente opuesto. Puede decirse que técnicamente son más precisas, pero menos flexibles. Razón por la cual es necesaria una corrección de color, balance de blancos, que le permita percibir el color de la manera más natural y neutra. A ese color, que por lo general está situado dentro de un espectro que va del rojo al azul, se le puede asignar una temperatura de color específica en grados Kelvin (diagrama 6).

»Diagrama 6. Escala temperatura de color.

Interior (3200k) Balance de color	Exterior (5500k) Balance de color	Temperatura (kelvin)	Fuente de luz
		1700 - 1800 K	Cerilla encendida
		1850 - 1930 K	Luz de vela
		2000 - 3000 K	Amanecer o atardecer
		2500 - 2900 K	Bombillas de tungsteno para el hogar
		3000 K	Lámpara de tungsteno 500W - 1Kw
		3200 - 3500 K	Luces de cuarzo
		3200 - 7500 K	Luces fluorescentes
		3275 K	Lámpara de tungsteno 2Kw
		3380 K	Lámpara de tungsteno 5Kw y 10Kw
		5000 - 5400 K	Sol de medio día (directo)
		5500 - 6500 K	Luz día (sol + cielo)
		5500 - 6500 K	Sol entre nubes (niebla)
		6000 - 7500 K	Cielo nublado
		6500 K	Monitor RGB (pantalla blanca)
		7000 - 8000 K	Zonas de sombra exteriores
		8000 - 10000 K	Cielo parcialmente nublado

La temperatura de color de la luz día en exteriores varía en relación con la hora, el clima, la geografía, la altura y la posición del sujeto. El valor en grados Kelvin que recibe en promedio la luz ambiente al mediodía, por ejemplo, es de 5.600 K; al alba, alrededor de 2.000 K que revelan tonos rojizos; mientras que la luz azul en un lugar cubierto por nieve y nublado, en sombra, puede llegar a 14.000 K. Este cambio de color en la luz emitida por el sol es el resultado de la incidencia de esta en la atmosfera, su longitud de onda cambiará según el grado de refracción, abierto o cerrado. Las fuentes de luz artificiales (tungsteno), por ejemplo, han sido diseñadas para tener una temperatura de color de 3.200 K.

De acuerdo a lo anterior, se hace necesaria una corrección de color. En las cámaras de video es posible un ajuste electrónico que ayuda a corregir este problema: el balance de blancos, el cual se encarga de nivelar el color según se requiera, si se trata de luz natural día o tungsteno, aunque también permite la corrección de luz fluorescente.

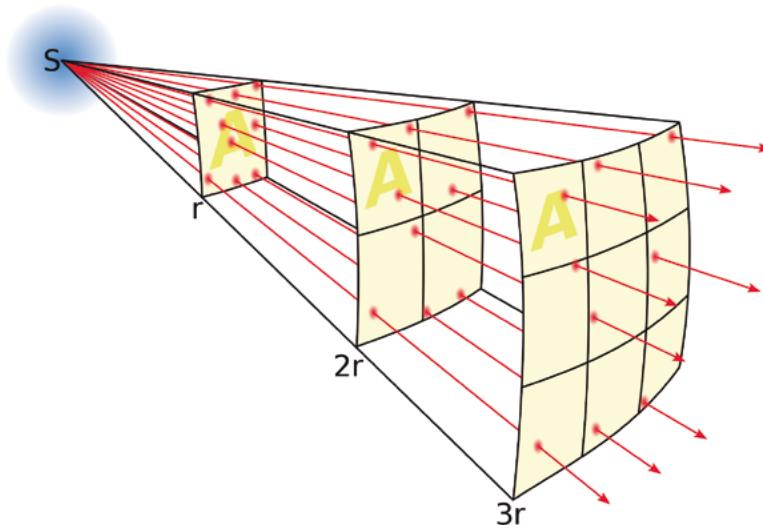
Algunas cámaras de video tienen la opción de hacer un balance de color personalizado, que se usa generalmente cuando hay dos o más fuentes de luz; varias temperaturas de color, para ser más exactos. En este caso se debe buscar una superficie blanca que esté bañada por todas las luces,

componer el cuadro con ella y desenfocarla para dar una imagen difusa y pareja, aplicar la opción de balance blancos e instantáneamente la cámara hará la lectura de la luz y fijará el balance justo para estas condiciones de temperatura de color mixta.

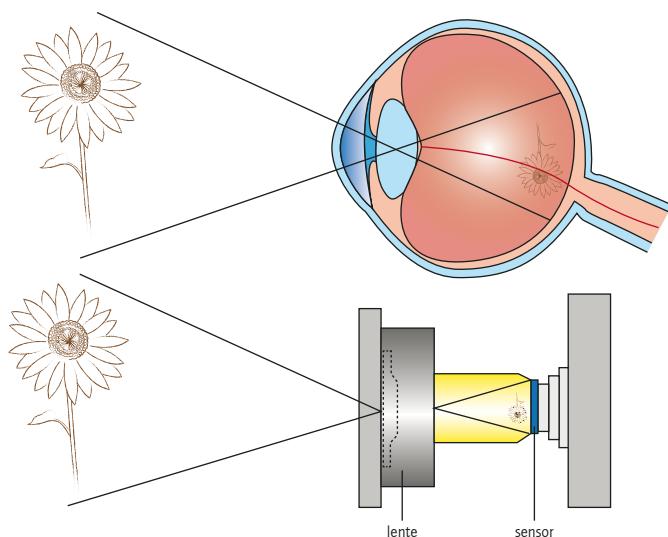
LEY INVERSA DE LOS CUADRADOS. La cantidad de luz está dada en función de la potencia de la fuente y la distancia a la que se encuentre del objeto de captura. La relación entre estos dos elementos es inversamente proporcional, lo que quiere decir que al duplicar la distancia entre la fuente de luz y el sujeto, la potencia de la luz equivaldrá a un cuarto de la iluminación inicial. Esta relación, entre distancia y potencia, es más conocida como la ley de la inversa de los cuadrados (diagrama 7). Es de suma importancia considerar esta ley, sobre todo al realizar grabaciones en interiores con fuentes artificiales de luz.

LA ÓPTICA. Al abrir los ojos tenemos la primera –y más cercana– experiencia con un lente. Este percibe y enfoca los rayos de luz para generar una imagen invertida en la retina, tal como con una lupa, se enfoca un haz de luz sobre una hoja de papel. Del mismo modo, los lentes de video –también llamados objetivos– perciben la imagen, la enfocan y generan otra igual invertida sobre el sensor, imagen que posteriormente será interpretada para crear una imagen visible en una pantalla (diagrama 8).

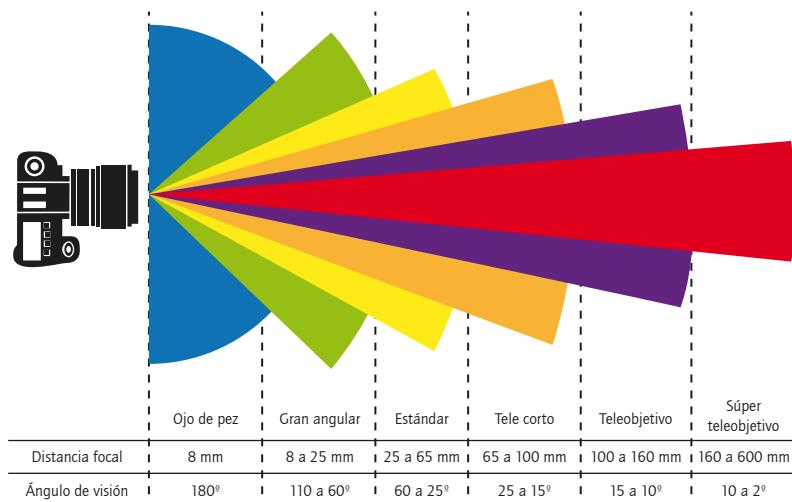
»Diagrama 7. Ley inversa de los cuadrados. Imagen tomada de la página web de wikipedia.



»Diagrama 8. El ojo y el lente.



»Diagrama 9. Distancias focales y sus respectivos ángulos de visión.



LENES PRIMARIOS. Los lentes primarios se clasifican por el tipo de longitud focal de cada objetivo. Dentro de esta clasificación encontramos tres grupos importantes: el lente normal, de 50 mm; los lentes gran angular, que tiene una longitud focal por debajo del normal; y los teleobjetivos, que tienen una distancia focal por encima del normal.

La distancia que existe entre el lente y el sensor, donde se proyecta finalmente la imagen, recibe el nombre de distancia focal del lente y se mide en milímetros. Al variar la distancia focal, también lo hace la capacidad de aumento del lente y el tamaño de la imagen en el plano focal. El ángulo de visión y la distancia focal de un lente son inversamente proporcionales, por lo tanto, a una distancia focal grande, el ángulo de visión se reducirá sustancialmente y viceversa (diagrama 9). Por ejemplo, un lente con una distancia focal de 100 mm, teleobjetivo, nos permite tener una imagen mucho más grande, más cercana, a costa de un ángulo de visión estrecho y limitado. Caso contrario el de un lente con una distancia focal corta 25 mm, gran angular, la cual tiene un ángulo de visión mucho más grande, pero con un sujeto que resulta distante en la captura. Este tipo de lentes fijos reciben el nombre de lentes primarios. No obstante, hay otro tipo de lentes con distancia focal variable que reciben el nombre de lentes zoom.

Es importante recordar que todas las distancias focales tienen una incidencia directa en la sensación de cercanía con el sujeto, en el tamaño de la imagen y la perspectiva de la misma.

LENTE NORMAL. Un objetivo normal, de distancia focal 50 mm en promedio, técnicamente tiene un ángulo de visión muy cercano al del ojo humano, razón por la que recibe su nombre. Es un lente ideal porque su distancia focal es intermedia, por lo tanto, ofrece una profundidad de campo intermedia también. Adicionalmente, da una sensación de naturalidad en la imagen ya que no hay deformaciones en las líneas de perspectiva, a diferencia de los lentes gran angulares. Este tipo de lentes generalmente son rápidos, pueden encontrarse desde diafragmas 2.8f hasta 1.2f.

GRAN ANGULAR. Este tipo de objetivo se caracteriza por tener distancias focales inferiores a las de un objetivo normal. Por lo tanto, ofrece ángulos de visión mucho más grandes que oscilan entre 60° y 180°.

Se caracteriza por tener una profundidad de campo muy vasta, lo que lo hace especialmente útil y recomendable a la hora de realizar planos en los que necesitamos nitidez en las situaciones que suceden tanto lejos como cerca de cámara. Es ideal también para el registro de imágenes en lugares pequeños, ya que permitirá abarcar un área mucho mayor del espacio a una distancia

reducida; sin embargo, es importante saber que este tipo de lentes genera deformaciones en las líneas de perspectiva; a mayor distancia focal mayor distorsión en cuadro. Generalmente, las distancias focales de este tipo de lentes varían entre 18 mm a 35 mm. Son lentes semirápidos y suelen encontrarse regularmente con diafragmas 2.8f.

TELEOBJETIVO. Este tipo de lentes se caracteriza por tener una distancia focal considerablemente mayor a la normal, lo que representa también una reducción significativa del ángulo de visión. La cualidad más evidente de un teleobjetivo es la de acercar los objetos de captura sin provocar ningún tipo de deformación en la perspectiva, a diferencia de los lentes gran angulares.

Son lentes que por su naturaleza generan una sensación plana en la imagen, quitándole tridimensionalidad al cuadro, lo que se traduce en una sensación donde todos los objetos parecen estar a la misma distancia, a lo que debe sumarse una profundidad de campo muy reducida producto de esta distancia focal grande. Hay que tener en cuenta que al usar este tipo de óptica la sensación de movimiento y vibración se hace más aguda, por lo que siempre se recomienda trabajar con la ayuda de un trípode. Son lentes, además, poco luminosos, de diafragmas cerrados, por esta razón se debe tener precaución y buscar las condiciones de luz más apropiadas.

«La distancia que existe entre el lente y el sensor, donde se proyecta finalmente la imagen, recibe el nombre de distancia focal del lente y se mide en milímetros».

Zoom. Los lentes zoom son objetivos con la capacidad de cambiar su longitud focal y, por lo tanto, son de ángulo de visión variable. Están contruidos con una serie de lentillas que se distribuyen en tres grupos: un grupo de lentes primarios ubicados en el fondo del lente que no se mueven; otro grupo de lentillas centrales que se desplazan hacia adelante y hacia atrás para cambiar la distancia focal del lente y un último grupo, que es el encargado de ajustar el enfoque.

El foco. La luz que atraviesa el lente para ser proyectada sobre el sensor y reproducir una imagen, se genera usualmente muy lejos o muy cerca del plano focal sobre el sensor, es por esta razón que se ve borrosa, desenfocada. Esta condición de la imagen puede corregirse gracias al foco: por lo general una lentilla en la parte delantera del objetivo, con el que se determina la distancia justa en el plano focal para que la imagen se vea nítida. El foco usualmente puede manipularse desde la cámara eléctrica y manualmente. No obstante, siempre será mejor el manejo manual del foco, lo que permite un control total sobre la imagen y los puntos de interés en ella.

Usando lentes gran angulares, los problemas de foco son pocos porque la distancia focal es corta y esto le da una mayor profundidad de campo, un rango más largo de enfoque, mientras que usando lentes teleobjetivos, que tienen una distancia focal larga y una profundidad de campo pequeña, el foco debe hacerse con mucha más precisión y rigor. Siempre, antes de empezar la captura de imágenes, debe revisarse el foco y determinar si va a variar o no y fijarlo.

LA ILUMINACIÓN

Entender la iluminación, su utilidad y manejo hace parte del conocimiento básico y necesario con el que debe contar todo el que esté interesado en la dirección de

fotografía. La iluminación puede definirse como la serie de operaciones con las que se da luz o se incrementa el nivel de brillo, sea de un sujeto o un espacio, respectivamente. En este sentido, las características particulares del espacio y el sujeto a registrar (tamaño, textura, color) resultan determinantes, pues nos indican si es necesario un equipo más o menos complejo: desde bombillas de mayor potencia, apliques, reflectores, hasta luces profesionales, teniendo en cuenta que a pesar de contar con fuentes de luz en casa, con algunas excepciones como las bombillas de alta potencia, estas no ofrecen todo lo que se demanda para el registro aceptable de la escena de interés, sea por la calidad de la luz o por su disposición. En cualquier caso, se debe recordar que todas las cámaras de video responden a ciertas condiciones lumínicas específicas, algunas con más sensibilidad que otras; por lo tanto, siempre se debe analizar, prever y resolver de la manera que resulte más apropiada.

Es importante entender que la luz en si misma tiene la cualidad de ser dura o suave de acuerdo a la naturaleza de la fuente que la emite, esta característica recibe el nombre de calidad de luz. Una fuente con calidad de luz dura es aquella emite una luz que genera sombras marcadas y con bordes bien definidos, por lo general usada para generar altos contrastes. Una fuente con calidad de luz suave o difusa es aquella que genera sombras poco definidas y con bordes difusos, en este caso el contraste es bajo, por lo que se usa generalmente en esquemas de iluminación naturalistas.

Luz rebotada

Las lámparas que producen luz dura pueden adaptarse para que generen un haz mucho más suave y amplio, que equivaldrá a una iluminación menos contrastada y más delicada. Para conseguir este tipo de luz pueden emplearse dos procedimientos sencillos y efectivos que tienen como principio no iluminar directamente con la fuente de luz.

La luz rebotada es el resultado de colocar la fuente de luz en dirección opuesta al sujeto de la captura y proyectarla sobre una superficie reflectora, puede ser una pared o el techo del lugar. No obstante, debe tenerse en cuenta el color de estas superficies pues este puede impregnar la luz, por eso es recomendable que sean blancas. Usualmente se usa una lámina de icopor del tamaño que sea necesario para proyectar la luz, pues es un material liviano y de fácil manipulación (diagrama 10).

Luz difusa

Este tipo de luz es suave y es el resultado de filtrar la luz de la fuente emisora con materiales semitransparentes (diagrama 11). Tanto más lejos esté la fuente, más difusa será la luz. En estos casos, es posible emplear papel calcante o pergamino, con los que se puede extender la luz y suavizar cualquier tipo de sombra que se proyecte en cuadro.

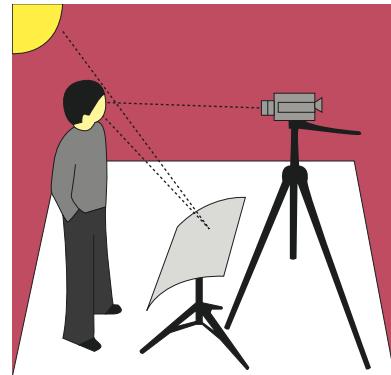
Iluminación exterior

La luz del día es una fuente con la que cuentan constantemente los espacios exteriores. Entender que es una luz variable en su intensidad y dureza, inestable en ocasiones y con diferentes temperaturas de color dependiendo la hora del día, será de suma importancia siempre que sea necesario grabar con ella.

Todas las cámaras de video tienen una respuesta a la luz que obedece a un rango de brillo y color. Cada dispositivo establece qué grado de tolerancia tiene a cierto nivel de luz alto o bajo y esto determina sus límites de contraste particulares.

En condiciones de luz donde el objeto de la captura tiene zonas muy iluminadas y otras con oscuridad profunda, tendremos una imagen de alto contraste. Exponer para este tipo de iluminación resulta complicado, pues si se ajusta la cámara para las zonas más iluminadas puede producirse una imagen con sombras profundas y empastadas; en el caso contrario, si se ajusta la cámara para las zonas de sombra, obtendremos una imagen con luces sobreexpuestas y saturadas. Ahora bien, puede presentarse una situación de bajo contraste también, donde la relación entre luz y sombra es muy estrecha y la imagen captada resulta plana e inexpresiva. Cualquiera que sea el caso, se debe buscar una manera apropiada de compensar el contraste, bien sea para reducir la relación brillo y sombra o hacerla más grande.

»Diagrama 10. Luz del sol rebotada en icopor.



»Diagrama 11. Luz filtrada con un marco de papel pergamino.



«Siempre se recomienda revisar previamente el reporte meteorológico para el día en el que se desea llevar a cabo la grabación, pues en un mismo día, en el lapso de una hora, pueden presentarse todo tipo de situaciones lumínicas [...]».

Para compensar un alto contraste puede usarse una luz difusa con filtro azul que aclare las zonas de luz baja, las sombras o utilizar una gran pantalla de tul, gasa o seda blanca, entre el sol y el sujeto a capturar, la cual filtrará la luz haciéndola más suave. En caso de bajo contraste puede incrementarse la relación luz y sombra reforzando la fuente de luz principal con focos de luz filtrados con gelatina azul (CTB) muy puntuales.

Sin embargo, este tipo de correcciones del contraste están sujetas a los cambios de luz y al tipo de día que se presente. Siempre se recomienda revisar previamente el reporte meteorológico para el día en el que se desea llevar a cabo la grabación, pues en un mismo día, en el lapso de una

hora, pueden presentarse todo tipo de situaciones lumínicas, lo que estropeará por completo la continuidad del registro. De ser así, es aconsejable esperar otro día.

Iluminación interior

La iluminación en interiores representa un desafío. Un espacio convencional emplea focos de luz que generarán a su alrededor la intensidad necesaria para hacer un registro aceptable, luz a la que el ojo humano se adapta con facilidad; sin embargo, los espacios en medio, alejados de las pequeñas fuentes de luz, por lo general, tenderán a ser oscuros —si no totalmente negros— en una cámara de video, que es menos sensible (diagrama 12).

Para incrementar el nivel de luz dentro de un espacio interior doméstico se puede empezar por cambiar las bombillas de cada lámpara por otras de mayor potencia. En el mercado pueden encontrarse bombillas hasta de 200 W. Luego, buscar las zonas de luz más baja y tratar de rellenarlas con un poco de luz difusa producida por otra lámpara, puede ser desde detrás de la cámara, preferiblemente, rebotada en las paredes o techo, apoyando a las otras fuentes de luz. No obstante, no debe olvidarse que estos focos de luz aparecerán en cuadro y, generalmente, se ven sobreexpuestos, saturados, por lo que se recomienda mantenerlos fuera del encuadre.

»Diagrama 12.
Iluminación interior.





»Fotos 1, 2 y 3. Fotos con luz dura (1), luz difusa (2) y luz rebotada (3). Fotografías de Andrés Arizmendy.

ESQUEMAS DE ILUMINACIÓN

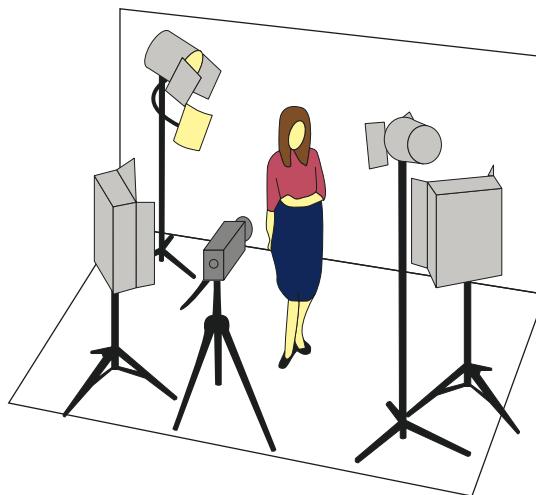
La compleja tarea de iluminar requiere de mucha preparación y creatividad, por eso debe considerarse como el resultado de un trabajo de reflexión y síntesis. El control total de la luz debe asumirse como propio. Colocar una fuente de luz implica modificar su altura, ángulo, dirección, intensidad y difusión, tarea que no es fácil y debe hacerse de manera consciente y precisa, pues cada una de estas variables afectará la calidad y percepción del registro de video, así como el grado de expresión del mismo. Una luz puede generar todo tipo de sensaciones y énfasis, puede enmarcar a un personaje o mantener oculto un fragmento de la imagen. Sea una iluminación naturalista o expresiva siempre debe planearse, pues de ella depende que el espectador reciba toda la información que deseamos presentar de la manera más precisa y adecuada, en el lugar más indicado.

Existen algunos principios básicos que se usan generalmente para planear la iluminación de una situación, los cuales pueden representarse a partir de la iluminación de un rostro, de un retrato.

Esquema de iluminación básico

Iluminar un rostro es un punto de partida para entender cómo iluminar temas más complejos, pues representa el elemento básico en el registro de video que, por lo general, concentra nuestro mayor interés. Siempre se busca resaltar las características más sobresalientes de un rostro sin alterar mucho su anatomía cuando se ilumina. El esquema básico de iluminación por excelencia es el triangular, que consiste en emplear una luz principal (*Key light*); una luz de relleno, de potencia más baja (*Fill light*), y una posterior (*Back light*). No obstante, a pesar de existir este

»Diagrama 13. Esquema de iluminación básico.



sistema, siempre podrá variarse dependiendo de las condiciones y necesidades de la escena, así como de la intención que se busque dar con la luz (diagrama 13).

Se deben tener en cuenta dos variables a la hora de colocar una luz. La primera es la calidad de la luz, es decir, la dureza o suavidad con que se emite el haz de luz. La segunda es la dirección, determinante para marcar las sombras.

Dirección de la luz

La dirección de la luz tiene un efecto evidente en la forma y apariencia en la que se percibe una cara (diagrama 14). Basta con colocar una luz desde diferentes posiciones para notar su incidencia en la forma que adquiere el rostro, además del grado variable de modelado y calidad del detalle. Sin embargo, ninguna de estas luces, en alguna de estas posiciones, por sí sola bastará para obtener un resultado óptimo a la hora de grabar.

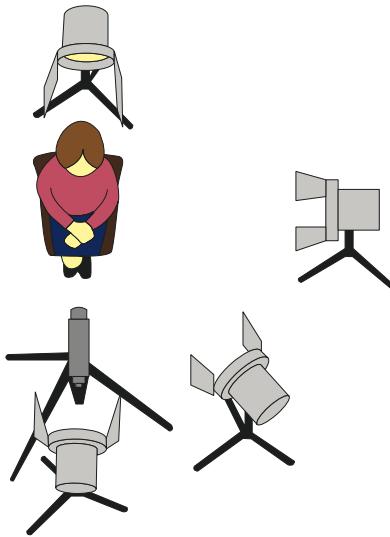
»Foto 4. Esquema de iluminación básico para un rostro. Fotografía de Andrés Arizmendy.



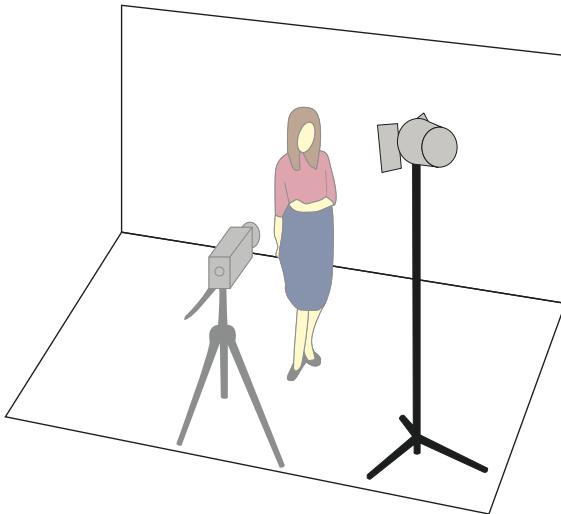
»Fotos 5-10. Efectos de iluminación sobre un rostro al variar las posiciones de las luces. Fotografías de Andrés Arizmendy.



»Diagrama 14. Dirección de la luz.



»Diagrama 15. La luz principal.



La luz principal (*Key light*)

La posición de la luz principal, que es la base de toda iluminación artificial, determina la posición de las otras luces, por eso debe ser la que se coloque primero. Es la fuente con mayor emisión de luz, pues es la encargada de modelar el rostro, por lo tanto, determina en gran medida la exposición general del cuadro. Es aconsejable colocar la luz a la altura de la línea de los ojos, o tan cerca como sea posible de lo contrario pueden producirse sombras con la nariz que resultan inconvenientes (diagrama 15).

Si la fuente está muy baja (contrapicada) se producirán sombras exageradas que deformarán cejas, pómulos y barbilla, modelando un rostro de manera poco natural. En el caso contrario, si la fuente está demasiado alta (picada), los ojos se verán ensombrecidos por las cejas y todas las facciones tenderán a alargarse. La posición más recomendable para casi todo tipo de rostro se encuentra, aproximadamente, en un ángulo de 40° por encima de la línea de los ojos. Posición en la que se produce una sensación de naturalidad y se consigue un equilibrio justo entre las zonas iluminadas y con sombra de la cara.

El ángulo horizontal al que se aconseja colocar la luz principal oscila entre los 20° y 25° , a cualquier lado de la línea de los ojos del sujeto retratado.

Cuando se ha escogido la dirección de esta luz se deben ajustar su potencia y calidad, qué tan suave o dura se requiere. Si se decide reducir la intensidad de la luz, puede empezarse por alejar la fuente del sujeto, pero se debe recordar que a una mayor distancia del sujeto, el ángulo por encima de los ojos varía, así que es necesario dar más altura a la lámpara para hacerlo constante.

La luz principal suele ser un foco variable en posición *flood*, posición que da un ángulo de emisión mayor. Puede usarse con difusor o sin él, según lo requiera la situación.

»Fotos 11 y 12. Luz principal sobre el rostro. Fotografías de Andrés Arizmendy.

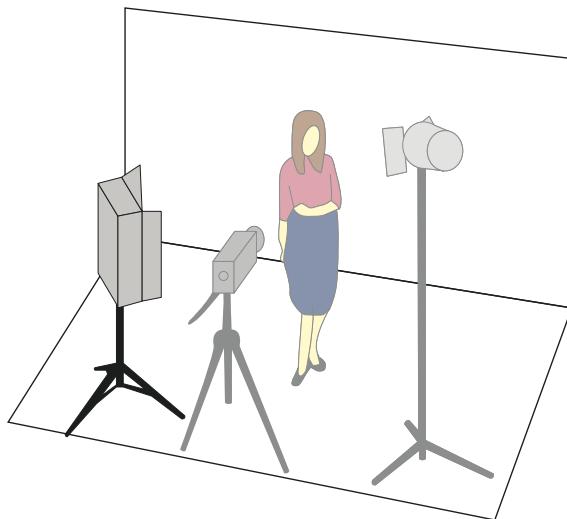


La luz de relleno (*Fill light*)

Esta luz se usa principalmente para subir el nivel de luz en las zonas del rostro donde se presenten sombras muy marcadas, duras. Debe tener una intensidad lo suficientemente fuerte como para eliminar estas sombras, pero no tanto como para alcanzar el nivel de la luz principal (diagrama 16).

La relación de intensidad entre la luz principal y la de relleno recibe el nombre de *ratio*; este determina el grado de contraste de la imagen y, del mismo modo, la expresividad del cuadro. Se recomienda usar una luz suave y difusa para el relleno, dispuesta al lado opuesto de la luz principal; no obstante, si la línea de los ojos del personaje está demasiado ladeada, se debe colocar la luz en un punto entre el arco generado por el espacio de la cámara y la luz principal. Se puede revisar la relación entre estas dos luces, apagando y preniendo cada una por separado, de manera que sea evidente el efecto de la una sobre la otra.

»Diagrama 16. La luz de relleno.



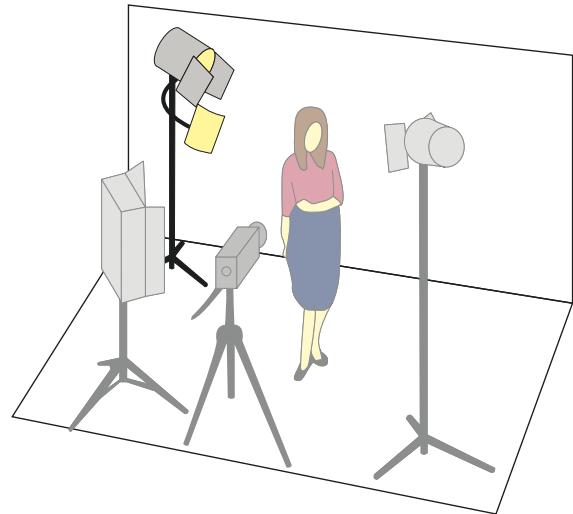
»Fotos 13 y 14. Luz de relleno sobre el rostro. Fotografías de Andrés Arizmendy.



Luz posterior (*Back light*)

Resuelta la posición de la luz principal y la de relleno, se debe resolver la de la luz posterior, para esto, se deben apagar todas las lámparas. Esta fuente de luz suele ser un foco puntual en posición *spot*. También se le llama luz de separación, pues su objetivo principal es darle contorno al sujeto y apartar su figura, todo lo que se requiera, del fondo y de este modo darle volumen y forma. Se aconseja colocar esta luz justo a un lado de la línea de visión en un trípode en su altura máxima, a un ángulo de 50° de la cabeza del sujeto (diagrama 17). Adicionalmente, se recomienda agregar una bandera de tela negra o cartulina que evite que el haz de luz producido por esta fuente incida directamente en el lente de la cámara, pues se pueden producir reflejos no deseados.

»Diagrama 17. La luz posterior.



»Foto 15. Luz posterior sobre el rostro.
Fotografías de Andrés Arizmendy.



»Foto 16. Luz de fondo sobre el rostro.
Fotografías de Andrés Arizmendy.



Luz de fondo (*Background light*)

Si el sujeto está iluminado contra un fondo oscuro u otro claro con sombras confusas no deseadas, es momento de colocar una cuarta fuente de luz para controlar la iluminación del fondo. La dirección de esta luz debe ser la misma que la de la luz principal, buscando eliminar o rellenar las sombras, lo que dará una sensación de profundidad más aguda. La intensidad de esta luz debe estar en perfecto equilibrio y armonía en relación con todo el esquema anterior, porque podría estropear toda la composición (diagrama 18).

COMPOSICIÓN

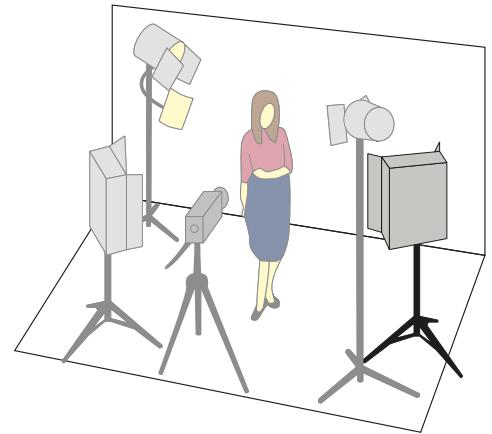
La composición es la manera en que se organizan los elementos de la imagen haciendo una selección de lo que se quiere, o no, incluir dentro del encuadre de la cámara. Una composición agradable o armoniosa busca el equilibrio entre la perspectiva, la forma y el tamaño dentro de la imagen. La selección del punto de vista y la angulación de la cámara son determinantes en el tipo de composición que puede lograrse. Existen una serie de principios o reglas que son una guía importante para obtener los resultados deseados.

Regla de los tercios

Consiste en dividir el espacio captado por la cámara en tres partes iguales horizontal y verticalmente; de esta manera, con las líneas imaginarias que dividen el espacio se obtienen los puntos de intersección que, a su vez, definen unas zonas de especial fuerza donde se deben distribuir los elementos que componen la escena. Algunas cámaras ofrecen la posibilidad de ver una malla en la pantalla para orientarse mejor respecto a los tercios.

Lo ideal es que ningún personaje se sitúe completamente en el centro del cuadro, sino que siempre se mantenga hacia el lado izquierdo o derecho según corresponda. En el caso de las entrevistas, es recomendable que exista un espacio suficiente para que la persona tenga la libertad de movimiento al hablar sin que se salga del encuadre. Cuando se realizan primeros planos de una persona es preferible que los ojos queden sobre el primer tercio del cuadro.

»Diagrama 18. La luz de fondo.



« Una composición agradable o armoniosa busca el equilibrio entre la perspectiva, la forma y el tamaño dentro de la imagen».

Regla de la mirada

Cuando los personajes realizan un desplazamiento o están mirando en una dirección determinada se aconseja dejar bastante espacio o aire por delante de este, por la zona hacia donde se desplaza o mira. Si los personajes van caminando, hay que asegurarse que en el cambio de plano el desplazamiento conserve la misma dirección del anterior para no confundir la ubicación espacial que tiene en mente el espectador. Si dos personas se encuentran conversando, una frente a la otra, se debe enfocar la mejilla izquierda de una y la mejilla derecha de la otra para conservar la dirección opuesta de sus miradas; de igual manera, cada persona debe ocupar el tercio opuesto al de la otra en el encuadre.

LA CÁMARA Y LA CONTINUIDAD

La posición de la cámara respecto a la acción que está registrando debe considerarse previamente al inicio de la grabación, examinando las dimensiones del espacio, los desplazamientos de los personajes y la intención que se le quiere dar a entender al espectador, con el fin de construir de manera coherente la idea de realidad del video, sea este o no semejante al mundo real. Para realizar de manera correcta los planos necesarios, conservando la continuidad y que estos sean útiles en el montaje se deben conocer los conceptos y reglas que guían el trabajo del camarógrafo.

Eje de cámara

Es la línea imaginaria que se traza en la dirección en que mira la cámara (diagrama 19). Cuando el personaje se mueve sobre este eje, ya sea acercándose o alejándose de la cámara, se establece una direccionalidad neutra, pero

si el desplazamiento ocurre hacia la derecha o la izquierda del cuadro se establece ya una dirección, es decir, un eje de acción que debe ser consecuente en los siguientes planos para preservar la continuidad del movimiento.

Eje de acción

Cuando existen dos personajes o más en escena se establece una línea imaginaria entre ellos que se denomina eje de acción, también puede establecerse entre un personaje y un objeto que haga parte de dicha acción (diagrama 20). La cámara debe encargarse de preservar una relación espacio-temporal coherente entre ellos. Para que esto ocurra se deben seguir los principios establecidos por la ley de los 180°.

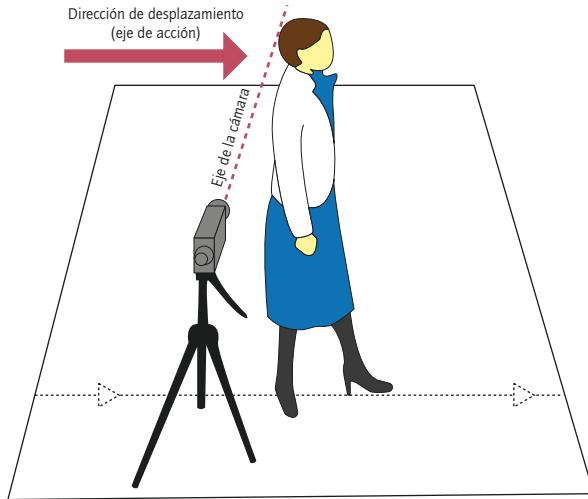
Ley de los 180°

Esta ley indica que, al establecerse el eje de acción, solo es posible decidir la posición de emplazamiento de la cámara dentro de los 180° que existen a un lado del eje. No se debe pasar de un lado al otro del eje en un cambio de plano o esto generará un salto en la imagen y confundirá al espectador respecto a la ubicación espacial de los personajes (diagrama 21). Esto se puede ver fácilmente en la práctica, pues al sobrepasar los 180° todo lo que en principio aparecía a derecha de cuadro ahora estará a la izquierda y viceversa.

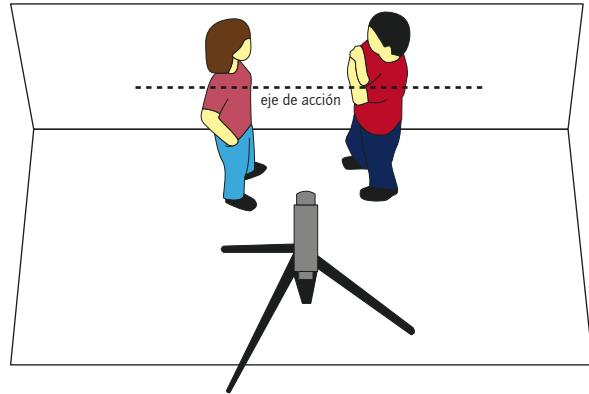
Eje de dirección

Es la línea imaginaria que se establece en el sentido en que se desplaza un personaje o un objeto ante la cámara. La continuidad en la dirección del movimiento se garantiza desde la ley de los 180°, pues no se debe pasar de un lado al otro del eje o se cambiará el sentido del desplazamiento del personaje; si lo vimos pasar de derecha a izquierda del cuadro, en el siguiente plano se verá

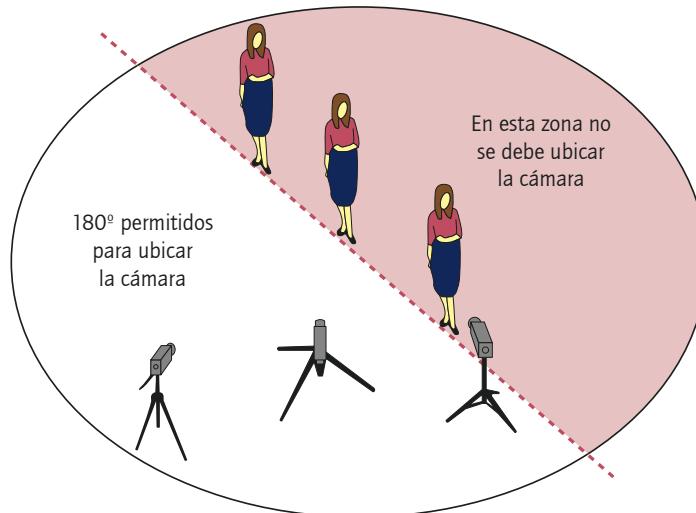
»Diagrama 19. Eje de cámara.



»Diagrama 20. Eje de acción.

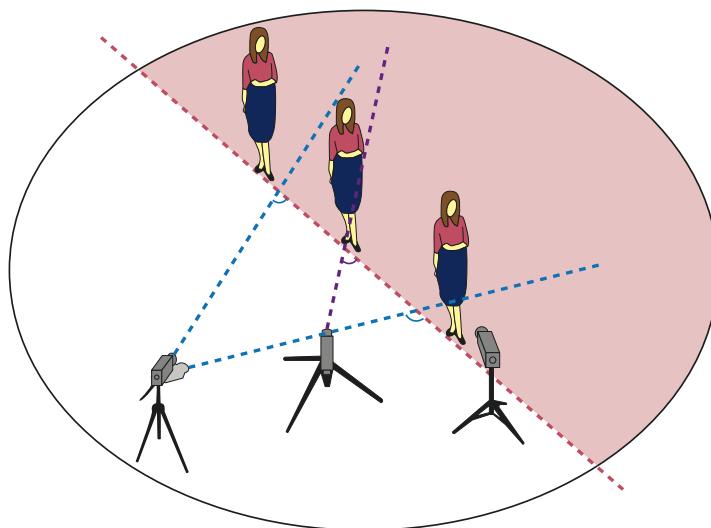
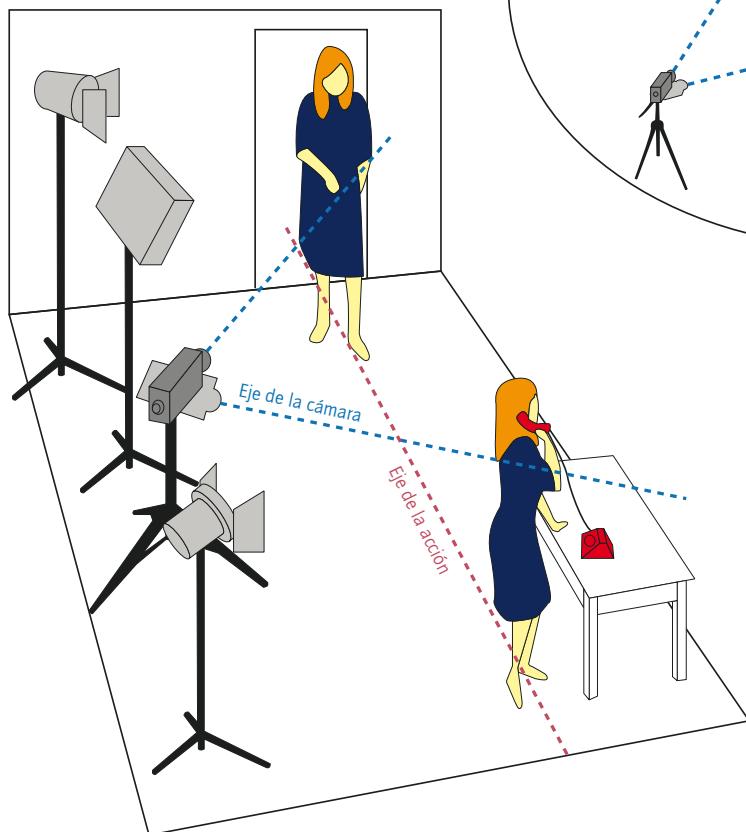


»Diagrama 21. Ley de 180°.



»Diagrama 23. Ley de los 30°.

»Diagrama 22. Eje de dirección.



como si avanzara de izquierda a derecha y por lo tanto el espectador deducirá que se está devolviendo (diagrama 22). Se puede sobrepasar el arco sin infringir la ley en determinados casos:

- Se puede hacer en un solo plano un desplazamiento con la cámara, un *travelling*, que vaya de un lado al otro del eje mientras observa la acción de los personajes.
- Hacer un *travelling* de seguimiento de un personaje que pase hacia el otro lado del eje.
- Colocar un plano neutro para cambiar de lado del eje, por ejemplo, alguien que entra a escena, que llama o que es señalado por alguien.

Ley de los 30°

Esta ley específica que entre planos adyacentes se debe variar la posición de la cámara al menos en 30° respetando los 180° permitidos por el eje de acción y, también, el tamaño del plano debe ser diferente al anterior, es decir, si se tenía la acción en un plano medio, se puede pasar a un primer plano o a un plano general, pero no se debe utilizar de nuevo el plano medio así se haya variado la posición de la cámara (diagrama 23).

Plano/contraplano

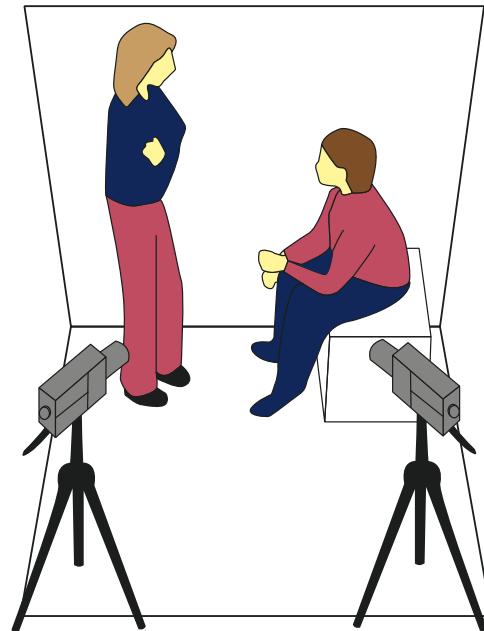
Cuando dos personajes (A-lado izquierdo del cuadro y B-lado derecho del cuadro) hablan mirándose de frente se suele dividir la conversación en planos independientes para cada personaje, por lo que estos ocuparán un lado opuesto en la pantalla. Uno de ellos (A) estará dirigiendo su mirada hacia la derecha y la cámara se ubicará a 45° respecto al eje de acción entre los personajes; de esta manera, la cámara estará captando la mejilla izquierda de la persona que habla (B); y al hacer el cambio de plano para grabar la respuesta del otro personaje (A), la cámara

deberá estar a los mismos 45° del eje de acción, pero del lado opuesto, así se observará al personaje (B) dirigiendo su mirada hacia la izquierda, y la cámara captará la mejilla derecha de la persona (A) que responde (diagrama 24).

Es de vital importancia que se conserve el ángulo de la cámara respecto al eje y el tamaño de plano cuando se registre a los dos personajes, este suele ser un plano medio. Lo único que debe cambiar es el sentido en que se dirige el eje de la cámara para cada personaje.

Si los ángulos no coinciden parecerá como si los personajes no se estuvieran mirando mientras hablan, pues la dirección de la mirada de cada uno variará con el ángulo respecto al eje de acción en el que se ubique la cámara. ●

»Diagrama 24. Plano/contraplano.



BIBLIOGRAFÍA

Hunter, Fil. *La iluminación en la fotografía*. Madrid: Anaya Multimedia. 2007.

Cinematography. Community, Education, News & Resources for Cinematographers. www.cinematography.com.

Diy Photography. www.diyphotography.net. 2006-2014.

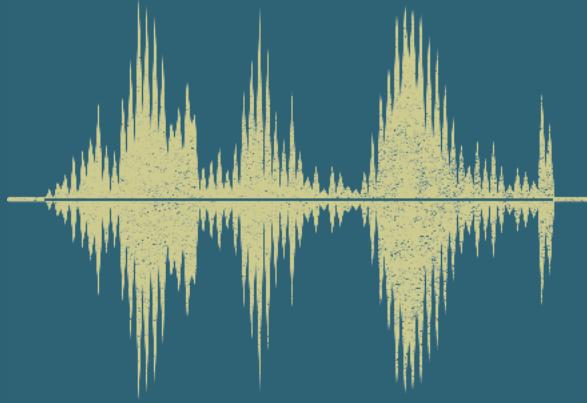
Holshevnikoff, Bill. *Arri Lighting Handbook*. 3.^ª edición. Nueva York: Arri Inc. 2012.

Hurl Blog. www.hurlbutvisuals.com/blog. 2014.

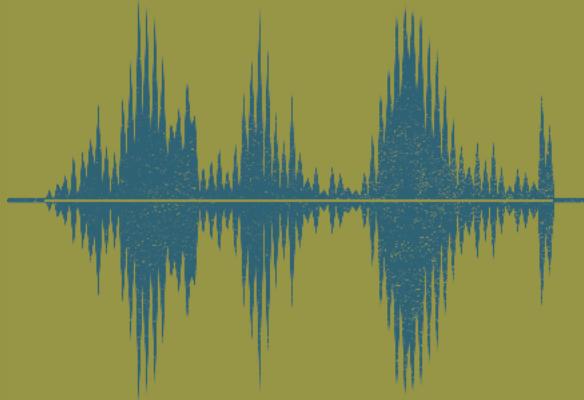
Martínez Abadía, José y Jordi Serra Flores. *Manual básico de técnica cinematográfica y dirección de fotografía*. Barcelona: Paidós, 2000.

Movies in Color. moviesincolor.com. 2012.

Philip Bloom. philipbloom.net. 2010.



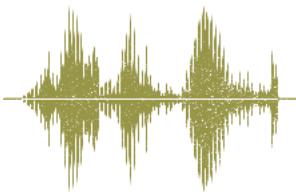
SONIDO



«Daremos un paseo por todas las etapas del desarrollo de un proyecto audiovisual analizando el papel del sonido en cada una de ellas, quiénes intervienen en el sonido de una película y en qué consiste la labor de las personas encargadas del sonido en un proyecto audiovisual».

**EL SONIDO
CINEMATOGRAFICO
DESDE LA CONCEPCIÓN
DE UNA IDEA
AUDIOVISUAL HASTA
SU PROYECCIÓN**

Isabel Torres



El sonido no es el 50% de una película ni es el complemento de la imagen. El sonido es fundamento y esencia del lenguaje *audiovisual*. Por ello, a continuación daremos un paseo por todas las etapas del desarrollo de un proyecto audiovisual analizando el papel del sonido en cada una de ellas, quiénes intervienen en el sonido de una película y en qué consiste la labor de las personas encargadas del sonido en un proyecto audiovisual. Partiremos de una tesis simple, que iremos comprobando en el recorrido: el buen sonido de una película depende solo en mínima parte de los sonidistas y del equipamiento con que cuentan.

PREPRODUCCIÓN

La etapa de preproducción podríamos decir que empieza con la concepción de una idea audiovisual cuyo punto de partida será la escritura de un guion literario. Muchas personas piensan que en esta etapa el sonido no tiene ningún papel, ya que no hay nada por grabar o por editar. Pero un proyecto audiovisual, aun en su etapa escrita, deberá pensar en las imágenes y sonidos que van a hacer posible el relato. Es muy frecuente leer guiones con grandes descripciones visuales y pocas o ninguna sobre el sonido. Por lo general, los realizadores piensan que el sonido es algo muy técnico, extraño, lejano a ellos, y están completamente equivocados. Para hablar del sonido de sus películas no es necesario tener ningún conocimiento

«Una de las principales características de un personaje es su voz».

técnico sobre el registro y procesamiento de la señal sonora, tan solo es necesario escuchar su historia y describir esa escucha. Para esto no se necesita la presencia de un sonidista. Por tanto, el sonido en esta primera etapa del proyecto audiovisual está en manos del guionista.

Un guion siempre marcará las pautas a seguir para comenzar a diseñar el sonido que vamos a querer crear en la película. Aportará datos fundamentales para elegir dicho sonido, desde las características de las locaciones, pasando por la época en la que está ambientada la historia, el género, la personalidad de los personajes, sus vestuarios, la forma de relacionarse entre ellos... Es mucha la información sonora que nos aporta un guion, tanto implícita como explícita. Cuanta más información sonora aporte, mejor será la concepción y el diseño sonoro.

LAS LOCACIONES: La información sonora comienza con algo tan básico como saber si la escena ocurre en exteriores o es de interior, si ocurre de día o de noche, continuando con conocer el emplazamiento del lugar: si en el campo, si en mitad de la ciudad, si el personaje vive con unos vecinos ruidosos que le hacen la vida imposible y aumentan su nivel de neurosis o en un lugar tan silencioso que hace énfasis en su soledad.

LA ÉPOCA: no es lo mismo diseñar un sonido para una película ambientada en el siglo xv que para una ambientada en nuestros días. Es mucho más difícil concebir un sonido

de época, ya que constantemente se está luchando contra ruidos que contaminarían la historia. En una película del siglo xv no se pueden escuchar carros o aviones ni ciertas músicas ni prácticamente nada de lo que habitualmente estamos acostumbrados a escuchar en nuestro cotidiano universo sonoro.

LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PERSONAJES: Una de las principales características de un personaje es su voz. Está toda información clave sobre su género, edad, costumbres, nivel socioeconómico y carácter, solo por nombrar algunas claves. También la forma de vestir de un personaje generará sonidos que pueden ser muy útiles en la narración audiovisual: tacones, ropa de cuero, un bastón. Estos elementos, que parecen tan simples y que se pasan por alto en un guion, harán la diferencia a la hora de escoger micrófonos, técnicas de grabación y, más aun, a la hora de diseñar el sonido de una película.

Todas estas son características del guion que, sin ser propias del sonido, nos aportan mucha información fundamental. Ahora bien, en muchos guiones hay información explícita del sonido, respecto tanto de lo que ocurre dentro de la locación, como afuera. Hay que saber aprender a escribir el sonido, aunque este no se "vea".

Un ejemplo de la literatura nos ayudará a entender cómo describir el sonido en el lenguaje escrito y como servirnos de él para la narración: "Pero solo era un tren, y al cabo de un rato se desvaneció tras los árboles, con prolongado sonido, y luego oía mi reloj y el tren perdiéndose a lo lejos, como si atravesara otro mes u otro verano, en cualquier otra parte, corriendo y alejándose bajo la gaviota inmóvil y corriendo como todas las demás cosas"¹.

Una vez se tiene un guion literario, se trabaja el guion técnico. Este es un documento que contiene toda la información

¹ William Faulkner. *El ruido y la furia*. Barcelona: Random House Mondadori, 2012, p. 103.

necesaria para poder grabar cada uno de los planos de la película. Dentro de esa información también habrá anotaciones de sonido para cada escena de la película, tan importantes como: si el sonido es sincrónico, fuera de cuadro, si suena una determinada canción, si hay efectos sonoros, como explosiones, golpes... Y con el *storyboard* (película dibujada plano a plano) podemos saber, aparte del valor de plano, la ubicación y movimiento de los personajes. Para el departamento de sonido esto es muy importante, pues ayuda a saber dónde ubicar los diferentes micrófonos, así como la colocación del microfonista.

Una vez se sabe cómo se va a contar la historia en planos, se puede hacer el plan de rodaje, que es el desglose del guion, paso por paso y día por día de grabación, departamento por departamento. En él se indica el orden de grabación de las secuencias, la duración aproximada de las mismas y las necesidades técnicas de cada departamento. Con esta información podemos completar nuestras necesidades sonoras. Con todos estos documentos plasmados sobre el proyecto, se procede a buscar las locaciones y los actores y a diseñar y construir espacios y vestuarios, para darle vida a la película, que hasta ahora solo está escrita y dibujada en papeles.

Elección de locaciones, casting, equipos y materiales

Para el sonido uno de los principales problemas y quebraderos de cabeza es la ubicación de las locaciones. Hasta hace muy poco tiempo la elección de las locaciones las hacía el director con el asistente de dirección, el director de fotografía y la dirección de arte. Ello conlleva una discriminación inconsciente del sonido, obviando la mayoría de las veces información tan importante a la hora de una correcta grabación como saber si por cierta calle circula mucho tráfico, si hay obras de construcción cercanas, si el lugar tiene mucha reverberación, si hay cualquier tipo de elemento ruidoso, tanto dentro como alrededor de la

locación. Algo tan sencillo como saber diferenciar entre ruido y sonido –siendo ruido todo lo que suene que no queremos registrarlo en la grabación de la película, y sonido todo lo que queremos grabar– puede hacer que el registro sonoro sea un éxito o un auténtico fracaso. Por lo anterior, poco a poco, en la mayoría de los lugares donde hay una industria cinematográfica estable, se ha conseguido que el sonidista participe en la elección de las locaciones, ya que una mala elección puede llevar a tener que doblar gran parte de la película.

En la selección de actores y actrices para una película de ficción, por lo general, priman las características visibles del personaje (color de ojos y cabello, estatura, edad) y no las que se escuchan, la más importante de las cuales es la voz. Lo ideal es grabar el *casting* con un equipo básico de sonido. De esta manera el director podrá escuchar la voz de sus candidatos a representar a los personajes que ha creado. La imagen de un personaje se puede alterar con maquillaje y efectos de posproducción, pero la voz no es tan fácil de procesar y alterar.

Con toda la información que nos aportan los diferentes guiones, el casting y las locaciones, el siguiente paso es elegir las herramientas de trabajo para la producción del sonido. Dichas herramientas abarcan desde el equipo de grabación (grabadora, *mixer*, micrófonos) y los materiales que utilizaremos para silenciar los posibles ruidos o distorsiones sonoras (alfombras, telas, paneles acústicos...). No es frecuente, pero sería ideal poder conocer con tiempo las telas que se utilizarán para el vestuario de los actores. Algo tan sencillo como la forma de ser o de vestir de un personaje puede ser fundamental a la hora de elegir los micrófonos y la forma de grabar. Para telas suaves como la seda, por ejemplo, existen micrófonos, como los inalámbricos, que siempre darán problemas, pues ciertas telas rozan y transmiten mucho más la vibración del sonido. Cuando un personaje tiene una personalidad tímida y retrotraída, tendremos que tenerlo en cuenta a la hora de elegir característica y ubicación del micrófono, pues los micrófonos

son como la paleta de colores para un pintor, los hay con sonido cálido, fríos, más o menos sensibles a la presión sonora... Ahora ya estamos listos para rodar la película.

PRODUCCIÓN

La producción de audio comprende el período en el que se procede a la grabación de sonido directo. Una vez realizada la preproducción, sabemos las características sonoras del proyecto y sus locaciones y procedemos a elegir el equipo humano y técnico.

El equipo básico de sonido directo está formado por dos personas: sonidista y microfonista.

- El *sonidista*: se encarga de la grabación y proceso de las señales acústicas captadas por los micrófonos. También es el encargado de hacer los reportes de sonido y tiene la última palabra a la hora de tomar decisiones con respecto al sonido.
- El *microfonista*: se encarga de la colocación y seguimiento de los distintos personajes y fuentes sonoras a través de los diferentes micrófonos. A pesar de que el sonidista es cabeza de equipo, eso no quiere decir que, como mucha gente cree, el microfonista sea el asistente del sonidista, pues este es otro oficio en la cadena de especialidades audiovisuales.

Dependiendo del tipo de producción y su presupuesto, el equipo humano podrá aumentar o disminuir. Así en muchas producciones de documental es habitual ver a una sola persona cumpliendo los roles de sonidista y microfonista. Por el contrario, en producciones de alto presupuesto o de más de una cámara es frecuente que haya dos microfonistas, para poder cubrir los diferentes tiros de cámara.

Una de las principales cualidades que ha de tener un técnico de sonido directo es la de escuchar discriminadamente,

es decir, diferenciar entre ruido –que es todo sonido que no queremos registrar– y sonido –todo aquello que queremos grabar–. En todas las producciones nos encontramos con ruidos de muchos tipos y de diferentes características. Algunos se podrán eliminar en posproducción y otros exigirán luchar para poder eliminarlos en el set de rodaje.

Si estamos grabando diálogos, ningún ruido que ocurra dentro del espectro de frecuencia en el que está la voz humana se podrá eliminar en posproducción, con lo cual habrá que intentar anular ese ruido antes de comenzar a grabar. Si, por el contrario, el ruido está fuera de la frecuencia de la voz humana, se podrá filtrar y eliminar en posproducción. Normalmente esto ocurre con sonidos muy graves o muy agudos.

A la hora de seleccionar los micrófonos debemos tener en cuenta que no existe uno ideal, sino micrófonos adecuados para diferentes características. Los más adecuados para captar el sonido en el mundo audiovisual son los que llevamos en la caña, que suelen ser electrostáticos supercardioides, y los inalámbricos de corbata, que suelen ser electret omnidireccionales.

Elegir una u otra marca o modelo depende de tres factores: gusto personal, economía y características de la locación, ya que en el mercado hay muchas variedades del mismo modelo de construcción y captación (electroestático y supercardioide...). Algunos son más sensibles, otros realzan los graves, otros tienen un sonido más “plano”, otros aguantan condiciones extremas de temperatura y humedad... Y a la hora de escoger grabadora ocurre algo similar: depende del gusto personal, la economía y las características de la producción. Este último factor es el que nos va a indicar el número de pistas que vamos a necesitar.

Hasta hace pocos años las grabadoras solo grababan audio en dos pistas (L y R), por lo que, cuando utilizábamos más de dos micrófonos, era necesario tener una consola o *mixer* para poder mezclar los canales y elegir cuál enviábamos

al canal izquierdo y cuál al derecho. Ahora las grabadoras portátiles que se utilizan en el mundo audiovisual suelen tener 6 u 8 canales, por lo que, en la mayoría de las ocasiones, nos podemos ahorrar la necesidad del *mixer*.

Existen en el mercado muchos modelos de grabadoras: caseras, semiprofesionales y profesionales. Las diferencias están en el número de canales y el precio, pero especialmente en los preamplificadores que utilizan y en la calidad de dispositivos como los limitadores, los cortes de graves, el código de tiempo...

Una de las principales diferencias a la hora de elegir entre el micrófono que llevamos en la caña de sonido y el inalámbrico de corbata es que el de la caña se puede manipular, mover, acercar y alejar, con lo que tenemos la capacidad de crear un plano sonoro, mientras que el de corbata, al estar fijo, nunca podremos moverlo durante la grabación. Esto es importante tenerlo en cuenta, ya que, por ejemplo, si queremos grabar un plano en el que el personaje viene caminando hacia cámara, partiendo de un plano general y terminando en un primer plano, si grabamos con el micro de la caña tendremos esa sensación de acercamiento sonoro, y si grabamos con el micro de corbata la distancia de la fuente sonora (en este caso, los pasos) al micrófono será siempre la misma. Otra diferencia está en la calidad y la tonalidad de los micrófonos, pues tienen mucho más cuerpo los micrófonos de caña que los de corbata, que son mucho más planos. A parte de que, debido a su diagrama polar, el de caña tiene mucho más alcance. Por todo esto, el micrófono que principal es el que llevamos en la caña.

Los micrófonos de corbata se suelen utilizar cuando, por diferentes razones, no podemos lograr una correcta captación de sonido con el de la caña. Estas razones suelen ser: planos generales en los que se veía la caña, sombras que se proyectan en el plano que impiden acercarse y colocarse en la posición adecuada y movimiento de varios actores que limita el cubrimiento de todos. Los micrófonos

no son excluyentes, de ahí que siempre que tengamos que utilizar el de corbata se deba usar también el de caña, aunque esta se encuentre lejos.

Cuando tenemos todo el equipo seleccionado y sabemos qué micrófonos utilizar, primero debemos conectar todos los micrófonos a los cables y la grabadora y comprobar que todo funcione correctamente, sin ruidos, interferencias o inducciones provocadas por otros equipos, luces, emisoras de radio... Una vez listo el equipo, ya estamos en condiciones técnicas para comenzar a grabar, pero faltan todavía las humanas.

Antes de comenzar una grabación el microfonista debe colocar los micrófonos y buscar el lugar idóneo donde se ubicará para poder manipular la caña de sonido. Durante los ensayos valorará la calidad tanto de los micrófonos colocados como su posición, y justo antes de comenzar a grabar hará los últimos retoques, si son necesarios. En los ensayos, el microfonista pedirá al operador de cámara el límite de cuadro, y, si tiene experiencia, sabrá con qué óptica se graba y, por consiguiente, su propio límite.

El trabajo del microfonista es muy delicado, pues, debido a que los micrófonos que lleva en la caña son predominantemente direccionales, siempre deberá apuntar a la boca del personaje, para no perder el "eje" sonoro. La caña casi

siempre se suele manipular por encima de los personajes, ya que, debido al valor de los planos, casi siempre se estará más cerca de la fuente sonora desde arriba que desde abajo. Además, por encima no suele haber obstáculos, mientras que abajo, aparte de muebles y enseres, se cruzan los movimientos de los personajes, y si se apunta desde abajo hacia arriba, se captan todos los ruidos provenientes de la iluminación.

Cada microfonista agarra la caña de una manera. No existe una sola forma correcta de hacerlo, pero sí hay que hacer hincapié en que cuanto más paralela al suelo esté la caña más repartiremos el peso en la espalda (aguantando más que usando solo los brazos) y menos probabilidades habrá de meter caña y micrófono en el plano.

El sonidista tiene que grabar a un nivel correcto, ni muy bajo ni muy alto. Si graba a bajo nivel, la relación señal-ruido disminuye, de modo que cuando elevemos en posproducción dicho nivel también elevaremos los ruidos no deseados. Si grabamos a un nivel muy alto corremos el riesgo de saturar el sonido, lo que, en términos digitales, significa pérdida de información y daños irreparables en el sonido.

En algunas ocasiones el sonidista graba directamente a cámara, procesando la señal a través de un *mixer*. Es muy importante indicar que, sea la opción de grabación que sea, siempre

hay que escuchar el sonido en el aparato donde estemos almacenando el sonido. Si, por ejemplo, escuchamos en el *mixer* y grabamos el audio a cámara, corremos el riesgo de sufrir algún percance durante el proceso de envío de sonido a la cámara: como que se haya desconectado o roto el cable, que el nivel de grabación de la cámara esté muy bajo o muy alto debido a una manipulación involuntaria o que haya cambiado la forma de entrada de audio de micro a línea.

Jamás hay que confundir el nivel de escucha con el nivel de grabación. Podemos estar monitoreando a un alto nivel y estar grabando muy bajo, o viceversa... Cada sonidista elegirá los audífonos que más le convengan, según su nivel (condicionado por la impedancia de cada audífono), su estructura (abiertos, cerrados) y su calidad y cuerpo (más graves, más planos...).

Los sonidos que registramos durante una grabación se dividen en:

- De diálogos y acciones, que van sincrónicos con la imagen.
- De ambiente: de continuidad, que son los que se graban en el mismo set con todos los elementos que hay durante la grabación. Sirven para dar continuidad a la secuencia.
- Atmosféricos, que se utilizan para enriquecer el sonido.

- *Wildtracks*: todos los sonidos que se graban, tanto de diálogos como de acciones, independientemente de la cámara. Sirven para registrar voces en off y para tener otra opción, aparte de la grabada sincrónicamente. Muchas veces se utilizan para cubrir una mala grabación de sonido e intentar evitar el doblaje.

Lo que primero se suele grabar son los diálogos y las acciones sincrónicas con la imagen. Al terminar la secuencia y antes de cambiar de locación o cada vez que haya un cambio significativo en el fondo sonoro de la locación, hay que grabar un ambiente de continuidad de mínimo dos minutos, a ser posible desde el mismo lugar donde estaba ubicado el micrófono de la caña.

Los diálogos son el sonido más importante a registrar durante una grabación, por eso hay que intentar grabarlos lo más limpios posible. Para ello, en muchas ocasiones, hay que silenciar movimientos, que si bien forman parte del sonido en la producción general, en este caso debemos catalogarlos como "ruido", ya que ensucian el diálogo, siendo que en posproducción es muy fácil crearlos. El sonidista en la producción pacta con el director la forma de indicarle si hay algún problema en la grabación de sonido. A veces el propio director le da la potestad de cortar el rodaje; otras, simplemente le hace una seña o se lo indica al terminar el plano.

Como hemos indicado anteriormente, una de las funciones del sonidista es hacer los reportes de sonido (foto 1). Estos reportes son muy importantes para la etapa de posproducción y facilitan mucho el trabajo de los editores de imagen y de sonido. Los reportes se dividen en dos partes: la primera indica las características estables de la grabación (título, fecha,

frecuencia, número de bits, número de hoja); la segunda suele ser una tabla dividida por secuencias, planos y tomas, toma a toma, donde se con-signa los micrófonos utilizados, en qué canal están, cuál cubre a cada personaje, junto con observaciones a tener en cuenta: problemas de ruidos, golpes, fallas de micrófonos, si la toma es buena...

TÍTULO: *NN* FECHA: *200613* DIA: *2* FS: *48/24 bits*
 PRODUCTORA: *Piedra Atada* PAG: *2-* FR: *24fps*

Las 2 primeras pistas son la mezcla para edición

E	P	T	CH1	CH2	CH3	CH4	CH5	CH6	OBSERVACIONES
<i>93</i>	<i>1</i>		<i>U1</i>	<i>U2</i>	<i>U3</i>				<i>perro</i>
	<i>2</i>								
	<i>3</i>								<i>perro</i>
	<i>4</i>								<i>bien</i>
	<i>5</i>								<i>platos</i>
	<i>6</i>								<i>sin platos con perros/avión</i>
<i>13</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	<i>U1</i>	<i>U3</i>					<i>Algun sobre los textos</i>
	<i>2</i>								<i>Algun sobre los textos y perro</i>
	<i>3</i>								<i>to</i>
	<i>4</i>								<i>bueno por sonido</i>
	<i>5</i>								<i>perros al inicio</i>
	<i>6</i>								
	<i>7</i>								<i>QUEBA! por dirección</i>
	<i>8</i>								
<i>13</i>	<i>3</i>	<i>1</i>							<i>platos y viento</i>
	<i>2</i>								
	<i>3</i>								<i>36 como plato</i>
	<i>4</i>								<i>Estaban</i>
	<i>5</i>								

»Foto 1. Reporte de sonido. Foto del archivo personal de Isabel Torres.

Ética en el trabajo

Por último, y no por ello menos importante, uno de los principales aspectos a tener en cuenta durante el rodaje es la compenetración con el resto de departamentos y el correcto comportamiento en el set. El mundo audiovisual es jerárquico y piramidal, en el que están muy bien delimitados los puestos de cada trabajador, pero, a la vez, funciona como una máquina en la que cada engranaje es fundamental y tiene que funcionar a la perfección, para evitar que falle. Conocer esta estructura es imprescindible, pues facilita el comportamiento correcto en la grabación. Gran parte de que el sonido sea bueno depende de la colaboración de los otros departamentos, pues sin ellos sería imposible registrar un buen sonido. Así, es necesario compenetrarse con el equipo de cámara, para que ayude a evitar las sombras y señale límites y ubicación del microfonista, como es fundamental pactar con el equipo de vestuario la tela de los trajes y vestidos, para que no rocen los micrófonos que coloquemos en ellas; con el de peluquería, para que ayude a colocar un micrófono escondido en el pelo; con arte, para que mueva los muebles que estorban y ayude a esconder micrófonos o cables; y con dirección, para que conceda el tiempo necesario, etc.

Para todo ello hay que cumplir una serie de protocolos que vienen dados por la propia estructura jerárquica. La forma correcta de comunicación es, en primer lugar, interna, con el responsable del departamento, en este caso, el sonidista. Después, los responsables de cada departamento se comunican entre sí, y así se piden oficialmente las cosas y se solucionan los posibles problemas, malentendidos y desacuerdos que puedan surgir. Siempre que ocurra un problema, primero se tiene que hablar con el responsable del propio departamento y hay que saber también que el que tiene la última palabra, manda en el set y brinda ayuda, en última instancia, es el asistente de dirección, quien, entre otras funciones, es el encargado de velar por la compenetración y el correcto estado de todo el equipo humano.

POSPRODUCCIÓN

La posproducción de sonido comienza en la etapa de montaje, más conocida como de edición, si bien, en estos tiempos de especialización extrema de los oficios, se la llama de edición de imagen, de forma bastante incorrecta, pues en ella se edita imagen y sonido. De hecho, solo hasta finales de los años 70 empezaron a aparecer los primeros créditos como edición de sonido, montaje de pistas o el pomposo diseñador de sonido, crédito que llevó por primera vez en la historia del cine Walter Murch (originalmente montajista) en la película **Apocalypse Now** (1979, Francis Ford Coppola).

El montajista y el director arman el rompecabezas de la película y en el armado empiezan por poner sonidos que ayudan a contar mejor la historia, como utilizar un diálogo que corresponde a otra toma, distinta de la de la imagen escogida, porque está mejor actuada, o incluir una música de muestra.

Durante este proceso, la o las personas encargadas de posproducción de sonido podrán visitar la sala de edición, para ir conociendo la película, y también los encargados de la composición musical, que conocerán los adelantos de la película y empezarán a componer en maquetas (música hecha con instrumentos digitales) o a componer muestras de la música de la película.

Solo hasta que esta etapa está terminada, es decir, cuando ya no se va a cortar ni a añadir un cuadro en la película, empieza la posproducción de sonido. Sin embargo, la composición musical (en el caso de que sea necesaria música original para la película) se estará haciendo simultáneamente con el montaje y las primeras etapas de la edición de sonido.

Entonces el equipo de montaje entrega al de edición de sonido un archivo de imagen y un archivo de sonido OMF

(Open Media Framework), que contiene todos los sonidos que fueron puestos en la edición y que, al ser abierto por un programa editor de sonido, despliega todas las pistas de audio con su ubicación en la línea de tiempo de la película.

La posproducción de sonido de una película se divide en cuatro grandes etapas:

- Musicalización
- Edición de sonido
- Grabación de doblajes y *foleys*
- Mezcla

Musicalización

Lo primero a decir sobre esta etapa de posproducción de sonido es que no todas las películas necesitan música y que cada proyecto dicta sus necesidades muy particulares al respecto. Cuando se requiere tener música original compuesta específicamente para la película, habrá un grupo de personas dedicadas exclusivamente a la composición, interpretación y grabación de la música. Para ello, se encarga a un compositor la creación y orquestación, quien pasará muestras (maquetas) durante el montaje y edición de sonido, hasta llegar a una versión última de la música.

Una vez se tiene esta versión final, se seleccionan los músicos que interpretarán la partitura y se culmina el proceso

en un estudio apto para la grabación musical. En el estudio se debe poder proyectar la imagen de la película, para que los músicos la vean mientras interpretan la partitura. El encargado de la producción musical de la película entrega a edición de sonido las sesiones con la música grabada (a veces incluso mezclada) y ubicada en la línea de tiempo de la película.

Edición de sonido

Como su nombre indica, al igual que durante el montaje, en esta etapa se cortan y pegan todos los sonidos que componen la banda sonora de una película. Se llama *banda sonora* a todos los sonidos de la película, que podríamos clasificar en cuatro grandes grupos para su mejor comprensión: diálogos, ambientes, efectos, música.

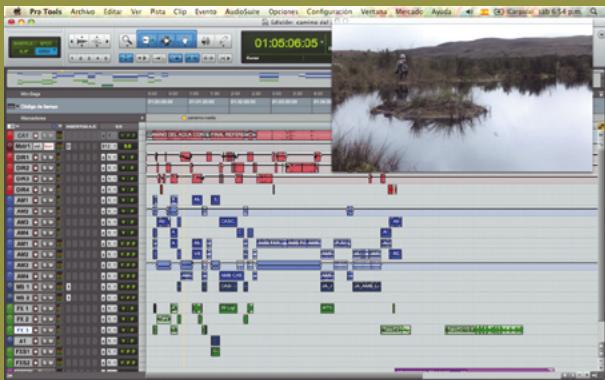
Esta etapa es desarrollada por un grupo de personas dedicadas a la edición y creación de cada uno de los grupos de sonidos, lideradas por el director o diseñador de sonido, quien dicta las pautas de la banda sonora y supervisa el trabajo de cada grupo. En Latinoamérica, la edición de sonido por lo general lo asume una sola persona, que edita toda la banda sonora.

El primer paso a seguir es editar el sonido directo. En esta parte del proceso se limpian de ruidos indeseados todos los diálogos y, si no se consigue este objetivo, se eligen textos de

«Se llama *banda sonora* a todos los sonidos de la película, que podríamos clasificar en cuatro grandes grupos para su mejor comprensión: diálogos, ambientes, efectos, música».

otras tomas distintas de la escogida durante el montaje, y si no hubiera solución, se señalan los diálogos que van a ser doblados. El siguiente paso consiste en emparejar los fondos sonoros correspondientes a cada escena con sus ambientes de continuidad. Recordemos que el rodaje de una misma escena, que en el tiempo interno de la historia dura 5 minutos, puede llegar a rodarse en varios días, en el transcurso de los cuales el fondo sonoro de la locación cambia continuamente; por tanto, el plano de una escena y su contraplano suenan muy distinto. Los ambientes de continuidad ayudan a hacer un colchón que iguale ese fondo y genera la sensación del tiempo interno de la película (foto 2).

Al final de esta etapa, sabemos si es necesario doblar diálogos. En la edición de diálogos queda casi armado el sonido que emitirá el parlante central de la sala de cine, es decir, que todo sonido sincrónico con la imagen sale por este parlante. La construcción de este canal central es de suma importancia, pues cualquier incoherencia y hueco sonoro en este parlante será del todo evidente para el espectador y causará incomodidad.



»Foto 2. Protools. Edición de sonido.

En el siguiente paso de *edición de ambientes* se crean las atmósferas que acompañan a las primeras capas de sonido y refuerzan a la sensación envolvente, construyendo la capa de sonidos que saldrá por el resto de parlantes de la sala.

Una vez creados los ambientes y con estos las atmósferas de la película, se procede a editar los *efectos*: sonidos que adornan y relievan la narración sonora, muchos de ellos disponibles en librerías de efectos de sonido (carros, sonidos de animales, caídas de objetos); y otros, como los pasos, ruidos de ropas (presencias) y de movimientos, que se graban específicamente para la película. Estos *efectos de sonido grabados en sala* son los que se conocen como *foleys*, y pueden salir por cualquiera de los parlantes de la sala, aunque los correspondientes a la imagen saldrán también por el canal central.

Una vez que la película y su relato sonoro funcionan sin ningún tipo de música, se pasa a editar la *música*. Es importante seguir este orden, porque la película debe sostener su narración sonora sin ayuda de la música. La música es el sonido por excelencia y su carga emotiva es muy alta, así que puede ser de gran ayuda para una película, pero también suele ser usada como una solución fácil a lo que no está funcionando en la narrativa de la película. Cuando la música se ha puesto para ocultar o para atenuar errores se siente impuesta, poco orgánica y falsa, de ahí que sea el último grupo de sonidos a trabajar.

Grabación de doblajes y foleys

Simultáneamente con la *edición de ambientes* y *efectos*, se realizan las sesiones de grabación de doblajes y *foleys*.

FOLEY: También conocido en algunos países como *efectos sala*. Son los sonidos que se graban en un estudio, sincrónicos con la imagen, que por algún motivo no se grabaron en directo o se precisan porque el sonido directo

no es suficiente. Las películas de época tienen gran porcentaje de *foleys*. Por lo general, son los sonidos correspondientes a movimientos, tanto de personajes como de cosas o animales que vemos en pantalla: pasos, ruidos de ropas, de cosas que caen, de puertas... y muchos más. También se pueden crear sonidos inexistentes: la imaginación es el límite. Esta es una hermosa especialidad del sonido. En ella trabajan el artista *foley*, que tiene en su haber millones de cosas, como zapatos, pedazos de madera, tierra, piedras, ropas, copas... y todo lo imaginable. Su labor consiste en crear sonidos para las imágenes. Y un grabador-mezclador de *foley*. Ellos entregan a edición de sonido las sesiones de estas grabaciones sincrónicas en la línea de tiempo de la película. Un claro ejemplo de esta especialidad del sonido cinematográfico se puede encontrar en la película de Wim Wenders **Historia de Lisboa** (1994).

DOBLAJES: Mucha gente desprecia el doblaje y lo juzga como error, pero es una gran herramienta para los directores y los sonidistas. Un diálogo se dobla cuando: hay fallas técnicas en la captura de sonido directo y de pronunciación o entonación de los actores o si la interpretación no satisface al director. El mayor reto del doblaje es actuar, no técnico sonoro. La técnica es sencilla. Se debe realizar en un lugar insonorizado y proyectando la película, con los mismos tipos de micrófono utilizados durante el rodaje, en posición

de micrófono en caña y, si se hace necesario, con los micrófonos de solapa puestos. De aquí también saldrá una sesión de trabajo que contiene los doblajes sincrónicos con la imagen y puestos en la línea de tiempo de la película, que se adjunta a todas las otras sesiones de edición de sonido.

Los anteriores son los procesos que componen la etapa de *edición de sonido*, con los que ya se tiene la *banda sonora* de la película. En este punto, ella contará seguramente con más de 50 pistas de sonido, repartidas para salir en seis parlantes en la sala de proyección.

Mezcla

En la edición se pegan y cortan sonidos. A cada uno de estos sonidos se le asigna una forma de entrar y salir y una duración. Esa suma de sonidos se reparte en muchos canales, agrupados como diálogos, ambientes, efectos y música. En esta fase, se procesan las principales características de cada uno de estos sonidos: nivel, frecuencia, forma de onda... Este es el proceso final de posproducción de sonido y de una película y se lleva a cabo en un estudio de sonido especializado en mezcla cinematográfica. Un estudio así tiene dimensiones, materiales acústicos y especificaciones que garantizan que la película sonará igual o muy parecido a como suena en la sala de cine.

En una mesa de mezcla (un *mixer* de muchos canales y opciones) se combinan todos los sonidos que contienen las sesiones de edición. Acá participan los siguientes roles:

- El *mezclador*: sonidista encargado de ejecutar este proceso final y opera la mesa de mezcla modificando las principales características del sonido.
- El *editor de sonido*: persona que conoce a la perfección las sesiones de edición, pues parte de su trabajo fue organizar las pistas y todos los sonidos para facilitar la labor del mezclador. Su presencia en este proceso es muy importante, porque es el encargado de preservar el estilo de sonido que diseñó junto con el director en la edición de sonido.
- El *director*: quien da la palabra final.

En la mezcla se manipulan los niveles, la ecualización, las acústicas y los papeos de un sonido.

AJUSTE DE NIVELES: Paso en que se asigna nivel, intensidad o volumen a cada sonido que compone la banda sonora.

ECUALIZACIÓN: Se enfatizan y atenúan frecuencias o rangos de frecuencias, para hacer que un sonido tenga más o menos cuerpo, brillo y presencia.

Se manipulan frecuencias para corregir algunos ruidos incómodos o, por ejemplo, hacer que una voz suene más agradable. Todos estos conceptos (incómodo, agradable...) son completamente subjetivos y serán el resultado del gusto y la experiencias de los personajes que participan en una mezcla cinematográfica.

AJUSTE DE ACÚSTICA: Hace que los sonidos suenen como deberían escucharse en los lugares donde suceden las acciones de la película. Por ejemplo, si una persona habla en un baño, ello se da con una sonoridad especial: su voz se escucha reverberada y es muy distinta a si dice lo mismo en un parque o en la cubierta de un barco. Para

lograr esas sensaciones se trabaja con aparatos o *plugins* (software) llamados reverberaciones, que permiten manipular la envoltura de la forma de onda, es decir, los tiempos de ataque, meseta y caída de cada sonido.

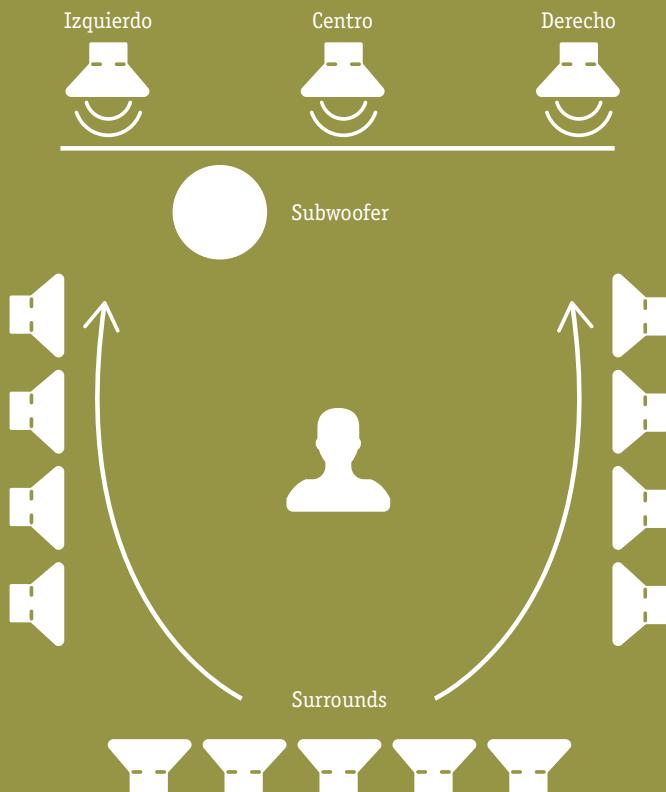
DETERMINACIÓN DE PANEOS: Se decide por cuál de los seis parlantes de la sala de cine va a sonar cada sonido de la banda sonora. Estos parlantes son (gráfica 1):

Durante el proceso de mezcla se consigue el tono de la película procesando las cuatro características del sonido: nivel, frecuencia, envoltura de onda, espacialidad. Decidir que un sonido suene más fuerte o más débil hará que la emoción del espectador sea completamente distinta. Así un drama podría parecer una comedia si, por ejemplo, los pasos de los personajes suenan demasiado altos. Una vez finalizada la mezcla, el proceso creativo de una película ha llegado a su fin, lo que queda será elaborar master y copias de distribución, promocionar y proyectar la película.

REFERENCIAS HISTÓRICAS

El 28 de diciembre de 1895 los hermanos Lumière proyectaron sus trabajos fílmicos. Ese día nació en París el cine con las impactantes imágenes de un tren que venía de frente a un

»Gráfica 1. Distribución de parlantes en la sala de cine.



público sorprendido, que por primera vez veía la imagen en movimiento y escuchaba el ruido de aquel novedoso y mágico aparato: el cinematógrafo. Así pues, el cine nunca fue mudo.

Además del ruido característico al proyectar la película, la experiencia cinematográfica se quiso llevar siempre más lejos. En 1897, a dos años de la proyección de **La llegada del tren a la estación de Ciotat**, los hermanos Lumière contrataron un cuarteto de saxofones para acompañar las proyecciones y lograr mayores emociones en el público. En Japón se hacían proyecciones sonorizadas en vivo, y son bien conocidos los acompañamientos hechos al piano resaltando los sentimientos de la historia en movimiento. Los intertítulos explicativos de las películas "mudas" se valían de las onomatopeyas para generar en el espectador la sensación sonora correspondiente a la imagen y también contenían los diálogos de los personajes.

El cine desde su nacimiento buscó la forma de completar la experiencia con el sonido. Con el paso del tiempo, los adelantos tecnológicos permitieron grabar sonido, sincronizarlo con la imagen y reproducirlo. El 6 de octubre de 1927 se proyectó **El cantor de jazz** (Alan Crosland), la primera película sonora. Desde entonces no se dio marcha atrás.

El sonido fue la gran revolución del cine y ocasionó cambios profundos en los sistemas de producción, en la narrativa y la experiencia del público. Los actores ahora debían tener buena voz para ser aceptados. Se construyeron grandes hangares insonorizados para filmar en estudio y aparecieron nuevos géneros, como las comedias y revistas musicales. Bien hacía Walter Murch² al referirse a esta época como el período en que el "sonido era el rey"³.

Luego de proyectarse **El cantor de jazz**, algunos cronistas de la época se referían ingenuamente al cine sonoro como una "moda pasajera". Comenzando 1928 las películas sonoras representaban un pequeño porcentaje de la totalidad de la producción, hasta que hacia 1930 los filmes mudos fueron excepcionales y, en los años siguientes, lo que se conoce como cine mudo fue desapareciendo, hasta extinguirse completamente.

Se hace necesario señalar la diferencia entre cine sonoro y cine hablado. Una película no es muda porque los actores no hablen, será muda cuando sus diálogos sean inaudibles y sean escritos en rótulos o intertítulos ayudando así a la comprensión de la historia. Ahora bien, si la película tiene sonido, pero los actores no hablan, será una película sin diálogos, pero no silente.

«En 1897, a dos años de la proyección de **La llegada del tren a la estación de Ciotat**, los hermanos Lumière contrataron un cuarteto de saxofones para acompañar las proyecciones y lograr mayores emociones en el público».

² Walter Scott Murch, 12 de julio de 1943, es montajista y diseñador de sonido estadounidense, nacido en Nueva York y reconocido por su trabajo en **El padrino** y **Apocalypse Now**.

³ Murch Walter. "Estirando el sonido para ayudar a liberar la mente". *Film Journal Projections*, 1995.

Volviendo a los avances tecnológicos que hicieron posible el cine sonoro, experimentalmente se había comprobado que las ondas sonoras se podían convertir en impulsos eléctricos. De esta manera se logró grabar la pista sonora en el celuloide. Después de la Primera Guerra Mundial se consigue solucionar de manera rentable y eficaz la sincronización de sonido e imagen.

La llegada del sonido al cine produjo, como mencionamos, grandes cambios, entre ellos:

- Nacen nuevos roles, como el de sonidista y, posteriormente, el de microfonista.
- Cambian los guiones, al tener que desarrollar diálogos más elaborados.
- El montaje se hace más complejo: ahora se añaden bandas de sonidos correspondientes a diálogos, música y efectos sonoros.
- En adelante la industria cinematográfica propenderá por dar al público una experiencia cada más completa y vívida, ayudada por ciencias exactas como la física y la química, por artes mayores como la música, y por la ingeniería. Las cámaras son cada vez más pequeñas y silenciosas y los dispositivos de grabación de sonido (grabadoras, micrófonos) se van haciendo cada vez más portátiles, lo que permite al cine salir de los grandes estudios de grabación a las calles, al campo, a la realidad y, por tanto, ampliar el abanico de historias que contar y escenarios para recrearlas.

En 1940 se estrena la primera película con sonido estéreo: **Fantasia**, de Walt Disney. Hasta ese momento la grabación y reproducción del sonido se hacía monofónica, de modo que todas las pistas de sonido se reproducían en una sola. Con el estéreo se duplicaron las pistas; por ello se pudieron reproducir dos pistas de sonido, que podían contener cada una sonidos completamente distintos a los de

la otra. Respecto de la proyección, el avance también reforzó la noción de espacialidad en la sala, al punto de sentir, por ejemplo, que el sonido que emite un automóvil que en pantalla se desplaza de izquierda a derecha viaja también de izquierda a derecha, lo que brinda una experiencia más natural al escuchar y más cercana a la del ser humano.

El cine es esa amalgama extraña de arte, ciencia y espectáculo que quiere llevar al ser humano a soñar despierto. Por ello todos los avances tecnológicos estarán siempre orientados a entregar una mejor experiencia sensorial y emocional. Es la razón de que los inventos de los últimos 50 años se hayan encaminado a tener más pistas de grabación y más parlantes con diferentes sonidos. En los años 70 alguien experimentó reproduciendo por cuatro canales sonidos diferentes, cada uno ubicado en la esquina de un recinto y nació el sistema cuádráfico, precursor del 5.1 o de sonido envolvente que tienen todas las salas de cine de la actualidad y que consiste de seis parlantes: tres delanteros, llamados izquierdo, central, derecho, ubicados detrás de la pantalla: los parlantes *surround* izquierdo y derecho, ubicados a los lados de la sala, y un parlante reproductor de muy bajas frecuencias en los bajos de la pantalla.

Para terminar este recorrido histórico, vale anotar que el hecho de que hoy existan salas con muchísimos parlantes para reproducir sonidos y muchas pistas de grabación no hace que una película que utilice un solo parlante o un solo micrófono, como en los inicios del cine sonoro, pueda ser calificada de pobre, en términos sonoros. Cada proyecto audiovisual tiene el sonido y el número de canales que necesite la historia. Lo que sí es cierto es que el sonido brinda al espectador la emoción de la película, la respiración, el aire. El cine sin sonido es como un hombre en coma.

En Colombia las primeras películas sonoras conocidas son: **Pereira es la que invita a su gran carnaval** producida en 1936, película que contiene el primer registro de sonido óptico conocido en el país, se trataba de un

pequeño documental de 6 minutos que promocionaba a la ciudad de Pereira. **Primeros ensayos del cine parlante nacional** (1937) es la primera película colombiana con sonido sincrónico, en la cual se recogen los intentos de los hermanos Acevedo, pioneros del cine nacional, para darles voz a sus producciones.

»Foto 3. Fotograma de. **Primeros ensayos del cine parlante nacional** (Acevedo e hijos, Colombia, 1937). Fuente: Youtube, canal memoriacolombiana.



EL SONIDO COMO FENÓMENO FÍSICO

Comprender el sonido como un fenómeno físico, conocer su naturaleza, fundamentos y características es indispensable para poder grabar, reproducir y procesar la señal sonora. Es lo que debe quedar más claro a quien se interese por trabajar en alguna de las múltiples ramas del sonido. El sonido es vibración y la vibración es movimiento. Un objeto estático no produce ningún sonido. Ahora bien,

se habla de sonido cuando existe un receptor que lo interprete. Es decir que el concepto de sonido es bastante complejo y abstracto.

Cadena acústica

Para entender mejor el sonido recordemos que este solo es posible si se cuenta con tres elementos básicos:

- Una fuente sonora o emisor, que puede ser natural o artificial: el mugido de una vaca, el choque de dos cuerpos, la voz humana.
- Un medio elástico, pues, para que la vibración sonora pueda transmitirse, es necesario que la fuente sonora vibre en un medio que se pueda expandir y contraer. Existen tres medios, en su orden de mejor a peor transmisor de la vibración sonora: sólidos, líquidos y gaseosos, como el aire, medio en el que el ser humano está acostumbrado a escuchar. En el espacio exterior, por no poseer un medio molecular con propiedades elásticas, el sonido no se puede propagar.
- Un receptor natural, como el oído, o artificial, como el micrófono.

Estos tres elementos (forman lo que se conoce) como la cadena acústica.

¿Cómo se produce el sonido?

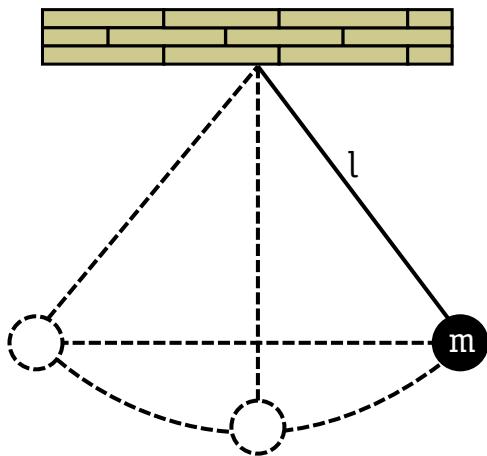
Para que un cuerpo vibre es necesario aplicarle cierta cantidad de energía capaz de producir un cambio en su estado físico (del reposo al movimiento). Es decir, que el sonido o, mejor, cualquier vibración es un efecto, pues ningún cuerpo puede cambiar su estado físico sin una causa. El cuerpo en vibración, que se encuentra dentro de un medio elástico, impacta las moléculas del medio cercanas y las hace vibrar de forma análoga a como el cuerpo

vibra. Así se transmite de molécula a molécula la vibración, hasta que en ese recorrido halla un receptor capaz de interpretar como sonido las vibraciones del medio, ya se trate de un ser provisto de membranas timpánicas o de un micrófono. Ese ser interpretará esas vibraciones como sonido y analizará sus características como propias de un pito de camión, de un grito de niño o de algo pesado que cae en el piso superior. Hasta que el receptor no recibe la vibración y la interpreta, no hay sonido, antes de esto solo hay un cuerpo y unas moléculas vibrando.

Imaginemos un péndulo oscilando. Si a ese péndulo le ponemos un poco de tinta en la parte inferior y ubicamos un papel para que el dibujo de su movimiento sea registrado, obtenemos lo que en matemáticas se conoce como la gráfica senoide (gráfica 2).

Y su dibujo es lo que conocemos en sonido como *forma de onda*. La onda sonora es la unidad básica del sonido. Esta gráfica se representa sobre dos ejes: el vertical, que habla

»Gráfica 2. Gráfica senoide.



de las variaciones de presión sonora, es decir, de cómo el medio se expande y se contrae por la acción del cuerpo en vibración y por la transmisión de esta; y el eje horizontal, que expresa el tiempo en segundos. A partir del análisis de esta gráfica podemos entonces conocer y comprender las principales características del sonido:

- Intensidad (nivel o volumen)
- Frecuencia o tono (grave/agudo)
- Forma de onda envolvente (cómo se desarrolla la vibración en el tiempo)
- Timbre, que es la huella dactilar de un sonido y su característica única

INTENSIDAD (AMPLITUD DE LA FORMA DE ONDA O VOLUMEN): La intensidad de un sonido está determinada por la amplitud de su forma de onda, es decir, por los valores que se representan en el eje vertical de la gráfica... Cuanta mayor sea la energía que dio el impulso inicial para ponerlo en movimiento mayor será la amplitud. De esta misma forma, si golpeo suavemente una mesa el ruido que hará será muy débil y si la golpeo con mucha energía será fuerte.

Llamamos volumen a nuestra impresión de la amplitud, que se mide usando un valor relativo y adimensional: el decibelio (dB), que expresa la relación de dos variables: 1) la presión sonora, y 2) la energía sonora, entendida como la energía que transmiten o transportan las ondas sonoras, relacionada con la intensidad acústica, definida como la potencia acústica transferida por una onda sonora por unidad de área. La presión acústica se mide en términos de nivel de presión sonora (dB-SPL), ya que existen variaciones periódicas de presión atmosférica en una onda. Los humanos tenemos la capacidad de oír un intervalo extremadamente amplio de estas variaciones periódicas. Desde 0 dB-SPL (el umbral de la audición) hasta 120 dB-SPL (el umbral del dolor). La unidad que se utiliza en la grabación audiovisual suele ser el dB-V: decibelio en relación con los voltios.

FRECUENCIA Y TONO: Volvamos al péndulo. Cuando está quieto, decimos que está en su punto 0 o punto de reposo, y cuando logra su máxima elevación por el lado en que se le imprimió la energía que lo puso en movimiento, decimos que ha logrado su máximo valor positivo. Luego se regresa y alcanza su máxima elevación en sentido contrario a la energía de inicio, momento en que ha alcanzado su máximo valor negativo. Cuando la vibración alcanza sus máximos valores en los ejes positivo y negativo y regresa a su punto de reposo, decimos que la onda ha completado un ciclo. Las veces que la vibración repite este ciclo en un segundo se conoce como su frecuencia, que se mide en hertzios (Hz). Los seres humanos generalmente somos capaces de escuchar entre 20 y 16.000 hertzios.

Percibimos la frecuencia como tono. El máximo número de veces que vibre un objeto por segundo será su tono más alto o agudo y el mínimo número de veces que lo haga será su tono más bajo o grave. El intervalo de las frecuencias sonoras audibles se divide en secciones. Las divisiones normales en la música occidental se llaman octavas. Una octava es un intervalo entre dos frecuencias que tengan una relación tonal de 2 a 1. La audición humana cubre más de 10 octavas, que a su vez se dividen en:

- Graves: primera y segunda octavas. De 20 a 80 Hz.
- Medios graves: tercera y cuarta octava. De 80 a 320 Hz.
- Medios: quinta, sexta y séptima octava. De 320 a 2.560 Hz.
- Medios agudos: octava octava. De 2.560 a 5120 Hz.
- Agudos: novena y décima octava. De 5.120 a 10.000 Hz.

FORMA DE ONDA ENVOLVENTE: Si hacemos el análisis del comportamiento de una vibración sonora con respecto al tiempo, descubriremos tres fases fundamentales: ataque, meseta (dinámica interna) y caída. El ataque es el tiempo en que un sonido surge e incrementa su volumen, la meseta es el tiempo que se sostiene el sonido y la caída es el tiempo y forma en que el sonido se extingue. Los ataques

y caídas rápidas o violentas son propios de sonidos producidos por golpes o disparos; y los tiempos largos de ataque y caída dan la idea de sonidos suaves y sostenidos en el tiempo, como la vibración de una cuerda de violín.

TIMBRE: Es la característica más compleja del sonido. Para comprenderlo mejor cabe aclarar que un sonido, tal como lo escuchamos los humanos en el aire, es la suma de muchos sonidos o muchas vibraciones. Nosotros no conocemos una vibración pura. El timbre será la suma y resta de las características de todas las vibraciones que componen un sonido: las intensidades, frecuencias, formas de onda y características de los materiales que conforman la fuente sonora y el espacio en el cual vibra. El timbre de un sonido nos permite identificar su origen; es una característica única e intransferible que nos permite, por ejemplo, reconocer la voz de un ser querido en medio de un barullo de voces.

¿Cómo escuchamos?

En este segmento se explica brevemente cómo funciona nuestro receptor natural de las vibraciones sonoras. Comprender su funcionamiento nos facilitará más adelante entender a cabalidad los micrófonos (receptores artificiales) y, por tanto, hacer un correcto uso de estos dispositivos. El oído posee una enorme sensibilidad y capacidad de percibir, analizar, procesar y memorizar, por separado y en grupo, las características de la vibración sonora. Está dividido en tres partes: oído externo, oído medio y oído interno (gráfica 3).

OÍDO EXTERNO: El sonido llega al pabellón de la oreja que sirve como recolector del sonido. Por eso nuestras orejas tienen esa forma particular para poder orientar el sonido hacia el canal auditivo, que tiene un volumen aproximado de 1,6 cm cúbicos y conecta el pabellón con el tímpano, una membrana sensible a las variaciones de presión acústica, capaz de oscilar por la acción de dichas variaciones.

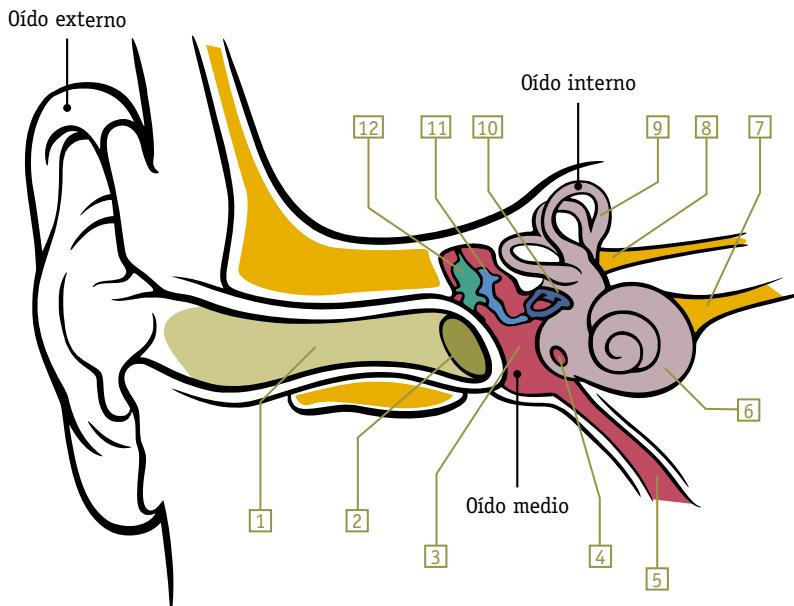
«No existe el micrófono ideal, pues no existe un único ambiente acústico».

Oído MEDIO: Es una cavidad comunicada con las fosas nasales a través de la trompa de Eustaquio. Normalmente se encuentra cerrada y solo se abre al tragar y bostezar, con el fin de mantener el equilibrio entre la presión atmosférica del exterior y la interna del oído. En esta cavidad se encuentran interconectados tres huesecillos: martillo, yunque y estribo, los cuales conectan el tímpano con el oído interno. Las vibraciones que recibe el tímpano las convierte en movimientos mecánicos que son transmitidos a través de estos huesecillos.

Oído INTERNO: Está constituido, por una parte, por los canales semicirculares (que transmiten al cerebro la información de equilibrio), y por otra, por la cóclea o caracol, un laberinto óseo lleno de un líquido por el cual se propagan las vibraciones desde la ventana oval, que es la entrada al oído interno. Dentro de la cóclea hay una membrana, llamada membrana basilar, que contiene un gran número de filamentos o conductores nerviosos que hacen parte del nervio auditivo. Las vibraciones en el fluido excitan estas terminales nerviosas,

»Gráfica 3. El oído.

- 1 Canal auditivo externo
- 2 Tímpano
- 3 Cavidad Timpánica
- 4 Ventana redonda
- 5 Trompa de Eustaquio
- 6 Cóclea (caracol)
- 7 Nervio auditivo
- 8 Nervio vestibular
- 9 Canales semicirculares
- 10 Estribo
(pegado a la ventana oval)
- 11 Yunque
- 12 Martillo



las cuales transmiten los impulsos a lo largo del nervio auditivo hasta el cerebro.

Esto se produce porque la membrana basilar transforma las vibraciones mecánicas en impulsos eléctricos. Dicha membrana contiene células capilares de distinta extensión y calibre que son receptoras sensoriales (conductores nerviosos). Cada célula tiene distinta dureza y responde a diferentes frecuencias. Estas células capilares sensitivas conducen los impulsos a las células nerviosas, las cuales vuelven a transmitirlos al cerebro.

Finalmente, el cerebro procesa la información recibida y analiza el origen de la fuente sonora, a qué distancia está ubicada, su dirección de procedencia, cuál es el timbre y cuál la intensidad del sonido.

CADENA ELECTROACÚSTICA (EQUIPOS)

Es el conjunto de elementos eléctricos y electrónicos que, conectados entre sí, permiten la captura, registro y reproducción de la señal sonora: micrófonos, cables, *mixer* o consola-grabadora, monitoreo.

Micrófonos

Para poder captar los sonidos que nos rodean en nuestra vida diaria, necesitamos de algún sistema que nos permita transformar las variaciones de presión en el aire (ondas sonoras) en ondas eléctricas, de manera que estas las podamos manipular y almacenar en algún soporte, bien sea en formato analógico o digital. Los micrófonos cumplen este cometido, como transductores encargados de transformar la energía acústica en energía eléctrica y permitir así el registro, almacenamiento, procesamiento y transmisión de las señales de audio. Es decir, el micrófono es un

elemento capaz de captar ondas sonoras y de convertir la potencia acústica en eléctrica de similares características.

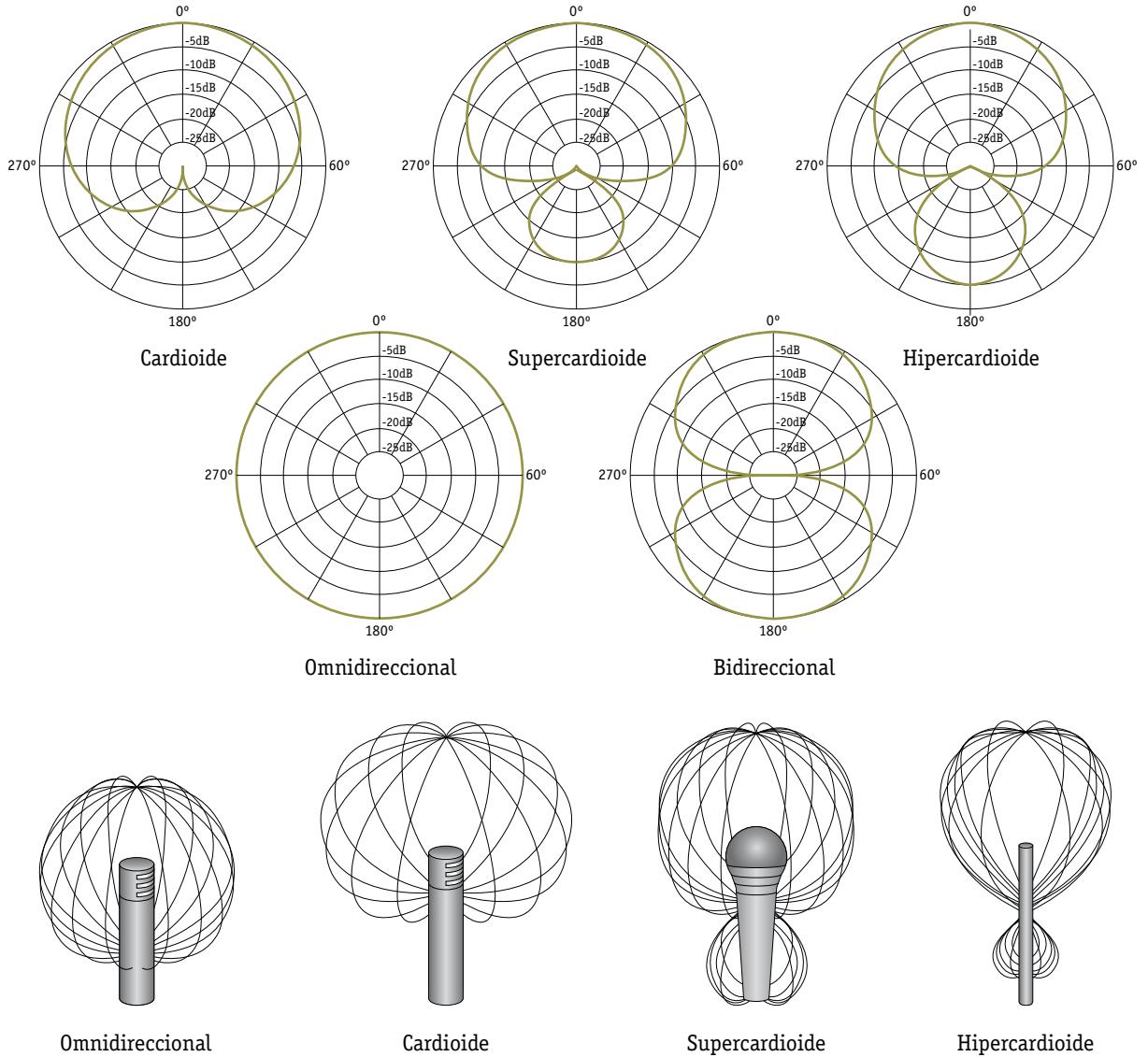
Para cumplir su función, el micrófono necesita la combinación de dos tipos de transductores: uno mecánico-acústico, compuesto por una lámina muy fina, denominada diafragma, cuya función es transformar las variaciones de presión en vibraciones mecánicas; y uno electromecánico, que transforma en electricidad las vibraciones mecánicas recibidas. Los dos transductores se conjugan en uno electroacústico.

No existe el micrófono ideal, pues no existe un único ambiente acústico. De ahí que exista una amplia gama de micrófonos, cada uno de los cuales sirve para ciertos casos particulares.

A la hora de estudiar los diferentes tipos de micrófonos, podemos hacerlo por su funcionamiento o por la forma en que recoge el sonido, dado que no presentan la misma sensibilidad en todos los ángulos con respecto a la fuente sonora. El grado de sensibilidad del micrófono en sus diferentes ángulos con respecto a la fuente sonora se representa por medio de un diagrama polar, que refleja la sensibilidad con que es capaz de captar un sonido según el ángulo con que le incida este y da la información necesaria para saber cómo se va a comportar el micrófono con los sonidos, dependiendo de dónde provengan.

Los micrófonos, según sus diagramas polares, se pueden dividir básicamente en tres tipos: el omnidireccional, el bidireccional y el unidireccional (gráfico 4). El micrófono omnidireccional recibe prácticamente con la misma sensibilidad cualquier sonido, independientemente del punto de donde proceda, y su diagrama es circular. El micrófono bidireccional presenta una gran sensibilidad en el frente, con un ángulo amplio, y una imagen simétrica en la parte posterior, o sea, que es menos sensible a los sonidos que le llegan desde los laterales y más sensible a los que le llegan desde el frente y la parte posterior. Su diagrama es parecido al de un 8.

»Gráfica 4. Clasificación de micrófonos según sus diagramas polares.



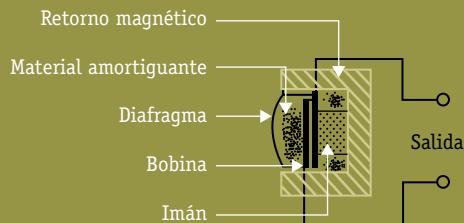
El micrófono unidireccional tiene una mayor sensibilidad a los sonidos que vienen de frente a la cápsula con un ángulo relativamente amplio. Este tipo de diagrama polar se puede subdividir en tres: el cardioide, el supercardioide y el hipercardioide, cada uno con un diagrama polar cada vez más estrecho y, por tanto, más insensible a los sonidos que le llegan desde la parte posterior y lateral.

El cardioide se denomina así porque su diagrama polar se asemeja un poco a la forma de un corazón. Los micrófonos cardioides son sensibles a los estímulos sonoros en un rango amplio al frente del micrófono, pero relativamente insensibles a los sonidos detrás del mismo. La amplitud de la zona de sensibilidad del cardioide la mayoría de las veces es demasiado para las grabaciones de cine y documental, ya que, cuando el micrófono se encuentra colocado algo alejado de la fuente de sonido, este puede registrar sonidos incidentales no deseados, incluyendo la reverberación de las paredes. Este tipo de micrófonos son muy útiles en micrófonos de mano y cuando estos pueden estar cerca de la fuente sonora (cantantes, presentadores o en ciertos planos cerrados).

Clasificación de micrófonos según su forma de transformar la energía

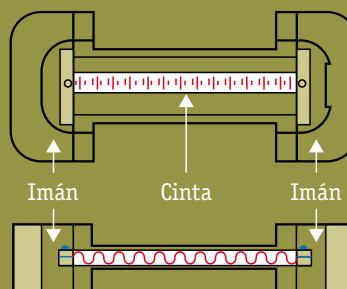
MICRÓFONOS DE BOVINA MÓVIL O DINÁMICOS: Estos micrófonos están formados por un diafragma de plástico *mylar* unido a una bobina que se desliza dentro de un campo magnético creado por un imán polarizado. Cuando la membrana se mueve a consecuencia de la presión del aire, provoca que se mueva también la bobina dentro del campo magnético, lo que produce una corriente proporcional al desplazamiento de la membrana. Este tipo de micrófono es muy utilizado en entrevistas de mano, por su robustez y porque no necesita alimentación externa para su funcionamiento. Pero su sensibilidad y linealidad de respuesta no son tan buenas como en otros tipos de micrófonos (gráfica 5).

»Gráfica 5. Micrófonos de bovina móvil o dinámicos.



MICRÓFONOS DE CINTA: Estos micrófonos utilizan una cinta metálica muy ligera que está expuesta a las ondas sonoras, tanto por delante como por detrás. Dicha cinta se halla montada dentro de un campo magnético permanente creado por un imán. Cuando la cinta vibra a consecuencia de las presiones de las ondas sonoras, se crea una corriente similar a la velocidad de desplazamiento de dichas ondas sonoras. Su diagrama polar suele ser bidireccional, aunque se pueden conseguir también cardioides. Su respuesta en frecuencia es muy buena. Son muy sensibles a los golpes y roces, por lo que generalmente se utilizan en estudio (gráfica 6).

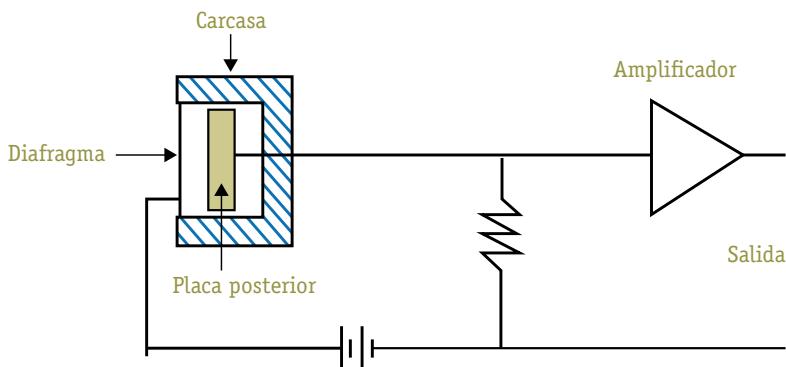
»Gráfica 6. Micrófonos de cinta.



MICRÓFONOS ELECTROESTÁTICOS O DE CONDENSADOR: Estos utilizan otro tipo de transductor basado en el funcionamiento de un condensador. Para ello poseen dos membranas: una fija, la posterior, y otra separada de la primera por una capa de aire, que es la que se mueve con la incidencia de las ondas sonoras. El condensador que forman ambas placas aisladas por el aire se alimenta con una tensión externa al micrófono, llamada alimentación *phantom* (fantasma). Cuando la membrana superior se desplaza a consecuencia de las ondas sonoras, la distancia entre ambas placas varía y, por tanto, varía también la capacidad del condensador, y al variar esta, también lo hace la tensión que circula por él. Para poder aprovechar estas variaciones de tensión se necesita montar un preamplificador junto a la cápsula, de forma que adapte el nivel de la señal, para poder ser útil. El preamplificador también hace uso de la alimentación externa para poder funcionar.

Hay micrófonos electrostáticos que tienen un diafragma plástico con una carga permanente y que por ello no necesitan alimentación externa para funcionar; sin embargo, sigue siendo necesario el preamplificador. Esto a veces se resuelve con una pequeña pila incluida en el mismo micrófono; así se evita utilizar la alimentación *phantom*. Adicionalmente, al no tener que cargar con la bobina el diafragma de estos micrófonos, son mucho más sensibles y más delgados y, por tanto, capaces de recoger sonidos muy tenues sin ningún problema. Es necesario utilizarlos en una suspensión elástica, ya que los ruidos de manipulación alcanzan a ser audibles. Son micrófonos de excelente calidad y los más utilizados en el audiovisual (gráfica 7).

»Gráfica 7. Micrófonos electrostáticos o de condensador.



Los micrófonos también se pueden catalogar según sus diseños. Los más comunes son:

- De mano: se utiliza habitualmente en entrevistas en las que el redactor lleva el micrófono. También se usa para la voz del cantante en los recitales.
- Lavalier: micrófono muy pequeño, comúnmente llamado de corbata o de solapa. Suele ser omnidireccional y se utiliza para registros de voz prendido de la solapa mediante un alfiler u oculto bajo la ropa.
- De cañón: usado normalmente para captar sonidos a distancia de la cámara. Suele ir adaptado a una jirafa o a una caña mediante un sistema suspensor. Son unidireccionales y supercardioides o hipercardioides.
- Micrófonos piezoeléctricos o PZ: ofrecen óptima captación de sonidos a través de superficies duras.
- De contacto: captan el sonido en contacto directo con la fuente sonora. Se suelen utilizar en instrumentos musicales.
- De estudio: con una gran diversidad adaptada según las necesidades.

Para la correcta utilización de los micrófonos, muchas veces es necesario manipularlos con diferentes accesorios. Los más utilizados son:

- **Caña:** tubo telescópico formado por varios tramos, en uno de cuyos extremos se instala el micrófono. Suele ser de fibra de carbono (las más livianas) o de plástico y aluminio. Su longitud varía desde un metro hasta seis metros. Las cañas de carbono, aunque son las más caras, son las que menos transmiten el sonido de manipulación.
- **Suspensor:** es una pieza de plástico y gomas elásticas sobre la que se pone el micrófono suspendido, lo que evita posibles vibraciones.
- **Pistola:** pieza de plástico sobre la que se enrosca el suspensor, en el extremo de la pértiga.
- **Antivientos:** fundas con las que se recubren los micrófonos para protegerlos del viento. Los hay de muchos tipos: de funda, de pelo (popularmente llamados perritos), rígidos o zeppelines... Dependiendo del tipo de micrófono y de la cantidad de viento, se utilizan unos u otros, o se combinan varios (foto 4).

Cables

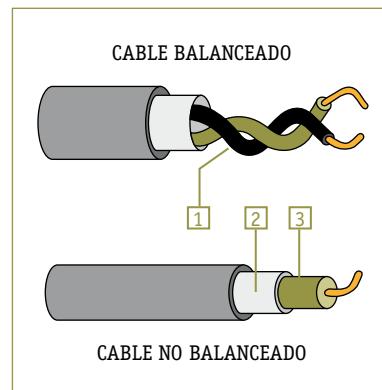
Los cables son los encargados de transmitir la señal eléctrica del micrófono al *mixer* o al grabador. Es necesario eliminar cualquier tipo de ruido que pueda entrar en el cableado. Las interferencias de radiofrecuencia

(RF), de los cebadores de los tubos fluorescentes, de las emisoras de radioaficionados (CB), de las estaciones de radio de AM y FM, etc., son susceptibles de inducirse en estos cables, debido a que estos actúan como antenas. Cuando mandamos señales de audio de bajo nivel a distancias considerables (distancias mayores de 15-20 metros), se hace necesaria la utilización de una entrada balanceada (gráfica 8).

La diferencia entre un cable balanceado y otro no balanceado está, simplemente, en un conductor extra. La conexión está formada por dos cables apantallados, donde la señal activa (+ o *hot*) viaja por un hilo y por el otro viaja una señal en contrafase o invertida (- o *cold*).

La pantalla será la masa de la señal. Cualquier interferencia externa capaz de perturbar la señal de audio se inducirá a la vez en las dos líneas activas. A la entrada del amplificador, será suficiente realizar la suma entre ambas señales para cancelar los ruidos o interferencias generadas y obtener el doble de señal activa. El balanceo-desbalanceo se suele realizar electrónicamente. El sistema de conectores XLR cumple las normativas internacionales estándar (AES). Es recomendable usar cable apantallado de calidad para realizar cualquier tipo de conexión (gráfica 9).

»Foto 4. Zeppelin o antiviento rígido, enganchado a una pistola.



»Gráfica 8. Diferencia entre un cable balanceado y uno no balanceado.

- 1 Señal diferenciada.
- 2 Aislamiento.
- 3 Señal.

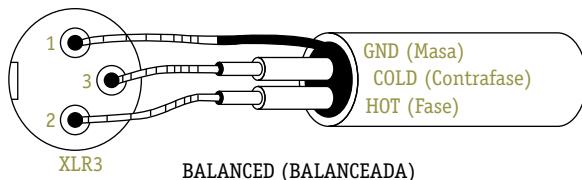
- MASA de la señal al pin No. 1 del conector XLR.
- HOT (fase) de la señal al pin No. 2 del conector XLR.
- COLD (contrafase) de la señal al pin No. 3 del conector XLR.

Con referencia a los *JACK* balanceados, la imagen (gráfica 10) muestra el tipo de conector de 6 mm, cuyo cableado es el siguiente:

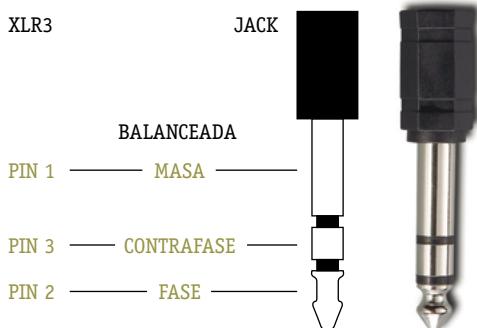
- Pin 1 masa (*ground*) de la señal en el cuerpo.
- Pin 2 hot (fase) de la señal en la punta (*tip*).
- Pin 3 cold (contrafase) de la señal en el anillo (*ring*).

Colocar los cables de los micrófonos junto con los cables de corriente ocasionalmente crea inducción e interferencias. La solución es simplemente apartar los cables

»Gráfica 9. Sistema de conectores XLR.



»Gráfica 10. *JACK* balanceados.



y evitar que se crucen. Las luces fluorescentes también inducen un zumbido en el audio. Las computadoras y ciertos equipos médicos cercanos al equipo pueden interferir en la calidad del audio y provocar ruidos indeseables.

Consola o *mixer*

Una vez que hemos recogido el sonido a través del micrófono, este debe procesarse y registrarse. Recordemos que el micrófono convierte las ondas acústicas en electricidad, que esta viaja a través del cable y llega a la consola o *mixer* o directamente a la grabadora de sonido. Dependiendo del tipo de filmación, de la disponibilidad de equipo, de la operatividad y de la complejidad del diseño de sonido, el sonidista operará con un *mixer* o consola antes de la grabación del sonido.

La consola suele despertar curiosidad o admiración debido a la gran cantidad de botones y a la supuesta complejidad que representa. Este elemento a veces es de grandes dimensiones y lleva a cabo la delicada tarea de mezclar, es decir, escoger cómo y en qué medida va a sonar cada uno de los instrumentos o sonidos que se estén emitiendo. La consola es un sistema electrónico compuesto por entradas y salidas de audio, en la que las salidas son combinaciones de las entradas. Cualquier consola cumple con la definición anterior, de la más simple a la más compleja. El *mixer* está dividido en varias secciones:

SECCIÓN DE ENTRADA: Corresponde, por lo general, a la parte superior de la consola. En esta parte podemos encontrar un selector de nivel de la señal de micro/línea, un atenuador de señal de entrada, un pulsador para activar la alimentación *phantom* y un preamplificador. También podemos encontrar un inversor de fase y medidores de señal.

SECCIÓN DE ECUALIZACIÓN: En ella encontramos los controles necesarios para poder modificar la intensidad de alguna banda de frecuencia. La función del ecualizador es corregir

las pequeñas deficiencias del sonido, es decir, la respuesta en frecuencia del micrófono o de la sala. El ecualizador está formado por componentes electrónicos, llamados filtros. Los más usados en las consolas son los siguientes: control de tonos, semiparamétricos y paramétricos.

SECCIÓN DE AUXILIARES: Se presenta en forma de potenciómetros rotatorios y se usa para regular la intensidad del sonido de un canal específico, pero por otra salida. Existen dos tipos de auxiliares: el *prefader* y el *posfader*.

SECCIÓN MASTER: Casi siempre está situada al lado derecho de la consola. Como parte más destacable encontramos el *fader* principal, con el que controlamos el nivel general de la mezcla. Hay que indicar que en la grabación audiovisual, tanto de ficción como de documental, la mesa o consola se utiliza de otra manera que en música. Ya que todas la ecualizaciones y arreglos se realizan en posproducción. El objetivo del registro del sonido directo es conseguir que este suene lo más plano y real posible, evitando colorearlo durante la grabación. Así pues, los ecualizadores tan solo se utilizan cuando es indispensable corregir determinadas frecuencias (casi siempre bajas o graves) que complican el registro correcto (como fuerte viento o ruido eléctrico).

Las consolas diseñadas específicamente para la grabación audiovisual suelen ser bastante más sencillas. Por lo explicado, se suprimen los ecualizadores y se sustituyen tan solo por un corte o filtro de sonidos graves. Estas consolas se utilizan principalmente en dos ocasiones:

- Cuando el audio se graba directamente a la cámara (formato utilizado en programas televisivos, reportajes y algunos documentales). El mixer cumplirá las funciones de controlar y procesar la señal enviada a cámara, y como las cámaras solo tienen dos canales de audio, cuando tengamos más de dos micrófonos o fuentes sonoras, en la consola seleccionamos la mezcla deseada, es decir, se elige qué micrófono va a cada canal de la cámara.

- Cuando el grabador no tiene los suficientes canales o la suficiente calidad. En este caso procesaremos la señal en el mixer y mezclaremos los canales para elegir el envío.

Grabadoras

Desde que en 1857 Leon Scott grabara el primer sonido con su fononautógrafo y posteriormente Tomas Alva Edison anunciará la invención del primer fonógrafo en 1877, ha habido una auténtica revolución en los métodos y formas de grabar el sonido, hasta llegar a la era digital. En 1941 se logró la primera grabación multipista, hecha por el guitarrista Les Paul, y en 1955 se comercializaron los primeros grabadores multipista.

Actualmente los equipos portátiles de grabación de sonido directo son de tipo multipista digital. La tecnología ha avanzado mucho en los últimos años pudiendo ergonomizar y facilitar el diseño, procesamiento y registro del sonido y haciendo que muchos de dichos grabadores funcionen a la vez como *mixers* y como grabadores. Actualmente existen en el mercado innumerables marcas y modelos para todos los gustos, precios y prestaciones. Los grabadores que se usan más habitualmente en el mundo audiovisual suelen ser de 6 u 8 pistas –normalmente, capacidad suficiente para poder grabar de forma portátil cualquier proyecto audiovisual–, graban en tarjetas de memoria o discos duros y poseen la mayoría de las características de los *mixers* diseñados para el audiovisual.

«La consola es un sistema electrónico compuesto por entradas y salidas de audio, en la que las salidas son combinaciones de las entradas».

»Gráfica 11. Onda analógica y digital.



Conversión analógica-digital (adc)

Este proceso convierte una señal analógica continua en series de datos tomando medidas instantáneas de la amplitud de la señal a una velocidad constante (gráfica 11). Realiza tres procesos:

MUESTREO: Para convertir una señal analógica en digital, el primer paso consiste en realizar un muestreo de esta o, lo que es igual, en tomar diferentes muestras de tensiones o voltajes en diferentes puntos de la onda. La frecuencia a la que se realiza el muestreo se denomina frecuencia de muestreo y se mide en hertzios (Hz). A mayor cantidad de muestras tomadas, mayor calidad y fidelidad de la señal digital resultante.

TEOREMA DE NYQUIST: Este afirma que la frecuencia de muestreo mínima requerida para realizar una grabación digital de calidad debe ser igual al doble de la frecuencia de audio de la señal analógica que se quiere digitalizar y grabar. Durante el muestreo se asignan valores numéricos equivalentes a la tensión o voltaje existente en diferentes puntos de la onda, con la finalidad de realizar a continuación el proceso de cuantización.

CUANTIZACIÓN: Una vez realizado el muestreo, el siguiente paso es la cuantización de la señal analógica. Para esta parte del proceso los valores continuos de la onda se convierten en series de valores numéricos decimales correspondientes a los diferentes niveles o variaciones de

voltajes que contiene la señal analógica original. Por tanto, la cuantización representa el componente de muestreo de las variaciones de valores de tensiones o voltajes tomados en diferentes puntos de la onda. Ello permite medirlos y asignarles sus correspondientes valores en el sistema numérico decimal, antes de convertir esos valores en sistema numérico binario.

CODIFICACIÓN: Es la traducción de los valores obtenidos en la cuantificación a códigos ya establecidos. El más común es el código binario.

Todos los sistemas de muestreo aplican antes un filtro llamado *antialiasing* o *antialias*, que limita las frecuencias superiores a lo estrictamente necesario.

Monitoreo o escucha

Una vez capturada, procesada y registrada la señal, queda el último paso: monitorearla o escucharla. Para ello se utilizan o audífonos o parlantes, que son, al igual que los micrófonos, transductores electroacústicos, solo que cumplen la función inversa: primero transforman las señales eléctricas en energía mecánica y posteriormente la energía mecánica en ondas acústicas. Al igual que los micrófonos, los parlantes, según sus diagramas polares, se pueden dividir básicamente en tres tipos: el omnidireccional, el bidireccional y el unidireccional o cardioide.

- Omnidireccionales: son muy poco comunes, ya que necesitan de una gran caja acústica. Emiten sonido por igual en todas las direcciones, es decir, en 360°.
- Bidireccionales: emiten sonido por delante y por detrás, siendo casi mudos en las franjas laterales. Su grado de emisión suele ser de 100°.
- Unidireccionales: emiten solo por la parte delantera y suelen tener un ángulo de 160°.

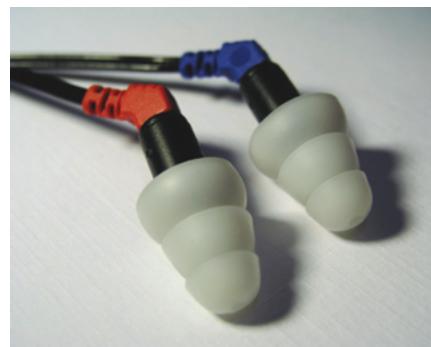
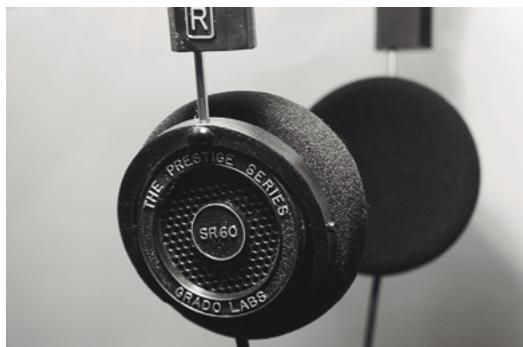
Al igual que los micrófonos, los parlantes se pueden clasificar según su transductor en: de bovina móvil o dinámicos, de cinta y electroestáticos o de condensador. Los audífonos, a su vez, según su posición relativa al oído, se pueden clasificar en:

CIRCUMAURALES: Rodean completamente la oreja. Estos auriculares, cuando son cerrados, permiten el aislamiento sonoro casi por completo del sujeto que escucha. Asimismo, impiden que el sonido reproducido salga al exterior; por eso sus aplicaciones suelen estar más dedicadas al campo profesional, como monitorización de amplificación en vivo o mezcla para los DJ. La principal característica de estos dos tipos es que, al estar ligeramente separados del oído, generan una mayor sensación natural del campo estéreo y dan una reproducción de frecuencias más lineal y precisa.

SUPRAAURALES: Los altavoces cubren la mayor parte del pabellón auditivo, siendo este diseño el estándar en sonidos Hi-Fi domésticos, pero también en los sistemas de mezcla profesional. Son "portátiles", por ser más ligeros y menos voluminosos que los circumaurales.

INTRAURICULARES: Son pequeños auriculares, aproximadamente del tamaño de un botón, que se "cuelgan" de la oreja o se introducen dentro del canal del oído y permiten al oyente un mayor aislamiento, movilidad y confort subjetivo, sensación que difiere según el usuario. Su mayor defecto es que el sonido parece que viniera del interior de la cabeza, por lo que se pierde la sensación auditiva natural, en la que el sonido llega del exterior. También, por su tamaño, ofrecen menor rendimiento sonoro que un dispositivo de mayor tamaño. Su uso está generalizadamente extendido para la escucha de reproductores portátiles. ●

»Fotos 5-7. Audífonos circumaurales (5), supraaurales (6) e intrauriculares (7).



Consulta el glosario general de la colección y específico de "Sonido" en el libro *Comunicación, cineclubes y archivos*.



REFERENCIAS

Alten, Stanley R. *El manual del audio en los medios de comunicación*. San Sebastián: Escuela de Cine y Video, 1994.

Doctor Proaudio. *Glosario de refuerzo sonoro*. Jelsoft Enterprises. En línea.

Labrada, Jerónimo. *Registro sonoro*. Cuba: Escuela Internacional de Cine y Televisión, 1995.

Larson Guerra, Samuel. *Pensar el sonido*. Centro Universitario de Estudios Cinematográficos, 2011.

Walter, Murch. "Estirando el sonido para ayudar a liberar la mente". *Film Journal Projections*, 1995.

FILMOGRAFÍA

Acevedo e hijos. **Primeros ensayos del cine parlante nacional**. 25 min, Colombia, 1937.

Algar, James; Armstrong, Samuel; Beebe, Jr. Ford; Handley, Jim et al. **Fantasia (Fantasia)**. 120 min, Estados Unidos, 1940.

Casa Filmadora Venus. **Pereira es la que invita a su gran carnaval**. 7 min, Colombia, 1936.

Coppola, Francis Ford. **Apocalypse Now**. 153 min, Estados Unidos, 1979.

Crosland, Alan. **El cantor de jazz (The Jazz Singer)**. 89 min, Estados Unidos, 1927.

Lumière, Hermanos. **La llegada del tren a la estación de Ciotat (L'arrivée d'un train à La Ciotat)**. 1 min, Francia 1897.

Wenders, Wim. **Historia de Lisboa (Lisbon Story)**. 100 min, Alemania y Portugal, 1994.



DIRECCIÓN
DE ARTE



«La función principal del departamento de arte es materializar el guion en términos estéticos, construyendo una atmósfera evocadora, convincente y apropiada para que se desarrolle la historia».



**MANUAL DE
DIRECCIÓN
DE ARTE PARA
CORTOMETRAJES**

Sara Millán



EL DEPARTAMENTO DE ARTE

El departamento de arte es uno de los que mayor número de personas emplea en las producciones cinematográficas y, como encargado de recrear visualmente el universo de la película, requiere de un equipo altamente calificado y especializado en diferentes labores, que van desde las creativas hasta las técnicas. La función principal del departamento de arte es materializar el guion en términos estéticos, construyendo una atmósfera evocadora, convincente y apropiada para que se desarrolle la historia.

EL DIRECTOR DE ARTE¹

Es líder del departamento de arte y se encarga del control visual de una producción audiovisual. Su trabajo comienza antes que el resto de los equipos de producción, realizando aproximaciones estéticas del guion y estableciendo conversaciones con el director para llegar a una visión general de la historia; así mismo, su trabajo puede

¹ Para efectos del presente manual se ha sustituido el nombre de diseñador de producción por el de director de arte, pues este último es el más utilizado en la industria cinematográfica colombiana. Sin embargo, en mi blog (<http://cinemadesign.wordpress.com>) encontrarán las diferencias entre ambos cargos.

«Una de las tareas más importantes del director de arte es concretar en términos visuales el guion».

terminar meses después del rodaje, haciendo aportes en los procesos de posproducción.

Una de las tareas más importantes del director de arte es concretar en términos visuales el guion, de manera que a través de sus diseños se refleje el contexto y el tiempo donde se desarrolla la historia, la carga emocional de los personajes y el punto de vista del director. Dicho proceso creativo se evidencia en elementos estéticos como: la forma, el color, el volumen y la textura, entre otros, los cuales se aplican no solo a la escenografía, la ambientación y la utilería, sino también a las propuestas de vestuario y maquillaje. Simultáneamente con el proceso de diseño, el director de arte debe entregarle al productor los requerimientos técnicos y presupuestales e indicar los tiempos necesarios para llevar a la realidad los diseños en papel. En este sentido, el director de arte no debe tener solamente un perfil creativo, sino también administrativo, para que pueda cumplir eficazmente todos los requerimientos de producción.

EL EQUIPO DE ARTE: CARGOS Y FUNCIONES

Para recrear visualmente el universo de la película, es necesario tener un equipo de trabajo calificado y especializado en varias labores, el cual ayudará a pasar las ideas

del papel a los espacios tridimensionales. Para ello, en primera instancia existen unos roles que ayudan a construir la estética global del film o que administran procesos que permean el trabajo de los demás cargos (diagrama 1). Dichos roles son:

DIRECTOR DE ARTE: Como lo dijimos anteriormente, es el jefe principal del departamento de arte y es quien coordina el trabajo del equipo artístico y técnico del departamento de arte.

ARTISTAS CONCEPTUALES: Son los responsables de producir las ilustraciones que ayudan al director de arte a realizar su visión de la película. El desafío para los artistas conceptuales es producir ilustraciones que llamen la atención, y que también sean claras y precisas en relación con los conceptos, el contexto y la atmósfera general.

INVESTIGADORES: Trabajan en estrecha colaboración con el director de arte y dan apoyo con información detallada del contexto histórico donde se desarrolla la historia o sobre un tema en particular.

ARTISTA DE STORYBOARD: Es el encargado de traducir el guion en un conjunto de ilustraciones mostradas en secuencia, las cuales tienen dos funciones: ayudar al director a visualizar exactamente lo que quiere lograr e ilustrar a todos los demás jefes de departamento los requerimientos en cada plano.

»Diagrama 1. Organigrama del departamento de artes.



ARTISTAS GRÁFICOS: Se encargan de producir todos los elementos gráficos de las películas, ya sean de utilería (periódicos, mapas, cartas), ambientación (avisos, señalización, etc.) o vestuario (estampados, insignias y otros).

PRODUCTOR DE ARTE: Es el enlace entre el departamento de producción y el departamento de arte. Su responsabilidad consiste en dar apoyo administrativo, ayudando a ejecutar el proyecto de manera eficiente. Sus tareas van desde la administración del presupuesto de arte, la coordinación de aspectos logísticos y operativos, la aplicación de seguridad industrial,

hasta la supervisión de términos legales y de derechos de autor en todas las marcas que aparecen en los sets de filmación.

Para ejecutar las ideas y propuestas estéticas, el departamento de arte suele dividirse en dos equipos de trabajo: uno encargado de la construcción de sets y el otro, del diseño y producción de elementos de ambientación y utilería. A continuación se presenta la composición básica de los equipos de trabajo: sus cargos y funciones más importantes, las cuales, valga la aclaración, pueden variar según el proyecto.

EL EQUIPO DE CONSTRUCCIÓN

DELINEANTES: Son los responsables de dibujar la escenografía, trabajo que se hace con las especificaciones transmitidas por el director de arte. Los delineantes utilizan sus conocimientos y habilidades en traducir las ideas a diseños técnicos detallados, mostrando planos alzados y secciones.

JEFE DE CONSTRUCCIÓN: Se encarga de contratar y supervisar a todo su equipo técnico. Es el responsable de interpretar y hacer realidad los planes del director de arte, supervisando desde el inicio el proceso de construcción de sets y garantizando que el producto quede bien terminado, dentro de los plazos establecidos y con el presupuesto asignado. También coordina el proceso de montaje y desmontaje de sets, así como el almacenamiento o eliminación de las estructuras sobrantes después del rodaje.

MODELISTAS: Se especializan en el diseño, creación y producción de modelos a escala en tres dimensiones, y miniaturas, tales como: ciudades, paisajes o naves espaciales. Pueden ser responsables de la creación de modelos para la unidad especial de efectos visuales o para el equipo de ambientación y utilería.

CARPINTEROS: Su trabajo consiste en construir, instalar y quitar las estructuras de madera en los sets de filmación y locaciones, así como la creación de utilería de madera, muebles y equipos de ambientación. También elaboran estructuras que no se ven en la pantalla, como plataformas elevadas o soportes para bastidores (*backings*).

INSTALADORES: Son los responsables del montaje y desmonte de estructuras de apoyo. Deben saber colocar y retirar equipos especializados de acceso, como andamios, escaleras, aparatos de elevación y suspensión, incluso

ascensores de potencia para el acceso y transferencia de cargas. Además deben tener la capacidad de operar herramientas y equipos de alta potencia.

PINTORES: Son responsables de llevar a cabo todo tipo de tareas relacionadas con pintura, tales como preparación de superficies, aplicación de barnices, lacas y vinilos, producción de diseños de plantillas y aplicación de papel de colgadura. Además se encargan de la aplicación de acabados decorativos avanzados, como jaspeados, degradados, envejecidos, oxidados y revestimientos en grandes superficies.

TRAMOYISTAS: En preproducción ayudan en la construcción e instalación de sets y durante el rodaje son responsables de colgar los fondos, mover paredes, techos flotantes y otros elementos escenográficos; al finalizar el rodaje, ayudan a desmontar, almacenar o eliminar los sets de forma segura.

EL EQUIPO DE AMBIENTACIÓN Y UTILERÍA

El equipo de ambientación y utilería es el responsable de la creación, operación y mantenimiento de todos los objetos utilizados en las producciones cinematográficas, objetos que pueden ser usados para ambientar un set o para resaltar las emociones de los actores.

DECORADOR DE SET: Se encarga de diseñar y proporcionar todos los elementos que se encuentran en un set de filmación, con excepción de los estructurales. Tiene autoridad para opinar sobre la pertinencia de los elementos de ambientación y de utilería, así como sobre el *look* de los vehículos o animales, concentrando siempre su atención en los detalles.

AMBIENTADORES: Son responsables de la creación de sets realistas mediante la instalación de muebles, cortinas, pisos, equipos y otros objetos. Esto implica tener conocimientos

en actividades como plomería, instalaciones eléctricas, bricolaje o jardinería. Este rol es físicamente muy exigente y supone trabajo manual pesado, complementado con la capacidad para solucionar problemas de forma creativa.

MAESTRO DE TAPICERÍA: Es el responsable de la producción e instalación de todos los muebles blandos en los sets de filmación, supervisando la producción e instalación de todas las cortinas, alfombras y muebles tapizados para vestir los sets, así como la tapicería de interiores de vehículos o embarcaciones que aparezcan en la pantalla.

JARDINEROS: Son los responsables de la adquisición, colocación y mantenimiento de cualquier tipo de vegetación (follaje y otras plantas) en los sets de filmación, utilizando estos elementos para transformar un lugar en función de los requerimientos del guion.

MAESTRO DE UTILERÍA: Es el responsable de supervisar la adquisición, producción, inventario, conservación, almacenamiento, mantenimiento y devolución de todos los objetos de utilería en las producciones cinematográficas, asegurándose de que los objetos estén listos a tiempo y dentro de las necesidades presupuestarias. También se encarga de revisar que los objetos de utilería sean acordes con el estilo de la película y el diseño de sets y que reflejen con exactitud una época o una cultura.

FABRICANTE DE UTILERÍA: Es responsable de elaborar cualquier tipo de objetos de utilería que no sean comprados o alquilados y de proporcionar gran variedad de materiales, técnicas y herramientas.

ARMERO: Es el responsable de la consecución, transporte, almacenamiento y uso de todas las armas blancas y armas de fuego en los sets de filmación, al tiempo que asesora al director y el productor sobre los tipos de armas de fuego que son apropiados para la película. Son personas altamente calificadas y con una gran responsabilidad en la seguridad de los actores y el equipo de producción.

ASISTENTES DEL DEPARTAMENTO DE ARTE: Prestan apoyo a otros miembros del departamento de arte, mientras adquieren la experiencia para escalar a funciones de mayor rango. Llevan a cabo tareas básicas de funcionamiento, ayudan a tomar medidas detalladas de las locaciones y en algunos casos colaboran en la construcción de maquetas a escala de los sets más sencillos.

ACERCAMIENTO AL GUION CINEMATOGRAFICO

Para comprender y abordar un guion cinematográfico desde la dirección de arte, se requieren varias lecturas, cada una con un propósito diferente. Ellas son: lectura de exploración, lectura de análisis y lectura de síntesis.

Lectura de exploración

Es el primer acercamiento al guion, la primera lectura, que abre todo un universo de posibilidades y está íntimamente ligada con el *background* que el propio director de arte tenga sobre el tema. Dicha lectura es emocional y despertará de manera intuitiva un punto de vista a cerca de la historia y de los personajes. A lo largo de esta lectura se van generando imágenes que son intuitivas, espontáneas y aleatorias y que darán como resultado algunas ideas generales y abstractas sobre la historia. La función de esta primera lectura es determinar de qué trata la historia y cuál es el contexto general donde se desarrolla la misma, como resultado quedarán varios interrogantes:

- Preguntas acerca de los sucesos: ¿cómo se desarrolla la historia?, ¿está contada como un drama, una comedia o una historia de amor?
- Preguntas acerca del tiempo: ¿cuándo se desarrolla la historia?, ¿transcurre en el tiempo pasado, presente o futuro?

- Preguntas acerca del contexto: ¿dónde se desarrolla la historia?, ¿en qué contexto sucede: en una ciudad, en el campo, en una isla o en el espacio?
- Preguntas acerca de los protagonistas de la historia: ¿quiénes son?, ¿se trata de personajes reales o ficticios?, ¿son personas, animales u otro tipo de seres?

Las anteriores preguntas se resolverán por medio de la investigación.

Lectura de análisis

Es la lectura en profundidad del guion, cuya finalidad es descubrir las relaciones que existen entre sus protagonistas con el contexto, consigo mismos y con otros personajes, así como descubrir cuáles son las metáforas y símbolos que se encuentran en cada una de las situaciones. La función principal de esta lectura es encontrar *el concepto* de la historia, es decir, aquella idea o palabra que define la esencia de la película. Para ello servirán la formulación de una serie de preguntas:

- Pregunta por los deseos de los personajes: ¿qué quieren los personajes?, ¿por qué los personajes hacen lo que hacen?, ¿cuál es su deseo consciente e inconsciente?
- Pregunta por el cómo: ¿cómo buscan los personajes cumplir sus deseos?
- Pregunta por el mensaje: ¿cuál es el mensaje explícito e implícito de la historia?

La lectura de análisis generará imágenes con una intención comunicativa que responda coherentemente a la historia. Dichas imágenes son más claras, expresivas y poderosas que las generadas por la lectura de exploración.

Lectura de síntesis

Es la lectura técnica del guion y debe generar resultados medibles y cuantificables. La finalidad de esta lectura es hacer que todas las imágenes creadas por el director de arte y su equipo, para contar de la mejor manera la historia, sean producibles en términos de tiempo y presupuesto, permitiendo confrontar los diseños con la realidad del proyecto. Este tipo de lectura genera preguntas acerca de valores, cantidades y tiempos de ejecución, lo cual da como resultado documentos como:

- Desgloses: sets, ambientación, utilería, vestuario, maquillaje.
- Presupuestos: generales y específicos para cada set.
- Requerimientos: seguridad industrial, logística, contratos, alimentación, transporte, comunicaciones.
- Metodología.
- Cronogramas: organización de tiempos en preproducción, así como

tiempos de ejecución de avanzada, montaje y desmontaje de sets.

El proceso de investigación

A menudo el director de arte se enfrenta a proyectos o historias acerca de temas, contextos o personajes de los cuales conoce muy poco. Es allí donde una investigación previa le ayudará a concretar coherentemente sus propuestas de diseño. Al comienzo se empezará la investigación buscando elementos relacionados con el tema o la época que se necesite recrear. Dichos elementos pueden ser: imágenes, música, películas, libros, entre otros, y los medios de búsqueda abarcan desde Internet hasta bibliotecas, museos o incluso la visita a lugares similares donde se desarrolle la historia.

A medida que la búsqueda avance y la información vaya creciendo, el equipo de investigadores deberá empezar a organizarla con el fin de que resulte práctico acceder a ella. Esto implica: definir categorías (contexto histórico, contexto geográfico, vestuario, arquitectura, utilería, etc.), definir fuentes (bibliográficas, cibergráficas, audiovisuales, trabajo de campo) y organizar toda la información donde todo el equipo de arte pueda acceder a ella, puede ser con la creación de una carpeta virtual, como Dropbox, o imprimiendo un informes físicos por categorías.

»Foto 1. Proceso de investigación de **Cazando luciérnagas** (Roberto Flores Prieto, 2013, Kymera Producciones). Foto archivo Sara Millán.



SILLAS DE DESCANSO

LUGAR: GALERAZAMBA, BOLIVAR
PROYECTO: CAZANDO LUCIÉRNAGAS

Los muebles más utilizados para el descanso son **sillas mecedoras** y sofás, los cuales han permanecido en las casas por mucho tiempo, pasando de generación en generación, sin mayor mantenimiento, lo cual ha generado un **desgaste** permanente en los materiales.

Los materiales predominantes son la **madera** y el metal, combinadas con **fibras sintéticas** como **cuero**, **poliéster**, **plástico** y **charol**.

Los lugares más comunes para estos muebles son: la **entrada de la casa**, la **sala** o el **patio** respectivamente.

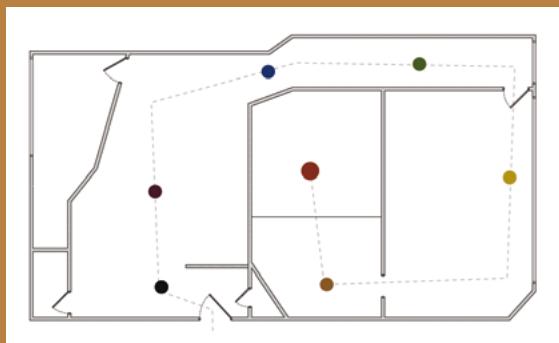
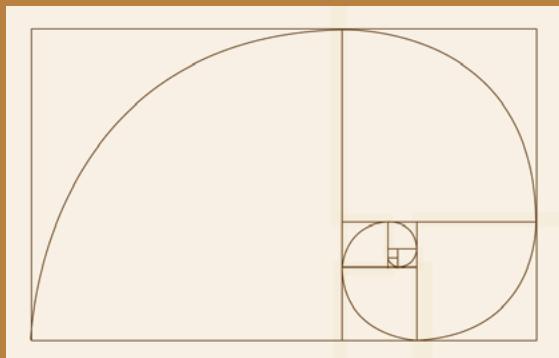
Aunque el proceso de investigación es más intenso al comenzar el proyecto, también es un proceso transversal que atraviesa el proceso de diseño y de ejecución.

EL CONCEPTO EN LA DIRECCIÓN DE ARTE

Para que las imágenes mentales tengan cohesión y formen parte de un sistema que es la película deben estar unificadas en una idea principal, esto es, en un *concepto estético*. En una producción cinematográfica el concepto estético es aquella idea o palabra que define la esencia de la película y que tiene como particularidad el ser inclusiva, o sea, que como idea puede abarcar otras ideas relacionadas directa o indirectamente con ella.

«[...] el director de arte se enfrenta a proyectos o historias acerca de temas, contextos o personajes de los cuales conoce muy poco. Es allí donde una investigación previa le ayudará a concretar coherentemente sus propuestas de diseño».

»Foto 2. Concepto estético del set de **Al final del espectro** (Juan F. Orozco, 2006, Paloalto Films). Foto archivo Sara Millán. Este simula la espiral de un caracol y el recorrido íntimo del personaje en su propio encierro.



Al ser una construcción mental, el concepto estético ayuda a concretar el guion por medio de imágenes, permite describir y clasificar los elementos de la historia y crea relaciones entre distintos lugares, personajes o situaciones. También sirve de puente entre la imagen mental y la imagen tangible, concretándola en materiales, formas, colores, dimensiones y acabados. El concepto es el andamiaje para los procesos creativos; es aquella estructura racional sobre la cual se construye el universo sensible de la película.

La importancia del concepto en una propuesta estética radica en que hace posible darle unidad a la película. Esto quiere decir que todos los elementos deben ser coherentes entre sí. Un set no sorprende por lo bellamente que esté decorado, sino por la coherencia conceptual que tenga con el personaje que lo habita. En este sentido, cada color, tamaño o material de un objeto es escogido más por lo que representa dentro de la historia que por responder a cánones de belleza previamente establecidos.

Siendo el concepto el elemento unificador de la estética de la película, podría pensarse que se trata de un elemento estático o inalterable. Por el contrario, se encuentra en constante transformación con la historia y puede tener múltiples variaciones, según el contexto en el que se encuentre. Por ejemplo, dos películas pueden estar construidas a la luz de un mismo concepto, pero las motivaciones de los personajes, el contexto y la mirada del director van a ser únicas y, por tanto, el resultado estético será diferente. Por lo anterior, se podría decir que las formas de representación de un concepto siempre están ligadas al contexto.

El concepto es importante porque a partir de él se estructura una dirección de arte sólida, adaptada a las necesidades y requerimientos de la historia. Pero su importancia radica sobre todo en que es el elemento que diferencia la aleatoriedad de la intencionalidad en una propuesta estética.

EL ARTE CONCEPTUAL

El arte conceptual se basa en la creación de imágenes que representen el universo y los conceptos principales de una película. Es una herramienta de visualización que le permite al director de arte comunicar sus ideas o diseños sobre el espacio, objetos y personajes al director. Aunque estas imágenes tienen un alto grado de realismo, también deben ser expresivas y transmitir la emoción de un momento importante para la historia; por eso su función es netamente comunicativa.

»Foto 3. Imagen de la entrada del apartamento de **Al final del espectro**. Ilustración: Ricardo Pérez. Foto archivo Sara Millán. En las propuestas conceptuales de arte se percibe el ambiente, el contexto y la emoción de los personajes al interior de la película.



»Foto 4. **Al final del espectro**, *supernatural horror thriller*. Foto archivo Sara Millán. La elección de un color puede incidir en la percepción emocional de la escena y los personajes. En este caso se acentúa la tensión del ambiente, la inseguridad y el miedo.



EL PROCESO DE DISEÑO: CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN AUDIOVISUAL

En la construcción de la imagen audiovisual hay varios aspectos a tener en cuenta que son claves en el proceso de diseño:

Color

Es una de las herramientas comunicativas más poderosas y evocativas en la narrativa audiovisual, la cual se utiliza para dar información emocional sobre los personajes, el contexto o la historia. A través del color se puede acentuar la transformación de un personaje, se puede diferenciar un contexto de otro o incluso marcar el paso del tiempo.

Las convenciones cinematográficas dicen que los colores cálidos generan seguridad y los colores fríos dan una atmosfera incierta. Sin embargo, esto no es cierto cuando se aplica a

películas como **Black Hawk Down - La caída del halcón negro** (Ridley Scott, 2001), donde los colores cálidos del Sahara generan una atmósfera peligrosa en contraste con los tonos fríos y las luces halógenas de los cuarteles de los soldados estadounidenses. Algunas películas con manejo impactante del color son: **Her** (Spike Jonze, 2013), **Volver** (Pedro Almodóvar, 2006), **Amelie** (Jean Pierre Jeunet, 2001), **American Beauty** (Sam Mendes, 1999), **Life of Pi** (Ang Lee, 2012), **Three Colors Trilogy** (Krzysztof Kieslowski, 1993-1994), **2046** (Kar Wai Wong, 2004), **Life Aquatic** (Wes Anderson, 2004), **The Fall** (Tarsem Singh 2006).

«En la dirección de arte las formas se clasifican en rígidas y orgánicas, las cuales, al ser aplicadas a objetos o espacios, ayudan a comunicar sentimientos o emociones».

Textura

Es un atributo de la imagen que presenta posibilidades perceptuales visuales y táctiles. En la imagen audiovisual la textura cumple el papel de contar la historia de los materiales y las superficies, ya sea que estén estos presentes en los espacios, los objetos, el vestuario o sobre los mismos actores. Sin texturas los espacios se verían planos, irreales, sin vida, demasiado perfectos para ser reales, lo cual sacaría al espectador de la historia, pero con la textura adecuada un espacio podría contar a cerca de la calidad de los materiales de construcción, el mantenimiento que un personaje le ha dado a dicho espacio o el tipo de personas que han vivido allí, dándole otra dimensión al fondo de la imagen. La textura está relacionada con el uso y el paso del tiempo, por eso es el resultado de las condiciones ambientales en una superficie. En este sentido, la textura es fundamental en la creación de realismo, la cual, si se hace de la manera correcta, contribuirá a la veracidad de la historia.

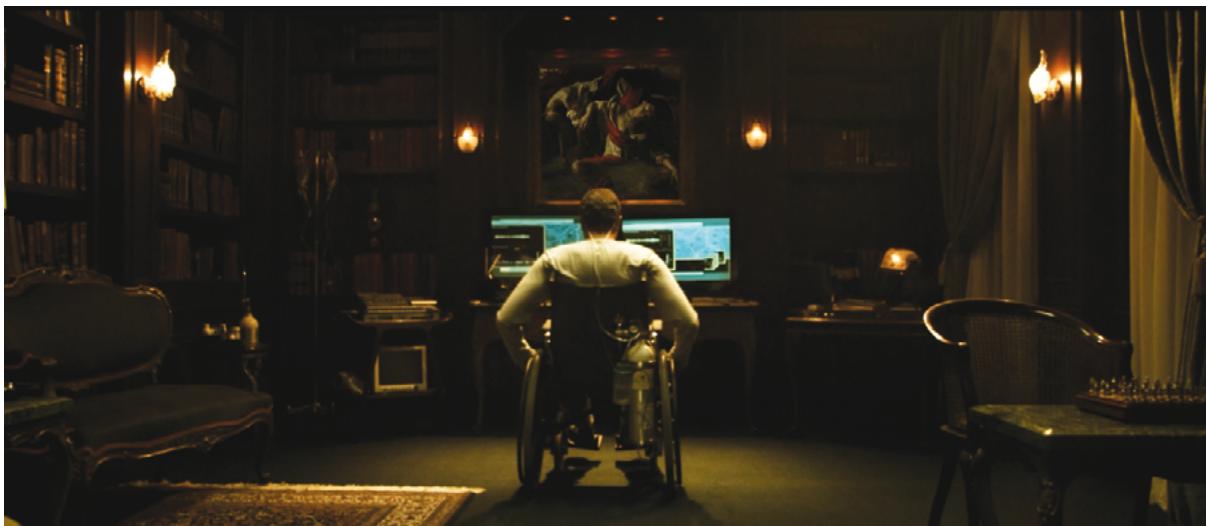
Forma

En la dirección de arte las formas se clasifican en rígidas y orgánicas, las cuales, al ser aplicadas a objetos o espacios, ayudan a comunicar sentimientos o emociones. Las formas rígidas suelen ser aplicadas a espacios industriales o a aquellos donde hay estructuras jerárquicas muy marcadas, como áreas militares, cárceles o fábricas. Dichas formas también están asociadas a personajes con pensamientos radicales, acciones violentas o ideas extremas. Por otro lado, las formas orgánicas suelen ser aplicadas a espacios relajados o en contacto directo con la naturaleza. Dichas formas remiten a personajes con ideas flexibles, ligeras y mutables, pero también son muy comunes para representar espacios de niños.

Escala

En la imagen cinematográfica la escala está determinada por el tamaño del objeto, la distancia entre éste y la cámara (escala real) y el objetivo usado (escala óptica). Las escalas fílmicas son: gran plano general, plano general, plano medio largo o americano, plano medio, plano medio corto, primer plano, primer primerísimo plano, plano detalle.

La escala en la dirección de arte ayuda a determinar la importancia que van a tener los objetos y los espacios dentro de una escena. Por ejemplo, es diferente



»Foto 5. **Saluda al diablo de mi parte** (Juan F. Orozco, 2011, Sanantero Films), *thriller*. Foto archivo Sara Millán. En esta imagen la figura humana permite apreciar escala y su relación con la escenografía que rodea el personaje.

»Foto 6. Cortometraje **Joe II** (Juan Pablo Aristizábal, 2015, Mapuro Films). Foto archivo Sara Millán. Aquí resaltan las líneas blancas, negras y rojas que aumentan la idea de futurismo en el corto.





»Foto 7. Cortometraje **Singular** (Juan Felipe Orozco, 2014). Foto archivo Sara Millán.

La angulación del plano y la distribución de los objetos y personas en la composición permiten establecer jerarquía, superioridad, opresión e importancia entre los elementos de la imagen.

»Foto 8. **Saluda al diablo de mi parte**. Foto archivo Sara Millán.

La nitidez y la profundidad de campo de los letreros de la señal de tránsito, además de su característico color rojo, permiten acentuar la espera de los personajes que se encuentran dentro del vehículo.



si una escena se va a rodar toda en primeros planos, que si se rueda en planos generales, esto implica que si es un primer plano se debe prestar mucha más atención a los detalles del elemento a filmar y si es un plano general el enfoque debe estar en la totalidad del espacio.

En otro sentido, la escala también se refiere a la relación de tamaño que hay entre el actor con los espacios y objetos que le rodean; por ejemplo se percibirá diferente un personaje que está en una gran catedral gótica o en un espacio reducido, como una celda.

Jerarquía

Es la organización de los elementos de la imagen siguiendo un orden de importancia. Dicha organización hace que el espectador se enfoque en un elemento determinado, el cual puede ser un personaje, objeto o espacio. La jerarquía se puede establecer por medio del color, la forma, el tamaño o la distribución de los elementos en el cuadro.

Profundidad

Si se concibe la imagen como un conjunto de capas, a mayor número de capas mayor profundidad de la imagen. La profundidad se puede generar a través de:

- Perspectiva: distribuyendo los objetos en el espacio de manera que den la sensación de que se trata de un espacio más grande.
- Color: propuesta de color donde los colores más claros se encuentran al frente de la pantalla y los más oscuros al fondo o *background*.

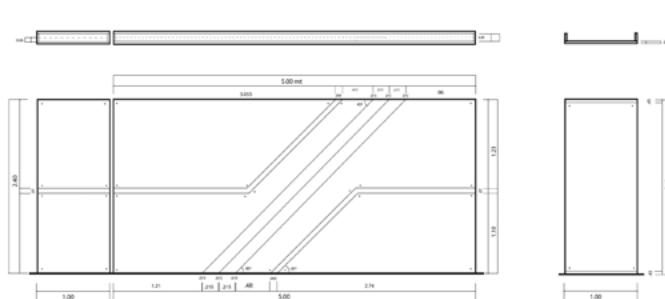
EL DISEÑO DE SET

En un producto audiovisual el diseño de set cubre el proceso creativo de la escenografía, desde el boceto hasta el levantamiento de planos, maquetas y el proceso de construcción. Aunque los diseñadores de set son por lo general arquitectos, la finalidad está siempre en función del guion, más que de la realidad, es decir, que los espacios construidos para un producto audiovisual no necesariamente corresponden a una distribución y tamaños reales, sino a un concepto espacial y a una intención narrativa que se encuentran en el guion.

«En un producto audiovisual el diseño de set cubre el proceso creativo de la escenografía, desde el boceto hasta el levantamiento de planos, maquetas y el proceso de construcción».



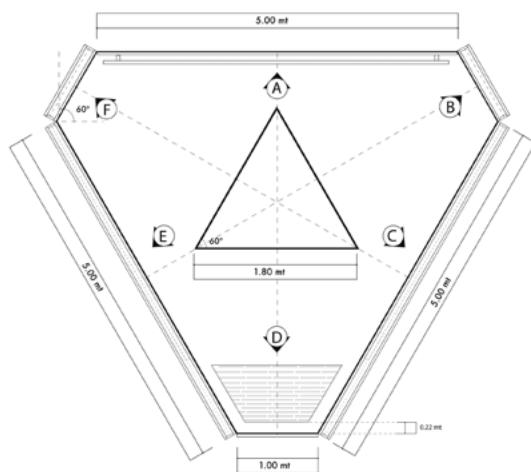
ELEVATION A



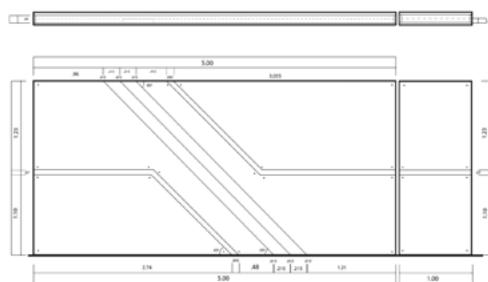
ELEVATION B

ELEVATION C

ELEVATION D

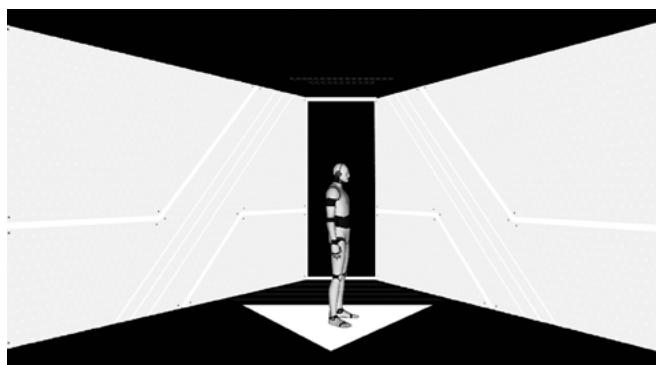


PLAN



ELEVATION E

ELEVATION F



»Fotos 9 y 10. Planos y diseño del set del cortometraje **Joe II**.
Fotos archivo Sara Millán.

El diseño del set se realiza en función del guión y de la historia. Cada uno de los espacios fueron pensados en función de los elementos que componen la trama.

El diseñador de set enfoca su trabajo en elementos estructurales, como bastidores, plataformas, *backdrops*, rampas, escaleras, entre otros. A continuación una breve explicación del proceso de diseño de set:

Boceto

Es el primer acercamiento al diseño de una escenografía y se trata de un dibujo rápido, que puede ser a mano alzada o digital y que representa en dos dimensiones un espacio tridimensional.

Maqueta

Es una representación tridimensional y a escala que permite una percepción completa de un espacio. Actualmente se utilizan más los modelos digitales que las reproducciones reales a escala.

Planos

Durante el proceso audiovisual se pueden generar varios tipos de planos: por un lado, está el levantamiento de planos de locaciones reales, que serán intervenidas solo parcialmente, y por otro, están los planos de construcción, que corresponden a los elementos diseñados, como bastidores, plataformas, rampas, entre otros.

Construcción

Por lo general la escenografía diseñada para un producto audiovisual es de carácter temporal, por lo cual tiende a construirse con materiales más económicos. Para darle mayor realismo a las estructuras se utilizan técnicas de acabados, como pátinas, empapelados, marmolizados o enyesados que transforman el material crudo en una estructura con más carácter y poder comunicativo.

Estructuras escenográficas

- Bastidores o *backings*: son estructuras realizadas con listones de madera o metal y sobre las cuales se coloca una cubierta formando un panel. Existen dos tipos: el *rígido*, cuya cubierta es generalmente de madera, placas laminadas o metal, y permite mayor intervención y reutilización que el *flexible*, cuya cubierta está hecha de telas o fibras sintéticas.
- Telones o *backdrops*: son bastidores flexibles que en sus inicios eran pintados a mano para simular paisajes, ciudades y fondos lejanos que se ponían como fondos para las ventanas, balcones o para simular extensiones de set. En la actualidad se pueden imprimir digitalmente y pueden simular en un mismo panel tanto un fondo de día como de noche.
- Practicables: son estructuras tridimensionales livianas y resistentes que pueden soportar grandes pesos. Algunos tipos de practicables son: plataformas, rampas y escaleras.

LA DECORACIÓN DE SET

Todos los elementos que se encuentran en un set de filmación, con excepción de los elementos estructurales, son llamados elementos de ambientación. Dichos elementos son utilizados para vestir los sets e incluyen: muebles, cortinas, lámparas, pisos, plantas, cuadros, etc. El objetivo de la decoración de set es contar la historia de un lugar a partir de sus objetos. Eso incluye pensar en el punto de vista de la cámara, seguir el plano de la acción y pensar en las dimensiones, cantidades, acabados y jerarquías de los objetos que allí estarán.

Los objetos de ambientación deben proporcionar información valiosa sobre los personajes que allí habitan: cuáles

»Foto 11. **Saluda al diablo de mi parte.**
Foto archivo Sara Millán.

Contar la historia a partir de sus objetos es uno de los objetivos de la decoración del set. En este caso, la elección de las lámparas, la cama, las sillas, los cuadros y la combinación de los elementos de color del set responden al estado de ánimo del personaje y apoya la composición de la imagen al crear líneas imaginarias para su lectura. Por ejemplo, el rojo de las botas de nuestro personaje establece una conexión con los objetos del fondo y acentúan el significado de este cuadro cinematográfico.

son sus gustos, temores, aspiraciones, hábitos y condición social. Aunque los personajes estén allí solo por unos momentos, el espacio mismo debe comunicar quién es y de dónde viene ese personaje. Un set debe poderse iluminar, filmar y fotografiar, porque representa una realidad que debe ser creíble para que el espectador la acepte como verdadera. Y aunque el guion condicione de muchas maneras la decoración de set, también esta debe ser lo suficientemente flexible para que la imaginación del director no sea frenada por asuntos materiales.

EL DISEÑO DE UTILERÍA

Los objetos de utilería son aquellos elementos que llevan los actores en la mano y que les sirven para contar una acción; pueden determinar o no el transcurso de la historia. Al tener una función comunicativa, los objetos de utilería deben pensarse para transmitir en el espectador hábitos del personaje y sentimientos en una escena determinada. Algunos elementos de utilería tienen continuidad, es decir, se



PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS DE DISEÑO

Las siguientes son las formas más usadas para presentar las propuestas de arte en una producción audiovisual:

COLLAGE: Composición artística de diferentes materiales y objetos que se reúnen en una imagen, a menudo unificando estilo y color.

MOOD BOARD: Tipo de collage compuesto por imágenes, texto, colores, texturas y materiales que ayudan a comunicar un concepto o emoción determinada.

PALETA DE COLOR: Composición en la cual se muestran los diferentes tonos a utilizar en una propuesta artística.

BOCETOS: Dibujos sin detallar que ayudan como estudios preliminares del espacio, objetos o personajes determinados.

MODELOS A ESCALA: Construcción de un objeto o espacio a un tamaño más pequeño del real, como guía para el proceso de construcción. En el caso de los espacios, los modelos a escala sirven, entre otras cosas, para que el director analice el desarrollo de la historia y la ubicación de la cámara.

MODELOS DIGITALES: Cumplen la misma función de los modelos a escala, con la ventaja de poderse modificar más rápidamente y permitir una previsualización más exacta del espacio o los objetos y de estos en relación con los personajes.

LIBRO DE ARTE: Es una forma de compilar en un solo lugar todo el proceso artístico de un producto audiovisual, desde el análisis del guion hasta propuestas como collage, bocetos, fotos y planos de locaciones.



»Foto 14. Mood boards de Sara Millán. Foto archivo Sara Millán.

El diseño de producción requiere un ejercicio de investigación y conocimiento de materiales y texturas que deben ser concertados con el director y el director de fotografía.

»Foto 15. Paleta de color para **Cazando luciérnagas** (Roberto Flores Prieto, 2013, Kymera Producciones). Foto archivo Sara Millán.





»Foto 16. Boceto para **Al final del espectro**. Ilustración de Ricardo Pérez, Paloalto Films. Foto archivo Sara Millán.

Los bocetos apoyan la dirección de fotografía y definen el carácter de la escena. En este caso, este boceto fue fundamental para una de las escenas más importantes de la película.

»Foto 17. Modelo a escala del set de **Al final del espectro**. Foto archivo Sara Millán. El diseño del set presenta los principales espacios donde se desarrolla la historia.



EL TIEMPO Y EL CONTEXTO APLICADOS A LA IMAGEN AUDIOVISUAL

Todas las películas, independientemente de su género o historia, se desarrollan en un tiempo y un lugar determinados. Son estos dos elementos los que el director de arte debe tener en cuenta para crear un universo creíble y verdadero donde se cuenta la historia. Para determinar ambos elementos, es necesario hacerse las siguientes preguntas:

- El tiempo histórico: ¿en qué época transcurre la historia: en el tiempo presente, en el pasado o en el futuro?, ¿en qué día, semana, mes, año, siglo, milenio?
- El tiempo narrativo: ¿en cuánto tiempo transcurre la historia: en un día, un semana, un año o varias décadas?, ¿es evidente el paso del tiempo en el guion?
- El contexto: ¿en qué lugar transcurre la historia: en qué país, ciudad, pueblo, calle?, ¿qué factores sociales, políticos y económicos determinan ese contexto?, ¿en una isla, en el aire, en la tierra, en el espacio, bajo el agua o en otro universo?, ¿sucede en una tierra real o imaginaria?, ¿la historia se desarrolla en una habitación, un apartamento, al aire libre?, ¿cómo es la relación de los personajes con el contexto en el que habitan?

Todas las preguntas anteriores suministran información acerca de factores que afectan la vida, la sociedad, el comportamiento, la economía, la política, la religión y las costumbres sociales. Por ejemplo, una pieza de utilería como un teléfono puede comunicar de manera efectiva información sobre los personajes, dónde están y en qué tiempo se está llevando a cabo la historia.

DEL PAPEL A LA REALIDAD: EJECUCIÓN DE LAS PROPUESTAS DE DISEÑO

Quizás el desafío para un director de arte está en convertir las ideas que funcionan en el papel y llevarlas a la realidad con los presupuestos, los equipos de trabajo y los tiempos que se han establecido para la producción. Para esto, una buena organización logística, presupuestal y metodológica es fundamental, pero también un buen sentido de la recursividad, que ayudará a transformar las propuestas de diseño en productos realizables. Es en esta etapa donde se mide la capacidad de ejecución de un director de arte y también su creatividad para cambiar las propuestas hechas en papel sin perder la esencia de las ideas iniciales.

Muchas situaciones surgen en los procesos de producción audiovisual: cambios en el guion, de locaciones, de fechas de rodaje, climáticos, etc. El director de arte debe estar preparado para dichos cambios y su trabajo implica tomar las mejores decisiones posibles para que el proyecto quede tan bien como lo imaginó desde un comienzo.

»Foto 18. Paleta de color de **Cazando luciérnagas**.

Foto archivo Sara Millán.

La dirección de arte articula todos los elementos de la imagen cinematográfica y la elección de cada objeto influye en su composición. Por ejemplo, el casco del motociclista afecta la paleta de color de esta imagen.



BÚSQUEDA DE LOCACIONES: ASPECTOS A TENER EN CUENTA

ANTES DE LA BÚSQUEDA DE LOCACIONES: ¿Qué tipo de locación estoy buscando: una exterior o una interior?, ¿qué estilo estoy buscando y qué presupuesto tengo?

DURANTE LA VISITA A LA LOCACIÓN: ¿En qué estado se encuentra la locación?, ¿tiene los servicios básicos de agua, luz...?, ¿hay disponibilidad de tiempo para trabajar (montaje, rodaje, desmontaje)?, ¿se pueden utilizar los objetos de la locación?, ¿qué cuidados especiales deben tenerse en cuenta? No olvidar tomar medidas de los espacios y fotografías de la locación.

DURANTE EL MONTAJE: Hay que tomar fotografías apenas se llegue a la locación, pedir permiso a los dueños para mover objetos o intervenir el espacio, reservar un espacio para guardar lo que no se necesita utilizar de la locación y otro espacio para poner los elementos comprados o alquilados por el departamento de arte, trabajar de manera profesional, organizada, limpia y silenciosa, y cumplir con los tiempos de entrada y salida de la locación.

DURANTE EL DESMONTAJE: Dejar la locación como se recibió inicialmente. Para esto serán útiles las fotografías tomadas antes de comenzar el montaje. Hay que avisar a los dueños sobre daños o pérdidas en la locación, terminar el contrato en buenos términos con los dueños de la misma, pensando en futuros proyectos, y dejar los datos del director del arte o de los productores a los dueños de la locación, en caso de que tengan preguntas o no se hayan percatado de algún daño no visto durante el desmontaje.

EL RODAJE EN ESTUDIO Y EN LOCACIÓN REAL

Tanto el rodaje en estudio como en locación real tienen posibilidades y limitaciones a tener en cuenta:

Posibilidades del rodaje en estudio

- Total libertad en la creación de los sets (estilo, dimensiones, materiales, distribución espacial, acabados, etc.).
- Total control sobre las entradas de luz del lugar.
- Control sobre las superficies (techo y paredes móviles, pisos falsos, espacios cambiantes, etc.).

- Posibilidad de construir en un mismo lugar varios sets que, de lo contrario, se rodarían en diferentes locaciones.
- Al ser un lugar cerrado y construido enteramente por el departamento de arte, permite tener control total del sonido directo.
- Libertad de poder montar y desmontar en un espacio insonorizado, permitiendo la utilización de diversas herramientas de trabajo.

Limitaciones del rodaje en estudio

- Si no se hace una construcción detallada de los sets, estos pueden llegar a verse poco naturales y, por tanto, poco verosímiles para el espectador.
- Todo debe ser construido, lo que implica contar con mayor presupuesto para el departamento de arte.

Posibilidades del rodaje en locación real

- Estructura espacial definida, lo cual implica poder trabajar con presupuestos más bajos de escenografía.
- Posibilidad de usar elementos de ambientación que ya se encuentran en la locación.

- Resultado estético más naturalista y realista.
- Posibilidad de utilizar otros espacios de la locación que no estaban establecidos previamente dentro del rodaje.

Limitaciones del rodaje en locación real

- Diseño supeditado a lo que se encuentra en la locación, lo que permite intervenir el espacio solo de manera parcial.
- Sonido limitado a los vecinos de la locación.
- Espacio limitado para almacenaje de equipos, herramientas y elementos de arte.
- Mayor responsabilidad con los tiempos, el espacio y la seguridad en la locación.
- Tiempos de montaje y desmontaje reducidos.
- Menos comodidad en aspectos logísticos.
- Acceso limitado al set (escaleras, tamaño de pasillos, ventanas, puertas, etc.).

EFFECTOS VISUALES (VFX) Y HERRAMIENTAS DIGITALES

Los proyectos audiovisuales siempre han estado permeados por la incursión de nuevas tecnologías, que ayudan a crear esa atmósfera mágica en el cine. Los efectos visuales (conocidos como VFX) y las herramientas tecnológicas son instrumentos de comunicación que le ayudan al departamento de arte a crear universos, más allá de lo que se pueda construir físicamente.

MATTE PAINTING: Operación que consiste en reemplazar los fondos o planos lejanos de una imagen, que pueden ser ciudades, paisajes, cielos... Anteriormente, se hacía poniendo un vidrio en el fondo de la escena y sobre este se pintaba a mano el paisaje requerido. Ahora las técnicas digitales han permitido la creación de fondos más realistas, los cuales existen desde las producciones independientes hasta las grandes producciones. A continuación varios ejemplos de *matte painting*²:

- Extensión digital del set (*digital set extensión*): consiste en continuar las dimensiones del set, permitiendo que con solo una parte del set pueda construirse en postproducción el resto del mismo. Aquí algunos ejemplos³.
- Maquillaje digital (*digital make up*): permite efectos cada vez más realistas y el cambio del mismo incluso dentro de la misma escena⁴.
- Composición (*compositing*): integración de efectos en diferentes capas, creando una imagen definitiva⁵.

PRODUCCIÓN DE ARTE: PRESUPUESTOS, INVENTARIOS, LEGALIZACIONES Y FORMATOS

La producción de arte consiste en la organización logística y operativa del departamento de arte, lo cual incluye la elaboración de presupuestos, contratos, derechos de autor, inventarios y legalizaciones. A continuación vienen algunos formatos que ayudarán a organizar la información del departamento de arte (diagramas 2-5):

2 <http://youtu.be/yBqR467q818>.

3 <http://youtu.be/8a8QiQIRAOA>.

4 <http://youtu.be/ymoSv4gFmUc>.

5 <http://youtu.be/xc-LqECRjtl>.

»Diagrama 2. Desglose de sets y locaciones.

NOMBRE DEL PROYECTO							
DE SETS Y LOCACIONES							
N.	INT./EXT.	TÍTULO DE SET	D/N	LOCACIÓN	PAGS.	ESCENAS	COSTO
1	Interior	Habitación de Ángela	N	Estación de la Sabana	6 1/2	1-4	\$1.200.000
2	Exterior	Calle Ed. Ángela	D/N	Calle 26 con 3a	9	6, 10, 17, 25-27	\$800.000
3	-	-	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-	-
COSTO TOTAL SETS							\$2.000.000

»Diagrama 3. Desglose general de utilería.

NOMBRE DEL PROYECTO					
DESGLOSE GENERAL DE UTILERÍA					
ESCENA	ELEMENTO	PERSONAJE	SET	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
1	Perro de peluche	Ángela	Habitación de Ángela	Descolorido, pero bien cuidado	1
2	Taza de café	Abuelo	Estudio abuelo	Taza de cerámica, tradicional	2
3	Libro de cuentas	Niña	Habitación niña	Antiguo, deshojado	1
4	Algodón de azúcar	Vendedor callejero	Ext. Plaza de Bolívar	Color rosado	1

»Diagrama 4. Legalización de arte.

RESUMEN DE GASTOS

Proyecto: _____

Responsable: _____

Fecha: _____

Departamento: ARTE _____

Monto recibido: _____

LEGALIZACIÓN (NOMBRE DEL PROYECTO)					
DEPARTAMENTO DE ARTE					
Recibo No.	FECHA	SET	ALMACÉN	DESCRIPCIÓN	VALOR
1	07-26-16	Habitación Pedro	Home Center	Piso de vinilo	\$
TOTAL					\$
TRANSPORTE (GASOLINA - PARQUEADERO)					
TOTAL					\$
ALIMENTACIÓN					
TOTAL					\$
CELULAR					
TOTAL					\$
GRAN TOTAL					\$
EFFECTIVO entregado					\$

»Diagrama 5. Inventario de bodega de arte.

NOMBRE DEL PROYECTO						
REGISTRO GENERAL DE BODEGA						
LOCACIÓN	ELEMENTO	CANT.	CÓDIGO	FECHA ENTRADA	FECHA SALIDA	FIRMA

EL TRABAJO EN EQUIPO.

LA TRÍADA DIRECTOR, DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA, DIRECTOR DE ARTE

El trabajo audiovisual es un trabajo en equipo, donde la imagen final es el resultado de las ideas de varias cabezas creativas. En términos visuales, se puede decir que son el director, el director de fotografía y el director de arte quienes dan sentido a la propuesta artística. Para que la propuesta artística sea consistente, debe haber una constante comunicación entre estos tres roles. Estos se concentran en la puesta en escena, la cual consiste en saber cómo contar un momento de la mejor manera –esto implica aspectos como el color, la iluminación, el punto de vista de la cámara, la ubicación y estilo del mobiliario– y saber de qué manera los elementos visuales tienen una intención para comunicar la emoción del momento. ●

Consulta el glosario general de la colección y específico de “Dirección de arte” en el libro *Comunicación, cineclubes y archivos.*



REFERENCIAS

Davis, Tony. *Escenógrafos*. Barcelona: Océano, 2002.

Ettedgui, Peter. *Diseño de producción & dirección artística*. Barcelona: Océano, 2001.

Gombrich, E. H. *La historia del arte*. Madrid: Debate, 1997.

Lo Brutto, Vincent. *The filmmaker's guide to production design*. Nueva York: Allworth Press, 2002.

Nadoolman, Deborah. *Diseñadores de vestuario*. Barcelona: Océano, 2003.

Olson, Robert. *Art direction for film and video*. Boston: Focal Press, 1999.

Preston, Ward. *What an art director does. An Introduction to Motion Picture Production Design*. Los Angeles: Silman James Press, 1994.

Skinner, Kerry. *Efectos de pintura*. Barcelona: Acanto, 2005.

SITIOS WEB

Sitios web con información útil para el departamento de arte.

Cine

Internet Movie Data Base (www.imdb.com): contiene una amplia base de datos sobre películas y su información más relevante, desde la composición del equipo de trabajo hasta fotografías y vínculos a *trailers*.

Perspective (http://www.artdirectors.org/?art=perspective_magazine): permite descargar las versiones en pdf de la revista *Perspective*, especializada en dirección de arte y temas relacionados.

The Movie Titles Stills Collection (<http://www.an-nayas.com/screenshots/>): muestra cronológicamente el diseño gráfico de los títulos de películas.

Buscadores de imágenes e información

Biblioteca Digital Mundial (<http://www.wdl.org/es/>): ofrece artículos y fotografías de distintos temas alrededor del mundo.

Corbis (www.corbisimages.com): buscador de imágenes de referencia.

Getty Images (www.gettyimages.com/): buscador de imágenes de referencia.

Color

Color in Motion (<http://www.mariaclaudiacortes.com/colores/colors.html>): presenta de forma gráfica el tema de la psicología del color.

Movies in Color (<http://moviesincolor.com/>): contiene fotogramas de películas y sus respectivas paletas de color.

Design Seeds (<http://www.design-seeds.com/>): inspiración de paletas de color.

ColorCollective (<http://color-collective.blogspot.com/>): inspiración de paletas de color.

Vestuario

Fashion-Era (<http://www.fashion-era.com/>): historia del vestuario por épocas, con siluetas, accesorios, contexto.

Miniaturas (<http://www.sophieyoulden.blogspot.com/>): blog de Sophie Youlden donde cuenta el proceso de elaboración de miniaturas.

Arte conceptual

Concept Art World (<http://conceptartworld.com/>): portafolio de diferentes artistas conceptuales.

Chino-Rino (<http://chino-rino2.blogspot.com/>): portafolio de Eduardo Peña, artista conceptual colombiano.

FILMOGRAFÍA

Almodóvar, Pedro. **Volver**. 116 min, España, 2006.

Anderson, Wes. **Vida acuática (Life Aquatic with Steve Zissou)**. 118 min, Estados Unidos, 2004.

Aristizábal, Juan Pablo. **Joe II**. 15 min, Colombia, 2015.

Flores Prieto, Roberto. **Cazando luciérnagas**. 106 min, Colombia, 2013.

Jeunet, Jean Pierre. **Amelie (Le fabuleux destin d'Amélie Poulain)**. 120 min, Francia y Alemania, 2001.

Jonze, Spike. **Her**. 126 min, Estados Unidos, 2013.

Kieslowski, Krzysztof. **Azul (Bleu)**. 98 min, Francia, 1993.

Kieslowski, Krzysztof. **Blanco (Blanc)**. 92 min, Francia, 1994.

Kieslowski, Krzysztof. **Rojo (Rouge)**. 99 min, Francia, 1994.

Lee, Ang. **La vida de Pi (Life of Pi)**. 127 min, Estados Unidos, Reino Unido y Taiwán, 2012.

Mendes, Sam. **American Beauty**. 122 min, Estados Unidos, 1999.

Orozco, Juan Felipe. **Al final del espectro**. 92 min, Colombia, 2006.

Orozco, Juan Felipe. **Saluda al diablo de mi parte**. 95 min, Colombia, 2011.

Orozco, Juan Felipe. **Singular**. 11 min, Colombia, 2014.

Scott, Ridley. **La caída del halcón negro (Black Hawk Down)**. 140 min, Estados Unidos y Reino Unido, 2001.

Singh, Tarsem. **The Fall**. 118 min, Estados Unidos e India, 2006.

Wong, Kar-Wai. **2046**. 120 min, China y Hong Kong, 2004.



• DIRECCIÓN
[DE ACTORES]



«El actor constituye uno de los componentes fundamentales de la puesta en escena cinematográfica. La calidad de su trabajo está marcada por su talento, su entrenamiento y por la manera en que se llevan a cabo los procesos de preparación y dirección del mismo durante el rodaje».

**EL DIRECTOR
FRENTE AL
ACTOR DURANTE
LA PREPRODUCCIÓN
Y PRODUCCIÓN
DEL FILME**

Adyel Quintero Díaz



El actor constituye uno de los componentes fundamentales de la puesta en escena cinematográfica. La calidad de su trabajo está marcada por su talento, su entrenamiento y por la manera en que se llevan a cabo los procesos de preparación y dirección del mismo durante el rodaje. Dichos procesos se hallan condicionados, a su vez, por el tipo de puesta en escena al que está apuntando el director del filme. En ese sentido, como cada director concibe una puesta en escena particular, una manera de llevar adelante las diversas etapas de la producción, establece igualmente una forma de trabajar con los actores, y sería ilusorio afirmar que se puede crear o definir un método único para el ejercicio de la dirección de actores en el cine. Muy por el contrario, la historia nos ofrece innumerables algoritmos, metodologías y visiones al respecto, cada una marcada por la época, el género del filme y, reitero, el concepto de puesta en escena que guía al director. Como dijera Jorge Alí Triana, célebre director del cine, el teatro y la televisión colombianos: "hay diversas maneras de dirigir y cada director tiene la suya; yo no creo que en estos existan decálogos, ni fórmulas exactas". Sin embargo, amén de la pluralidad, es posible establecer unos principios básicos que nos permiten desarrollar de manera eficaz dicha labor. Sigamos dos etapas de la producción en las que participa el actor o la actriz y analicemos el trabajo con estos en cada una de ellas.

¹ Jorge Alí Triana. "El director es un provocador de la creación". *Kinetoscopio*, 17 (80), 2007, p. 20.

«El proceso de selección de los actores es un momento determinante en el cual se requiere garantizar, ante todo, encontrar individuos con el talento».

DURANTE LA PREPRODUCCIÓN DEL FILME

El casting

El proceso de selección de los actores es un momento determinante en el cual se requiere garantizar, ante todo, encontrar individuos con el talento y las experiencias necesarias para actuar el personaje. ¿Cómo lograrlo? Durante años, el cine ha establecido una serie de pruebas que se han vuelto de uso común en las audiciones. Examinemos algunas de ellas:

ENTREGARLE AL ACTOR UNA ESCENA CON EL PERFIL DEL PERSONAJE, PEDIRLE QUE LO ESTUDIE Y QUE HAGA UNA PROPUESTA DE LA MISMA: Es la prueba más frecuente y permite calibrar el talento del actor para memorizar e interpretar el texto, así como evaluar su organicidad y su concepción del personaje. Sin embargo, plantea algunas dificultades. Primero, si se realiza con otro actor, puede que la contraparte no tenga un acertado desempeño durante el *casting* o que posea una visión diferente de la escena, y esto afectaría negativamente al actor, quien, en gran parte, para su interpretación depende no solo de lo que haga él, sino de cómo actúe su compañero de escena.

PEDIRLE AL ACTOR QUE ESTUDIE LA BIOGRAFÍA O EL PERFIL DEL PERSONAJE Y QUE VENGA PREPARADO PARA UNA ENTREVISTA: En este caso, el *casting* consiste en entrevistar al actor como si este fuera el personaje. Con ello es posible detectar sus capacidades de improvisación y su perspectiva del rol que va a interpretar y verificar qué tan orgánico es al representarlo.

DARLE AL ACTOR UNA ESCENA Y/O UN PERFIL DEL PERSONAJE, JUSTO ANTES DE EMPEZAR LA AUDICIÓN, Y SOLICITARLE QUE HAGA UNA IMPROVISACIÓN TOMANDO COMO BASE LA INFORMACIÓN CONCEDIDA: Resulta una prueba interesante en cuanto mide la creatividad del actor, su ductilidad, su espontaneidad y su habilidad para improvisar. Supone un riesgo, y es que hay excelentes actores a los cuales no se les facilita la improvisación.

HACER UNA LECTURA INTERPRETATIVA DEL GUIÓN: A cada actor se le asigna un personaje y entre todos leen la o las escenas. En esta oportunidad, se evalúan cualidades interpretativas asociadas al manejo de la voz y del texto. Deviene eficaz si se cuenta con un guion en el cual priman diálogos cargados de "subtextos" (más adelante ahondaremos en esta noción).

EL ACTOR TRAE SU PROPIO MONÓLOGO O ESCENA: Puede ser un material no relacionado directamente con el guion que se va a rodar. Es clave que el director, luego de ver el ejercicio preparado por el actor, le pida variaciones sobre el mismo; por ejemplo, que lo repita riéndose a carcajadas, que lo interprete como si estuviera mudo, entre otras.

PRUEBAS ESPECIALES DE CANTO, BAILE, ENTRE OTRAS: Se suelen presentar cuando el actor requiere cantar, bailar o demostrar alguna habilidad específica en la película. Aquí es importante tomar en cuenta: si se necesita un actor que cante o que doble las canciones, si se precisa de un actor que baile o un bailarín que actúe, si es viable usar un doble o, si el actor no canta, con unas clases preparatorias puede lograrlo.

Algo fundamental de un *casting* es no centrarse en el elemento físico, a menos que este sea determinante (por ejemplo, el protagonista es un enano). El director debe ser capaz de visualizar al actor interpretando el personaje y, si para ello requiere vestirlo diferente en su imaginación, es primordial que lo haga. Cuestiones como la edad, la estatura, el color del cabello, etc., no deben resultar un impedimento. Si el personaje tiene el cabello rubio, pero el actor lo tiene negro, usar pelucas o teñirse el pelo resulta una solución eficaz. Si el personaje es alto, el actor puede usar tacones; si este es gordo, el actor podría engordar o utilizar apliques, etc. En un *casting*, ante todo, el director requiere enfocarse en encontrar un actor: talentoso, con experiencia, que le permitan interpretar el personaje² y con la preparación física, vocal y emocional requerida para el tipo de trabajo a desarrollar³.

2 Esto era clave para directores como el norteamericano de origen griego Elia Kazan (1909-2003), a quien le gustaba conversar con el actor sobre su vida para hallar experiencias emocionales que le hubieran marcado y que luego le servirían de base para la interpretación futura de las escenas. También el director colombiano Carlos Fernández de Soto ha señalado que en su película **Cuarenta** (2011) fue de gran relevancia encontrar actores con conflictos personales cercanos a los de los personajes y utilizarlos como soporte emocional para lograr el estado interior que requerían las diversas situaciones planteadas en el filme.

3 No todas las películas se pueden hacer con actores naturales y, aun cuando se trabaje con estos, es esencial prepararlos física, emocional y vocalmente para el tipo de labor a realizar. Víctor Gaviria, por ejemplo, quien es muy conocido por su trabajo en Colombia con actores naturales, dice que, aunque esta preparación es inconsciente, porque él no les hace explícito a los actores que los está preparando, sí existe un entrenamiento constante y extenso para que aprendan a relacionarse con la cámara, a improvisar, a dejar salir determinados gestos y emociones propios del universo narrativo en el cual se enmarca la película. (Gaviria, *Kinetoscopio*, 2007).

La preparación física

De acuerdo con el trabajo que vaya a ejecutar el actor, la preparación física del mismo puede incluir:

- Varias horas de gimnasio, con el fin de obtener un determinado físico; por ejemplo, el actor Henry Cavill, protagonista de **El hombre de acero** (Zack Snyder, 2013), debió someter su cuerpo a un fuerte entrenamiento físico para conseguir la musculatura, la fuerza y la flexibilidad que precisaba su interpretación de Superman.
- Clases de baile o de un deporte específico (esgrima, equitación, karate, etc.), en función de los requerimientos del personaje.

Sin embargo, además de lo anterior, el director necesita tener en cuenta que para cualquier ejercicio con el actor resulta indispensable que él mismo se mantenga relajado y con un cuerpo expresivo que se convierta en un canal para el desarrollo de las emociones. Muchos actores consideran que actuar es sentir, lo cual supone incorporar en la escena todos los matices emocionales que posee el personaje, darle prioridad al elemento emotivo. Constantin Stanislavski, uno de los más importantes maestros del actor en la contemporaneidad, planteaba que actuar no era únicamente sentir, sino también, y dado que la actuación

es un arte, saber expresar de forma artística todos los matices del personaje que se está interpretando. En el caso del cine, la expresión está determinada por el lenguaje cinematográfico; o sea, el actor debe saber cómo concentrar, por ejemplo, la emoción en una mirada o una ligera expresión del rostro, pues la proyección de dicho sentimiento la otorgan, conjuntamente con el actor, el plano, su duración, la intensidad de la luz, el sonido, la música, la escenografía, entre otros. Si el director precisa conseguir mayor vigor en una emoción determinada, no solo se apoyará en lo que está proyectando el actor, sino que puede amplificar o también, si lo requiere, disminuir el efecto emocional, a través de los diferentes recursos del lenguaje cinematográfico; este es uno de los elementos que condiciona la actuación cinematográfica y la hace diferente a la teatral⁴.

Existen innumerables formas de lograr la relajación. Es clave que, sea cual sea la técnica elegida, esta apunte a que el actor haga conciencia de las diferentes partes de su cuerpo, localice las tensiones que existen en las mismas y las libere. En el elemento expresivo, los ejercicios parten de desarrollar:

LA IMAGINACIÓN: Es decir, la capacidad del actor de crear lo que no existe, de ubicarse en lugares en los cuales no ha estado, de visualizar algo que realmente no está frente a él, etc.

4 Aunque las fronteras entre una actuación cinematográfica y una actuación teatral son borrosas en ciertos filmes –como en las películas del japonés Akira Kurosawa (1910-1998), quien se apoya en la tradición del teatro tradicional japonés, particularmente el Noh y el Kabuki, para dirigir a los actores–, realmente la diferencia fundamental entre actuar para cine y actuar para teatro se establece principalmente a partir de cómo el actor adapta sus herramientas expresivas al lenguaje de cada medio. Ilustrándolo con un ejemplo muy básico: en el teatro el actor debe amplificar sus gestos para que lo vean hasta la última fila; en el cine, el gesto puede ser absorbido, más concentrado, ya que, gracias a un primer plano, el público de la primera a la última fila podrá apreciarlo.

LA MEMORIA DE LOS SENTIDOS: Este elemento suele confundirse con la llamada “memoria emotiva” –o sea, los recuerdos de la vida emocional del actor, que pueden ser usados como base para interpretar una escena–, aunque verdaderamente constituye el camino para llegar a la misma. Los seres humanos, cuando traemos a la memoria un recuerdo, solemos hacerlo a partir de un olor, un sabor, un color o una imagen, una experiencia táctil, un sonido. El actor necesita potenciar los sentidos, volverse más perceptivo, pues esta es la base que permite “vivir” intensamente las situaciones planteadas por la escena. Para llegar a una emoción (más adelante profundizaremos en ello), el actor no debe concentrarse en la emoción en sí misma, sino en aquello que la provoca, lo cual se traduce en los olores, sabores, imágenes, sonidos, texturas que lo llevan a evocar el día o el momento en que sintió lo que ahora necesita volver a “vivir” como parte de su ejercicio interpretativo.

EL SENTIDO DE LA VERDAD ESCÉNICA: Una buena definición de la fe es creer en lo invisible, lo impalpable, lo que no se puede probar, pero sí existe. Para los actores, actuar es un acto de fe, ya que necesitan creer intensamente en algo que no existe; por ejemplo: se le pide al actor que vea a un extraterrestre frente a sí, que asimile su existencia y se relacione con ello, como si esto fuera la realidad. El entrenamiento del actor debe incluir ejercicios que le posibiliten “habitar” los lugares, hechos, circunstancias, temporalidades del personaje. Es decir, si el personaje desarrolla gran parte de su historia recluido en una cárcel, el actor puede: visitar una cárcel real para estudiarla y pensar cómo sería su vida en ese lugar o recrear el sitio en su imaginación, visualizarlo, conocerlo a partir de la memoria de los sentidos y de sus experiencias en el tema. Esto alimentará su “creencia” en el espacio-tiempo definido por la ficción. Durante los ensayos preparatorios, hacer improvisaciones o estudios en los cuales el director le solicita al actor que muestre, por ejemplo, un momento de la vida de su personaje en la cárcel –aun cuando dicho momento no esté plasmado en el guion–, aumentará la fe

del intérprete en la existencia de ese espacio y contribuirá notablemente a mejorar su actuación.

LA CAPACIDAD DE TRANSFORMACIÓN: Es esencial que un actor pueda mutar y convertirse, verbigracia, en un enano jorobado, un perro, un monstruo, un pájaro o cualquier cosa que se precise. Para ello, en el entrenamiento, propendremos a hacer ejercicios en los cuales este tenga que encontrar cómo dichas imágenes moldean su cuerpo, de manera particular, sin caer en la caricatura. Por ejemplo, si se va a transformar en un perro, requiere encontrar la manera de respirar del animal, cómo anda, cuál es la temperatura de su cuerpo, qué le pasa (tiene hambre, sueño, rabia por algo), cómo es su ladrido, cómo son sus ojos, etc. Si el actor no es guiado hacia la particularidad con preguntas concretas, puede caer fácilmente en el cliché, la caricatura, lo general.

»Foto 1. Trabajo con actores en **Cuarenta** (Carlos Fernández de Soto, Colombia, 2011). Archivo fotográfico de Adyel Quintero Díaz.



La preparación vocal

Existe el mito de que en el cine los actores no necesitan entrenar su voz, pues el micrófono se ocupa de todo. Esto no es cierto y supone un desconocimiento de las potencialidades de la voz como elemento comunicativo y expresivo. En una entrevista a propósito de su interpretación de Ennis del Mar en la película **Brokeback Mountain - Secretos de la montaña** (Ang Lee, 2005), y ante la pregunta por si la manera vacilante de decir los parlamentos era deliberada, el desaparecido actor australiano y protagonista del filme, Heath Ledger, afirmó:

[...] obviamente por ser australiano tuve que estudiar muchos acentos de forma que se ha convertido en un atajo para descubrir mi personaje. Y ciertamente, descubrir este acento fue un atajo para llegar a Ennis, ya sabes, el labio superior rígido –en realidad eso lo saqué de observar a muchos tipos de peones de rancho en Australia, tienen el labio superior rígido y siempre pensé que era sencillamente una forma de alejar a las moscas de la boca, escupir así-. Entonces, me robé eso. También utilicé el acento porque tenía que envejecer, y al envejecer de 20 a 40 años es tan sutil la diferencia. Así que pensé que el acento sería una buena forma de hacerlo, [...], tener un tono más alto cuando era más joven y luego dejar que gradualmente se hiciera más y más profundo al envejecer, en lugar de tener que forzar la interpretación y de exagerar el proceso de envejecimiento. Lo que quiero decir es que, sí, la voz estaba reprimida por esa razón. Las palabras tenían que luchar para salir porque la única forma en que podía expresarse era por medio de la batalla, una batalla dentro de sí mismo. Y la batalla dentro de sí era en cierta manera una batalla contra su estructura genética, su constitución, lo que le habían legado su padre y el padre de su padre y sus creencias y tradiciones, incluso creo que las palabras que utiliza para expresarse luchaban contra eso también. Y por eso quería mantener la presión, mantener la tensión en la voz².

² J. Riefe. "Entrevista / Heath Ledger y Jake Gyllenhaal: Cuéntame una de vaqueros... diferente". Heath & Jake, 2007. En línea.

Innumerables ejemplos demuestran cómo los actores han utilizado su voz como un importante elemento de caracterización y de "acceso" al personaje. La preparación vocal de estos se centra en dos grandes áreas de trabajo: la mecánica y la expresiva. En la parte mecánica, los principales factores a tener en cuenta son:

Dicción: la dicción se refiere a la vocalización y articulación de vocales y consonantes. Si bien es cierto que este puede ser un elemento caracterizador de un personaje, resulta esencial que, cuando el personaje hable, se le entienda. Por ello, es necesario que el actor realice ejercicios con el propósito de mejorar la movilidad y flexibilidad de los órganos de la palabra. Si el director detecta dificultades al respecto en los actores, les puede recomendar o dirigir el siguiente ejercicio, el cual ofrece resultados muy efectivos en muy poco tiempo:

- Manteniendo la posición de bostezo, sostener con firmeza un carné o tarjeta plastificada entre sus labios y dientes (los labios cubren los dientes).
- Leer un texto durante cinco minutos, no importa que solo emita el sonido "mmmm" y no se entiendan las palabras. Mientras lee, mantener la mano en el pecho, percibiendo la vibración. No debe hacer fuerza, sino relajar la laringe, como en un bostezo, para que el sonido salga amplio.
- Posteriormente, retirar el carné y leer un trozo del texto de manera normal, manteniendo la mano en el pecho. Se percibirá el cambio.

RESONANCIA Y PROYECCIÓN: Para que el actor produzca una emisión cómoda, es necesario potenciar las cualidades vibratorias del sonido. Existen diversos puntos o zonas de resonancia o vibración de la voz. Jerzy Grotowski, gran maestro, director teatral e investigador de la técnica del actor en el siglo xx, en su libro *Hacia un teatro pobre*, explica cómo localizar y manejar varios de estos puntos.

El entrenamiento de los resonadores aporta a los actores una gran versatilidad que les posibilita hacer caracterizaciones vocales de personajes y darle mayor potencia a su voz, pues estos se vuelven parlantes o bocinas naturales del cuerpo. Uno de los resonadores más importantes, utilizado como centro de apoyo clave y para incorporar tonos graves a la voz, es el pectoral. El ejercicio que sigue a continuación, permite localizarlo:

- De pie, con la cabeza descolgada y relajada, colocarse una mano con la palma abierta, sobre el pecho. Masajearse con esta mano el pecho y, mientras tanto, con la boca cerrada y los labios hundidos, empezar e emitir una "m" continua, simulando el mugir de una vaca o un toro. Hacer esto durante diez minutos.
- Levantar la cabeza, continuar con el masaje. Seguir con la "mmm-mm" y, al rato, abrir la boca y pronunciar las vocales a, e, o. Se notará cómo se ha incrementado la vibración en el pecho.
- Intentar pronunciar diferentes palabras manteniendo la cualidad obtenida en la voz, a partir del ejercicio. Memorizar esa cualidad. Hacer el ejercicio frecuentemente para que la voz aprenda la nueva colocación y se pueda recurrir a ella sin necesidad de entrenamiento⁶.

Desde el punto de vista expresivo, debemos considerar, sobre todo:

TEMPO-RITMO DEL HABLA: La velocidad y las cadencias que sigue la voz del actor cuando se expresa en la escena estarán asociadas, obviamente, a la situación del personaje y a su caracterización. En ese sentido, el actor debe encontrar el tempo-ritmo de su personaje, es decir, cómo el personaje existe y se construye a partir de las velocidades y cadencias con las cuales se expresa. Es importante que el director analice cuando el actor se torna isocrónico en el manejo del tempo-ritmo, esto significa que mantiene velocidades y ritmos predecibles, lo cual hace que el texto pierda organicidad, que suene recitado o mecánico. A veces también ocurre que los actores se ven arrastrados por el tempo-ritmo de su compañero de escena, quien termina generando una pauta en ese sentido, lo cual hace que la representación pierda vida. Adicionalmente, la buena interpretación del actor se verá marcada, en gran parte, por el manejo que este hace de las pausas. El maestro ruso Constantin Stanislavski distingue tres tipos de pausas: las pausas respiratorias, que, como su nombre lo indica, las usa el actor para la inspiración. Estas no deben afectar el sentido del texto; es decir, si el actor se "ahoga" cuando emite o tiene dificultades con el manejo de la columna de aire, habrá que solicitarle que haga un

⁶ Para un director resulta importante conocer dinámicas que le permitan solucionar dificultades técnicas encontradas en los actores durante el proceso de ensayos o de rodaje del filme. Al respecto, remito a dos textos que contienen ejercicios muy bien descritos, con una metodología clara, que pueden servir de referencia. Aunque son materiales enfocados en el teatro, el entrenamiento planteado también funciona, en su mayoría, para el caso del cine. Los textos son: *Guía ilustrada para el entrenamiento vocal de actores*, publicada por la revista *Máscara*, 2 (4-5), abril de 1991, y Augusto Boal. *Juegos para actores y no actores: teatro del oprimido*. Barcelona: Alba, 2002. También en Internet se consiguen rutinas y entrenamientos interesantes con actores.

entrenamiento para mejorar la respiración; de lo contrario, no hay necesidad de intervenir en este proceso. El segundo tipo de pausa son las lógico-gramaticales, que están relacionadas con los signos de puntuación; y el tercero, tal vez las más relevantes, son las pausas psicológicas o interpretativas, las cuales pueden aparecer en momentos en los cuales una pausa lógico-gramatical resultaría impensable; las mismas se vuelven, según Stanislavski, un "silencio elocuente": el personaje hace silencio, pero el cuerpo sigue hablando, y en esos momentos la escena alcanza una gran vitalidad. Excelentes ejemplos de ello los podemos encontrar en varios diálogos del filme **Los puentes de Madison** (Clint Eastwood, 1995).

SUBTEXTO: Constituye uno de los elementos principales de la interpretación del actor. Mediante el mismo, este manifiesta la vida interior y los pensamientos del personaje. Lo hacen evidente la combinación de las señales no verbales y de aspectos de la voz como las entonaciones o matices,

»Foto 2. Adyel Quintero en **Cuarenta**. Archivo fotográfico de Adyel Quintero Díaz.



las pausas y los énfasis puestos en determinadas palabras de la frase, que se vuelven claves para la comprensión del sentir y pensar del personaje. Por ejemplo, supongamos que en una escena de una película un hombre le dice a su esposa "¿Quieres ir esta noche a cenar conmigo...?". Si el personaje enfatiza "esta noche", eso tiene un sentido completamente diferente a si pone mayor fuerza sobre "a cenar" o "conmigo". En el primer caso, tal vez se generaría un subtexto relacionado con lo especial del momento seleccionado; en el segundo, puede que ella le reclame que hace mucho que no salen a cenar, algo que probablemente la pareja hacía con frecuencia hace un par de años; el énfasis sobre la actividad podría indicar que el esposo hizo conciencia del tema y quiere enmendar el error; en el tercer caso, tal vez se trata de que la pareja ha pasado por una situación de infidelidad y él está intentando recuperarla, por ello, le enfatiza que la cena es con él, no con otra persona, como sería el amante. Las posibilidades son muchas. El subtexto finalmente revela lo que el personaje realmente siente, lo que lo mueve, sus motivaciones interiores, sus puntos de vista, y esto le imprime mayor riqueza expresiva a la escena e invita al actor a una interpretación más interiorizada, honesta y profunda.

CARACTERIZACIÓN VOCAL DEL PERSONAJE: Muchos actores no se preocupan por este asunto, sin embargo, la voz resulta una excelente puerta de entrada al personaje. En la voz es posible revelar características psicológicas de este y por medio de la voz el actor consigue llegar al resto: movimientos, pensamientos y emociones del carácter representado. Por ejemplo, un tono muy agudizado podría indicar que el personaje es muy mimado; una voz muy grave y con volumen bajo a veces se convierte en una señal de que estamos en presencia de un individuo melancólico y tímido; un sonido gutural y fuerte señalaría la maldad, etc. Estudiar el sonido de un animal, y usarlo como base para caracterizar vocalmente al personaje, es una de las técnicas que algunos actores utilizan en ese sentido. Sin embargo, es válido aclarar que no se trata de incorporar efectismos a la voz solo para hacerla sonar de una manera interesante

y novedosa. Lo esencial es que el actor encuentre la forma en que la voz revela, partiendo de algunas de sus cualidades (tempo-ritmo, tono, volumen), las principales características psicológicas del personaje.

DURANTE LA PRODUCCIÓN DE LA PELÍCULA

El trabajo de mesa o lectura del guion

No todos los directores pasan por esta etapa en el trabajo con el actor, pero la mayoría sí lo hacen. Algunos prefieren que el actor no conozca el guion y se vaya enterando del mismo a medida que avanza la filmación y otros tienen una actitud muy flexible sobre el libreto y aceptan cambios y modificaciones de todo tipo durante el rodaje, pero en la mayor parte de la historia del cine los directores han contado previamente con un guion que entregan al actor para que este lo lea, lo estudie y prepare su versión del personaje. Hay un momento, antes de comenzar los ensayos en que el director reúne a los actores y juntos realizan una lectura de las escenas. Para que dicha lectura, como parte integrante del proceso creativo, sea efectiva, es vital atender a las siguientes consideraciones:

- Es preferible hacerla en un lugar silencioso y donde no haya interrupciones. La lectura ya forma parte del proceso de creación artística, así que se necesita cuidar la intimidad y seriedad del momento.
- Cada actor debe leer su papel y el director u otra persona del equipo lee las acotaciones.
- Los actores harán una lectura interpretativa. Esto significa que se sumergirán en las imágenes, espacios, situaciones propuestas por el guion, dándose el tiempo de procesar cada momento, visualizándolo, pero sin sobreactuar las emociones.
- Al finalizar, el director evitará preguntas poco operativas para el trabajo creativo, como las relacionadas con la valoración del texto: es decir, cómo les pareció, si les gusta y cosas por el estilo. Mucho mejor si se orienta a cuestiones como: extraer los sucesos principales del relato para asegurarse de que todos hayan comprendido la narrativa; definir las características principales de los personajes, sin juzgarlos, o sea, evitando expresarse en términos de que es bueno o malo. Conviene, más bien, determinar qué piensa de sí mismo y de los demás, cuál es su objetivo o meta central, cuáles son sus contradicciones, sus miedos, cómo son sus relaciones con los otros personajes. También es válido analizar aspectos relacionados con la época en que ocurre la historia y hablar sobre el tema de la narrativa. Todo ello con el fin de entender y profundizar en la historia, no de criticarla.
- El análisis hecho sirve para alimentar y afinar el alma, las emociones, la imaginación del actor y para extraer informaciones iniciales que luego servirán para realizar improvisaciones y construir la vida de las escenas.

La construcción del personaje

El proceso de construcción del personaje puede ser *de adentro hacia fuera* o *de afuera hacia dentro*. En el primero de los casos, se trata de empezar armando el universo interior del personaje para luego encontrar sus expresiones físicas y vocales. Esto se hace por la combinación de diferentes herramientas: creando una biografía del mismo que incluya elementos atractivos para el imaginario del actor; analizando en detalle cada escena y momentos del guion con el fin de encontrar las contradicciones del personaje, sus miedos, sus objetivos; realizando una investigación acerca del individuo a representar (si este existió realmente), su profesión, la enfermedad que padece, su característica psicológica central o el tema de la historia, la época de la narrativa, etc. De cualquier manera, lo que busca el actor es alimentar profundamente

»Foto 3. Carlos Mayolo dirigiendo a Vicky Hernández en **Azúcar** (1989).
Foto: Eduardo "Rata" Carvajal.



su comprensión interior del personaje, saber cómo y qué piensa, para luego investigar el impacto de esto sobre su cuerpo, su voz, sus palabras.

En la construcción del personaje de afuera hacia dentro, el actor parte de elementos físicos como el vestuario, el maquillaje, las acciones, los movimientos, tics, entre otros, con el fin de hallar una "máscara corporal" que revele al personaje. Dicha máscara pierde efectividad si no lleva al actor también a una comprensión interior del carácter representado. Las vías para lograrlo incluyen:

ENCONTRAR EL CENTRO DE MOVIMIENTO: Esto significa fijar, definir, explorar una parte del cuerpo para lograr que esta comande o lleve las riendas del resto de los movimientos. Por ejemplo, un personaje cuyos movimientos casi siempre parten del pecho o de la cabeza. Dicho centro de movimiento estará a su vez en relación con el "centro psicológico", o sea, con ese sentimiento o pensamiento que guía el accionar del individuo representado.

¿A QUÉ ANIMAL SE PARECE TU PERSONAJE? Es un método muy usado en las técnicas de actuación estadounidenses. Se trata de precisar, si el personaje fuera un animal, cuál sería, para luego irse al zoológico o ver videos del animal escogido, estudiar su comportamiento físico y sonoro y "humanizar" las características encontradas, hallar los movimientos y sonidos equivalentes en el personaje.

CONSTRUIR, ANTE TODO, LA VISUALIDAD DEL PERSONAJE TOMANDO COMO BASE EL VESTUARIO Y EL MAQUILLAJE: El maestro ruso Constantin Stanislavski cuenta en un capítulo de su libro *La construcción del personaje* cómo, al haberse vestido de una manera particular, automáticamente se sintió en la piel de un crítico y desarrolló una propuesta artística para la representación de este rol. Charlize Theron, ganadora del Oscar a mejor actriz por su interpretación de Aileen Wourus en la película **Monster** (Patty Jenkins, 2003), explica en el *making off* de la cinta que el personaje llegó a ella desde afuera, pues al tener contacto con las fotos

reales de la asesina en serie que interpreta, ver sus videos, vestirse y maquillarse para ser lo más parecida a esta, obtuvo un cambio, una transformación, que finalmente no fue solo física, sino también interior, pues logró adentrarse en los ritmos, la forma de sentir y de pensar de la protagonista. Es bien importante tener en cuenta que, aunque se parta de la transformación física, del vestuario, el maquillaje, esto no es efectivo si no se consigue ese estado interior.

TRABAJAR CON OBJETOS: Los objetos pueden convertirse en elementos que definan el comportamiento y características físicas de un personaje, a tal punto que casi se vuelven una extensión del cuerpo de este. En la serie de televisión norteamericana **Doctor House** (David Shore, 2004-2012), el protagonista usa todo el tiempo un bastón que no solo define su cojera, sino que, en algunos capítulos, existen escenas en las cuales House cae o le quitan el objeto, como metáfora de algún error o golpe-tazo a la soberbia del personaje. Unas gafas gigantes, un paraguas, una pipa, etc., pueden devenir también en puertas de acceso a un personaje y volverse muy relevantes en la definición y representación de su carácter.

DEFINIR LAS ACCIONES FÍSICAS, LOS TICS Y LOS GESTOS CARACTERÍSTICOS: Un personaje se determina en gran parte por lo que hace. En ese sentido, otra de las maneras de acceder a la caracterización física de este es mediante el estudio de sus movimientos. De lo que se trata en esta ocasión es de ver, por ejemplo, si el personaje posee algunos tics determinantes en su personalidad, como rasarse frecuentemente la cabeza, un temblor en los labios o en las manos. También pueden existir gestos o códigos culturales que el personaje emplee frecuentemente y que se vuelvan trascendentales para, por ejemplo, ubicarlo en una determinada condición social o establecer su pertinencia a una colectividad; es decir, si se trata de un sacerdote o una monja, estudiar cuáles son los gestos que más repiten en la misa o cuando están haciendo sus ritos; esto ofrece pautas de gran valor para que el actor acceda a la

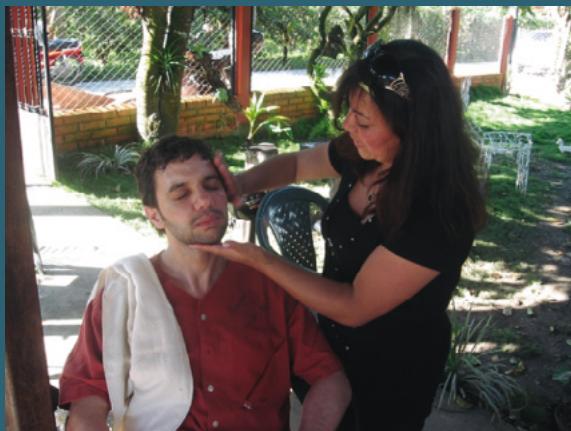
psicología del personaje y su encarnación física. En este último elemento, tengamos siempre cuidado con el hecho de no quedarse ahí, de encontrar la particularidad en lo general. Todos los sacerdotes tienen tendencia a manejar las manos de una manera determinada durante la misa, pero el sacerdote que representa el actor no es uno cualquiera, ya que tiene una biografía, una personalidad, una visión del mundo. El intérprete debe hallar cómo todo eso se hace patente en la forma en que el personaje ejecuta los gestos que hacen la mayoría, en las variaciones de dichos gestos. Lo mismo ocurre con las acciones físicas. El actor puede crear la partitura de acciones de la escena: el personaje se sienta, prende el cigarrillo, fuma, mira hacia la ventana, etc., pero es preciso definir la manera en que ese personaje ejecuta cada uno de dichos movimientos, según sus particularidades psicológicas. Existen muchas maneras de prender un cigarrillo: ¿cómo lo haría el individuo que representa el actor? Así, diseñando circuitos muy precisos para el desarrollo de las acciones y estudiando

los detalles de cada movimiento, sus intenciones y matices, el actor puede crear las manifestaciones externas e internas de la vida del rol que está interpretando.

El manejo de las emociones en la escena

Uno de los grandes aportes del método desarrollado por el maestro ruso Constantin Stanislavski fue el de dotar al actor de técnicas efectivas para el logro de una emoción orgánica, creíble, en la escena. Al respecto, una de las herramientas más recordadas y malinterpretadas es la memoria afectiva o memoria de las emociones, que consiste en que el actor use experiencias de su propia vida como base para llegar a la emoción que necesita representar en la escena. Antes de Stanislavski, la representación de dichas emociones solía hacerse a partir de clichés y códigos físicos y vocales definidos según las escuelas y estilos interpretativos de cada época. El maestro ruso propuso que el actor recordara, a través de la memoria sensorial o de los sentidos, algún momento particular de su vida y, con la emoción convocada, actuara la escena. El principio fundamental que opera en este caso es similar al del adagio popular "Recordar es volver a vivir". Para Stanislavski, a la memoria afectiva no se llega por el sentimiento per se; o sea, no se trata de que el actor se acuerde de la tristeza, sino de los hechos que la provocaron y de los elementos sensoriales que estuvieron presentes el día del evento recordado. Muchos actores consideran que el uso de esta técnica es efectivo sobre todo en el cine y la televisión, a pesar de que Stanislavski la creó pensando en el teatro. La causa es que el proceso de traer el recuerdo toma tiempo, lo cual es factible antes de arrancar a rodar, pero si el actor necesita utilizar esto en medio de una escena teatral, con público al frente, no dispone de ese tiempo; entonces le tocaría trabajarlo mucho en los ensayos para que, cuando llegue al momento de la representación, la memoria afectiva opere de manera casi instantánea. Lo cierto es que algunos actores intentan con la memoria

»Foto 4. Adyel Quintero en **A machete** (Diego Espinosa, Colombia, 2010). Archivo fotográfico de Adyel Quintero Díaz.



afectiva y no les funciona o no siempre encuentran una experiencia en sus vidas que puedan usar para provocar los sentimientos del personaje en la escena. En ese caso, Stanislavski habla del "sí" mágico, el cual consiste en colocarse en las circunstancias del personaje y decir: "Si esto me pasara a mí, ¿cómo reaccionaría?". La respuesta no debe ser intelectual, sino a partir de la acción. Aun así, el actor podría decirle al director que no sabe cómo reaccionar, pues conoce nada o poco acerca del problema o situación descrito. Por ejemplo, el personaje se droga con hongos alucinógenos y el actor no tiene nociones sobre el estado que esto produce en los seres humanos. ¿Qué hacer ante circunstancias similares? Investigar. El intérprete necesita documentarse al respecto, de esa manera alimentará su imaginación y encontrará claves para luego poder responder, desde la improvisación y la acción escénica, cómo reaccionaría él ante las circunstancias propuestas. También es factible que el actor explore en su imaginario circunstancias o eventos equivalentes. Por ejemplo, nunca ha usado hongos alucinógenos, pero alguna vez ha tenido alucinaciones por una fiebre muy alta. Al ser similares o análogos los eventos: las alucinaciones por la fiebre que recuerda el actor y las alucinaciones sufridas por el personaje al consumir los hongos, el primer suceso servirá como base para actuar el segundo. En este caso, funcionan también las experiencias vistas o leídas por el actor en películas, novelas, notas de prensa, artículos científicos, etc. Toda esta memoria opera como alimento efectivo para la imaginación y para lograr colocarse en el lugar del personaje; no se trata de reproducirla o imitarla tal cual, sino de comprender su sentido más profundo. De cualquier manera, no es necesario que el actor tenga la experiencia para poder actuarla. Algunos directores y actores piensan que sí y, en un caso como el anterior, prefieren decirle al actor que vaya y consuma los hongos para que entienda lo que es eso. El trabajo del actor es crear la ilusión de la verdad a partir de su naturaleza orgánica creadora. Él no necesita haberlo vivido o experimentado. Para eso tiene su imaginación artística, la investigación y la técnica. Si siempre tuviera que experimentar para poder actuarlo, ¿a un individuo que interpreta a un asesino en serie deberíamos recomendarle entonces que vaya y asesine a un par de personas con el propósito de que comprenda lo que es eso? Obvio que no.

La escuela norteamericana del Actor Studio desarrolló otra técnica, llamada "ajuste de emoción". La misma se basa en el principio de que no importa lo que el actor esté pensando, porque el público no tiene acceso a ello, sino únicamente la manifestación externa del sentimiento, la cual leerá teniendo en cuenta la dramaturgia, el contexto en el cual se produce dicha emoción. Siguiendo este principio, si el personaje durante la escena debe llorar porque perdió a su amante, pero internamente el actor está operando a partir de la

«Uno de los grandes aportes del método desarrollado por el maestro ruso Constantin Stanislavski fue el de dotar al actor de técnicas efectivas para el logro de una emoción orgánica, creíble, en la escena».

7 Cuando interpreté al personaje Nico en la película colombiana **Cuarenta**, tenía una escena fuerte emocionalmente, en la cual era deseable un poco de llanto por parte del personaje. Como actor siempre le había tenido miedo a este tipo de situaciones, pues en la vida cotidiana no soy la clase de individuo que suele llorar fácilmente. Durante el ensayo repasé la escena con el director, sin pensar mucho en el elemento emotivo. Luego, cuando ya se iba a rodar la misma, mientras hacían el montaje de las cámaras, me puse en el set y empecé a pensar profundamente en la historia de mi personaje, en cómo y porqué había llegado allí, en todo lo que le había tocado vivir. Sentí una profunda conexión con Nico y una gran empatía hacia él. En el instante en que el director dijo "Acción", las lágrimas llegaron sin que tuviera que pensar en ello; de hecho lo hicieron todas las veces que repetimos la escena, solo con pronunciar las primeras palabras del texto.

imagen de su mascota, la cual murió recientemente, y esto le produce al actor una emoción similar a la que requiere el personaje en la escena, entonces está bien, funciona. El actor creará una cadena de estímulos internos para generar las emociones en cada momento. Es clave que dichos estímulos sean los suficientemente atractivos como para despertarle con rapidez las emociones.

Hay otras maneras de llegar al sentimiento en la escena. Algunos lo hacen únicamente basándose en la comprensión del guion y de la caracterización de su personaje, desarrollando una fuerte empatía o conexión emocional con el rol que interpretan⁷; otros, utilizando estímulos externos, como la música, cantar una canción, ver unas imágenes, hacer ejercicios de relajación y concentración antes de rodar la escena, etc. Cada actor puede encontrar vías diferentes, y es tarea del director descubrir, negociar con este la manera de hacerlo. Lo importante es que, sea cual sea el camino elegido, la emoción devenga orgánica, creíble.

El trabajo con niños

Es muy frecuente en el cine contemporáneo la presencia de niños actores; algunos entrenados en escuelas de teatro y otros escogidos porque poseen talentos especiales para la actuación o similitudes con el personaje que van a interpretar. Aunque no se encuentran manuales donde se recoja una metodología específica para dirigir a los niños actores, la práctica al respecto nos ha legado algunos principios esenciales al respecto, entre los cuales destacan:

- Es recomendable poner la técnica en función de los niños y no a los niños en función de la técnica. En ocasiones, por alguna dificultad relacionada con la colocación de la cámara, por ejemplo, tocará indicarle al niño que camine tres pasos y se voltee en un ángulo de 45 grados, pero no es lo ideal. En la medida de lo posible, cámara, luces y sonido deben seguir a los niños.
- Debemos ser flexibles en el manejo de los diálogos. Escribir parlamentos para niños suele ser complejo, porque para expresarse como se expresan los infantes casi hay que pensar como ellos, tener su inocencia, cosa que a los guionistas les cuesta, por su distancia en edad. Entonces, lo ideal es suministrarle el texto al niño y pedirle que lo diga como él lo sienta, con sus palabras. También hay momentos en que tendremos un diálogo que, dada su importancia, debe ser dicho tal cual y nos corresponderá adiestrar al niño para que no lo cambie, pero este definitivamente no es el escenario ideal.

»Foto 5. Dirección de actores en **Gente de bien** (Franco Lolli, Colombia, 2014). Archivo Evidencia Films.



- Los niños saben obedecer reglas. El director debe explicar las reglas de trabajo tanto durante los ensayos como durante el rodaje; por ejemplo, que no puede mirar a cámara, que solo se detenga cuando escuche la voz de corte, etc.
- El proceso de construcción del personaje generalmente es largo y detallado y a veces difícil. Con los niños, lo mejor es apuntar a conseguir, desde el *casting*, que se parezcan física y temperamentalmente al rol que van a representar, con el fin de que la escena no les implique un proceso de transformación física y vocal que tal vez no comprendan o les resulte difícil de asumir.
- Falsear las escenas resulta muy apropiado cuando se trata de temáticas o situaciones difíciles que un niño no está preparado para entender. Por ejemplo: el personaje ve en la película cómo asesinan salvajemente a sus padres. Darle la instrucción tal cual al pequeño actor, si este tiene seis años, no sería adecuado. Por ello, lo más recomendable es grabar al niño en un plano, ofreciéndole otra pauta que lo lleve al sentimiento que requiere la narrativa, pero que sea menos traumática para él. En contra plano se filma la escena del asesinato, y luego se monta.
- La edad es clave. A veces, las particularidades del personaje son más fáciles de entender para un niño de 12 años que para uno de 7; sin embargo, hay pequeños de 12 que pueden aparentar perfectamente los 7 años. En ese caso, y si tiene el talento necesario, es más cómodo trabajar con el niño de 12.
- Hay que tratar, al hacer el diseño de producción, de no asignarles muchas escenas seguidas a los niños. Ellos se agotan más rápidamente que el actor adulto.
- En la medida de lo posible, se debe buscar no repetir tanto las escenas, pues los niños, al repetir, suelen volverse muy mecánicos y se van agotando, hasta que a veces llega el punto en que se requiere parar la grabación porque se rebelan. Si eso llegara a pasar, es mejor no insistir, sino detenerse y continuar en otro momento.
- Si en el rodaje se cuenta con un adulto que conozca muy bien al niño, es una ganancia. Esta persona no debe estar en el set, porque el niño puede distraerse; sin embargo, tenerla cerca es de gran ayuda para saber, por ejemplo, cómo reaccionaría el niño ante ciertas situaciones, qué lo podría estimular, cuáles son sus personajes favoritos, entre otras informaciones susceptibles de ser usadas por el director en la filmación.
- Hacerse amigo del niño resulta esencial para el director y generar un clima de confianza en el cual este se sienta un colaborador de gran importancia para el rodaje ayudará a que al pequeño no le dé pena ni temor escénico cuando vaya a rodar las escenas.

- Explicarle el "juego del cine", mostrarle la cámara, cómo funciona, cómo se ve la escena en video puede ayudar a que el infante perciba la actividad como un juego entretenido y que sienta ganas de estar allí, que se entusiasme con su trabajo en el proyecto.

Cómo manejar escenas que contengan desnudos

Este tipo de escenas se pueden convertir en un problema para algunos actores y directores, pero, en este caso, también seguir unos principios básicos ayuda a filmarlas sin ninguna dificultad:

- Trate la escena como a otra cualquiera, en el sentido de que lo esencial no es concentrarse en que el actor estará desnudo, sino en la situación, las acciones, las relaciones del personaje con los demás.
- Verifique con el actor y, de ser necesario, el guionista la necesidad dramática, narrativa y estética de la escena en el guion. El intérprete debe estar plenamente convencido de que la situación se requiere y que no se trata de una forma de hacer más comercial el filme o algo por el estilo.
- Coreografie la escena, es decir, móntela de la manera que los actores sepan qué hacer en cada momento, de acuerdo con los planos de cámara; por ejemplo, qué tanto moverse y cómo efectuarlo para generar la sensación de realismo buscada. Explíqueles, además, cuáles planos va a utilizar y qué se va a ver; esto les dará mayor tranquilidad y dará la posibilidad de negociar, en caso de que no les agrade cómo se observa cierta toma.
- Durante el rodaje de la escena, tenga a la mano unas batas para cubrir a los actores una vez terminen y entre una toma y la otra. Cuando el actor está fuera de la escena, le puede resultar incómodo permanecer desnudo frente a todo el equipo técnico.
- Negocie con el actor si prefiere que la escena se ruede con la menor cantidad de personal técnico presente o si le da lo mismo. Respete la decisión que este tome en ese sentido.
- Al hacer los ensayos, si es posible, desarróllelos con los actores desnudos. Esto les permitirá acostumbrarse a la sensación.
- Insístale al actor en el hecho de que no debe pensar en que está desnudo en la escena, sino concentrarse en la situación dramática, las acciones, etc.
- El director precisa disciplinar al equipo técnico para que no hagan comentarios acerca del desnudo de los actores y minimicen la importancia del tema.
- Estos principios se aplican sobre todo si los actores no tienen experiencia con el asunto en cuestión y se sienten incómodos al respecto, pero hay intérpretes que o ya han grabado escenas así o no tienen ninguna dificultad con ello. En ese caso, el director procederá como con las demás escenas. ¿Cómo? Lo veremos a continuación.

»Foto 6. Rodaje de **A machete**. Archivo fotográfico de Adyel Quintero Díaz.



LA RELACIÓN ACTOR-DIRECTOR

Los vínculos profesionales que establecen el actor y el director durante la preproducción y la producción del filme están condicionados por numerosos factores, determinantes de la calidad artística del trabajo desarrollado. Entre las pautas más relevantes al respecto, mencionaremos cinco:

El director no debe enfocarse en el resultado de la escena, sino en el proceso que conduce a la misma

- Para muchos directores, lo normal es comenzar marcando la escena al actor: "te mueves hacia este punto, luego te pones triste, entonces lloras". Lo que se obtiene con semejante metodología, generalmente, es un actor enfocado, más que en el proceso interno que conduce a la emoción, en representar externamente los resultados definidos previamente por el director, lo cual deriva en una actuación mecánica o en la sobreactuación.
- María Fátima Toledo, quien se ha destacado en Brasil durante los últimos tiempos por su trabajo con los llamados actores naturales, ha

expresado en múltiples ocasiones que, durante su proceso de entrenamientos y búsquedas con los futuros intérpretes del filme, ella se dedica a improvisar hasta crear una suerte de colchón para la escena, el cual puede ser modificado por la puesta en cámaras, una vez que se rueda la película; sin embargo, como *coach*⁸ emplea meses investigando e improvisando con el actor, hasta llegar a un diseño de acciones, estímulos, asociaciones que le permitan conseguir una actuación viva, creíble.

- Algunos directores, cuando trabajan con los actores, se concentran en darles largas explicaciones sobre la escena: "aquí ocurre esto, porque...; luego, ella se acerca a él porque la embarga un amor profundo que...". Semejantes pautas son poco operativas para conseguir emociones auténticas en los actores. No hay que concentrarse en la emoción ni en los resultados, sino en aquello que los provocan, es decir, en las imágenes, los hechos y el universo sensorial de la escena. Cito en este punto al director colombiano Pepe Sánchez, quien, en entrevista para la revista *Kinetoscopio*, dijo sabiamente:

Yo soy enemigo, siempre lo he sido, de marcarle al actor, de decirle "mire, quiero que me haga esto así, y este gesto así [...]. Hace tiempo veía yo en este programa maravilloso del Actor's

⁸ He sabido de experiencias, tanto en el medio académico como en el profesional de los medios audiovisuales colombianos, en las cuales se define el cargo de director de actores y se pone en el mismo a un individuo con conocimiento especializado de las técnicas actorales, para que entrene y trabaje con los intérpretes. Sin embargo, en el ámbito internacional, más que "director de actores" podríamos llamar a este personaje el entrenador (*coach*) de los actores, porque esa debe ser su función exactamente. El *coach* está, por ejemplo, para ocuparse de un trabajo físico o vocal muy específico que requiera la película que se va a rodar, en la que el director no sabe cómo hacerlo, porque no tiene los conocimientos técnicos requeridos (aunque lo ideal es que sí los posea); sin embargo, debe trabajar muy de cerca con el director, ya que este será siempre quien toma las decisiones finales y es quien, finalmente, dirige a los actores.

Studio hablar de los directores que marcan minuciosamente al actor, y decían que esos directores corren el peligro de no conseguir del actor sino hasta ahí, hasta donde le marcaron. Me pareció una sabia apreciación, porque un exceso de marcación mata la posibilidad creativa y expresiva⁹.

No te quedes con lo primero que aparece, explora la escena con el actor

Los que trabajaron en los filmes del célebre director norteamericano Stanley Kubrick coinciden en señalar que, antes de dar por concluido el rodaje de una escena, Kubrick solía hacer múltiples tomas de la misma, siempre con la finalidad de que el actor, de una toma a otra, profundizara en su comprensión física, vocal, emocional e intelectual del personaje y de la situación dramática. Pero en general nunca se conformaba con rodar la escena una sola vez. El trabajo con el actor es un proceso creativo; por ello es esencial explorar profundamente la escena, probar alternativas, cambiar las pautas y tomarse el tiempo para llegar a un resultado realmente artístico. Recuerdo nuevamente en este punto mi trabajo y el del resto de los actores con el director Carlos Fernández de Soto en la película colombiana **Cuarenta** (2011), el cual fue concebido en gran parte como un juego permanente de exploración de los personajes y las escenas. Rodábamos una versión de la escena, luego otra cambiando las pautas, los textos, y esto le aportó mucho al filme, en la medida que el guion realmente se recompuso en la edición. Por ejemplo, el guion decía "No...", y como habíamos rodado también un "Sí..." o un "No sé...", en edición había que escoger cuál de las tres versiones se acondicionaba más a la cosa, eso iba cambiando la historia y me pareció muy interesante como método de trabajo¹⁰.

⁹ Pepe Sánchez. "El teatro es del actor, el cine del director y la televisión del productor". *Kinetoscopio*, 17 (80), 2007, p. 27.

¹⁰ Carlos Fernández de Soto. "Lo más importante en el actor es que sepa escuchar". *Kinetoscopio*, 17 (80), 2007, p. 16.

Entre actor y director se debe desarrollar una relación basada, sobre todo, en la confianza mutua...

La reconocida actriz colombiana Vicky Hernández, al referirse a su relación profesional con el director colombiano Carlos Mayolo, dice:

Mayolo lograba algo maravilloso: hacerse cómplice. Es que un director y un actor tienen que ser cómplices más que cualquier cosa, tienen que ir juntos a sacarle el máximo a eso que van a contar, disfrutárselo al máximo y hacer que la gente que vea, oiga y conozca eso también lo goce al máximo con todos sus sentidos. Eso es lo que hay que lograr entre un director y un actor o una actriz, la complicidad, pero sobre todo por la obra, con la obra, para la obra, no extra obra¹¹.

A propósito del anterior comentario, cuando Malcolm McDowell interpretó al protagonista Alex en **La naranja mecánica** (Stanley Kubrick, 1971), según comenta el actor, entre el director y él se desarrolló una gran confianza y siempre pensó que se habían convertido en amigos, que aquella intensa relación duraría por mucho más tiempo y que, seguramente, volverían a compartir y a trabajar juntos en un largometraje. Pero no fue así: Kubrick jamás lo volvió a llamar. Esta es la dinámica que siguen muchos directores en el medio: crean una interacción muy profunda con el actor y, sin embargo, ella termina una vez que ha finalizado el vínculo profesional. Otros directores suelen mantenerla.

La tarea del director debe estar orientada a romper barreras comunicativas, a eliminar las máscaras que le impiden al actor interpretar su personaje de manera orgánica. Pero estas obstrucciones pueden ir desde un exceso de ego hasta una represión de naturaleza sexual. En un caso como este, ¿cómo y hasta qué punto es lícito que

¹¹ Vicky Hernández. "Más que cualquier otra cosa, un actor y un director tienen que ser cómplices". *Kinetoscopio*, 17 (80), 2007, p. 14.

el director penetre en *lo secreto* y *se aproveche* de lo que encuentre allí? Esta es una actitud que no todos los directores asumen o les gusta asumir. Muchos confunden la confianza con hacerse efectivamente un amigo inseparable del actor, tomarse unos tragos con este, conocerlo de manera superficial (saber dónde vive, qué carro tiene, quiénes son los miembros de su familia). Y aunque eso abona en parte el terreno, lo esencial es ir un poco más allá. No es necesario entender en su totalidad la naturaleza del individuo, sino aquellas partes o zonas esenciales que le pueden servir de soporte para interpretar al personaje. Es ahí donde debe ahondar o sumergirse el director, y el actor requiere entender que, efectivamente, tiene que abrirse y permitir que el material aflore de manera real y se convierta en expresión artística. Pero, del otro lado, el actor necesita, para llegar a ello, saber que está dialogando con otro artista, con alguien capaz de generar algo realmente bello con la substancia que dicho actor proveerá. En cambio, si el actor tiene frente así a un individuo inseguro, dubitativo, que se muestra poco conocedor de lo que hace, de lo que quiere, de a dónde desea llegar, difícilmente se entrega. El director de actores debe evidenciar que conoce la ruta a seguir para la puesta en escena. Él es un líder y como tal precisa guardarse el estrés, las dudas, la inseguridad.

Para dirigir adecuadamente a un actor, el director requiere conocer las técnicas de este y su lenguaje

Y a fin de lograrlo, no es necesario saber actuar, sino entender cómo llevar al actor a hacerlo. De hecho, la historia está plagada de ejemplos de grandes maestros, directores, investigadores del arte del actor que o fueron actores carentes de talento interpretativo o nunca se desempeñaron como tales. El director lo que sí necesita es un conocimiento profundo de las técnicas del actor y de su lenguaje, lo cual implica una comprensión de la evolución de las mismas, así como el estudio de aquellos maestros que constituyen arquetipos tanto del proceso formativo como de la misma práctica actoral del presente. Así, director y actor podrán "entenderse", pues manejarán conceptos, herramientas, algoritmos y metodologías de trabajo comunes.

También ayuda estudiar cómo lo han hecho otros directores, o sea, investigar la manera en que grandes directores del cine y la televisión (que devinieron paradigmáticos en el trabajo con el actor) han desarrollado su labor. Esto les permitirá a los profesionales de la dirección escénica conocer diferentes vías o caminos que, como verán, van de la mano con los géneros, las estéticas y las concepciones que animaron la obra creativa de directores, como Akira

«Kubrick solía hacer múltiples tomas de la misma, siempre con la finalidad de que el actor, de una toma a otra, profundizara en su comprensión física, vocal, emocional e intelectual del personaje y de la situación dramática».

»Foto 7. Dirección de actores en **Alguien mato algo** (Jorge Navas, Colombia, 2000). Archivo fotográfico de Jorge Navas.



Kurosawa, Elia Kazan, Andrei Tarkovski o Peter Brook, o de colombianos que poseen una trayectoria significativa en el trabajo con el actor, entre los cuales se destacan Jorge Alí Triana, Víctor Gaviria, Carlos Mayolo, Pepe Sánchez, Carlos Fernández de Soto.

El director, más que respuestas, le formula preguntas al actor, que le permiten sumergirse en un proceso permanente de búsqueda e investigación

“El trabajo de los ensayos debe consistir en crear un clima en el que los actores se sientan libres para generar todo aquello que puedan aportar a la obra. [...] El director continuamente está provocando al actor, haciéndole preguntas, creando una atmósfera en la que el actor pueda bucear, probar, investigar”¹². Esta frase del célebre director e investigador teatral y cinematográfico Peter Brook resume uno de los puntos más excitantes del oficio. Ya decíamos anteriormente que, cuando se trata de trabajar con actores, estamos hablando de un proceso de creación, y para crear no hay que encerrarse en moldes, sino seguir principios, intuiciones, y hacerse preguntas efectivas que se vuelvan un estímulo para profundizar en la vida del personaje y de la escena, en aquello que finalmente conducirá al actor hacia una interpretación memorable de su rol. Todo proceso de trabajo con un actor debería convertirse, en definitiva, en un ejercicio de experimentación, en un laboratorio de investigación que le permitirá al director profundizar en sus visiones de la puesta en escena y en su manejo del lenguaje cinematográfico y que lo llevará a encontrar, con el paso del tiempo, un estilo en la dirección de actores, profundamente conectado con su visión artística del filme. ●

«El trabajo de los ensayos debe consistir en crear un clima en el que los actores se sientan libres para generar todo aquello que puedan aportar a la obra. [...] El director continuamente está provocando al actor, haciéndole preguntas, creando una atmósfera en la que el actor pueda bucear, probar, investigar».

Peter Brook

¹² Peter Brook. *Provocaciones. Cuarenta años de experimentación en el teatro (1946/1987)*. Buenos Aires: Fausto, 1992.

»Foto 8. Carlos Mayolo dirigiendo a Alejandro Buenaventura en **La mansión de Araucaíma** (1986). Foto: Eduardo "Rata" Carvajal.



REFERENCIAS

Barba, Eugenio y Nicola Savaresse. *El arte secreto del actor. Diccionario de Antropología teatral.* México: Esne-nología, 1990.

Boal, Augusto. *Juegos para actores y no actores: teatro del oprimido.* Barcelona: Alba, 2002.

Brook, Peter. "Un sentido de la dirección". En *Cuarenta años de experimentación en el teatro (1946/1987)*. Buenos Aires: Fausto, 1992.

Caine, Michael. *Actuando para el cine.* Madrid: Plot, 2003.

Fernández de Soto, Carlos. "Lo más importante en el actor es que sepa escuchar". *Kinetoscopio*, 17 (80), 2007, pp. 15-18.

Gaviria, Víctor. "El actor natural siempre lleva su vida a cuestas". *Kinetoscopio*, 17 (80), 2007, pp. 29-32.

Grotowsky, Jerzy. *Hacia un teatro pobre.* México: Ramont, 1987.

Hagen, Uta. *Un reto para el actor.* Barcelona: Alba, 2002.

Hernández, Vicky. "Más que cualquier otra cosa, un actor y un director tienen que ser cómplices". *Kinetoscopio*, 17 (80), 2007, pp. 11-14.

Hethmon, Robert H. *El método del Actor Studio. Conversaciones con Lee Strasberg.* Madrid: Fundamentos, 1986.

Johnstone, Keith. *Impro: improvisación y el teatro.* Santiago: Cuatro Vientos, 1990.

Mamet, David. *Verdadero y falso. Herejía y sentido común para el actor.* Barcelona: Planeta, 2003.

Miralles, Alberto. *La dirección de actores en el cine.* Madrid: Cátedra, 2000.

Riefe, J. "Entrevista / Heath Ledger y Jake Gyllenhaal: Cuéntame una de vaqueros... diferente". Heath & Jake, 2007. En línea: <http://heath-jake.webs.com/entrevistas.htm>

Sánchez, Pepe. "El teatro es del actor, el cine del director y la televisión del productor". *Kinetoscopio*, 17 (80), 2007, pp. 26-28.

Schreiber, Terry. *Actuación. Las nuevas tendencias.* México: Planeta, 2010.

Serna, Assumpta. *El trabajo del actor de cine.* Madrid: Cátedra, 1999.

Shurtleff, Michael. *La audición.* México: Árbol, 1990.

Stanislavski, Constantin. *El trabajo del actor sobre su papel.* Buenos Aires: Quetzal, 1988.

Stanislavski, Constantin. *Ética y disciplina: método de acciones físicas (propedéutica del actor).* Selección y notas Édgar Ceballos. México: Gaceta, 1994.

Stanislavski, Constantin. *La construcción del personaje.* Madrid: Alianza, 1999.

Triana, Jorge Alí. "El director es un provocador de la creación". *Kinetoscopio*, 17 (80), 2007, pp. 19-21.

Weston, Judith. *La dirección de actores: cómo tener actuaciones memorables en cine y televisión.* La Coruña: Fluir, 2004.

FILMOGRAFÍA

Eastwood, Clint. **Los puentes de Madison (The Bridges of Madison County)**. 135 min, Estados Unidos, 1995.

Espinosa, Diego. **A machete**. 10 min, Colombia, 2010.

Fernández de Soto, Carlos. **Cuarenta**. 77 min, Colombia, 2011.

Jenkins, Patty. **Monster**. 110 min., Estados Unidos, 2003.

Kubrick, Stanley. **La naranja mecánica (A Clockwork Orange)**. 137 min, Estados Unidos y Reino Unido, 1971.

Lee, Ang. **Secretos de la montaña (Brokeback Mountain)**. 134 min, Estados Unidos, 2005.

Lolli, Franco de. **Gente de bien**. 86 min., Colombia, 2014.

Mayolo, Carlos. **La mansión de Araucaíma**. 85 min, Colombia, 1986.

Mayolo, Carlos. **Azúcar**. Serie de televisión, Colombia, 1989.

Navas, Jorge. **Alguien mato algo**. 27 min. Colombia, 2000.

Shore, David. **Doctor House**. Serie de televisión, Estados Unidos, 2004.

Snyder, Zack. **El hombre de acero (Man of Steel)**. 143 min, Estados Unidos y Canadá, 2013.

»Foto 9. Jorge Alí Triana dirigiendo a Nelly Moreno y a Sebastián Ospina en rodaje de **Tiempo de morir** (Jorge Alí Triana, 1985).



PERFILES DE LOS AUTORES



Andrés
Arizmendy

Realizador de cine y televisión de la Universidad Nacional de Colombia. Es director de fotografía y realizador audiovisual independiente para comerciales y proyectos cinematográficos de cortometraje. Trabajó como videógrafo y fotógrafo para la Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza Extrema (ANSPE) y como docente de Puesta en Escena en la Escuela de Cine Black María. Ha sido director, director de fotografía y montajista de proyectos de ficción y documental reconocidos nacional e internacionalmente, entre los que se destacan: **Naranjas** (2013), **El tiempo va** (2012), **El tiple** (2012), **Tren** (2012), **Palacio de Justicia en Llamas** (2012), **Ella y la implosión** (2010) y **Pensar/Clasificar: Archivo Luis Ospina** (2011).



Isabel
Torres

Comunicadora social con énfasis en televisión educativa de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. Inició su carrera en el sonido cinematográfico como microfonista del reconocido César Salazar (sonidista en **La virgen de los sicarios** y **La sirga**) y decide profundizar su estudios sobre sonido para cine en la Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños, Cuba, de donde egresa en el año 2005. Se ha desempeñado como sonidista de directo y editora de sonido para cortometrajes y largometrajes de ficción y documental.



Sara
Millán

Diseñadora gráfica de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín. Ha trabajado como diseñadora de producción en los largometrajes **Al final del espectro** (2006), **Saluda al diablo de mi parte** (2011), **Cazando luciérnagas** (2013), **The Dead Men** (2014), **ABCs of Death 2** (2014) y **Love in Moreno Valley** (2014), y como directora de arte en comerciales, videos musicales y series de televisión. Obtuvo el premio a Mejor Dirección Artística en los Premios Nacionales de cine en 2008 con **Al final del espectro** y el premio Macondo a Mejor

Dirección Artística en 2012 con **Saluda al diablo de mi parte**. Además ha participado como directora creativa de las campañas de comercialización de **Al final del espectro** y **Saluda al diablo de mi parte**, y ha sido docente en la UPB, la Escuela Nacional de Cine y los proyectos de Imaginando Nuestra Imagen del Ministerio de Cultura. Paralelo a su trabajo audiovisual, ha desarrollado proyectos de diseño e investigación de la imagen, materializada en numerosos productos digitales y en publicaciones académicas avaladas por Colciencias.



Adyel
Quintero Díaz

Doctor en Ciencias sobre Arte del Instituto Superior de Arte (ISA) de La Habana. Licenciado en Artes Escénicas con especializaciones en Actuación y Dramaturgia (ISA). Tiene veinte años de experiencia como docente, actor e investigador en teatro, cine y televisión. Autor de diversos ensayos sobre dramaturgia audiovisual, investigación artística (un libro publicado sobre este tema) y del cine colombiano, así como dirección de actores. Ha sido actor protagónico del filme colombiano **Cuarenta**, y actor de reparto en la serie de televisión española **Operación Jaque**. También ha sido docente de dirección de actores y guion en la Universidad del Magdalena y en la Corporación Universitaria Unitec. Cuatro de sus proyectos de formación han sido premiados en Colombia y en el extranjero. Ha sido jurado de varios concursos de dramaturgia, investigación sobre cine y cortometraje en Colombia y director Académico del Festival de Cine Verde de Barichara, Fester.



Este libro que te dio rutas sobre fotografía, sonido, dirección de arte
y dirección de actores se terminó de editar en diciembre de 2016 en
Bogotá D. C., Colombia // Explora más recorridos en los otros libros de la

CARTILLA CINEMATECA RODANTE.



Producción

Derechos
de autor

Circulación



CARTILLA
CINEMATECA
RODANTE

Rutas para la creación, circulación y preservación
de obras audiovisuales

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

Enrique Peñalosa Londoño
ALCALDE MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

María Claudia López
SECRETARIA DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE

INSTITUTO DISTRITAL DE LAS ARTES - IDARTES

Juliana Restrepo Tirado
DIRECTORA GENERAL

Jaime Cerón
SUBDIRECTOR DE LAS ARTES

Ingrid Liliana Delgado Bohórquez
SUBDIRECTORA DE EQUIPAMIENTOS CULTURALES

Liliana Valencia Mejía
SUBDIRECTORA ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA

José Segundo Quinche Pérez
PROFESIONAL DE APOYO - SUBDIRECCIÓN DE LAS ARTES

CARTILLA CINEMATECA RODANTE

Julián David Correa, Sasha Quintero, Giovanna Segovia, David Andrés Zapata,
Diego Saldarriaga, Vivian Vásquez y Cesar Almanza
COMITÉ EDITORIAL

David Andrés Zapata y Jenny Alexandra Rodríguez
COORDINADORES EDITORIALES

Patricia Miranda
COORDINACIÓN DE DIAGRAMACIÓN

Sofía Parra y Francisco Díaz-Granados
CORRECCIÓN DE ESTILO

Alex Sarmiento
DISEÑO, PAUTA GRÁFICA DEL INTERIOR E ILUSTRACIÓN ÍCONO DE LA COLECCIÓN

Nathalia Rodríguez
DIAGRAMACIÓN, DISEÑO DE CUBIERTAS E ILUSTRACIÓN DE ÍCONOS POR MÓDULO

El contenido de los artículos es responsabilidad exclusiva de los autores y no representa necesariamente el pensamiento del Instituto Distrital de las Artes (IDARTES). Publicación impresa y digital de distribución gratuita con fines educativos y culturales.

Queda prohibida su reproducción total o parcial con o sin ánimo de lucro sin la debida autorización expresa para ello.

Información adicional en: infocinemateca@idartes.gov.co.

ISBN: 978-958-8997-28-5 impreso

ISBN: 978-958-8997-30-8 digital

ISBN: 978-958-8997-04-9 impreso obra completa

ISBN: 978-958-8997-05-6 digital obra completa

CINEMATECA DISTRITAL - GERENCIA DE ARTES AUDIOVISUALES DEL IDARTES

Paula Villegas Hincapié
GERENTE DE ARTES AUDIOVISUALES

Ricardo Cantor Bossa
ASESOR MISIONAL

Diego Saldarriaga Cuesta, Xiomara Rojas Prieto y Laura Camila Puentes Ruíz
EQUIPO ESTRATEGIA TERRITORIAL

Jenny Alexandra Rodríguez Peña
ASESORA DE PUBLICACIONES

David Andrés Zapata Arias
ASESOR DE FORMACIÓN Y CONVOCATORIAS

María Paula Lorgia Garnica
ASESORA DE PROGRAMACIÓN Y NUEVOS MEDIOS

Juan Carlos González Navarrete
COORDINADOR BECMA

Angélica Reyes Hernández
ASISTENTE BECMA

Luz Johana Castillo García
ASESORA ADMINISTRATIVA

Andrea Acevedo Caicedo
ASISTENTE ADMINISTRATIVA

Cristian Camilo Reyes David
APOYO LOGÍSTICO

Luisa Fernanda Montero Trigos
ENLACE Prensa - OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES

Camilo Parra Martínez y Jaiver Sánchez Leal
PROYECCIONISTAS

Angélica Clavijo
ASESORA COMISIÓN FÍLMICA DE BOGOTÁ

Reina Tinjacá Jiménez, Milena Pimentel Vásquez, Yesith Pineda Cortés,
Carlos Valderrama, Miguel Zanguña, Diana Cifuentes Gómez,
Nicolás Cuadrado Ávila, Bibiana Rivera y María Del Pilar Acosta
EQUIPO COMISIÓN FÍLMICA DE BOGOTÁ



CINEMATECA
Distrital



INSTITUTO DISTRITAL DE LAS ARTES (IDARTES)
Calle 8 No. 8-52 Bogotá, Colombia - Conmutador: (571) 379 5750
Síguenos: www.idartes.gov.co [f](#) Idartes [t](#) @idartes

CINEMATECA DISTRITAL-GERENCIA DE ARTES AUDIOVISUALES DEL IDARTES
Carrera 7 No. 22-79 Bogotá, Colombia
Conmutador: (571) 379 5750, ext. 3400 - 3410
Síguenos: www.cinematecadistrital.gov.co
[f](#) Cinemateca Distrital [t](#) @cinematecadb

IMPRESIÓN: Panamericana Formas e Impresos S. A.

CONTENIDO





Producción



Derechos
de autor

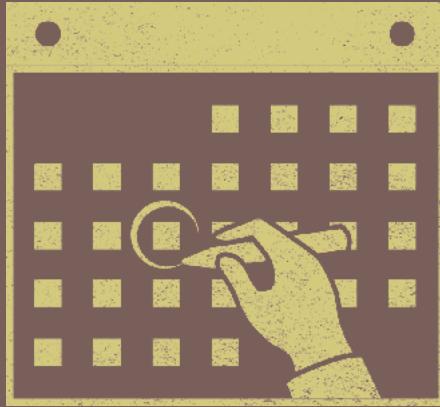


Circulación

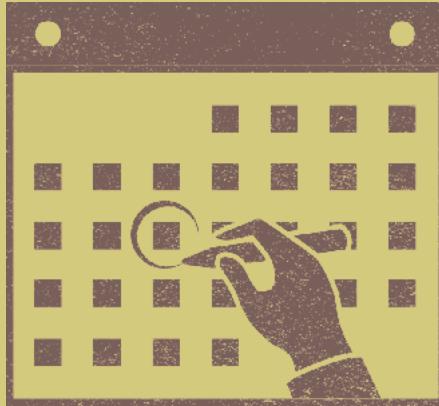
LAS RUTAS DE ESTE LIBRO

Además de los elementos técnicos y creativos, una obra cinematográfica debe sortear otra serie requerimientos para que pueda ser realizable. En este sentido, Jorge Botero en “De qué hablo cuando hablo de producir” señala los principales indicios de un largo camino para la producción cinematográfica: el desarrollo, la financiación, las fases de producción, el presupuesto, entre otras.

Gerylee Polanco propone ir más allá del “detrás de cámaras” de la producción de una obra audiovisual y se introduce en la cadena legal de los derechos de autor tanto morales como patrimoniales que atraviesan toda la producción cinematográfica. Finalmente, Alexandra Chaverra invita al lector a ver el cine desde la perspectiva en que éste se encuentra con sus públicos. La circulación y distribución del cine ha cambiado tanto como sus soportes y la autora recoge algunos de estos cambios.



PRODUCCIÓN



«Un productor, un buen productor, es, para mí, un visionario [...]; alguien que se llena de referencias visuales para poder entender qué es lo que otro –usualmente, el director– tiene en su cabeza...».



**DE QUÉ HABLO
CUANDO HABLO
DE PRODUCIR**

Jorge Andrés Botero



Cada vez que hablo sobre el oficio de producir con un nuevo grupo de estudiantes, siempre salen palabras como organización, presupuesto, financiación y cronograma. Y aunque todo eso tiene que ver con el oficio de productor, mi propia y personal versión del mismo es bien diferente. Un productor, un buen productor, es, para mí, un visionario: alguien que descubre una película completa en una foto enterrada en un museo; alguien que se llena de referencias visuales para poder entender qué es lo que otro —usualmente, el director— tiene en su cabeza; alguien que aporta ideas, personajes, planos, sonidos, para que esa película logre ser lo mejor que puede llegar a ser.

Ahora bien, un productor no hace milagros, no puede hacer de un guion mediocre una buena película, pero seguramente podrá hacer una mejor película que la que hubiera salido sin él. Y ahí es donde está el tema principal de este trabajo: un productor tiene que ser el primer espectador de su película y tiene que ser lo suficientemente objetivo y tener la claridad de criterio necesaria que le permita saber cuándo las cosas están bien y cuándo no.

Para ello, un productor tiene que sentir que las películas que hace son suyas. Y no usamos acá una metáfora, ya que efectivamente el productor es quien debe tener los derechos patrimoniales de la película¹. Por ende, debe ser considerado como el "jefe". Esto de ninguna manera implica que deba hacer primar sus intereses sobre los de los demás —práctica usual en nuestra cultura—, sino que

«No hay buenas y malas ideas. Hay ideas bien desarrolladas e ideas que han quedado enterradas en el cementerio de las películas que nunca se hicieron».

debe ser ante todo la persona que vela por el buen fin de la producción y por el bienestar y la salud de todos los que trabajan en la misma.

¿Cómo lograr ese nivel de compromiso? Es fundamental tener la capacidad de elección del proyecto, porque —a diferencia del director de fotografía, del sonidista, del montajista y de todos los otros que hacen parte de la producción de la película— el productor no deberá nunca desconectarse de esta y será —aparte del director, claro está— la persona que tendrá que estar siempre "atada" al proyecto, para bien o para mal. Su nombre estará asociado al proyecto y su reputación dependerá siempre de la calidad y la carrera que tenga cada película.

Ahora: ¿cómo elegir buenos proyectos? Yo parto de la base de que la herramienta básica de un productor es su criterio. Puede que al inicio de su carrera se equivoque, pero con su experiencia se dará cuenta de que el criterio lo guiará, acompañado de su buen juicio.

¹ Ley 23 de 1982, capítulo VII. Obra Cinematográfica. Artículo 97: "El productor cinematográfico es la persona natural o jurídica legal y económicamente responsable de los contratos con todas las personas y entidades que intervienen en la realización de la obra cinematográfica". Artículo 98: "Los derechos patrimoniales sobre la obra cinematográfica se reconocerán, salvo estipulación en contrario, a favor del productor".

Para mí, se trata de "amor a primera vista". Alguien te cuenta una historia, lees una sinopsis, encuentras un guion de un amigo y sueñas haciendo esa película, las imágenes del rodaje, los actores, su estreno. Te das cuenta de que compartes la misma necesidad temática del director y de que lo quieres acompañar hasta donde tengas que llegar, para poder volver "eso", una obra cinematográfica que se exhiba en la pantalla de algún teatro céntrico.

El cine, hacer cine y producir cine, solo se aprende a medida que se ve y se hace cine. Por eso la educación de un cineasta está dada por las películas que encuentra en su camino y por cómo ellas lo acercan cada vez más a lo que quiere hacer, a su "tipo de cine", si así podemos llamarlo. Y si bien un director va encontrando con cada película un estilo narrativo y visual, un productor deberá encontrar un sello por el cual sea reconocido, y es en la construcción de ese sello donde tendrá que aprender rápidamente a decir "No" a todas aquellas películas por las cuales no está dispuesto a jugársela y a invertir años de vida.

¿QUÉ ES UN BUEN PROYECTO?

No hay buenas y malas ideas. Hay ideas bien desarrolladas e ideas que han quedado enterradas en el cementerio de las películas que nunca se hicieron. ¿Cómo elegir entonces un buen proyecto?, ¿cómo hacer viable una idea? Acá es fundamental entender que el proceso de escritura y desarrollo de una película es largo y demandante. Las películas que más admiro han sido películas llevadas al cine contra viento y marea por aquellos que las hicieron, películas que tardaron décadas en concretarse. Por supuesto, esto no es lo ideal, pero en el contexto colombiano el tiempo para la realización de una película es de tres a cinco años. Así que lo primero es estar convencido del potencial del proyecto y lo segundo será trabajar duro y parejo, sorteando los problemas y negativas que se encontrarán en el camino.

EL LARGO CAMINO DEL DESARROLLO

Si bien este es el más largo de todos los procesos, también es una de las etapas más íntimas e interesantes. El desarrollo requiere tres acciones fundamentales: la primera es la investigación, entendida como el proceso de conseguir las herramientas para la aproximación a la realidad y el contexto de una película. Si bien esta etapa puede variar de acuerdo con el género y la necesidad del relato, yo no puedo pensar en hacer una película sobre el interior de una cárcel si no dedico una parte importante de mis recursos de desarrollo a entender una cárcel, a convivir con ella, a entrevistar y a entender cómo es su dinámica en Colombia, que difiere completamente de otro tipo de cárceles del planeta. En la escritura de un guion, la investigación se ve y se siente. Al final, es este proceso el que hace que nadie dude de la verosimilitud del relato y que después de ver la película la gente salga sintiendo que estuvo en una cárcel. Si mi idea de lo que es una cárcel la construyo a partir de los referentes del cine y la televisión, mi guion se acercará peligrosamente al cliché.

La segunda acción es la escritura. Esta puede darse de manera independiente, realizada por un guionista contratado para tal fin, partiendo de una idea del productor. En este caso, el productor paga al guionista por la escritura del guion y adquiere mediante un contrato los derechos del mismo. En muchas obras del cine de autor o independiente, el mismo director es a su vez el autor del guion. Por ello, parte fundamental del contrato es definir si él será el director de la película y lo que podría pasar si decide no hacer la película. Acá, como siempre, lo más importante es definir a quién pertenecen los derechos patrimoniales del guion, que deben quedar en cabeza del productor, que los ha adquirido mediante un contrato de cesión de derechos de autor.

»Foto 1. Fotograma del corto **No todos los ríos van al mar** (Santiago Trujillo, Colombia, 2008), producida por Séptima Films. Foto archivo Jorge Botero.



La tercera acción es la financiación, que arranca con las preguntas: ¿cómo vamos a pagar la investigación?, ¿cuánto valdrá el guion?, ¿cuánto valen el trabajo y los gastos colaterales del desarrollo mismo? Así que lo primero será hacer un presupuesto del desarrollo de la película, como el que veremos a en el cuadro 1.

Una cosa que debo decir sobre los modelos de presupuesto, adelantándome un poco, es que ninguno es perfecto. Cada programa, cada productor, cada software viene con uno diferente. Lo que importa de tener un modelo es entenderlo de arriba abajo y sentirse cómodo trabajando con él. Por eso conviene mucho diseñar su propio presupuesto, basándose en un presupuesto que efectivamente se ejecutó, en uno real.

En este modelo hay algunas cosas para reparar:

- *El script doctor*: el “doctor de guiones”, como traduciría literalmente, es un consultor especializado que hace un análisis estructural y narrativo de la obra con el fin de que pueda ser mejorada. Hay muchos, con diversas tarifas. Vale mucho que te digan sinceramente qué piensan del guion y que analicen una buena parte de sus fallas. Esto hará que tu guion siga creciendo antes de ser filmado.
- Presentaciones a fondos de financiación: las películas requieren de capital para su realización. Ya sea que provenga de medios públicos (fondos nacionales o internacionales) o de medios privados (inversionistas, coproductores, etc.). Una buena parte del presupuesto se irá en construir la “carpeta” que incluya todos los elementos posibles que ayuden a vender el proyecto: sinopsis, tratamiento, plan de financiación, presupuesto, nota del director, teaser, etc. En muchos casos, un envío a un fondo internacional puede valer cerca de 300 dólares. Acá el uso de una moneda extranjera, como el dólar o el euro, ayuda en el acercamiento a socios internacionales, de tal manera que tengan referente de los valores del

mercado colombiano. De igual manera, las traducciones de un guion en etapa avanzada serán fundamentales para que alguien valore la calidad del proyecto.

En conclusión, de la etapa del desarrollo deben resultar dos cosas: un guion sólido y claro, acompañado de todas las herramientas que acompañan la propuesta de la película; y el dinero para hacerla. Por eso la ecuación de la etapa de desarrollo puede pensarse de la siguiente manera:

$$\text{TIEMPO DE DESARROLLO} = \text{ESCRITURA} \times \text{PRESUPUESTO} \\ \times \text{DIFICULTAD DE LA PELÍCULA}$$

TUS MEJORES AMIGOS

Para un productor lo más importante es su red de contactos, sus proveedores, sus clientes, sus empleados antiguos y nuevos. Una antigua socia me decía alguna vez: “yo puedo no ser rica pero tengo amigos”. Una buena red de contactos se va construyendo con los años y se convierte en uno de los principales activos de un productor. Y van desde un impresor que pueda hacer trabajos de último minuto hasta el gerente de una cadena de exhibición cinematográfica. Sólo sigue una norma: CUMPLE TU PALABRA. Lucha cada vez que no pueda ser así y, en caso de tener que romper tu compromiso, explica por qué.

Un productor, al igual que un director, debe saber de todo: de montaje, de luces, de arte, de sonido, de formatos, de cámaras. Sin embargo, el mundo del cine es cada vez más especializado para abarcarlo con la misma cantidad de conexiones neuronales. El productor de cine debe aprender dos cosas como mínimo: Derecho y Contabilidad. Como ambas son especificidades, fundamentales para el buen desarrollo de una película, un productor deberá tener siempre cerca, un abogado y un contador.

Un abogado y la asesoría legal del mismo le enseñarán a tener claridad en los acuerdos que realiza. Un abogado,

»Cuadro 1. Presupuesto de guion y desarrollo.

Taza de cambio	1.830,00
TOTAL Pesos	74.500.000
TOTAL Dólares	40.710

Nombre del proyecto: _____

Empresa productora: _____

Director: _____

Descripción	Precio unitario / Pesos	Precio unitario / Dólares	Unidad	Total Dólares	Total Pesos
1. ESCRITURA Y DESARROLLO					
Derechos				24.590	45.000.000
Obra existente	10.000.000	5.464	1	5.464	10.000.000
Guionista	30.000.000	16.393	1	16.393	30.000.000
Scrip Doctor	5.000.000	2.732	1	2.732	5.000.000
Presentación a fondos				2.175	3.980.000
Diseño gráfico	1.500.000	820	1	820	1.500.000
Copias	20.000	11	8	87	160.000
Impresiones	60.000	33	8	262	480.000
Papelería	50.000	27	8	219	400.000
Envíos	180.000	98	8	787	1.440.000
Traducciones				2.732	5.000.000
Francés	2.500.000	1.366	1	1.366	2.500.000
Inglés	2.500.000	1.366	1	1.366	2.500.000
Viaje 1				2.568	6.520.000
Tiquetes aéreos	2.500.000	1.366	1	1.366	2.500.000
Investigador local	2.200.000	1.202	1	1.202	2.200.000
Hotel	490.000	268	2	536	980.000
Transportes y dietas	420.000	230	2	459	840.000
Honorarios				3.279	14.000.000
Director	3.000.000	1.639	1	1.639	3.000.000
Productor	3.000.000	1.639	1	1.639	3.000.000
Contador	500.000	273	6	1.639	3.000.000
Asesor legal	5.000.000	2.732	1	2.732	5.000.000
				Imprevistos 5,00%	
				2.036	3.725.000
				Subtotal	
				40.710	74.500.000

Total escritura y desarrollo	Dólares	Pesos
	\$ 42.746	\$ 78.225.000

contrario a lo que mucha gente piensa, no se contrata para demandar, sino para no demandar. Si los contratos con el equipo técnico, el guionista, el director, el agente de ventas y el distribuidor los revisa un abogado cercano que tenga conocimientos de derechos de autor, este personaje será fundamental durante todo el desarrollo de la película y bien valdrá el precio que se le paga.

Si bien el camino del cine pasa por el concepto emocional, artístico y espiritual, a todas luces es un "arte" carísimo, lo que hace que el apoyo de un contador y un equipo contable sea necesarísimo desde el inicio, y no solo porque te ayuden a tener la información financiera al día, sino porque podrás saber cómo funciona el flujo de dinero dentro de una película —incluso en desarrollo— y tendrás siempre la información lista cuando alguien te la pida.

»Foto 2. Fotograma del corto **No todos los ríos van al mar**, producida por Séptima Films. Foto archivo Jorge Botero.



«Existen diversos modelos de financiación que corresponden a la realidad particular de cada obra cinematográfica».

2 El término *soft money* se refiere a aquel dinero invertido en la producción que no se debe devolver a su fuente. Los fondos nacionales y alguna parte de los fondos locales son “dinero suave” en la medida en que no importa la rentabilidad de la película, sino que la película sea terminada. A cambio, los fondos requerirán la inclusión de sus logos y tal vez conservarán los derechos de la película en algún territorio. Este término solo existe en relación con su opuesto: *hard money*, que se refiere al dinero que deberá devolverse al inversionista de acuerdo con el contrato pactado. Generalmente, incluso antes de las ganancias del productor, el acuerdo puede incluir devolver 100% del *hard money*, más una ganancia de 5% a 10%.

SOBRE LA FINANCIACIÓN

Abrimos acá la pregunta que plantea el modelo anterior: ¿se necesita tanta plata para desarrollar una película? Y la respuesta es claramente “No”. Existen diversos modelos de financiación que corresponden a la realidad particular de cada obra cinematográfica. Sin embargo, en el desarrollo de una película se sabrá si efectivamente la película puede o no puede hacerse. Si al final la película ha conseguido solamente el 20% de su financiación, el productor deberá verse en la difícil tarea de cancelar el proyecto, con las consecuencias que esto puede acarrear para su carrera y su reputación. Hoy en día existen diferentes esquemas de financiación, miremos algunos.

El modelo presupuesto alto (fondos nacionales + fondos internacionales + inversión privada)

En este modelo pienso la película, no tengo limitaciones en lo que quiero hacer, la desarrollo y consigo el 100% de su financiación a través de fondos de inversión, fondos nacionales, etc. Busco tener el mayor porcentaje de la película y así conservar las decisiones artísticas sobre la misma. La comercializo con un distribuidor o un agente de ventas y devuelvo el dinero a las diferentes fuentes de financiación en cantidades porcentuales iguales a las invertidas. Así, por ejemplo, si un socio pone el 10% del presupuesto de la película, después del estreno y el lanzamiento le corresponde el 10% de todas las ganancias netas.

En este modelo es muy importante el llamado *soft money*², es decir, el dinero que tienes que gastar en la película, pero que no tienes que devolver. El problema con el *soft money* es que tienes que competir con otros miles de proyectos que están buscando lo mismo y, por ende, en general te tardas mucho tiempo en conseguir toda la financiación, para darte cuenta al final de que la propiedad que tienes como productor es mucho menor de la que hubieras querido. El retorno de estas películas, al menos en el mercado colombiano, no llega casi nunca a cubrir la inversión.

El modelo presupuesto medio (solo FDC y apoyos)

En este modelo le estoy apuntando directamente a tener un fondo nacional o internacional y algo de ayudas privadas. Pensemos, por ejemplo, en la convocatoria nacional del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC) que

entrega para cortometraje \$50 millones y para largometraje \$700 millones. De entrada, pienso que con el dinero de esa convocatoria y un poco más, 10% o 20%, puedo hacer la película. Escribo y concibo la película pensando en ciertas limitaciones. Saco primero la "toma del helicóptero" y pienso en tener siete locaciones, en vez de 35. Si he trabajado lógicamente, al final del ejercicio tengo menos deudas y menos socios y, generalmente, hago la película más rápido que en el modelo clásico. Si al final tengo pocos compromisos y logro cubrirlos, no importa lo que pase con mi película. Todo lo que produzca ella será ganancia y tendrá que repartirse en pocos bolsillos.

Solo inversión privada

También lo podríamos plantear como el modelo de quienes hacen películas de presupuesto medio, pensando sólo en recuperar toda la inversión en la taquilla. En ella la inversión, que es mayoritariamente privada, está pensada para una recuperación moderada pero positiva. Las comedias o las películas familiares son las que mejor se adaptan al modelo. El problema es que muchas veces las películas fracasan, incluso si tienen la fórmula ganadora, lo que deja en problemas a los productores y lleva a que los inversionistas jamás vuelvan a invertir en cine su dinero.

Micropresupuesto

Este es un modelo de cine de amigos, cine de bajo presupuesto o incluso minúsculo, donde, gracias a la colaboración de mucha gente que no cobra salario, a unos pocos ahorros y a la tecnología del video HD, se hace en pocos días, con poca gente. Se arriesga poco y se puede ganar mucho, pero la película tiene que ser concebida para el modelo, es decir, con pocas locaciones, muy pocos actores, salarios bajísimos, entre otros.

Se busca tener los mínimos medios para tener una técnica buena, comida, locaciones y pare de contar. Equipos

pequeños y versátiles son imprescindibles y siempre pensar como hará la postproducción de la película.

Ejemplos: **Los salvajes**, de Alejandro Fadel (Argentina, 2012). Cuenta la historia de cuatro jóvenes que escapan a un reformatorio y emprenden un viaje de siete días por los caminos. Fue hecha con una pequeña herencia, todos los escenarios son naturales y los actores no eran profesionales. El director logró llegar a la Quincena de Realizadores de Cannes. Y **Crónica del fin del mundo** (Colombia, 2013), de Mauricio Cuervo, que se rodó con cuatro actores en básicamente cuatro locaciones, incluyendo el apartamento de uno de estos. Después logró distribución en Brasil y ha tenido un interesante recorrido por festivales.

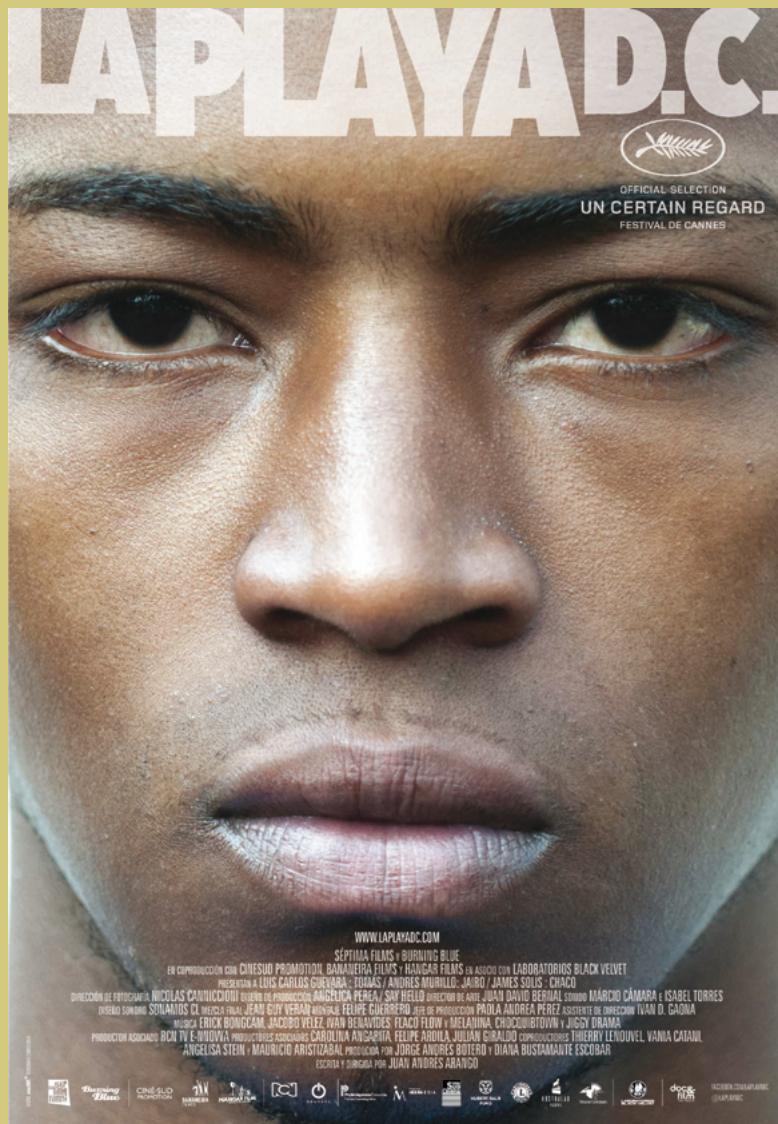
BÚSQUEDA DE FONDOS

Ahora bien, una vez encontrado el modelo, a dónde y cómo puedo salir a buscar el dinero para una película. Los fondos nacionales o locales son pocos y juegan con reglas claras. Lo que más me gusta de ellos es que son transparentes en su constitución. Por supuesto, a medida que haces más y mejores cosas, eso queda en tu hoja de vida o en el currículo de tu empresa. Esto siempre será positivo a la hora de enfrentarte a un jurado. Hacer tu primer corto o tu primera película siempre será más difícil que hacer el segundo trabajo.

- Ministerio de Cultura: las convocatorias anuales del Ministerio de Cultura incluyen producción de cortometrajes y documentales de las regiones, desarrollo y escritura de largometrajes infantiles, becas para documentales realizados con imágenes de archivo, así como otras para desarrollo de series especializadas de televisión, entre otras³.

³ Más información en www.mincultura.gov.co.

»Foto 3. Afiche del largometraje
La Playa D. C. (Juan Andrés Arango,
 Colombia, 2012), producido
 por Séptima Films.
 Foto archivo Jorge Botero.



- Fondo para el Desarrollo Cinematográfico: el Fondo se ha constituido como una de las experiencias más positivas en la región en cuanto al otorgamiento de estímulos, que son no reembolsables, pero requieren de una estructura organizada contable y financiera debido a la rigurosidad con que se manejan los desembolsos de los estímulos. Hay becas para escritura documental, producción de documentales de cortometraje y largometraje, escritura de guiones de ficción, producción de largometrajes, postproducción de documentales, entre otros⁴. Una de las mejores cosas que tiene el Fondo son los estímulos automáticos, que apoyan proyectos en desarrollo para que participen en diversos encuentros, mercados y festivales de cine alrededor del mundo. Si es curioso, busque los estímulos por concurso, vea dónde encaja su proyecto dentro de los foros de coproducción y aplique.
- Secretaría de Cultura, Recreación y Deportes (Alcaldía de Bogotá): cada vez más, la alcaldía y el gobierno de la capital logran ampliar su portafolio, aunque es pequeño, aun para el tamaño de la ciudad. Hay convocatorias para documental, cortometraje de ficción y animación, entre otras. Dichos estímulos se entregan a través del Idartes y la Cinemateca Distrital⁵.

A todos estos fondos aplican los profesionales del sector, pues es la manera, en la mayoría de los casos, de iniciar un proyecto audiovisual. El porcentaje de éxito se sitúa entre el 2% y el 5% de ganadores, es decir, de 100 proyectos presentados solo 5 o menos serán merecedores del estímulo. Sin embargo, la convocatoria y el trabajo que requiere para todos los miembros del equipo son sólo el comienzo. Muchos de los proyectos ganadores se han presentado dos o hasta seis años consecutivos para finalmente ganar el estímulo. La base es constancia

⁴ Más información en www.proimagenescolombia.com.

⁵ Más información: www.culturarecreacionydeporte.gov.co.

y disciplina, seguir trabajando en un proyecto, hasta que esté cada vez mejor y tenga mayores posibilidades de ganar. Este es el secreto del éxito⁶.

LA LEY DE CINE 814 DE 2003

Sin la Ley de Cine, el país no podría hacer las películas que está haciendo. En su gran mayoría es un modelo asertivo que ha permitido al país existir dentro del universo cinematográfico. La ley creó como parte de los incentivos a la producción un sistema de alicientes fiscales para las empresas que inviertan en cine. Funciona, en resumen, de la siguiente manera: sobre el dinero que el empresario tiene que pagar como parte del impuesto de renta (25% sobre las utilidades netas de acuerdo a la legislación vigente), decidirá cuánto quiere invertir. El productor buscará que el proyecto obtenga el certificado de proyecto nacional otorgado por el Ministerio de Cultura. El dinero que el empresario ha invertido entra a un patrimonio autónomo fiduciario con el único fin de que sea gastado efectivamente en la realización de la película. Una vez la entidad que maneja el patrimonio autónomo ha ejecutado los dineros depositados por el empresario, realiza un reporte al Ministerio de Cultura, quien expide un certificado de inversión del 165%, que efectivamente se traduce en el 41,25% del dinero invertido. Para resumir, si el empresario decidió invertir \$100.000.000 en cine, el certificado de inversión lo exime de pagar \$41.250.000. Por lo que el productor tendrá que ver cómo compensa el 58,75% —es decir, en nuestro ejemplo, \$58.750.000— que el empresario ha invertido en su película. Si bien los empresarios querrán ganar al menos 8% o 10% de su inversión, quienes invierten en cine tendrán que tener algo de mecenazgo y entender que el “cine es arte”. Lo más lógico es

⁶ Esta plata no es para hacer fiestas, comprar carro, cambiar de casa, etc. Estos dineros públicos requieren de una destinación exclusiva para el proyecto de la manera que quedó consignado en el proyecto. ¡Póngase pilas y no haga bobadas!

«[...] el productor extranjero que desee filmar en Colombia y asociarse con una empresa nacional para la producción, recuperará el 40% de los servicios cinematográficos (alquileres, salarios, etc.) y el 20% de los servicios logísticos (hoteles, alimentación, transporte, tiquetes aéreos, etc.)».

7 Encuentre toda la información sobre legislación cinematográfica aplicable en Colombia en la página web del Ministerio de Cultura. En línea.

8 *Luces, cámara, ¡Colombia! Manual de Asignación de Recursos del Fondo Fílmico Colombiano*, 2014. En línea.

buscar la manera de retribuir al inversionista por medios simbólicos: créditos en la película, funciones especiales para la empresa, un porcentaje de la ganancia, en caso que la haya... Prometerle al inversionista que va a recuperar su inversión solamente con la taquilla, que va a hacer un gran negocio y que todos seremos ricos después del estreno de la película es una de las cosas que ha hecho que la inversión en cine haya disminuido considerablemente en los últimos dos años⁷.

LEY DE CINE 1556 DE 2012

Si tiene un inversionista extranjero dispuesto a invertir una suma igual o superior a US\$400.000 en Colombia, la Ley Filmación Colombia es para usted. Esta ley se gestó para atraer la inversión al país y con el objetivo de que Colombia preste servicios audiovisuales a producciones extranjeras. El productor extranjero que desee filmar en Colombia debe pasar por un proceso de reglamentación a través del Fondo Fílmico Colombia.

El Fondo Fílmico Colombia (FFC) es una cuenta o instrumento de financiación creado por la Ley 1556 para operar durante 10 años, desde el 2012 inclusive, con recursos del Presupuesto General de la Nación para una destinación especial: devolver a los productores que llevan a cabo trabajos audiovisuales en Colombia un porcentaje del valor que gasten en los servicios necesarios para esa finalidad.⁸

Básicamente, a través de este fondo el productor extranjero que desee filmar en Colombia y asociarse con una empresa nacional para la producción, recuperará el 40% de los servicios cinematográficos (alquileres, salarios, etc.) y el 20% de los servicios logísticos (hoteles, alimentación, transporte, tiquetes aéreos, etc.). La idea es que grandes estudios o empresas contraten mano de obra local y obtengan un beneficio por ello. Lo complejo, al final, será encontrar una historia que, lógicamente, se ruede en Colombia y un productor extranjero que esté dispuesto a tomar el riesgo.

Por otro lado, independientemente de las leyes, lo esencial es lograr aliados. Si mi película, por ejemplo, toca el tema del desplazamiento forzado de una manera real e interesante, las organizaciones, fundaciones, agencias del Estado que les interese poner en la agenda mediática dicho tema pueden ser donantes ellas mismas o ser el eslabón de la cadena que me ayude a conseguir el dinero. Como siempre, acá volvemos a la constante: ¿de qué habla mi película y a quién le puede interesar?



»Fotos 4 y 5. Escenas del largometraje **La Playa D. C.**, producido por Séptima Films. Foto archivo Jorge Botero.

LA PELÍCULA EN SÍ MISMA

Listo, a punta de trabajo y perseverancia usted ha logrado financiar la película y desarrollarla, en hora buena. Una amiga decía que Jaime “el mono” Osorio, era el único productor que había tenido este país y que su enseñanza y ejemplo guió a una buena parte de los productores que hoy trabajan en la “industria” colombiana.

La experiencia nos enseña que para que funcione bien la producción es necesario tener cuenta algunos puntos o principios básicos. El primero, evitar los errores, el segundo prevenir las sorpresas; el tercero, conocer las dificultades; el cuarto localizar los medios humanos y materiales necesarios para cada película en particular; el quinto, organizar y planificar la producción.⁹

Para resumir las ideas de Osorio, evitar los errores es básicamente planificación estratégica. Si bien en una producción existen muchas personas, el éxito de la preproducción de una película es comunicación y que todo el mundo tenga la misma información, hacer los desgloses¹⁰, visitar las locaciones con todo el equipo. En una ocasión durante el rodaje de **La Playa D. C.** (Colombia, 2012) de Juan Andrés Arango, Nicolás Canniccioni, el fotógrafo de la película, precisaba de diferentes fogatas y en la reunión con el departamento de arte se precisó el tamaño de los maderos y la altura de los mismos. Al llegar al rodaje y encender los maderos el fotógrafo se dio cuenta de que el tipo de madera era diferente al que él estaba habituado en su natal Canadá y precisamos conseguir madera a como diera lugar un martes a las 10 pm en Bogotá. Anécdotas como esta y muchas otras son las que demuestran que la comunicación en los diferentes equipos es la base del éxito en la

⁹ Jaime Osorio. “La producción en Colombia”. En *Cine, una industria por hacer en Colombia. Algunas experiencias de producción y marketing*. Bogotá: Unibiblos, 2004, pp. 183-191.

¹⁰ Véase modelo de desglose en el cuadro 2.

producción, tener reuniones antes del rodaje y hacer todas las pruebas y preguntas posibles en la preproducción logrará “evitar los errores” de los que hablaba Jaime.

Para prevenir las sorpresas se trata de ser claros y directos con el esquema de contratación. Decirle a la gente que es lo que va a pasar durante la película, cuánto se les va a pagar y cuando se van a realizar dichos pagos es una norma básica de la contratación. Esto es tan fundamental porque esencialmente no te va a ayudar para demandar a nadie, te va a ayudar a tener acuerdos que permitan precisamente NO demandar a nadie. Las horas de uso de la locación, las horas extras de los técnicos, los tiempos de descanso y todo lo que pueda generar algún tipo de conflicto debe quedar claro entre los implicados al inicio del rodaje. ¡Con firmita por favor!

Conocer las dificultades es anticiparse a lo que sabemos de antemano es difícil de filmar, puede ser algo que parece básico como rodar con un menor de edad. Que requiere un tutor y alguien que le cuide dentro del set. También puede ser una locación que requiere 300 extras. Se parte de evaluar la necesidad de algunas de los elementos que están en el guion y que dramáticamente parecen irrelevantes pero que se convierten en mucho dinero. Se trata entonces de anticipar los problemas y hacerles frente antes que aparezcan. Ninguna medida de cuidado es suficiente cuando de trabaja con alturas, efectos especiales, animales, fuego, etc.

Elegir el personal técnico y artístico idóneo para el proyecto. No basta con que la gente sea muy buena haciendo lo que hace y con su experiencia. Se trata acá de contactar un personal que trabaje con pasión hacia la película y que logre encajar dentro de las necesidades de la producción. Se trata acá de buscar un equipo que funcione como en una cadena de producción empresarial donde todos saben cuál es su rol, qué debe hacer y dónde están parados. Durante la preproducción y durante la producción perder tiempo es perder dinero.

En esa misma medida planificar y organizar, de tal manera que todas las tareas necesarias se cumplan para poder hacer una película requiere de un riguroso control. El software contable (programa de contabilidad) y el conocimiento financiero y logístico del productor serán importantes para organizar las siguientes tareas de acuerdo a las etapas de: desarrollo de proyecto, preproducción, producción, postproducción, promoción y lanzamiento.

QUIÉN ES QUIÉN EN LA PRODUCCIÓN¹¹

Tomo lo que sigue del *Manual de producción cinematográfica*, de Carlos Taibo, donde se hace una descripción muy clara de los tipos de productores. En este manual siempre hemos hablado de "el" productor, pero hay otros tipos de productores con otras funciones.

PRODUCTOR O PRODUCTOR GENERAL: Es el promotor de la obra cinematográfica. Se localiza en el escalafón más alto y tiene la responsabilidad de los aspectos financieros, técnicos y artísticos de la realización de la obra. Esta

responsabilidad puede ser asumida individualmente o compartida con otros coproductores. Es el responsable legal de la terminación de la obra y el beneficiario de los derechos de explotación de la misma, por lo que ha de respetar los acuerdos establecidos contractualmente con los autores. Como entidad puede tratarse de un individuo o de una compañía productora.

PRODUCTOR EJECUTIVO: Es la persona que se encuentra a cargo del proyecto particular. Podría estar contratada por la compañía productora, sin necesidad de pertenecer a esta.

COPRODUCTOR: Es la persona física o jurídica que comparte las responsabilidades y derechos vinculados a la producción de una obra cinematográfica. Puede ser activo, asumiendo responsabilidades y derechos sobre la obra, o pasivo, limitando su intervención a una aportación exclusivamente financiera. Pueden ser coproductores: canales de televisión, empresas de producción o inversionistas del mismo país del productor-promotor, o bien extranjeros. En Colombia se requiere que la parte colombiana tenga al menos 20% de la película, de acuerdo con el decreto 255 de 2013, y que cumpla con las participaciones técnico-artísticas mínimas para que sea considerada una película nacional.

PRODUCTOR ASOCIADO: Normalmente, pertenece a una tercera empresa o

es un financiero que participa por su cuenta. Participa en el desarrollo del proyecto, pero no interviene necesariamente en su ejecución directa.

PRODUCTOR DE LÍNEA: En un tercer escalafón, es el encargado de llevar a cabo una etapa de rodaje o todo el rodaje en un lugar determinado. Se encuentra situado en el escalafón local más alto. Se necesita sobre todo en producciones que se realizan fuera del país de origen.

DIRECTOR DE PRODUCCIÓN: En los últimos años se ha usado esta nueva figura, que es una especie de gerente, pero con facultades ampliadas, sin llegar nunca a sustituir al productor ejecutivo. Un director de producción estaría gestionando y representando a la compañía productora hasta el final de la película.

GERENTE DE PRODUCCIÓN: Es la persona, junto con al asistente de dirección, responsable de la realización día a día en el set, y es quien contrata directamente al personal y a todos los proveedores de materiales a nombre de la empresa. Trabaja exclusivamente en la etapa de preparación y rodaje. Representa a la producción en todo momento.

GERENTE DE UNIDAD (PRODUCTOR DE CAMPO): Es la persona que se encarga de la logística en el set y de todas las cosas necesarias para tener un excelente campamento (*base camp*):

¹¹ Carlos Taibo. *Manual básico de producción cinematográfica*. México: Centro Universitario de Estudios Cinematográficos, 2013, pp. 18-19.

desde un lugar para la alimentación hasta ver que los camiones estén bien estacionados. Solamente trabaja en la preparación y en el rodaje.

El productor se debe a su equipo y debe encontrar la mano de obra adecuada, gente en la que confie y con la que pueda tener un diálogo directo. De una u otra manera, en gran medida, producir es saber comunicar.

FASES DE UNA PRODUCCIÓN

Vamos a ahondar acá en las fases de una producción y en el papel de un productor en cada una de ellas:

Fase 1. Desarrollo de proyecto

FINANCIACIÓN: Generalmente, la búsqueda de financiación acompaña todas las etapas de la producción. Es usual que algunas películas logren financiación para su desarrollo, pero sus productores decidan no rodar la película o simplemente que la viabilidad financiera de la misma sea demasiado baja para tomar el riesgo. Usualmente, el desarrollo puede traer algo de riesgo a todos los involucrados (p. ej. salarios bajos o aportes en especie). Sin embargo, un productor solamente dará luz verde a la película cuando haya conseguido y asegurado

»Foto 6. Escena del largometraje **NN. Sin identidad** (Héctor Gálvez, Perú, 2014), producida por Séptima Films. Foto archivo Jorge Botero.



como mínimo el dinero para completar el rodaje y, en un escenario ideal, el dinero restante incluyendo la etapa de promoción y lanzamiento. Para ello, asistirá a mercados audiovisuales donde pueda conseguir socios para su proyecto, preventas, agentes de ventas, coproductores, etc.

ESCRITURA DE GUION: Esta labor puede durar entre seis meses y diez años. Depende del tiempo que el escritor tenga para escribir, de su habilidad, de la necesidad de investigación que requiera cada película. El promedio podría ser de dos años. Y la función del productor será acompañar el proceso de manera que el guion sea cada vez más sólido y tenga mayor posibilidad de financiación. De un buen guion puede salir una buena película; de uno malo, difícilmente.

DESGLOSE GENERAL: Este desglose es fundamental para poder hacer un buen presupuesto. Es la manera de empezar a discutir sobre ciertas escenas y los costos que implican para la producción y el momento en que se evalúa la necesidad dramática de escenas escritas en el guion (cuadro 2).

PRESUPUESTO: Esta será la herramienta del productor. Una vez tenga el desglose, este lo utilizará para volver cifras reales del mercado actual los elementos que componen la película, en relación con las necesidades dramáticas de la misma. Generalmente, se realizan varias versiones del mismo, que van de lo "ideal" a lo "real". Único consejo: los presupuestos y los modelos los debe construir cada productor y reforzar de acuerdo con su forma de trabajo.

»Cuadro 2. Desglose general de dirección.

DESGLOSE GENERAL DIRECCIÓN					
SÉPTIMA FILMS		LA PLAYA		INT	
Compañía productora		Título de la producción:		Ext. Int.	
1	Pág: 1	Tomás carga bultos y dibuja en la pared		TARDE	
Número de escena		Descripción		Día Noche	
MERCADO BODEGA		Continuidad: No.		5	
Locación		Día dramático: 1		No. Planos	
PERSONAJES		FIGURANTES		EXTRAS	
T	Tomás			(4)	Coteros de tez blanca
				(1)	Conductor de camión
VESTUARIO		MAQUILLAJE		AMBIENTACIÓN / UTILERÍA	
T.1	Ropa de trabajo	T.1	Mugre de papas	(X)	Bultos de papa
T.2	Tenis y camisa blanca		Astilla de madera en pelo de Tomás	(X)	Billetes de \$5.000 pesos
				(1)	Moneda de \$500 pesos
Extras				(X)	Cajas de fruta vacías
	Ropa de trabajo			(1)	Morral de Tomás
				(1)	Marcador negro
				(1)	Cuaderno espiral
				(1)	Lápiz
				(1)	Cigarrillo
				(1)	CD
				(1)	Encendedor o fósforos
				(1)	Dibujo de playa en pared
FOTOGRAFÍA		PRODUCCIÓN		CARROS ANIMALES	
				(1)	Camión de estacas
EFFECT. SONOROS / MÚSICA		EQUIPOS ESPECIALES		NOTAS DE DIRECCIÓN	
-	Sonido directo cercano a la acción				
-	Ambiente de plaza muy presente	EFFECTOS ESPECIALES			

COD.	Ítem	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total en pesos	Total ítem en pesos	Subtotales en pesos	Totales en dólares
1.3.2	Mensajero(s)							
1.3.3	Contador(es) y asistente contable							
1.3.4	Aseo y cafetería							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
2	DESARROLLO							
2.1	GUION							
2.1.1	Adquisición de derechos de adaptación de obras literarias							
2.1.2	Adquisición de derechos de guion							
2.1.3	Honorarios de guionistas							
2.1.4	Asesorías/Script doctor							
2.1.5	Guion dibujado (Storyboard)							
2.1.6	Traducciones							
2.1.7	Fotocopias del guion/ encuadernación							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
2.2	PRODUCTORES							
2.2.1	Productor(es) ejecutivo(s)							
2.2.2	Asistente de productor(es) ejecutivo(s)							
2.2.3	Jefe de desarrollo							
2.2.4	Tarifa de la productora							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
2.3	GESTIÓN							
2.3.1	Elaboración piezas audiovisuales para la consecución de patrocinio/teaser							
2.3.2	Elaboración e impresión de portafolio y piezas gráficas							
2.3.3	Gastos de representación, presentaciones a inversionistas etc.							

COD.	Ítem	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total en pesos	Total ítem en pesos	Subtotales en pesos	Totales en dólares
2.3.4	Inscripciones a talleres, festivales y mercados							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
2.4	LOGÍSTICA							
2.4.1	Transporte de personas terrestre							
2.4.2	Transporte de personas aéreo							
2.4.3	Transporte de personas fluvial							
2.4.4	Alimentación							
2.4.5	Alojamiento							
2.4.6	Gastos de viaje							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
3	PREPRODUCCIÓN							
3.1	PRODUCTORES							
3.1.1	Gerente de producción							
3.1.2	Productor de línea							
3.1.3	Asistente(s) de producción							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
3.2	PRODUCCIÓN DE CAMPO							
3.2.1	Productor de campo							
3.2.2	Asistente(s) de producción de campo							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
3.3	DIRECCIÓN Y CABEZAS DE EQUIPO							
3.3.1	Director							
3.3.2	Director de fotografía							
3.3.3	Director de arte							
3.3.4	Sonidista							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
3.4	CASTING							
3.4.1	Director de casting							

COD.	Ítem	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total en pesos	Total ítem en pesos	Subtotales en pesos	Totales en dólares
3.4.2	Asistente de casting							
3.4.3	Alquiler locaciones para casting							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
3.5	ENSAYOS							
3.5.1	Pruebas de maquillaje, vestuario y escenografía							
3.5.2	Alquiler de locaciones para ensayo							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
3.6	PRUEBAS CÁMARA							
3.6.1	Pruebas de cámara							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
3.7	LOGÍSTICA							
3.7.1	Transporte de personas y carga terrestre							
3.7.2	Transporte de personas y carga aérea							
3.7.3	Transporte de personas y carga fluvial							
3.7.4	Alimentación							
3.7.5	Alojamiento							
3.7.6	Gastos de viaje							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
4	PRODUCCIÓN							
4.1	PERSONAL DE DIRECCIÓN							
4.1.1	Director(es)							
4.1.2	Asistente de dirección							
4.1.3	Otros asistentes de dirección							
4.1.4	Continuista (Script)							
4.1.5	Foto fija							
4.1.6	Detrás de cámaras							

COD.	Ítem	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total en pesos	Total ítem en pesos	Subtotales en pesos	Totales en dólares
4.1.7	Practicantes							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
4.2	PERSONAL DE PRODUCCIÓN							
4.2.1	Coordinador de producción							
4.2.2	Asistente coordinador de producción							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
4.3	PERSONAL DE PRODUCCIÓN DE CAMPO							
4.3.1	Productor de campo							
4.3.2	Asistente de producción de campo							
4.3.3	Otros asistentes de producción de campo							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
4.4	ELENCO							
4.4.1	Protagonísticos							
4.4.2	Secundarios							
4.4.3	Figurantes							
4.4.4	Extras							
4.4.5	Dobles							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
4.5	PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE FOTOGRAFÍA							
4.5.1	Director de fotografía							
4.5.2	Operador de cámara							
4.5.3	Asistente de cámara I (foquista)							
4.5.4	Asistente de cámara II							
4.5.5	Asistente de cámara III (Video assist)							
4.5.6	Técnico de imagen digital (DIT)							
4.5.7	Luminotécnico (gaffer)							
4.5.8	Asistente de luces I							

COD.	Ítem	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total en pesos	Total ítem en pesos	Subtotales en pesos	Totales en dólares
4.5.9	Asistente de luces II							
4.5.10	Otros asistentes de luces							
4.5.11	Maquinista							
4.5.12	Electricista							
4.5.13	Operador Steady Cam							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
4.6	PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE ARTE							
4.6.1	Director de arte							
4.6.2	Asistente de arte I							
4.6.3	Otros asistentes de arte							
4.6.4	Productor de arte							
4.6.5	Coordinador de efectos especiales							
4.6.6	Escenógrafo							
4.6.7	Equipo de elaboración de escenografías							
4.6.8	Ambientador							
4.6.9	Asistente(s) de ambientación							
4.6.10	Utilero							
4.6.11	Asistente(s) de utilería							
4.6.12	Diseñador de vestuario							
4.6.13	Vestuarista							
4.6.14	Asistente(s) de vestuario							
4.6.15	Maquillador							
4.6.16	Asistente(s) de maquillaje							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
4.7	PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE SONIDO							
4.7.1	Sonidista							
4.7.2	Asistente de sonido							
4.7.3	Microfonista							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								

COD.	Ítem	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total en pesos	Total ítem en pesos	Subtotales en pesos	Totales en dólares
4.8	EQUIPO DE RODAJE, ACCESORIOS Y MATERIALES							
4.8.1	Alquiler de cámara y accesorios							
4.8.2	Alquiler de óptica y accesorios							
4.8.3	Alquiler de paquete de luces y grip							
4.8.4	Alquiler otros equipos (grúas, jibs, dollies, cabezas, camera car, monturas vehículos, otros)							
4.8.5	Alquiler de planta o generador							
4.8.6	Material virgen (latas)							
4.8.7	Discos duros u otros medios de almacenamiento							
4.8.8	Compras misceláneas de rodaje, accesorios y materiales							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
4.9	MATERIALES DE ARTE, ESCENOGRAFÍA, UTILERÍA, MAQUILLAJE Y VESTUARIO							
4.9.1	FX (efectos especiales en escena: disparos, explosiones, juegos pirotécnicos, vehículos, etc.)							
4.9.2	Compras y alquileres ambientación (incluye vehículos en escena)							
4.9.3	Compras y alquileres de escenografía							
4.9.4	Compras y alquileres de utilería							
4.9.5	Compras y alquileres de vestuario							
4.9.6	Compras y alquileres de maquillaje							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
4.10	MATERIALES DE SONIDO							
4.10.1	Alquiler del paquete de sonido							
4.10.2	Compras misceláneas de sonido							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								

COD.	Ítem	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total en pesos	Total ítem en pesos	Subtotales en pesos	Totales en dólares
4.11	LOCACIONES							
4.11.1	Alquiler de locaciones							
4.11.2	Reparación y daños en locaciones							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
4.12	LOGÍSTICA							
4.12.1	Transporte personas y carga terrestre							
4.12.2	Transporte de personas y carga aérea nacional							
4.12.3	Radios							
4.12.4	Enfermería y primeros auxilios							
4.12.5	Seguridad							
4.12.6	Alimentación							
4.12.7	Alojamiento del equipo de rodaje y actores							
4.12.8	Lavandería para equipo de rodaje y actores							
4.12.9	Cafetería							
4.12.10	Aseo, baños portátiles							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
5	POSPRODUCCIÓN							
5.1	EDICIÓN							
5.1.1	Edición o montaje							
5.1.2	Asistente de edición I							
5.1.3	Otros asistentes de edición							
5.1.5	Alquiler de equipos de edición							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
5.2	LABORATORIO							
5.2.1	Coordinador de postproducción							
5.2.2	Revelado negativo 16, 35 mm							

COD.	Ítem	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total en pesos	Total ítem en pesos	Subtotales en pesos	Totales en dólares
5.2.3	Telecine o transfer							
5.2.4	Digitalización o escáner en alta resolución							
5.2.5	Restauración y limpieza							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
5.3	FINALIZACIÓN							
5.3.1	Conformación							
5.3.2	Corte de negativo							
5.3.3	Etalonaje o dosificado							
5.3.4	Interpositivo, internegativo							
5.3.5	Colorización							
5.3.6	Estereoscopía							
5.3.7	Subtitulación (subtitulación, subtitulación DCP, spotting list, traducciones)							
5.3.8	Composición (diseño de títulos y créditos)							
5.3.9	Efectos visuales							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
5.4	DELIVERY (incluye película y tráiler)							
5.4.1	Data to film							
5.4.2	Copia 0 y posteriores							
5.4.3	Codificación DCP - DCI							
5.4.4	Master DCP							
5.4.5	Archivo master (HDCamSR u otros)							
5.4.6	Delivery: formatos varios							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
5.5	SONIDO (incluye película y tráiler)							
5.5.1	Montaje/edición de sonido							

COD.	Ítem	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total en pesos	Total ítem en pesos	Subtotales en pesos	Totales en dólares
5.5.2	Grabación y edición foley (incluye artista y sala)							
5.5.3	Doblaje							
5.5.4	Mezcla final y codificación (mezclador)							
5.5.5	Mezcla final y codificación (sala de mezcla)							
5.5.6	Licencia de codificación							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
5.6	MÚSICA							
5.6.1	Derechos de música original (composición y producción: temas originales y música incidental)							
5.6.2	Estudio de grabación (alquiler, honorarios del personal de estudio, otros)							
5.6.3	Honorarios de músicos (intérpretes)							
5.6.4	Derechos sobre temas musicales existentes							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
5.7	TRAILER							
5.7.1	Elaboración del tráiler							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
5.8	LOGÍSTICA							
5.8.1	Transporte de personas: aéreo nacional o internacional							
5.8.2	Gastos de envío							
5.8.3	Alojamiento nacional o internacional							
5.8.4	Gastos de viaje							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								

COD.	Ítem	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total en pesos	Total ítem en pesos	Subtotales en pesos	Totales en dólares
6	PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN							
6.1	COPIAS							
6.1.1	Copias para exhibición: tráiler							
6.1.2	Copias para exhibición: película							
6.1.3	Flete de transporte: copias de tráiler y película							
6.1.4	Gastos de aduana							
6.1.5	Clasificación de la película							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
6.2	PUBLICIDAD Y PAUTA							
6.2.1	Publicidad y/o pauta medios impresos (periódicos y revistas)							
6.2.2	Publicidad y/o pauta en radio							
6.2.3	Publicidad y/o pauta en televisión							
6.2.4	Publicidad y/o pauta en Internet y medios alternativos							
6.2.5	Diseño y montaje de página Web							
6.2.6	Impresión del material promocional							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
6.3	HONORARIOS							
6.3.1	Diseño y/o producción de campaña							
6.3.2	Concepto y diseño de material impreso							
6.3.3	Jefe de prensa							
6.3.4	Personal de relaciones públicas							
6.3.5	Personal de prensa							
6.3.6	Campaña digital en redes sociales							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								

COD.	Ítem	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total en pesos	Total ítem en pesos	Subtotales en pesos	Totales en dólares
6.4	PREMIER							
6.4.1	Gastos de logística, bebidas y pasabocas							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
6.5	DISTRIBUCIÓN							
6.5.1	Inscripciones a festivales y muestras internacionales y mercados							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
6.6	LOGÍSTICA							
6.6.1	Transporte de personas y carga terrestre							
6.6.2	Transporte de personas nacional							
6.6.3	Alojamiento nacional							
6.6.4	Gastos de viaje							
Añada filas encima para agregar nuevos ítems. No olvide verificar la sumatoria en la casilla "Total ítem en pesos".								
7	TOTAL							

PLAN DE RODAJE: El plan de rodaje es tentativo y se realizará conforme a la extensión del guion. Dará pistas sobre el número de semanas de rodaje que se necesitan, advertirá acerca de problemas posibles y horarios de trabajo y será la otra herramienta del productor para armar un presupuesto.

Fase 2. Preproducción

Una vez lanzada la preproducción, no hay tiempo que perder. El inicio de esta etapa es la luz verde al rodaje. Usualmente debe durar el doble de la producción en número de semanas: 12, 8 o 6.

CASTING O BÚSQUEDA DE LOS ACTORES: Se debe tener un tiempo fijo para ellos, saber cuantos *castings* se realizarán y cuántos *call backs* o *castings* después del primer filtro. ¿Dónde hacerlos? Generalmente, lo más importante es que la convocatoria esté bien dirigida hacia la búsqueda específica. No existen escuelas de actuación con énfasis en audiovisual, por lo que el teatro y la televisión siempre serán unos referentes. Sin embargo en la caso de los actores no profesionales las posibilidades son infinitas.

PRUEBAS TÉCNICAS: Hacer un test del funcionamiento de todos los equipos en las condiciones más cercanas posibles a las del rodaje. Ver los conectores, el flujo del material, los discos duros necesarios, revisar los lentes, cables, conectores eléctrico, etc.

ENSAYOS: Tan importantes como las pruebas técnicas son los ensayos con los actores. Se debe encontrar el punto exacto donde la dinámica entre director y actores fluya de manera natural. Tener mucho cuidado con los actores demasiado famosos e incluir el número de ensayos necesarios en los contratos. Con los actores no profesionales o naturales, el proceso será más largo, ya que deberán acostumbrarse a algo que jamás han hecho. En ese caso, es muy útil tener a mano una cámara, que incomode y se incluya en los ensayos, para que los actores se acostumbren a ella desde el primer día.

LECTURAS DEL GUIÓN: Se acostumbra leer el guion una, dos o tres veces con el equipo. Estas lecturas se hacen en voz alta y buscan resolver las dudas de todo el equipo. Es el momento de hacerse preguntas y dar posibles soluciones. Todos los equipos deben estar presentes.

BÚSQUEDA DE LOCACIONES (SCOUTING): Al igual que el *casting*, es fundamental poder hacer este proceso con tiempo y buscar las locaciones más versátiles, económicas y silenciosas. Es un trabajo de expertos. El productor de campo será una ficha clave en este proceso, porque en muchos casos está contratado para hacer eso, pero en otros será un *location manager* quien se encargue de la labor. Para la selección de locaciones es fundamental tener en cuenta las necesidades de todos los departamentos e contemplar buenas condiciones para la grabación del sonido, la altura de los techos, el espacio para poner las luces, la cámara... Las locaciones deben prenegociarse antes de que sean visitadas por los jefes de departamento (director de fotografía, sonidista, diseñador de producción, etc.).

CONTRATACIÓN: Esta es tal vez una de las funciones que los productores novatos dejan más de lado. La película es una obra propia, y se por eso se necesita tener claridad sobre los derechos de autor. Volvemos a la necesidad de establecer los compromisos y funciones de cada una de las partes. ¿Cuándo se esperan los pagos?, ¿dónde van los créditos? ¡Asegúrese de tener un abogado y siempre revise todo lo que firme!

Fase 3. Grabación o rodaje

A estas alturas, si todo ha salido bien, el proceso de hacer una película ha pasado por pocos contratiempos. El productor debe encargarse de cumplir con los compromisos con todas las partes (dueños de locaciones, casa de alquiler de equipos, actores, técnicos, etc.) y debe ser bastante cuidadoso con su flujo de caja y el empleo del dinero que fluye sin parar. El productor debe estar parte del tiempo

en la oficina, ejecutando y supervisando el buen funcionamiento de su equipo, y parte en rodaje. Sobre todo en las escenas de mayor dificultad, debe acompañar a su equipo y a su director. En pocas palabras, debe ayudar a resolver cualquier problema que pueda presentarse. El rodaje es tan intenso que pasa demasiado rápido. Podrá durar como máximo unas ocho semanas y usualmente entre cuatro y seis. Asegúrese en lo posible de comer y dormir bien, no deje que el estrés y el mal genio lo dominen y, sobre todo, dé ejemplo: sea puntual, prográmese para poder tener descanso los días libres, aprenda a trabajar en equipo, comunique, cumpla su palabra y trate de divertirse.

Fase 4. Postproducción

Si bien uno podría pensar que todo está listo una vez realizado el rodaje, la posproducción es fundamental para la película. Un buen productor se pone en la posición del primer espectador de la película y trata de verla sin apasionamiento. Conoce todas las piezas del rompecabezas y puede ser quien aconseje al director de cerca. Debe acompañar el proceso en términos logísticos y técnicos. Es labor del productor elegir los mejores profesionales para cada una de las necesidades: música, edición, colorización, edición de diálogos, grabación de ambientes, doblajes, mezcla final, conformado y *delivery*.

El cine, a todas luces, es un arte carísimo, un arte cuyo resultado final (obra) puede valer miles de millones. Para mí, el cine se debe esencialmente a un público. Tener conciencia clara de esto y saber que no se hacen películas para inflar el ego del director, sino para decir algo y para decírselo a alguien. El cine es tanto arte como entretenimiento y debe tener un equilibrio en todas sus etapas para lograr la mejor película posible.

PROMOCIÓN, LANZAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN: La película está lista para mostrarse. ¿Y ahora qué sigue? En la mayoría de los casos, los cineastas independientes logramos llegar hasta acá con el último suspiro y los últimos recursos. Infortunadamente, la exhibición y la distribución independientes en el mundo están pasando por tiempos difíciles. Con un predominio casi absoluto del mercado por parte de los grandes estudios y el *Star System* americano, un cineasta independiente que quiere que su película sea estrenada comercialmente tiene tres caminos:

- Los festivales de cine. Existen más de 4.000 festivales en el mundo y principalmente sirven para poner la película en el mercado. Que una película

«Es labor del productor elegir los mejores profesionales para cada una de las necesidades: música, edición, colorización, edición de diálogos, grabación de ambientes, doblajes, mezcla final, conformado y *delivery*».

»Foto 7. Escena del largometraje **X Quinientos** (Juan Andrés Arango, Canadá, 2016), producida por Séptima Films. Foto archivo Jorge Botero.



logre entrar en Cannes, Berlín, Toronto, Locarno, Venecia o San Sebastián, es lograr que haya sido seleccionada frente a otras miles. Esto abrirá caminos hacia las ventas y la distribución.

- Los exhibidores como socios. Tener a los exhibidores como socios siempre permitirá que el potencial de la película en el mercado local sea más fuerte. Ellos invertirán y buscarán recuperar su inversión.
- Las ventas directas. Si bien este modelo requiere mucho trabajo en viajes, mercados, etc., muchos de los cineastas de América Latina han decidido vender directamente sus películas, buscando saltarse la comisión del agente de ventas, que oscila entre 25% y 30%.

Los mejores consejos para lograr una buena distribución son estos:

- Revisar bien los contratos de ventas, pensar en los formatos que necesito para hacer los envíos a las cadenas de televisión, a los festivales, etc. Tener este dinero previsto, así como el dinero de los envíos, será fundamental para poder hacer la película. Ejemplo: DCP con subtítulos, Apple Pro Res, Mezcla Stereo, Mezcla 5.1, Bluray con subtítulos, DVD, etc.
- Hacer una campaña de comunicaciones. Además de tener un agente de prensa, una parte del éxito de una película es "crear la necesidad" en el público, hacer una campaña que logre que el fin de semana del estreno miles de personas vayan. Esto incluye muchas cosas y exige sobre todo creatividad, uso de redes sociales y sobre todo, el tráiler, el afiche y la relación directa con los exhibidores.
- Es importante entregar el depósito legal al Ministerio de Cultura, para garantizar su preservación y su futura consulta como parte fundamental de la historia del cine nacional.
- Este negocio está cambiando. Revise la prensa, estudie, piense dónde van a ver su película, sino es en la salas. ¿A quién la puede vender?
- Y, lo más importante, si se mete a hacer una película, termínela. ●

«El cine es tanto arte como entretenimiento y debe tener un equilibrio en todas sus etapas para lograr la mejor película posible».

REFERENCIAS

Fondo Fílmico Colombiano. *Luces, cámara, ¡Colombia! Manual de asignación de recursos*, 2014. Descargar en: http://locationcolombia.com/wp-content/uploads/2014/09/Manual-de-Asignaci%C3%B3n-de-Recursos-2014_actualizado-sept.pdf.

Osorio, Jaime. "La producción en Colombia". En *Cine, una industria por hacer en Colombia. Algunas experiencias de producción y marketing*. Bogotá: Unibiblos, 2004, pp. 183-191.

Taibo, Carlos. *Manual básico de producción cinematográfica*. México: Centro Universitario de Estudios Cinematográficos, 2013.

FILMOGRAFÍA

Arango, Juan Andrés. **X Quinientos**. 104 min, Canadá, 2016.

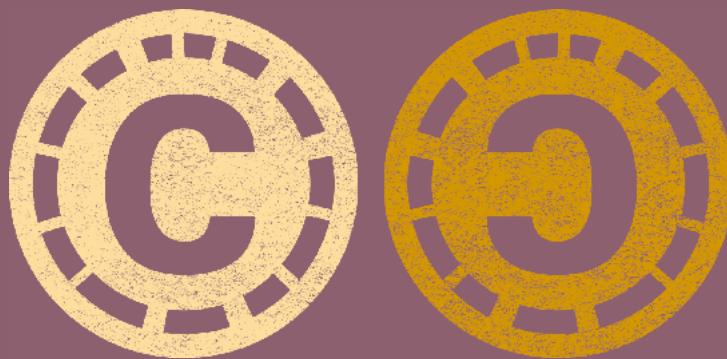
Arango, Juan Andrés. **La Playa D. C.** 90 min, Colombia, 2012.

Cuervo, Mauricio. **Crónica del fin del mundo**. 90 min, Colombia, 2013.

Fadel, Alejandro. **Los salvajes**. 119 min, Argentina, 2012.

Gálvez, Héctor. **NN. Sin identidad**. 94 min, Perú, 2014.

Trujillo, Santiago. **No todos los ríos van al mar**. 25 min, Colombia, 2008.



DERECHOS
DE AUTOR



«En todo el “detrás de cámaras” de la producción de una obra audiovisual, la organización de la cadena legal de derechos es uno de los procesos más desconocidos. Tanto la creación como la difusión de las películas implican trámites legales que más allá de ser letra menuda en papeles firmados, garantizan la protección de los derechos morales y patrimoniales de la obra. En este artículo haremos un acercamiento a todos estos procesos».

UNA CUESTIÓN

DE DERECHOS:

acuerdos para crear

y difundir una

obra audiovisual

Gerylee Polanco Uribe



LA HORA DE LAS FIRMAS

Cuando inicié mi oficio como productora, no tardó en llegar el día en que tuve que hacer firmar una autorización a un personaje que entrevistamos en un documental. El formato llegó a mis manos junto con otros que versaban sobre cada asunto sobre el cual debía tener autorización. Sentí que me caía el peso de la ley..., es decir, que no podía ir grabando por ahí sin pedir "permiso", sin tener un "consentimiento". Así fue como empezó este camino de ir entendiendo los límites y los alcances de la producción audiovisual desde un punto de vista legal. Sí, legal. Sé que puede ser un tema pesado y hasta tedioso para todos los que optamos por este trabajo de liderar una producción audiovisual, pero, una vez que comprendes la importancia del *papel firmado*, este se vuelve tu aliado en cada paso que das en la producción: para proteger tu obra audiovisual, para blindarla de supuestos que terminen en demandas, para establecer un acuerdo común sobre las obligaciones de cada ente participante, para saber cuánto te va a costar utilizar materiales pre-existentes dentro de esta, etc. En un principio, todo este asunto de los derechos de autor era demasiado lejano para mí: un universo de leyes que dicen lo que sí y lo que no se puede hacer. Y acercarme a él fue como abrir una gran caja de pandora, esta vez con mucha letra menuda.

«Desde la creación de una obra intelectual nace el derecho a ser reconocida; es decir, toda obra tiene un autor al que se le otorga su paternidad, en cuanto creador originario».

Y los papeleos de los contratos empezaron a ser parte del día a día de mi trabajo, comprendiendo que su función es proteger la creación que se está haciendo. Así es como terminé conociendo muchos asuntos y términos jurídicos, y aunque ciertamente se trata de todo un campo de saber, con algo de ensayo y error, usando el sentido común respecto de las necesidades de la filmación y siendo claros y concretos en los acuerdos con las partes, como productores debemos aprender a tejer la cadena legal detrás de una obra audiovisual.

LA PROTECCIÓN DE LAS OBRAS CREA SUS DERECHOS

Desde la creación de una obra intelectual nace el derecho a ser reconocida; es decir, toda obra tiene un autor al que se le otorga su paternidad, en cuanto creador originario. Como consecuencia de esta autoría, desde la Antigüedad se han generado sistemas de reconocimiento y de protección de la obra. No obstante, "es universalmente aceptado que la protección que otorga el derecho de autor sobre una obra comienza desde el mismo momento de la creación, sin que se requiera algún tipo de registro o formalidad para acceder a dicha protección"¹.

¹ Felipe Rubio. *Conozca y proteja sus derechos de autor. Aspectos relativos a la obra audiovisual*. Bogotá: Ministerio de Cultura, 2003, p. 7.

De acuerdo con lo anterior, toda obra está protegida por el mismo hecho de haberse creado. Y justamente esto es lo que detona la configuración de lo que conocemos como el campo de los *derechos de autor*, el que se ocupa de la protección de las creaciones artísticas, de las *obras*. Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), la obra se define como “toda creación intelectual original expresada en una forma reproducible”, y según la Decisión Andina 351 de 1993 del Régimen Común sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos (art. 3), el objeto del derecho de autor es la obra y esta se define como “toda creación intelectual original de naturaleza artística, científica o literaria, susceptible de ser divulgada o reproducida en cualquier forma”.

Definida la obra, como consecuencia natural debe surgir el reconocimiento de la *autoría* de la obra. Esto es lo que se conoce dentro de los derechos de autor como **derechos morales**, los cuales son perpetuos, irrenunciables, inalienables e inembargables. De alguna manera, el creador nunca se puede librar de su creación ni nosotros podemos obviar su autoría. Ahora bien, toda vez que la obra entra en circulación, empieza a ser consumida en un entorno social. De ahí que sea necesario propiciar un mecanismo de regulación de los beneficios de carácter económico que resultan de su utilización; esto es lo que se conoce como **derechos patrimoniales**, los cuales se refieren a las condiciones de *explotación económica* de la obra, que, distinto de los morales, no son perpetuos, se pueden transferir y no necesariamente pertenecen al autor.

En el desarrollo de la actividad audiovisual surgen dos obras principales: el guion y la película. Para el primer caso, se trata de una *obra literaria* que se materializa en un texto escrito; para el segundo, se trata de una *obra audiovisual*. Esta última se define como “toda creación expresada mediante una serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización incorporada, que esté destinada esencialmente a ser mostrada a través aparatos de proyección o cualquier otro medio de comunicación de la imagen y

de sonido, independientemente de las características del soporte material que la contiene”, según el artículo citado de la Decisión Andina². Adicionalmente, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, en su glosario, la define como obra

[...] perceptible a la vez por el oído y por la vista, y que consta de una serie de imágenes relacionadas y de sonidos concomitantes, grabados sobre un material adecuado (fijación audiovisual), para ser ejecutada mediante la utilización de mecanismos idóneos. Solamente puede hacerse perceptible en una forma idéntica, a diferencia de la representación o ejecución de las obras dramáticas que se perciben por la vista y el oído de manera dependiente de la producción escénica real. Son ejemplos de obras audiovisuales las obras cinematográficas sonoras y todas las obras que se expresan mediante un proceso análogo a la cinematografía, tales como las producciones televisivas o cualquier otra producción de imágenes sonoras fijadas sobre cintas magnéticas, discos, etc.

El guión es el documento que se atribuye al autor o autores que lo hayan escrito. En la obra audiovisual se reconoce principalmente como autor al *director o realizador* de la misma, es decir, que se otorga a una sola persona, sin perjuicio de los derechos que le corresponden a aquellos que han hecho aportes a la conformación de dicha obra, como los compositores de la música, los actores, los directores de fotografía, sonido y arte, entre otros³. Incluso podríamos catalogar la obra audiovisual como “colaborativa” en cuanto recibe aportaciones de todos los miembros del equipo artístico, pero la legislación la reconoce como una obra original cuya titularidad moral solo le corresponde al director o realizador.

² La Decisión Andina 351 de 1993 se convierte en el marco legal para la región como Régimen Común sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos.

³ Ley 23 de 1982 (arts. 95 y 99). Esta es una de las leyes más importantes sancionadas en Colombia en relación con los derechos de autor y conexos.

En el caso de los derechos patrimoniales de la obra audiovisual, la Ley 23 de 1982 ha determinado que estos le corresponderán al *productor* de la misma, salvo que se estipule lo contrario, y define al productor como “la persona natural o jurídica que tiene la iniciativa, la coordinación y la responsabilidad de la producción de la obra cinematográfica” (art. 8). Por tanto, al ser el titular del derecho patrimonial, tiene las facultades de permitir o prohibir:

- La *reproducción* de la obra, su fijación y la generación de copias de la misma, efectuada por cualquier medio impreso, fonográfico, gráfico, plástico, audiovisual o cinematográfico, electrónico u otro similar.
- La *comunicación al público* a través de la representación, recitación, ejecución, exhibición y acceso público. Esto es, la proyección o exhibición pública de las obras audiovisuales, ya sea al público presente, por ejemplo, en una sala de cine, o la comunicación de obras tele-difundidas o distribuidas por cable u otros medios de comunicación.
- La *transmisión* pública o radiodifusión terrestre, la re-transmisión por medio de cable, fibra óptica, microondas, vía satélite, Internet o por cualquier medio conocido o por conocerse, además de los actos de comunicación interactivos, previa solicitud.
- La *distribución* a través de la venta, alquiler o préstamo de copia de la obra.
- La *transformación* de la obra, sea para traducirla o para adaptarla.

Director y productor, entonces, son los principales “dueños” de la obra audiovisual. Cada uno es el titular de uno de los derechos de autor: el primero del moral y el segundo del patrimonial, cuya naturaleza distinta apunta, no obstante, a una misma meta: la de salvaguardar la obra audiovisual en todas las posibilidades de su uso.

EL VECINDARIO DE LOS DERECHOS

Además de las disposiciones generales sobre derechos de autor, existen los llamados *derechos conexos*, que protegen a aquellas personas o entidades que se engranan a la producción de la obra de manera auxiliar. En el caso de la obra audiovisual, estos derechos corresponden a:

[...] los artistas intérpretes o ejecutantes que llevan las obras musicales y dramáticas al conocimiento del público, a través de su ejecución o interpretación; los productores de fonogramas [que] aseguran la permanencia de la interpretación de la obra, a través de la fijación de la misma en un soporte apto para ser reproducido; los organismos de radiodifusión, [que] superan las distancias que inicialmente impedirían la percepción de la obra por un público masivo⁴.

En cuanto a los *intérpretes o ejecutantes* —actores, cantantes, bailarines, entre otros—, tienen el derecho de autorizar o no la fijación, la radiodifusión y la comunicación al público de sus ejecuciones e interpretaciones en la obra audiovisual. Por su parte, los *productores de fonogramas* (grabación sonora en soporte físico y digital) tienen derecho a autorizar o prohibir la sincronización de sus grabaciones en la obra audiovisual; y los *organismos de radiodifusión* tienen derecho a permitir o prohibir la re-transmisión, la fijación y la reproducción de las emisiones de la obra audiovisual. En los tres casos, son mandatos que se establecen en contratos o en acuerdos y que usualmente implican el pago de remuneraciones⁵.

⁴ Alfredo Vega. *Manual de derechos de autor*. Bogotá: Dirección Nacional de Derechos de Autor, 2010, p. 59.

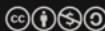
⁵ Aunque hay otra serie de derechos que los cobijan, con un orden más específico para cada oficio o labor, en este texto no los abordó.



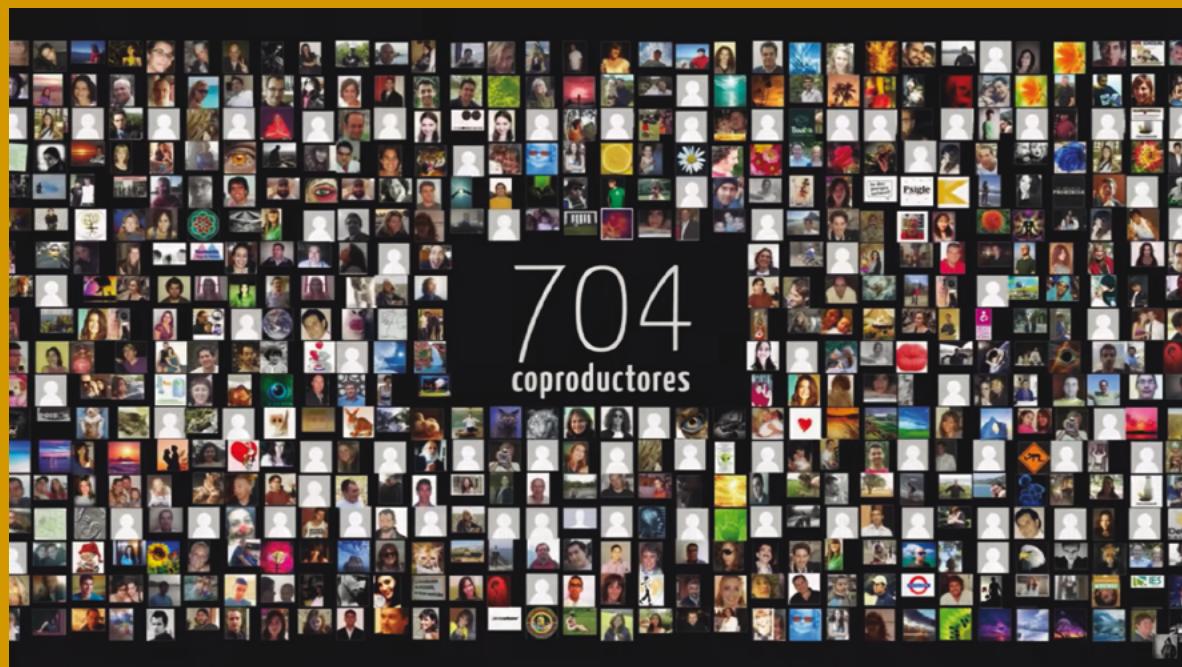
Se permite y alienta la **copia, modificación, adaptación, traducción y exhibición pública** de esta película, siempre que no existan fines de lucro y se mantengan estas mismas condiciones.

Copyleft 2012. La cultura se protege compartiéndola.

La licencia abierta que cubre esta obra es "Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported". Texto completo de la licencia disponible en: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>.



»Fotos 1 y 2. Fotogramas de la película **La educación prohibida** (Juan Vautista, 2012), en los cuales se dan crédito a los 704 productores y el permiso de reproducción. Tomadas de la página web <http://www.educacionprohibida.com>.



«Dentro de las leyes o decretos sobre derechos de autor existen excepciones, entre ellas, y la más importante a considerar, el derecho de cita dentro de una obra audiovisual».

Para todos los derechos de autor y conexos, hay que tener en cuenta que tienen un *plazo de protección*, es decir, una vigencia, después de la cual, una vez vencido este plazo y por disposición del Convenio de Berna⁶, pasa al *dominio público*, momento en los derechos de las obras en que estas pueden ser utilizadas sin contar con el permiso del autor y sin pagar ninguna remuneración económica por su uso. Cuando las obras pasan a tener esta condición, aumenta el acceso a las creaciones y se evita el papeleo de la transmisión de los derechos a los posibles herederos u otros. Así, los plazos establecidos en nuestro país para que una obra pase a dominio público son:

- Según la Ley 23 de 1982 (art. 21), cuando el titular sea persona natural, el plazo de protección será la vida de esta, más *ochenta años* a partir de su muerte.
- Según Decisión 351 de 1993 (art. 18), cuando el titular sea persona jurídica, el término de protección será de *cincuenta años*. En el caso de la obra audiovisual, se empieza a contar desde la fecha de su primera comunicación al público, es decir, desde su estreno mundial.

Dentro de las leyes o decretos sobre derechos de autor existen *excepciones*, entre ellas, y la más importante a considerar, el *derecho de cita* dentro de una obra audiovisual. Según la Decisión Andina 351 (art. 22, literal 3), es posible "citar en una obra otras obras publicadas, siempre que se indique la fuente y el nombre del autor y que tales citas se hagan conforme a los usos honrados y en la medida justificada por el fin que se persiga". El uso de fragmentos de una obra dentro de otra, la citación, no requiere ni la autorización de uso ni una remuneración por la misma, siempre y cuando se cite la fuente y el autor de la obra, así como atender el precepto de un "uso honrado y en la medida justificada", es decir, que no cause un perjuicio al autor ni al proceso normal de explotación de la obra. Este tipo de uso es ampliamente empleado en el ámbito de la producción audiovisual televisiva con fines culturales y educativos sin ánimo de lucro.

Finalmente, en este vecindario de derechos hay quienes ejercen *acciones de piratería*, una actividad que tiene muchas connotaciones con una larga historia que aquí no abordaré, pero que traigo a la mesa de trabajo, ya que tiene

⁶ El Convenio de Berna es un tratado internacional para la protección de las obras literarias y artísticas, suscrito el 9 de septiembre de 1886 por más de 150 países.

impacto económico en el sector audiovisual. Con las facilidades tecnológicas de reproducir las otrora cintas magnéticas –las que conocimos como vhs y otras– y, posteriormente, los dvd, fue muy fácil que el negocio del copiado de películas creciera con rapidez, hasta constituirse en la gran competencia para el mercado legal⁷. No obstante, ante las fuertes restricciones de ese mismo mercado, la contracultura, o la llamada “cultura libre”, encuentra en la piratería una válvula de escape para poner en circulación productos culturales que nunca llegarían al mercado o para distribuirlos a más bajo costo.

No pretendo hacer una apología de la piratería, pero considero que, como método de distribución, ha sido importante para la difusión de muchos productos culturales. Quizás se trate de una manera de “democratizar”, de poner al alcance películas que de otra manera no lo estarían. Un lugar conocido mundialmente como la meca de la piratería de películas es Polvos Azules⁸ en Perú. Se trata de un mercado tipo San Andresito donde hay compra-venta de películas en formato dvd y detrás del cual habrá seguramente mafias que movilizan miles de millones vendiendo películas a un dólar. Al lado de este fenómeno de copias ilegales, también podemos nombrar aquellas experiencias en donde “autopiratearse” se ha convertido en una manera de consolidar una cadena de distribución: es el caso de Nigeria, donde el cine que produce este país ha llegado a ser llamado “Nollywood” y que, al contrario de Hollywood, se distribuye única y exclusivamente a través de copias en dvd, al mejor estilo pirata. En este sentido, habría que repensar las maneras de distribución del *home-video*, procurando que el negocio no esté solamente en manos de unos pocos. Hay que tener en cuenta que la etapa de distribución es quizás el momento donde más son vulnerados los autores y donde más son saqueados los derechos patrimoniales, principalmente porque se termina cediendo ante el “sistema”, que paga poco por las películas, de modo que, por tratarse de un producto “nacional”, estas llevan las de perder, pues se las considera “pequeñas”, ante aquellas que provienen de las maquinarias transnacionales.

⁷ De acuerdo con las estadísticas del Programa Antipiratería de Obras Cinematográficas (Praci), el número de películas incautadas en el país asciende a los 7 millones de copias en promedio.

⁸ Para más detalles sobre este lugar, véase la crónica **Perú's DVD pirateshave exquisite taste** (MotherboardTV, 2014). En línea.



»Foto 3. En esta escena se hace uso de material de archivo de la película **Carne de tu carne** de Carlos Mayolo, para la cual se requirió contar con la autorización de los titulares de sus derechos. Cortesía película **Los hongos**, Contravía Films-Burning Blue.



»Foto 4. La escena del concierto implicó el registro y licenciamiento de la canción "Sin amor no hay dolor" de la banda creada para la película. Cortesía película **Los hongos**, Contravía Films-Burning Blue.



»Foto 5. Para esta escena fue necesario gestionar la autorización de uso de imágenes fotográficas que eran propiedad de la actriz. Cortesía película **Los hongos**, Contravía Films-Burning Blue.

DERECHOS A LA IZQUIERDA

Hasta ahora todo está claro, hecho y derecho, pero, vistos desde otros puntos de vista, es evidente que los derechos de autor *limitan* las posibilidades de uso de una obra. Por eso, todo lo relacionado con el *copyright* (©) implica que se *reservan todos los derechos*, lo cual significa que el acceso a las obras, entendido como acceso al conocimiento, no es ni tan libre ni tan público como podría llegar a ser. Así es como, desde análisis críticos de la sociedad, han surgido movimientos que han propuesto nuevas maneras de regular el acceso a las obras y que han dado como resultado la aparición de nuevos tipos de licenciamiento.

El origen del *copyleft* (∞) está en el marco de la era de la información y, específicamente, en el desarrollo del software libre. En los años ochenta, un programador de sistemas, Richard Stallman, quería modificar un software que había creado, pero se le negó la posibilidad de acceder a él con el argumento de que era privativo de la compañía para la que trabajaba. Fue esta restricción la que lo hizo emprender el proyecto de crear una manera de usar, compartir, estudiar y modificar el software de una manera "libre". Entonces inicia el desarrollo del software GNU –General Public License—⁹, con un método de distribución que posibilitara a cada usuario del mismo tener la *libertad de copiar y redistribuir* el software, en otras palabras, que los derechos *no* estarían reservados. El término *copyleft* surge entonces como un juego de palabras, en oposición al *copyright*, donde *right* significa "derecho" y *left* "izquierda". De ahí en adelante, el concepto se ha extendido a casi todos los campos de la creación para posibilitar la *libertad* de elegir el modo de distribución y explotación de

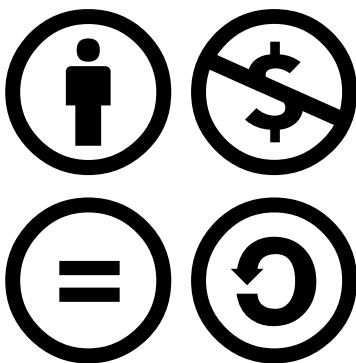
las obras. De alguna manera, Stallman puso en juego los modos de controlar el acceso al conocimiento y, en buena medida, su iniciativa detonó y empezó a potenciarse en el contexto de los movimientos sociales populares. De ahí la importancia de conocer la existencia del *copyleft* como *otra* opción que otorga mayor libertad al usuario para relacionarse con un producto cultural, como ha sido empleado, por ejemplo, en el campo musical del género rap y de las publicaciones independientes.

Casi veinte años después del surgimiento del movimiento de software libre y el *copyleft*, surge en 2001 la fundación *Creative Commons* (cc), que en esencia entra a potenciar la filosofía trazada por el *copyleft*. Bajo su tutela se crean las licencias que establecen un marco de acción que permite contrarrestar el hecho de que todos los derechos estén reservados en una tecnocultura cada vez más monopolizada y estandarizada. La configuración de las licencias *Creative Commons* brinda mayor posibilidad de *compartir, modificar y distribuir* un producto, lo cual, a su vez, aumenta su difusión y, por ende, su apropiación social. Un error común es pensar que usando este tipo de licencia se puede omitir el crédito del autor, pero no es así. Una de las condiciones de este tipo de licencias es reconocer la autoría. Lo que se introduce es la posibilidad de decidir y flexibilizar el uso comercial o no de la obra y si permite obras derivadas o no. Por ello, las licencias cc establecieron las siguientes condiciones (ver gráficas 1-4):

- Reconocimiento (*Attribution* - BY): se debe reconocer la autoría del creador de la obra.
- No comercial (*Non Commercial* - NC): la obra original y las obras derivadas no pueden ser usadas con fines comerciales.
- Sin obra derivada (*No Derivate Works* - ND): la obra creada no se puede utilizar para crear otra derivada de ese original.

⁹ Stallman crea así mismo la Free Software Foundation, que aún sigue oficiando en su labor de promover el uso del software libre.

»Gráficas 1-4. Logos de las licencias condiciones cc: reconocimiento (1), no comercial (2), sin obra derivada (3) y compartir igual (4).



- *Compartir igual (Share Alike - SA)*: cualquier libertad otorgada, modificación o distribución que venga con la obra original debe mantenerse en cualquier obra derivada.

Una vez se combinan las anteriores condiciones, resultan los seis tipos de licencia Creative Commons (ver gráficas 5-10):

- *De reconocimiento (BY)*: permite que una obra pueda ser distribuida, copiada y exhibida, siempre que sea reconocida la autoría de la creación original.
- *De reconocimiento - Compartir igual (BY-SA)*: permite que una obra pueda ser distribuida, copiada y exhibida, siempre que sea reconocida la autoría de la creación original. Las obras que se deriven deben estar bajo los mismos términos de licencia de la obra original.

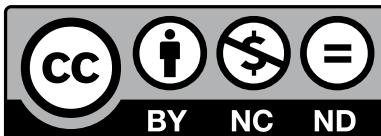
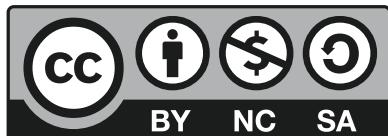
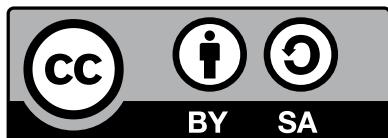
- *De reconocimiento - Sin obra derivada (BY-ND)*: exige reconocer la autoría, pero no se pueden realizar obras derivadas de la original. La obra debe circular sin cambios.

- *De reconocimiento - No comercial (BY-NC)*: se debe reconocer la autoría de la obra original y mantenerse sin fines comerciales.

- *De reconocimiento - No comercial - Compartir igual (BY-NC-SA)*: se debe reconocer la autoría, no se permiten beneficios comerciales y las obras derivadas tienen que estar bajo las mismas condiciones de licencia que la obra original.

- *De reconocimiento - Sin obra derivada - No comercial (BY-NC-ND)*: se debe reconocer la autoría. No se permite el uso con fines comerciales ni obras derivadas de la original.

»Gráficas 5-10. Logos de las licencias usadas por cc: para reconocimiento (5); de reconocimiento, compartir igual (6); de reconocimiento, sin obra derivada (7); de reconocimiento, no comercial (8); de reconocimiento, no comercial, compartir igual (9); y de reconocimiento, sin obra derivada, no comercial (10).



Estas licencias se están utilizando cada vez más en el campo audiovisual, rompiendo así con los modos convencionales de distribución de las obras audiovisuales¹⁰. Este es el caso del documental argentino **La educación prohibida** (Juan Vautista, 2012) que está licenciada como CC BY-NC-SA, es decir, que se puede difundir reconociendo la autoría sin ganar dinero por exhibirla y que no puede ser modificada¹¹ y el proyecto español transmedia titulado **El cosmonauta** (Nicolás Alcalá, 2013) licenciado de la misma manera¹². Así mismo, las comunidades de YouTube, Vimeo y Flickr han incluido dentro de sus políticas de derechos de autor la opción de uso de licencias Creative Commons para la publicación de videos y fotografías¹³.

NUESTRAS OBRAS TIENEN REGISTROS DE NACIMIENTO

Ahora bien, todos los temas de la cadena de derechos deben quedar estipulados en lo que al comienzo llamé “papeles firmados”. Cada una de estas leyes, licencias, decretos, convenios tiene su aplicabilidad en una serie de trámites. Para empezar a dejar constancia, huella de quién y cómo se certifican los derechos de las obras, iniciamos por el registro de ellas. En Colombia, esto se lleva a cabo en la Dirección Nacional de Derechos de Autor (DNDA), entidad estatal encargada de velar por la protección de los derechos de autor y conexos, en cuanto administra y ejecuta las políticas que en esta materia se promulguen. Una de sus principales funciones es efectuar el Registro Nacional de Derechos de Autor. Las obras que son sujeto de registro reciben con este trámite una protección jurídica, en cuanto certifican la autoría y prueban la autenticidad y paternidad en caso de que haya conflicto o reclamación. Los registros se pueden efectuar en físico o en línea en la página de la entidad (www.derecho-deautor.gov.co). Los trámites son gratuitos, duran 15 días hábiles y se complementan por medio de formularios para obras literarias, artísticas¹⁴, musicales, audiovisuales, software¹⁵, fonogramas, actos y contratos.

De estas categorías, la mayoría están relacionadas con la actividad audiovisual. El guion, como ya se había indicado, es una obra literaria y, por tanto, debe registrarse en esta categoría. Para todos los casos en que se quiere iniciar un registro en el DNDA, el solicitante debe crear un usuario del portal y diligenciar los formularios. Para el registro de obra literaria —en ese caso, del guion—, se deben proveer los datos del solicitante, del autor o autores, de la obra, si hay transferencia de derechos a terceros, y anexar en formato digital el guion.

10 Actualmente existen varios festivales que presentan exclusivamente obras audiovisuales con licencias Creative Commons, como el BccN Barcelona Creative Commons Film Festival, el CCMad Madrid Creative Commons Film Festival y el Nordic Creative Commons Film Festival. En Colombia podemos listar al Festival Audiovisual Creative Commons Barranquilla y Festival de Cine Creative Commons Colombia.

11 Véase más información acerca de la licencia de este documental que se hizo todo a través de Internet, tanto su financiación como su distribución, en **La educación prohibida**. En línea: <http://www.educacionprohibida.com/distribucion/aspectos-legales/>.

12 Conozca en detalle las características de la licencia de **El Cosmonauta**, en THECOSMONAUT. En línea: <http://es.cosmonautexperience.com/remix>.

13 Consulte este vínculo para más estudios de caso de proyectos cinematográficos que han usado las licencias Creative Commons en su página web (<https://wiki.creativecommons.org/Films>).

14 En esta categoría se incluyen: fotografías, planos, dibujos, pinturas, obras arquitectónicas, etc.

15 En esta categoría se incluyen: el código fuente, el manual de usuario y las bases de datos.

En el caso de obras musicales, el productor de la obra audiovisual debe exigir a los creadores de las canciones que sincronicen en la película que estos cuenten con los registros de sus obras. Para esta clase de registro es necesaria la partitura de la canción y la letra. Si no dispone de partitura y tiene una grabación, deberá registrar la obra como fonograma –anteriormente, definido como una grabación de sonido en soporte físico– en la que, además, se identificarán los intérpretes, el autor y el productor, si es el caso. Para el registro de obras audiovisuales, se debe tener en cuenta que los formatos televisivos no se consideran obras; no obstante, si el programa es un “piloto”, sí es viable registrarlo.

También se pueden registrar los contratos suscritos en desarrollo de la obra audiovisual. En este caso, el formulario solicita identificar las partes que intervienen en el acto administrativo, así como el tipo de contrato –si es de edición, ejecución, de transferencia de derechos, de prestación de servicios, de licenciamiento, entre otros– y, así mismo, la información detallada del objeto del contrato.

La Dirección Nacional de Derechos de Autor también tiene la función de reconocer y autorizar las *sociedades de gestión colectiva de derechos de autor*, cuyo propósito es administrar los derechos de los socios de dichas sociedades, principalmente los patrimoniales, y velar por los modos de utilización legal de las obras gestionadas. En nuestro país existen las siguientes sociedades que se trabajan en el uso de obras musicales en audiovisuales: la Sociedad de Autores y Compositores de Colombia (Sayco), la Asociación Colombiana de Intérpretes y Productores Fonográficos (Acinpro) y la Asociación Colombiana de Editoras de Música (Acodem). Los actores han creado, al amparo de Ley 1403 de 2010 o Ley Fanny Mikey, la Sociedad Colombiana de Gestión (Actores) para velar por el recaudo del derecho de remuneración por comunicación pública. Por otro lado, contamos en Colombia con la filial internacional de la Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (Egeda), la cual logró en el año

2013 una alianza con YouTube para realizar la gestión de contenidos en este portal, con el objetivo de ejercer control y generar los recaudos por explotación de las obras audiovisuales en línea.

¡HAGAMOS UN TRATO!

Si bien es un tema que exige experticia técnica, es importante conocer los términos mínimos como se suscriben los contratos y, más clave aún, reconocer la pertinencia de los mismos en el desarrollo de la producción de una obra audiovisual. Son los contratos los que permiten establecer las principales *reglas de juego* en la prestación de servicios, en la certificación de los derechos de autor de los guiones y las canciones, en cómo se transfieren los derechos patrimoniales y en la identificación de porcentajes, formas de pago, alcances y límites, etc. En suma, pues, los *acuerdos* que son necesarios para que la maquinaria del cine empiece a rodar.

Los contratos reunidos conforman lo que se conoce como *Chain of Title*, esto es, la *cadena legal* de un proyecto audiovisual. Veamos de qué se compone principalmente:

CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS DE GUIÓN: Es aquel que indica quién es el autor del guión y certifica que este lo ha cedido a un productor para llevar a cabo la materialización en una obra audiovisual (ver modelo de contrato en el anexo).

CONTRATO DE COPRODUCCIÓN: Es el que establece como objetivo llevar a cabo la producción de una obra audiovisual por mínimo dos o más productoras. Indica las funciones de cada empresa coproductora, el presupuesto de la película, los porcentajes de participación económica, según aportes, y los mecanismos de decisión sobre la obra audiovisual, como el corte final u otras. Los contratos de coproducción puede ser nacionales o internacionales. Para el caso de dos países diferentes, estos contratos pueden

»Fotos 6 y 7. Fotogramas de **El cosmonauta** (Nicolás Alcalá, 2013), primera película española financiada íntegramente mediante *crowdfunding*, con la colaboración de más de 4.500 personas, todas ellas acreditadas como productores. Fuente: canal de YouTube de Alejandro Argentino. En línea.



«Son los contratos los que permiten establecer las principales reglas de juego en la prestación de servicios, en la certificación de los derechos de autor de los guiones y las canciones, en cómo se transfieren los derechos patrimoniales y en la identificación de porcentajes, formas de pago, alcances y límites, etc.».

16 Suscrito entre Argentina, Brasil, Colombia, Cuba, Ecuador, España, México, Panamá, Perú, Uruguay, Venezuela, Costa Rica, Paraguay, Portugal.

17 Es el caso de las convocatorias del Programa Ibermedia, Cinema Du Monde, World Cinema Fund, entre otras, como la categoría de coproducción minoritaria del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico de Colombia.

18 Para conocer en detalle las cuotas de participación mínima colombiana se debe consultar el Decreto 255 de 2013.

estar regidos por los tratados existentes entre los países que se asocian. Uno de los más relevantes para nuestro país es el Acuerdo Iberoamericano de Coproducción Cinematográfico¹⁶. Este tipo de contratos han venido en aumento debido a la diversidad de convocatorias que fomentan este tipo de colaboraciones¹⁷ y, además, porque realmente apuntan a la cooperación y el intercambio de saberes entre los países. Además, la suscripción de este tipo de contratos implica de manera casi automática que la obra audiovisual tiene una doble nacionalidad, lo que la beneficia en cada uno de los países coproductores. Lo anterior, obviamente, está condicionado por el hecho de determinar las cuotas mínimas de personal técnico y artístico que se debe vincular de cada país en la realización de la obra audiovisual¹⁸ (ver modelo de contrato en el anexo).

CONTRATOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS:

Son aquellos que fijan las condiciones de vinculación de un profesional al desarrollo de determinada etapa de producción. Podemos incluir en esta categoría los contratos suscritos con el personal artístico, como —directores de fotografía y arte, sonidista, músico, montajista, entre otros—; también con el personal técnico —*gaffer*, microfonista, asistentes de arte y fotografía, utilero, etc.—, y los que se establecen con los actores que interpretan los personajes del guión. En este tipo de contratos es vital indicar los tiempos

de dedicación a la película —como en el rodaje—, la retribución económica y los derechos que le corresponden por su participación en la misma; por ejemplo, que le sea otorgado su crédito. Adicionalmente, en cada etapa se suscriben contratos con empresas cuya labor esté relacionada con los servicios de alimentación o transporte o con los de postproducción que se realizan en los estudios de imagen y sonido (ver modelo de contrato en el anexo).

CONTRATOS DE DERECHOS MUSICALES:

Son los que se suscriben con los titulares de las canciones, sean los compositores, los intérpretes, los productores de los fonogramas o casas disqueras, en suma, con quienes certifiquen tener la titularidad de las obras musicales. Los principales datos que contienen este tipo de contratos son: reconocimiento de los autores e intérpretes, duración del licenciamiento (usualmente, a perpetuidad), valor de la licencia de uso, tipo de uso (principalmente, se trata del uso incidental, que se limita a la ambientación de una o varias escenas) y, lo más importante, una cláusula que indica que la obra musical puede ser sincronizada o “incluida” en la audiovisual y, por tanto, otorgar el derecho de reproducción y comunicación de la misma a través de los medios en que sea exhibida la película —salas de cine, *home video*, televisión, Internet, entre otros—. Por último, aunque no se trata de un contrato, existe un documento que relacionada en un listado todas las canciones incluidas en la

obra audiovisual y que hace parte de la cadena legal: es el *Music Cue Sheet*, el cual brinda información sobre títulos de las canciones, nombres de los compositores y productores, y el código de tiempo en que entra y sale cada canción dentro de la obra audiovisual, entre otros (ver modelo de contrato en el anexo).

CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN: Es el que se suscribe con la figura del distribuidor o agente de ventas de la película. Indica los territorios en los cuales el distribuidor efectuará su trabajo, sea por países o por regiones, como Europa. También relaciona las ventanas en las cuales se hará la difusión de la película, a saber: salas de cine (*Theatrical*), *home video* (venta), *Video-On-Demand* o *Pay-Per-View* (VOD/PPV¹⁹), TV por cable y abierta, Internet, hoteles, aviones, nuevos medios²⁰ y aquellas proyecciones con fines culturales y educativos (*Non-Theatrical*). En este contrato se consignan las condiciones del recaudo y así mismo se establecen los porcentajes de participación en las ventas, y también se describe cómo se gestionarán los derechos de exhibición (*screening fee*) que pagarían los festivales, muestras o eventos. Este tipo de contrato puede incluir una cláusula para el “mínimo garantizado”, lo cual significa que el distribuidor paga por anticipado una suma al productor por la película, independiente de las ventas posteriores o de las mismas utilidades que tenga²¹ (ver modelo de contrato en el anexo).

AUTORIZACIONES DE USO DE IMAGEN Y VOZ:

Se trata de un formato corto para dar fe de las condiciones en que se realizan las grabaciones, sea para entrevista —por ejemplo, en un documental— o para aparecer como actores de papeles como figurantes o extras dentro de la película. Principalmente, esta autorización tiene la función de certificar que la grabación del retrato —cuerpo y rostro— y el testimonio —voz— de la persona fue hecha de *manera libre y voluntaria* y que dicha grabación puede ser utilizada dentro de la película, la cual, a su vez, será emitida, publicada y promocionada en el mundo (ver modelo de contrato en el anexo).

AUTORIZACIONES DE USO DE LOCACIONES:

Como en el caso anterior, se constituye en la autorización que brinda el propietario del inmueble donde se realizaron las grabaciones. Lo anterior implica el permiso de filmación de la fachada, interior y exterior, y demás partes del inmueble, en el que, así mismo, concede que las imágenes y sonidos captadas en este pueden ser fijados en la película que será reproducida, distribuida y emitida en todos los medios conocidos y por conocer (ver modelo de contrato en el anexo).

AUTORIZACIONES DE USO DE ARCHIVOS:

Se trata del consentimiento de uso de los diversos materiales que se empleen a manera de obra preexistente a la obra que se está creando. Para todos los casos, implica la aprobación de la inclusión de los archivos,

¹⁹ Es el caso de los portales Netflix, Filmin, Filmmtech, entre otros.

²⁰ Podríamos incluir en esta ventana aquellas tecnologías como los dispositivos móviles de tabletas, celulares, el *streaming*, entre otras.

²¹ En algunos casos se constituye como un anticipo de las posibles ganancias de la distribución, lo que puede considerarse como una manera de apoyar la finalización de la película. Usualmente, para el caso latinoamericano, dicho adelanto se emplea para pagar los costos de *delivers*, que son las copias de la película en diferentes formatos para su difusión en las diferentes ventanas, como Digital Cinema Package (DCP), HDCam, BlueRay, DVD, Apple ProRes, en versiones con subtítulos o no.

»Foto 8. Certificado de registro de una obra literaria inédita en el Ministerio del Interior. Archivo cortesía película **Siembra**.

		MINISTERIO DEL INTERIOR DIRECCION NACIONAL DE DERECHO DE AUTOR UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL OFICINA DE REGISTRO		Libro - Tomo - Partida 10-327-142
		CERTIFICADO DE REGISTRO OBRA LITERARIA INEDITA		Fecha Registro 03-may-2012
Página 1 de 2				
1. DATOS DE LAS PERSONAS				
AUTOR				
Nombres y Apellidos	SANTIAGO LOZANO ALVAREZ	No de identificación CC	94527040	
Nacional de	COLOMBIA			
Dirección	CALLE 4 # 73 -91 APTO 804 TORRE 1	Ciudad	CALI	
AUTOR				
Nombres y Apellidos	ANGELA MARIA OSORIO ROJAS	No de identificación CC	31578613	
Nacional de				
Dirección	CALLE 9 # 61 - 05 APTO 301	Ciudad	CALI	
TITULAR DERECHO PATRIMONIAL				
Razón Social	CONTRAVIA FILMS LTDA	NIT	900215567	
Dirección	--	Ciudad	BOGOTA D.C.	
TITULAR DERECHO PATRIMONIAL				
Razón Social	BÁRBARA FILMS	Nit	900813737-3	
Dirección	--	Ciudad	--	
2. DATOS DE LA OBRA				
Título Original	SIEMBRA			
Año de Creación	2011			
CLASE DE OBRA	INEDITA			
CARACTER DE LA OBRA	OBRA INDIVIDUAL			
CARACTER DE LA OBRA	OBRA ORIGINARIA			
AMBITO LITERARIO	INTERES GENERAL			
3. DESCRIPCIÓN DE LA OBRA				
4. OBSERVACIONES GENERALES DE LA OBRA				
NOTA: MEDIANTE ACTA 1602 DEL 24 DE JUNIO DE 2015, SE MODIFICA LA PARTIDA 142, TOMO 327, LIBRO 10, DE FECHA 3 DE MAYO DE 2012, EN EL SENTIDO DE ADICIONAR AL PUNTO 1. DATOS DE LAS PERSONAS: (AUTOR Y TITULAR DE DERECHO PATRIMONIAL): ASÍ, ADICIONAR EL NOMBRE DE LA COGIONISTA SEÑORA ANGELA MARIA OSORIO ROJAS, IDENTIFICADA CON LA CEDULA DE CIUDADANÍA NÚMERO 31.578.613 Y COMO TITULARES DE DERECHO PATRIMONIAL LAS PERSONAS JURIDICAS CONTRAVIA FILMS Y BÁRBARA FILMS.				
5. DATOS DEL SOLICITANTE				
Nombres y Apellidos	SANTIAGO LOZANO ALVAREZ	No de identificación	94527040	
Nacional de	COLOMBIA	Medio Radicación	REGISTRO EN LINEA	
Dirección	CALLE 4 # 73 -91 APTO 804 TORRE 1	Teléfono	300 200 94 21	Ciudad CALI
Correo electrónico	LOSZANTO1@HOTMAIL.COM	Radicación de entrada	1-2012-21881	
En representación de	EN NOMBRE PROPIO			
 CARLOS ANDRES CORREDOR BLANCO JEFE OFICINA DE REGISTRO				

ya sean de tipo fotográfico (fotos familiares, recortes de prensa, de libros, de revistas, etc.), sonoros (programas de radio, alocuciones, *podcast*, etc.), audiovisuales (publicidades, programas de tv, documentales, etc.) o pictóricos (cuadros, obras de artes, etc.). Este tipo de autorización no implica la cesión o transferencia de los derechos de autor de los titulares de estos archivos (ver modelo de contrato en el anexo).

OTROS REGISTROS Y TRÁMITES DE LA ACTIVIDAD AUDIOVISUAL

El Ministerio de Cultura incluye en sus áreas de trabajo la cinematografía, la cual se enfoca en la regulación y el fomento de esta actividad a través de diversos programas en formación, investigación, circulación, patrimonio, organización, producción, entre otros. Dentro de las competencias de la Dirección de Cinematografía está la de conocer quiénes y cómo funciona el sector, así como la de generar protocolos de gestión de trámites. De ahí que se haya creado dentro de su estructura el Sistema de Información y Registro Cinematográfico (Sirec). Como sistema informativo, se encarga de llevar las estadísticas en relación con producción cinematografía, espectadores, taquilla y reportes de Ley de Cine²². Como sistema, permite a los agentes e instituciones relacionadas con el sector obtener la siguiente documentación a través de una serie de solicitudes:

- El reconocimiento de una obra audiovisual como nacional: Obra Nacional.

22 Para conocer en detalle las estadísticas, visite las "Estadísticas del sector", en la página web del Ministerio de Cultura. En línea. También se puede consultar el boletín "Cine en Cifras" de Proimágenes Colombia. En línea.

- El reconocimiento de un proyecto audiovisual para acceder a los beneficios tributarios de la Ley de Cine 814 de 2003: Producto Nacional.
- Los certificados de inversión y donación por Ley de Cine.
- La clasificación de largometrajes y cortometrajes para su exhibición.
- Los registros para poder operar como complejos y salas de exhibición, así como muestras y festivales.
- Los registros de los agentes del sector como directores, productores, personal artístico, creativo y técnico, distribuidor, productor, exhibidores.
- Los registros para organizaciones gremiales del sector, consejos departamentales y distritales de cine, y las sociedades de servicios cinematográficos.

Para cada uno de los registros indicados se establece un protocolo que implica el diligenciamiento de un formulario que se encuentra disponible en la página Web de la Dirección de Cinematografía²³. Algunos registros son obligatorios, como para el de salas, ya que se establece que ningún sitio de exhibición pública puede funcionar sin dicho registro; así mismo tienen obligación de registrarse los productores de largometrajes, los distribuidores y los exhibidores; los demás agentes no. El año 2014 había registrados 2.078 agentes: 49 exhibidores, 22 distribuidores, 478 productores (195 personas jurídicas y 283 personas naturales), 820 personal técnico y artístico, 449 directores, 30 empresas de servicios, 13 asociaciones, 62 festivales, 196 complejos de cine. No obstante, hay que indicar que, para efectos de funcionamiento de los consejos o festivales o para poder exhibir una película en salas o para

23 Puede descargar los formularios en la página web del Ministerio de Cultura.

acceder a ciertos beneficios de la Ley de Cine, muchos de estos registros podemos considerarlos de rutina o son condicionales para la expedición de otros. En ese sentido, el reconocimiento como Obra Nacional es el más importante, ya que sirve para:

- Acceder a los Estímulos Automáticos²⁴ del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, los cuales entregan apoyos económicos para la promoción de la obra audiovisual en salas de cine nacionales y la participación en festivales y eventos en el mundo.
- Solicitar la Clasificación de la película, es decir, determinar a qué tipo de público va dirigida, si para todo tipo de público o para mayores de 7, 12, 15 o 18 años²⁵.
- Realizar el Depósito Legal²⁶ de la obra en la Fundación Patrimonio Fílmico, ya que cada obra debe entrar a formar parte del patrimonio fílmico colombiano y solo así se garantizan las condiciones de preservación y conservación de la misma a través del tiempo.

El trámite para solicitar el Reconocimiento como Obra Nacional, para largometraje o para cortometraje de ficción, documental o animación, empieza por diligenciar un formulario, como ya anoté, y presentar con este la siguiente documentación:

- *Del productor o productores:* certificados de constitución legal de la empresa productora, copia de la cédula

del representante legal, certificado del capital suscrito y pagado, copia de los contratos celebrados entre los productores, en el caso de que sean mínimo dos.

- *Del personal artístico y técnico:* copia de los contratos con los artistas y técnicos que dan cumplimiento a las cuotas de participación nacional mínima, con sus correspondientes cédulas de ciudadanía.
- *De la participación económica:* presupuesto detallado de los costos de la obra por etapas en el que se indique el porcentaje de participación nacional o extranjera, si aplica.
- *De la película:* relacionar en un documento los créditos iniciales y finales, idénticos a como estos figuran en la película²⁷ y un DVD con la película.

En un lapso de 15 días hábiles se expide o no la Resolución que reconoce la obra como nacional. En caso de ser rechazada, se puede volver a iniciar el proceso.

La hora de las firmas, tarde que temprano, llega, así como el final de este artículo. La invitación queda hecha: dentro del oficio de la producción tenemos la misión fundamental de proteger las creaciones audiovisuales y respetar los derechos de todos aquellos que trabajan para ellas. Es importante insistir en que cada eslabón de la cadena legal depende del otro, es como un tejido que da soporte a lo que contiene: a nuestras películas. ●

24 Conozca en detalle las regulaciones de esta convocatoria en Proimágenes Colombia. En línea.

25 Trámite regulado por la Ley 1185 de 2008.

26 Véase en detalle cómo se debe efectuar el trámite. En línea.

27 La Dirección de Cinematografía ha indicado que no aprueba solicitudes que no tengan correspondencias entre el documento escrito y lo que está en el DVD de la película.

REFERENCIAS

Rubio, Felipe. *Conozca y proteja sus derechos de autor. Aspectos relativos a la obra audiovisual.* Bogotá: Ministerio de Cultura, 2003.

Vega, Alfredo. *Manual de derechos de autor.* Bogotá: Dirección Nacional de Derechos de Autor, 2010.

FILMOGRAFÍA

Alcalá, Nicolás. **El cosmonauta.** 79 min, España, 2013.

Lozano Álvarez, Santiago y Ángela María Osorio Rojas. **Siembra.** 80 min, Colombia, 2015.

Mayolo, Carlos. **Carne de tu carne.** 94 min, Colombia, 1983

Ruiz Navia, Óscar. **Los hongos.** 103 min, Colombia, 2014

Vautista, Juan. **La educación prohibida.** 145 min, Argentina, 2012.

ANEXOS

Contrato de cesión de derechos de guion**REUNIDOS**

DE UNA PARTE: _____ mayor de edad, con CC. n° _____, que actúa para este acto en su condición de Representante Legal Suplente de la Entidad Mercantil _____, con NIT. n° _____ y con domicilio social en CALI en la dirección _____, (en lo sucesivo EL PRODUCTOR).

Y DE OTRA: _____ mayor de edad, con CC. n° _____ con domicilio en _____, que Actúa para este acto en su propio nombre y derecho (en lo sucesivo EL AUTOR).

MANIFIESTAN

I.- Que el productor se propone producir un cortometraje titulado provisionalmente _____, (en adelante, LA OBRA), basada en un argumento original DEL AUTOR.

II.- Que EL PRODUCTOR para llevar a cabo la Producción antes citada va a adquirir el guion con registro _____ en la Dirección Nacional de Derechos de Autor (en adelante, EL GUIÓN) por EL AUTOR, todo ello en los términos y condiciones que se señalan más adelante.

Ambas partes reconociéndose capacidad jurídica y de obrar que mutuamente se reconocen suscriben el presente contrato y lo formalizan a tenor de las siguientes:

ESTIPULACIONES

Primera.- El objeto del presente contrato, es la adquisición de EL GUIÓN para su incorporación a la obra audiovisual anteriormente citada. La contratación se efectúa bajo el régimen de ejecución de obra y arrendamiento de servicios profesionales de EL AUTOR y la cesión de los derechos de explotación que se indicarán más adelante.

Segunda.- EL AUTOR se compromete a entregar el guión el _____ del año _____. EL AUTOR se compromete a efectuar una versión adicional, incorporando las modificaciones que de conformidad con el PRODUCTOR estimen necesarias sobre la versión precedente, fijándose que el plazo de entrega de cada versión adicional, en su caso, a los 30 días de que convengan las modificaciones a introducir. Se entenderá que el Productor acepta el guión como definitivo si entregada cualquiera de sus versiones no solicita su revisión en el plazo de 15 días desde la entrega. EL PRODUCTOR firmará la recepción de cada versión.

Tercera.- EL PRODUCTOR pagará al AUTOR por la escritura del argumento y guión, la cantidad total bruta de \$ XXXXXXXX (_____). Dicha cantidad será abonada de la siguiente forma:

- \$XXXXXXXX (_____), a la firma del presente contrato.
- \$XXXXXXXX (_____), antes del inicio del rodaje de LA OBRA.

Dichas cantidades serán abonadas contra la presentación de las facturas correspondientes. El impago de cualquiera de las cantidades precitadas dará lugar a la resolución del contrato, bastando para ello el requerimiento fehaciente de pago por el autor al domicilio del PRODUCTOR que figura en el encabezamiento y el transcurso de una semana adicional sin que se produzca el pago. En tal caso, EL AUTOR recuperará los derechos cedidos sin obligación de reintegrar las cantidades percibidas.

Cuarta.- Dentro del precio pactado en la Estipulación Tercera, por virtud del presente contrato, EL AUTOR cede al PRODUCTOR, en exclusiva y con facultad de cesión en exclusiva a terceros, sin limitación territorial, y por el máximo tiempo que concede la Ley de Propiedad Intelectual, por cualquier procedimiento técnico que exista, los siguientes derechos de explotación de LA OBRA:

- La Comunicación pública, reproducción y distribución para su proyección y exhibición en salas cinematográficas de carácter comercial o no, en las que se exija, en su caso, previo pago de un precio de entrada.
- La Comunicación pública, reproducción y distribución para su explotación a través de la radiodifusión o televisión, ya sean estos medios de ámbito nacional, incluyendo televisiones regionales o locales; o ámbito internacional, ya sean sus respectivas titularidades jurídicas de carácter público o privado y emitan su señal a través de onda hertziana, o transmitan dicha señal por cable, fibra óptica o señal guiada, sin perjuicio de que dicha señal sea de pago o codificada o se transmita libremente incluyendo su posible captación a través de un satélite y su origen sea de entidad distinta a la que envía dicha señal.
- La Comunicación pública, reproducción y distribución de la obra audiovisual para su incorporación a un formato de vídeo doméstico y se destine a la venta, alquiler o préstamo de la misma, ya sea individualmente o en colección escogida.
- La Comunicación pública, reproducción y distribución para la incorporación de la obra audiovisual a soportes tales como Vídeo Disco Digital, bases de datos, y en general las modalidades comprendidas en el denominado "vídeo a demanda". Igualmente, la comunicación pública, reproducción y distribución relativa a la transmisión digital on-line de la obra por Internet o redes afines o similares.

- La Comunicación pública, reproducción y distribución de la obra audiovisual para su explotación a través de la internet u otros medios por conocer.

Sin perjuicio de lo establecido en este contrato y de acuerdo con la vigente ley de Propiedad Intelectual, EL AUTOR tendrán derecho a percibir de los organismos de Televisión, salas de cine y demás locales públicos, así como de cualquier otro usuario de la obra audiovisual y a través de su entidad de gestión de derechos de autor, los rendimientos económicos que en concepto de DERECHOS DE AUTOR les correspondan por los correspondientes actos de comunicación pública, distribución, puesta a disposición en redes informáticas y reproducción, calculados de acuerdo con las tarifas generales o los convenios suscritos al efecto por la citada entidad de gestión.

Quinta.- A partir de la firma del presente contrato, y cumplido el plazo de la entrega del guión por parte de EL AUTOR si no se efectuase la entrega del mismo por causa imputable al mismo, EL PRODUCTOR podrá resolver el presente contrato sin perjuicio de la indemnización que proceda por los daños y perjuicios que se le ocasionen al PRODUCTOR en la Producción de la obra audiovisual.

Sexta.- EL AUTOR se responsabilizará ante EL PRODUCTOR de cualquier reclamación judicial o extrajudicial que pueda surgir por cualesquiera terceros, con motivo de la cesión de los derechos de explotación que efectúa el presente contrato y en particular sobre la originalidad del argumento y guión cinematográfico.

Séptima.- EL PRODUCTOR podrá ceder a terceros los derechos que adquiere sobre el guión cinematográfico, comprometiéndose en todo caso a responder por el cesionario del pago de las cantidades pactadas en este contrato. En caso de cesión total, EL PRODUCTOR abonará AL AUTOR un _____ (____%) del precio que obtenga por la cesión de derechos sobre el guión cinematográfico.

Octava.- EL PRODUCTOR se compromete a incluir en los títulos de crédito en cartón individual, el nombre del AUTOR, debajo de la mención "Guión".

Novena.- EL AUTOR no podrá llevar a cabo explotación alguna del guión cinematográfico ajena a la incorporación de dicho guión a la obra audiovisual que perjudique la normal explotación de LA OBRA.

Decima.- Para lo no expresamente contemplado en el presente contrato se estará a lo dispuesto en el ordenamiento jurídico común y a la legislación especial en materia de Propiedad Intelectual y disposiciones concordantes que la desarrolla.

Decimoprimera.- Las partes con renuncia expresa a cualquier fuero que pudiera corresponderles se someten expresamente a los Juzgados y Tribunales de Santiago de

Cali, para cualquier duda que pueda surgir con motivo de la interpretación y aplicación del presente contrato.

En prueba de conformidad con las estipulaciones del presente contrato, ambas partes lo firman en _____ a los ____ días del mes _____ del año _____.

EL PRODUCTOR

EL AUTOR

Contrato de coproducción audiovisual

Entre los suscritos a saber: _____, mayor de edad, domiciliado en _____, identificado como aparece al pie de su firma, actuando como representante de _____ y _____ también mayor de edad, vecino de _____, identificado como aparece al pie de su firma, y actuando en nombre y representación de _____, han convenido en celebrar el presente contrato de coproducción audiovisual, sujeto a las siguientes cláusulas:

PRIMERA. OBJETO: en su condición de coproductores las partes se comprometen a producir y explotar de manera conjunta una obra audiovisual cuyo título provisional es _____.

SEGUNDA. OBLIGACIONES DE LOS COPRODUCTORES: 1) utilizar los mejores recursos a su disposición para la realización de la producción, cuya vinculación sólo está definida para los efectos de este contrato sin que se constituya ninguna otra vinculación adicional. 2) Cuidar que en las diferentes contrataciones que se efectúen para la realización de la producción se obligue a los contratistas a obtener las autorizaciones correspondientes que en materia de derecho de autor o derechos conexos se puedan generar. Para tales efectos, en todos los contratos esta obligación será del contratista y cualquier reclamación será atendida por dicho contratista, exonerando de responsabilidad a las partes. 3) Cualquier uso o forma de explotación debe restringirse exclusivamente a lo que las partes acuerden, y deberá procurarse que toda forma de utilización sea coincidente con los fines de las partes. En consecuencia no se podrán otorgar otras formas de utilización o explotación por parte de un tercero, sin contar con la previa y expresa autorización de cualquiera de las partes. 4) Mencionar, conforme lo exige la ley, los créditos respectivos de las dos partes así como de los autores de la obra audiovisual (director o realizador, libretista y guionista audiovisual, y musicalizador).

TERCERA. APORTES: Para la realización de la producción las partes acuerdan los siguientes aportes: por parte de _____ el aporte será de _____ y por parte de _____ la suma de _____, correspondiendo a cada parte un porcentaje respectivo de _____ para _____ y de _____ por _____, lo cual determina su porcentaje de propiedad en la producción audiovisual.

CUARTA. ENTREGA DE LOS APORTES: las partes convienen en entregar sus aportes para la realización de la producción de la siguiente manera: _____. Así mismo, y en tanto exista disponibilidad, se harán las contrataciones y demás coordinaciones para la realización de la producción.

QUINTA. DERECHO DE AUTOR: conforme a lo establecido en el presente convenio, los derechos patrimoniales de autor de la producción audiovisual le corresponden de

manera conjunta y en los porcentajes señalados en la cláusula tercera, a las partes, pudiendo explotarla de manera independiente, sin ningún tipo de restricción y sin requerir de autorización de la otra parte. No obstante lo anterior, si una de las partes pretende dar autorización a un tercero para la explotación de la obra audiovisual, deberá dar aviso a la otra parte para que pueda hacer sus comentarios a la negociación a fin de evitar cualquier intromisión en el ejercicio de los derechos de explotación. En todo caso no será posible transferir los derechos respectivos a otra persona sin la previa y expresa autorización de la otra parte.

SEXTA. REGALÍAS: en los casos de explotación de la obra audiovisual, el PRODUCTOR obtendrá los siguientes porcentajes de regalías por las modalidades y territorios de explotación señalados a continuación: _____. Dichas regalías serán giradas a la entidad que el PRODUCTOR determine y que por convenio debidamente suscrito se puedan recibir para revertirlas posteriormente en la realización de otras producciones audiovisuales de carácter cultural.

SÉPTIMA. DURACIÓN: el convenio tendrá una duración de _____, contados a partir de la fecha de perfeccionamiento de este contrato.

OCTAVA. MENCIONES Y CRÉDITOS LEGALES: las partes convienen en mencionar los créditos de cada institución de la siguiente manera y bajo el mismo formato, tamaño y caracteres: _____. Así mismo, y conforme a la ley de autoría, se deberá mencionar como mínimo y en lugar visible, el nombre del director o realizador, del guionista o libretista audiovisual, del autor de la obra o investigación a ser adaptada, si es el caso; del traductor de la obra a adaptar, si es el caso; del autor de las obras musicales, y en general, de los autores de obras protegidas por el derecho de autor o de prestaciones protegidas por los derechos conexos.

NOVENA. CESIÓN DEL CONTRATO: el presente convenio no se podrá ceder sin permiso de las partes.

DÉCIMA. SUPERVISIÓN DEL CONVENIO: las partes, de común acuerdo, determinarán la persona que por parte de _____ y de _____, se encargará de la coordinación y desarrollo del convenio.

Dado en _____, a los _____ del mes de _____ del año _____.

Firma

CC: _____ de _____

Firma

CC: _____ de _____

Contrato de prestación de servicios profesionales entre _____ y _____

Entre los suscritos: _____, mayor de edad, identificado con la cédula de ciudadanía No. _____, quien en su calidad Gerente y Representante legal, obra en nombre y representación legal de la sociedad _____ con NIT _____ y quien, para efecto del presente documento, se denominará EL CONTRATANTE; y _____, mayor de edad, identificada con la cédula de ciudadanía _____, Colombia, actuando en nombre y representación propia y quien en adelante se denominará EL CONTRATISTA, acuerdan celebrar el presente contrato de prestación de servicios, el cual se registrá por las siguientes cláusulas:

1. OBJETO: EL CONTRATISTA Prestará sus servicios como _____.

2. VALOR: El costo del presente contrato es \$XXXXX (_____).

3. FORMA DE PAGO: _____. La obligación de pagar impuestos estará a cargo del CONTRATISTA, (si el contratante no es agente retenedor).

4. PERFECCIONAMIENTO – EJECUCIÓN EL CONTRATO. El contrato se perfecciona con la firma de las partes.

5. DURACIÓN: _____ meses contados a partir del perfeccionamiento del contrato. Podrá prorrogarse o modificarse previo acuerdo entre las partes, mediante escrito presentado con antelación al vencimiento del plazo inicial.

6. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA: El CONTRATISTA se compromete a:
1. Cumplir a cabalidad con el objeto del contrato. 2. _____.
3. _____ 4. _____ 5. Acatar y hacer cumplir las órdenes operativas direccionadas por la Dirección de Producción.

7. OBLIGACIONES DEL CONTRATANTE: 1.Cancelar la suma pactada al contratista una vez cumplidas las condiciones de la cláusula. 2. Suministrar al contratista todos los materiales técnicos y de producción, necesarios para el cumplimiento de su labor.

8. CLÁUSULA PENAL El incumplimiento por alguna de las partes de cualquiera de las obligaciones previstas en este contrato, dará derecho al pago de una multa equivalente al 2% del valor total de este contrato.

9. TERMINACIÓN El presente contrato podrá darse por terminado por mutuo acuerdo entre las partes, o en forma unilateral por el incumplimiento de cualquiera de las obligaciones derivadas del contrato.

10. EXCLUSIÓN DE LA RELACIÓN LABORAL El CONTRATISTA declara que no está sometido a subordinación laboral con EL CONTRATANTE, los derechos del CONTRATISTA se limitan a exigir el cumplimiento de las obligaciones de EL CONTRATANTE y pago de los honorarios estipulados por la prestación del servicio. El contratista actuará con plena autonomía administrativa para la ejecución del objeto del presente contrato, de tal suerte que al actuar de forma independiente, queda expresamente entendido y aceptado por las partes que no existe vínculo laboral alguno entre ellas.

11. APORTES AL SISTEMA INTEGRAL DE SEGURIDAD SOCIAL.- EL CONTRATISTA, se obliga a afiliarse por su propia cuenta y riesgo y en su condición de contratista independiente a los regímenes de salud y pensión y riesgos profesionales del sistema (opcional depende de la actividad a realizar) de seguridad social y presentarle a EL CONTRATANTE mensualmente los recibos de pago de sus aportes, de acuerdo a los porcentajes que establece la ley nacional.

12. CONFIDENCIALIDAD. Bajo los efectos del presente acuerdo, EL CONTRATISTA se obliga a no divulgar a terceros parcial o totalmente el contenido de los datos o cualquier información durante la prestación de los servicios requeridos en el presente contrato, así como posteriormente a la finalización de la prestación de los mismos. La violación de este término será causal inmediata para dar por terminado el presente acuerdo, e iniciar acciones de indemnización civil y/o penal según el caso.

13. MISCELÁNEOS. Este acuerdo contiene el entendimiento entero de las Partes en relación a la materia en cuestión y reemplaza cualquier entendimiento o acuerdo previo entre las mismas. EL CONTRATISTA reconoce que cualquier declaración de voluntad o acuerdo que no se encuentre expresamente contenido en este contrato no ha sido efectuada por EL CONTRATANTE o cualquiera de sus agentes, empleados o representantes. El presente contrato no podrá ser modificado o enmendado, excepto si dichas modificaciones se realizan por escrito. Las partes deberán cumplir sus obligaciones de buena fe.

Este es un contrato prestación de servicios que se rige para todos los efectos por la ley Comercial y subsidiariamente por la ley Civil.

De conformidad con lo anterior, las partes suscriben el presente contrato el día ____, del mes de _____ del año _____, en la ciudad de _____, Colombia.

LA PRODUCTORA

EL CONTRATISTA

Firma

Firma

CC: _____ de _____

CC: _____ de _____

Cesión derechos de utilización de obra musical original

Yo, _____ con cédula de ciudadanía No. _____
de _____ en mi condición de compositor y propietario de los derechos
sobre la(s) composición(es) original (es), referencia: _____

autorizo a: _____ para que las sincronice en la película
_____ para efectos de reproducción y comunicación pública sin per-
juicio del respeto al derecho moral de paternidad e integridad. Por virtud de este do-
cumento el compositor declara que es propietario de los derechos de autor de su obra
y en consecuencia garantiza que puede otorgar la presente autorización sin limitación
alguna. En todo caso responderá por cualquier reclamo que en materia de derechos de
autor se pueda presentar, exonerando de cualquier responsabilidad a _____.

Manifiesto que esta autorización la otorgo con carácter gratuito (o que he recibido el
dinero correspondiente –cuando hubiere lugar se especificará al final de este docu-
mento-), por lo que entiendo que no recibiré ni solicitaré ningún tipo de compensación
extra, bonificación extra o pago extra de ninguna naturaleza. La vigencia de esta auto-
rización será a perpetuidad, durante la existencia de la película _____,
contados desde la fecha de la firma de este documento.

Reconozco además que no tengo ninguna expectativa sobre el tipo de campaña publi-
citaria que pueda realizar _____ o quien esta designe, ni su regularidad
y, que renuncio a cualquier derecho patrimonial que se pueda generar por el uso de
esta grabación.

He leído el presente documento antes de firmarlo y garantizo que comprendo el conte-
nido del mismo. Se firma el día ___ del mes de _____ del año _____.

Cordialmente,

NOMBRE

C.C. _____

FIRMA

C.C. _____

Convenio de distribución y exhibición audiovisual

Entre los suscritos a saber: _____, mayor de edad, domiciliado en _____, identificado como aparece al pie de su firma, actuando como representante de _____ y _____ también mayor de edad, vecino de _____ identificado como aparece al pie de su firma y actuando en nombre y representación de _____, han convenido en celebrar el presente contrato de distribución y exhibición de producciones audiovisuales, sujeto a las siguientes cláusulas:

PRIMERA. OBJETO: Las partes, en su condición de propietarias de los derechos de explotación de las producciones audiovisuales respectivas, _____, se conceden el derecho de distribuir y exhibir tales producciones audiovisuales dentro del territorio de _____ y exclusivamente para ser emitidas en _____.

SEGUNDA. OBLIGACIONES DE LOS PRODUCTORES: 1) las partes de comprometen a exhibir las obras audiovisuales exclusivamente en los territorios establecidos en este contrato. 2) Exhibir las producciones audiovisuales exclusivamente por los siguientes medios: _____ y, en consecuencia, cualquier otro medio de exhibición no convenido requerirá de previa y expresa autorización. 3) Garantizar que la distribución o exhibición autorizada en cada medio y territorio se puede otorgar sin inconveniente alguno, por poseer los correspondientes derechos para contratar. No obstante, cada parte le responderá a la otra por cualquier reclamación que en materia de derecho de autor o conexos se pueda presentar. 4) Mencionar, conforme lo exige la ley, los créditos respectivos de las dos partes así como de los autores de la obra audiovisual (director o realizador, libretista y guionista audiovisual, y musicalizador. 5) Entregar para los efectos de este contrato, copia de las obras audiovisuales en formato _____. 6) Entregar adicionalmente la información técnica y jurídica de cada obra, en la cual se detallan las condiciones técnicas y de derechos respectivas. 7) No otorgar a ninguna otra persona los derechos concedidos en virtud de este contrato, sin la previa y expresa autorización del propietario. 8) Transmitir las obras audiovisuales respetando su contenido integral, créditos y en general sin realizar ninguna modificación, supresión o adaptación no autorizada. 9) Garantizar que el número de emisiones será de _____ y no se podrá realizar ninguna otra utilización. 10) Garantizar que una vez se realicen las exhibiciones convenidas, se entregarán las copias a la otra parte para que éstas sean destruidas si así se conviene.

TERCERA. VALOR: Las partes acuerdan que el desarrollo de este contrato implica un pago o remuneración que se hará de la siguiente manera: _____.

CUARTA. ENTREGA DE LOS EJEMPLARES DE LAS OBRAS: las partes convienen en entregar las correspondientes obras en formato _____ y en _____.

QUINTA. DERECHO DE AUTOR: conforme a lo establecido en el presente convenio, los derechos patrimoniales de autor de la producción audiovisual corresponden a cada parte y, en consecuencia, pueden realizar este contrato sin inconveniente alguno, no constituyendo transferencia de derechos, sino exclusivamente el ejercicio de un derecho de distribución y exhibición; no obstante lo anterior, si una de las partes pretende facultar a un tercero para la explotación de la obra audiovisual en el territorio autorizado, deberá dar aviso a la otra parte para pueda autorizar o no dichas utilizaciones.

SEXTA. DURACIÓN: el convenio tendrá una duración de _____, contado a partir de la fecha de perfeccionamiento de este contrato, entendiéndose prorrogado por periodos adicionales de un año a menos que cualquiera de las partes desee darlo por terminado mediante aviso a la otra por lo menos con _____ días de anticipación a la renovación.

SÉPTIMA. MENCIONES Y CRÉDITOS LEGALES: las partes convienen en mencionar los créditos de cada empresa (o persona natural) de la siguiente manera y bajo el mismo formato, tamaño y caracteres: _____. Así mismo, y conforme a la ley de derechos de autor, se deberá mencionar como mínimo y en lugar visible, el nombre del director o realizador, del guionista o libretista audiovisual, del autor de la obra a ser adaptada, si es el caso; del traductor de la obra a adaptar, si es el caso; del autor de las obras musicales, y en general, de los autores de obras protegidas por el derecho de autor o de prestaciones protegidas por los derechos conexos.

OCTAVA. CESIÓN DEL CONVENIO: el presente convenio no se podrá ceder sin permiso de las partes.

NOVENA. SUPERVISIÓN DEL CONVENIO: las partes, de común acuerdo, determinarán las personas que se encargarán de la coordinación y desarrollo del convenio.

Dado en _____, a los _____ del mes de _____ del año _____.

Autorización de uso de nombre, imagen y testimoniales

Yo, _____, mayor de edad identificado (a) con la cédula de ciudadanía. No. _____ de _____, Colombia, en uso de mis plenas facultades, autorizo a _____, o a quien éste designe, para que use mi nombre, imagen, frases, declaraciones, testimoniales y retrato fruto de las grabaciones de audio y video que concedí de manera libre y voluntaria como _____ en la película _____.

La utilización de mi nombre, frases, declaraciones, testimoniales, voz y retrato podrá realizarse mediante la divulgación a través de su reproducción, tanto en medios impresos, electrónicos, televisivos, radiofónicos y cinematográficos, así como su comunicación, emisión y divulgación pública, a través de los medios existentes o por inventarse. La grabación podrá reproducirse o enteramente o parcialmente en todo soporte e integrarse a cualquier otro material (fotografías, dibujo, ilustración, pintura, vídeos, animaciones, afiches, detrás de cámara, etc.) conocidos y por conocer.

Manifiesto que esta autorización la otorgo con carácter gratuito (o que he recibido el dinero correspondiente –cuando hubiere lugar se especificará al final de este documento-), por lo que entiendo que no recibiré ni solicitaré ningún tipo de compensación extra, bonificación extra o pago extra de ninguna naturaleza. La vigencia de esta autorización será a perpetuidad, durante la existencia de la película _____, contados desde la fecha de la firma de este documento.

Reconozco además que no tengo ninguna expectativa sobre el tipo de campaña publicitaria que pueda realizar _____ o quien esta designe, ni su regularidad y, que renuncio a cualquier derecho patrimonial que se pueda generar por el uso de esta grabación.

He leído el presente documento antes de firmarlo y garantizo que comprendo el contenido del mismo. Se firma el día _____ del mes de _____ del año _____.

Atentamente,

NOMBRE

FIRMA

C.C. _____

NOTA: REMUNERACION DE LA APARICIÓN: SI __ NO __ // VALOR: _____

»Autorización de uso de nombre,
imagen y testimoniales.

Página. 1 / 1

Autorización de grabación en locación

Yo, _____ con cédula de ciudadanía No. _____ de _____, en mi condición de propietario o representante legal del establecimiento (casa, edificio, etc.) ubicado en la dirección: _____ (_____), Colombia) autorizo de manera libre y voluntaria a _____ para que su personal técnico y artísticos, así como sus equipos de filmación, escenarios temporales y demás recursos relacionados con la producción de la película _____, ingresen a LA PROPIEDAD con el fin de obtener imágenes fotográficas y grabaciones de audio y video, dentro o alrededor de la misma.

Como PROPIETARIO autorizo el uso de las imágenes que se deriven de la grabación que tendrá lugar en ella para los exclusivos efectos de emitir, publicar y promocionar en cualquier lugar del mundo la película. _____, mediante la divulgación a través de su reproducción, tanto en medios impresos, electrónicos, televisivos, radiofónicos y cinematográficos, a través de los medios existentes o por inventarse. La grabación podrá reproducirse enteramente o parcialmente en todo soporte e integrarse a cualquier otro material (fotografía, dibujo, ilustración, pintura, vídeo, animaciones, etc.) conocido y por conocer.

La remuneración por el acceso y grabación de la LOCACIÓN se fija en _____. Esta remuneración es definitiva por lo que entiendo que no recibiré ningún tipo de compensación extra, bonificación extra o pago extra de ninguna naturaleza. La vigencia de autorización será a perpetuidad, durante la existencia de la película _____, contados desde la fecha de la firma de este documento.

Reconozco además que no existe ninguna expectativa sobre el tipo de campaña publicitaria que pueda realizar. _____ o quien esta designe, ni su regularidad y, que renuncio a cualquier derecho patrimonial que se pueda generar por el uso de esta PROPIEDAD.

He leído el presente documento antes de firmarlo y garantizo que comprendo el contenido del mismo. Se firma el día _____ del mes de _____ del año _____.

Atentamente,

Propietario del inmueble - Nombre

Firma

C.C. _____

Cesión derechos para utilización de archivo fotográfico

Yo, _____ con cédula de ciudadanía No. _____ de _____ en mi condición propietario de los derechos sobre las fotografías que se relacionan a continuación: _____

autorizo a _____ o a quien éste designe, para que las incluya en el largometraje cinematográfico titulado _____, para efectos de reproducción, tanto en medios impresos, electrónicos, televisivos, radiofónicos y cinematográficos, así como su comunicación, emisión y divulgación pública, a través de los medios existentes o por inventarse; sin perjuicio del respeto al derecho moral de paternidad e integridad. Por virtud de este documento declaro que soy propietario integral de los derechos de autor de las fotografías y en consecuencia garantizo que puedo otorgar la presente autorización sin limitación alguna. En todo caso responderé por cualquier reclamo que en materia de derechos de autor se pueda presentar, exonerando de cualquier responsabilidad a _____ o a quien éste designe.

Manifiesto que esta autorización la otorgo con carácter gratuito (o que he recibido el dinero correspondiente —cuando hubiere lugar se especificará al final de este documento—), por lo que entiendo que no recibiré ni solicitaré ningún tipo de compensación extra, bonificación extra o pago extra de ninguna naturaleza. La vigencia de esta autorización será a perpetuidad, durante la existencia de la película _____, contados desde la fecha de la firma de este documento.

Reconozco además que no tengo ninguna expectativa sobre el tipo de campaña publicitaria que pueda realizar _____ o quien esta designe, ni su regularidad y, que renuncio a cualquier derecho patrimonial que se pueda generar por el uso de la grabación de las fotografías.

He leído el presente documento antes de firmarlo y garantizo que comprendo el contenido del mismo. Se firma el día _____ del mes de _____ del año _____.

Atentamente,

NOMBRE

FIRMA

C.C. _____

NOTA: REMUNERACIÓN: SI ___ NO ___ // VALOR: _____

» Cesión derechos para utilización de archivo fotográfico.

Página. 1 / 1

Cesión de derechos para utilización de archivo audiovisual (noticieros, películas, videos, imágenes electrónicas)

Yo, _____ con cédula de ciudadanía No. _____ de _____ en mi condición propietario de los derechos sobre las imágenes, según referencias y duraciones que se relacionan a continuación: _____

autorizo a _____ o a quien éste designe, para que las incluya en el largometraje cinematográfico titulado _____, para efectos de reproducción, tanto en medios impresos, electrónicos, televisivos, radiofónicos y cinematográficos, así como su comunicación, emisión y divulgación pública, a través de los medios existentes o por inventarse; sin perjuicio del respeto al derecho moral de paternidad e integridad. Por virtud de este documento declaro que soy propietario integral de los derechos de autor de las imágenes en movimiento y en consecuencia garantizo que puedo otorgar la presente autorización sin limitación alguna. En todo caso responderé por cualquier reclamo que en materia de derechos de autor se pueda presentar, exonerando de cualquier responsabilidad a _____ o a quien éste designe.

Manifiesto que esta autorización la otorgo con carácter gratuito (o que he recibido el dinero correspondiente –cuando hubiere lugar se especificará al final de este documento–), por lo que entiendo que no recibiré ni solicitaré ningún tipo de compensación extra, bonificación extra o pago extra de ninguna naturaleza. La vigencia de esta autorización será a perpetuidad, durante la existencia de la película _____, contados desde la fecha de la firma de este documento.

Reconozco además que no tengo ninguna expectativa sobre el tipo de campaña publicitaria que pueda realizar _____ o quien esta designe, ni su regularidad y, que renuncio a cualquier derecho patrimonial que se pueda generar por el uso de la grabación de las fotografías.

He leído el presente documento antes de firmarlo y garantizo que comprendo el contenido del mismo. Se firma el día _____ del mes de _____ del año _____.

Atentamente,

NOMBRE

FIRMA

C.C. _____

NOTA: REMUNERACIÓN: SI ___ NO ___ // VALOR: _____

Contrato de prestación de servicios profesionales y cesión de derechos de imagen actorales

Entre los suscritos, por una parte _____, mayor de edad, identificado con la cédula de ciudadanía No. _____, domiciliado en la _____ de _____, quien en adelante se denominará **EL PRODUCTOR**, y por la otra parte _____, identificada con la cédula de ciudadanía _____, domiciliado en el _____; actuando en nombre propio y quien para los efectos del presente documento se denominará **EL CONTRATISTA**, acuerdan celebrar el siguiente contrato de prestación de servicios profesionales con respecto al largometraje, temporal y tentativamente, titulado _____ en adelante **LA PELÍCULA**, el cual se registrará por las siguientes cláusulas:

CONSIDERANDO

Que en su carácter de intérprete o ejecutante de obras literarias (guion), cuenta con la capacidad, experiencia y cualidades necesarias para representar a favor de **LA PRODUCTORA** el personaje de _____ (en lo sucesivo **EL PERSONAJE**) para la realización de **LA PELÍCULA**.

PRIMERA: OBJETO. EL CONTRATISTA se obliga para con LA PRODUCTORA a prestar sus servicios como ACTOR DE LA PELÍCULA.

PARÁGRAFO 1: EL CONTRATISTA prestará sus servicios de manera exclusiva e independiente, por lo tanto no estará sometido a subordinación laboral o dependencia con LA PRODUCTORA. EL CONTRATISTA está obligado a realizar todos los trámites correspondientes al sistema de seguridad social colombiano bajo su propia cuenta y riesgo.

PARAGRAFO 2: La duración del rodaje será por un período inicial de _____ (___) semanas, las cuales se empezarán a contar desde el primer día de rodaje. Si por cuestiones técnicas o artísticas los servicios de EL CONTRATISTA son requeridos por un número adicional de días, EL PRODUCTOR dará aviso con el fin de coordinar con antelación.

SEGUNDA: OBLIGACIONES DE LA PRODUCTORA. LA PRODUCTORA se obliga a lo siguiente para con EL CONTRATISTA:

- Pagar el valor de este contrato, en los términos de la cláusula **CUARTA** (4) del mismo.
- Suministrar oportunamente a EL CONTRATISTA toda la información que requiera para desarrollar su trabajo.

- LA PRODUCTORA reconoce a EL CONTRATISTA como parte del Equipo Técnico y Artístico de LA PELÍCULA, y tendrá un crédito en LA PELÍCULA en todo tipo de material promocional, bajo la condición que EL CONTRATISTA haya desempeñado a cabalidad todos los servicios y obligaciones requeridos a ser brindados por EL CONTRATISTA bajo este acuerdo. Sin embargo y dependiendo del diseño de los mismos, las partes convienen que los créditos del CONTRATISTA que se expongan en LA PELÍCULA, en las fichas técnicas de LA PELÍCULA, y en toda clase de publicidad y propaganda, y en todo caso se fijarán después del título de LA PELÍCULA.

TERCERA: OBLIGACIONES DE EL CONTRATISTA. EL CONTRATISTA se obliga a prestar los servicios requeridos por LA PRODUCTORA de forma continua y de la siguiente manera:

- Sin que exista vínculo laboral alguno con LA PRODUCTORA, se obligará a poner al servicio de la misma todos sus conocimientos y obrar con la mayor diligencia en los asuntos que se le encomienden.
- Representando e interpretando a EL PERSONAJE y prestando todos los servicios que del mismo se requieran para la interpretación musical y el doblaje (looping, retakes, reshoots y escenas adicionales) de las secuencias que sean necesarias para LA PELÍCULA, previo aviso de LA PRODUCTORA con la debida antelación de dichos requerimientos.
- Desempeñando los servicios requeridos de la mejor manera dentro de sus habilidades, de la forma y en los sitios indicados por LA PRODUCTORA, así como según las instrucciones de la misma en relación a toda materia, incluyendo aquellos aspectos que requieran de buen gusto artístico y buen juicio.
- No divulgando el contenido ni las características de LA PELÍCULA. Se compromete a mantener la debida reserva ante los medios y ante cualquier persona y/o entidad que muestre interés en LA PELÍCULA, en los detalles de la misma y/o en el contenido del guión, exceptuando los casos en que cuente con una autorización expresa y por escrito de LA PRODUCTORA. Sin embargo, EL CONTRATISTA podrá emitir propaganda propia únicamente en lo concerniente a él mismo, en la cuál LA PELÍCULA sólo podrá ser mencionada incidentalmente y siempre que tales menciones o referencias respecto de la misma no sean presentadas en términos despectivos
- EL CONTRATISTA se compromete a tener la mejor disposición para apoyar la campaña de promoción de LA PELÍCULA en la etapa de su distribución comercial o cultural, en cuanto a presentaciones, publicidad, entrevistas, cesiones fotográficas, ruedas de prensa, estrenos y otras formas de colaboración que se consideren necesarias para la mejor distribución de LA PELÍCULA tanto en el territorio nacional como en el extranjero. En consecuencia EL CONTRATISTA atenderá y apoyará

dichas campañas de promoción previo aviso de LA PRODUCTORA del lugar donde sea requerido EL CONTRATISTA.

- EL CONTRATISTA exonera a LA PRODUCTORA de cualquier reclamo o demanda que surja en conexión con o procedente del uso de su retrato fotográfico y voz.

CUARTA: PAGOS Y APORTES. EL CONTRATISTA tendrá el derecho al pago por los servicios prestados a LA PELÍCULA por un valor de _____ (\$XXXXXXXX). La anterior remuneración incluye todas las obligaciones surgidas de este contrato y en razón del desempeño de las funciones descritas. Todas y cada una de las obligaciones por impuestos y deducciones legales vigentes, serán descontadas del monto aquí acordado.

PARÁGRAFO 1: El Contratista, reconoce por este medio que su colaboración especial para la creación de LA PELÍCULA, es remunerada en su totalidad por LA PRODUCTORA. Por lo que renuncia a cualquier derecho para reclamar cualquier compensación que no esté establecida en el presente contrato, independientemente del número de soportes materiales o ejemplares que se produzcan, de las ediciones o del destino que se le dé a LA PELÍCULA misma o de temporalidad en su exhibición.

PARÁGRAFO 2: De acuerdo a las disposiciones legales de leyes colombianas vigentes a la fecha, EL CONTRATISTA debería asumir los porcentajes que correspondan por Retención en la Fuente de ley, en caso de que corresponda.

QUINTA: DERECHOS PATRIMONIALES. Se entiende por este contrato que los derechos patrimoniales de autor corresponden en su totalidad a LA PRODUCTORA, quedando EL CONTRATISTA únicamente como titular de los DERECHOS MORALES de conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y 11 de la Decisión Andina 351 de 1993.

En razón de lo anterior, LA PRODUCTORA tendrá el derecho ilimitado de difundir y de cualquier otra forma exhibir, usar, reutilizar y explotar LA PELÍCULA, cualquier parte o elemento de la misma de cualquier manera, en cualquier y todo medio de difusión, para editarla, alterarla o revisarla. Igualmente, podrá difundir y de cualquier otra forma exhibir, usar, reutilizar y explotar cualquier material relacionado con LA PELÍCULA y de cualquier manera que LA PRODUCTORA considere necesaria, a su exclusiva discreción, y dentro de los parámetros que las leyes nacionales e internacionales le confieren.

En consecuencia, todos los resultados y ganancias provenientes de los servicios que serán prestados por EL CONTRATISTA, y los provenientes de cualquier otro material que sean de cualquier especie, contribuido o suministrado por el mismo en conexión con LA PELÍCULA serán de LA PRODUCTORA.

SEXTA: AUTORIZACIÓN DEL USO DE LA IMAGEN DEL CONTRATISTA. EL CONTRATISTA por medio del presente instrumento, autoriza a LA PRODUCTORA a fijar su interpretación en LA PELÍCULA, a usar, publicar, editar, reproducir, distribuir, vender o disponer bajo cualquier otra forma de transmisión de propiedad, su nombre, fotografías, retratos, imagen, voz, material biográfico en LA PELÍCULA y en relación a LA PELÍCULA misma, en la publicidad y propaganda de LA PELÍCULA, así como para dar a conocer LA PELÍCULA a través de la exhibición o difusión pública por cualquier medio o procedimiento e inclusive autorizar a terceros el uso de los mismos para dichos propósitos.

EL CONTRATISTA ha autorizado por medio del presente acuerdo irrevocablemente a LA PRODUCTORA y a cualquiera de sus sucesores, licenciatarios o cesionarios la inclusión, explotación, transmisión, distribución y reproducción de su imagen y voz en dicha obra en cualquier medio, ya sea este actualmente conocido o posteriormente desarrollado, a través del universo y a perpetuidad. En virtud de lo anterior LA PRODUCTORA tendrá el derecho ilimitado de ejercer las siguientes prerrogativas:

- a) Reproducir, publicar, editar o fijar material total o parcial de LA PELÍCULA, efectuada por cualquier medio impreso, fonográfico, gráfico, plástico audiovisual o cinematográfico, electrónico u otro similar, conocido actualmente o por conocerse.
- b) Comunicar públicamente LA PELÍCULA a través de la representación, recitación, ejecución, exhibición y acceso público por cualquier medio ahora conocido o por conocerse.
- c) Transmitir públicamente o radiodifundir y retransmitir LA PELÍCULA por medio de cable, fibra óptica, microondas, vía satélite o cualquier medio ahora conocido o por conocerse.
- d) Distribuir LA PELÍCULA en cualquiera de sus modalidades, o adaptarla, modificarla y/o traducirla a otros idiomas, paráfrasis.
- e) Arreglar y transformar LA PELÍCULA y utilizar total o parcialmente LA PELÍCULA en sí.
- f) Difundir y de cualquier otra forma exhibir, usar, reutilizar y explotar LA PELÍCULA o de cualquier parte o elemento de la misma de cualquier manera y en cualquier y todo medio de difusión, y editar, cortar, agregar, alterar o revisar LA PELÍCULA o cualquier elemento de ella y todos o cualquier material relacionado con la misma y de cualquier manera que LA PRODUCTORA considere necesario, a su exclusiva discreción, y dentro de los parámetros que la ley le confiere.
- g) Emitir o autorizar publicidad concerniente al mismo y/o de utilizar su nombre, voz, similitud o material biográfico, en conexión con la publicidad, distribución, exhibición, difusión y/o explotación de LA PELÍCULA.

SÉPTIMA: SOBRE LOS EVENTOS Y LOS PREMIOS. LA PRODUCTORA podrá a su discreción invitar al CONTRATISTA a la Premier de LA PELÍCULA, de existir en el territorio nacional o internacional, y a los Festivales de Cine en los cuales participe LA PELÍCULA, o siempre y cuando LA PRODUCTORA cuente con un patrocinio de dichos certámenes o del distribuidor de LA PELÍCULA que le permita asumir los gastos.

PARAGRAFO 1: LA PRODUCTORA tiene potestad para enviar LA PELÍCULA a concursos, muestras o festivales nacionales e internacionales. La participación en dichos concursos no se considerará explotación económica, aún en el evento de obtenerse algún premio. De obtenerse premios, le corresponderá el 100% del mismo a EL CONTRATISTA siempre y cuando el premio sea otorgarlo a la labor desempeñada en LA PELÍCULA como ACTOR del PERSONAJE que interpretó.

OCTAVA: VIGENCIA Este contrato tendrá vigencia por un dos años. No obstante lo anterior, el contrato podrá terminarse en cualquier momento por mutuo acuerdo, o por decisión unilateral de LA PRODUCTORA comunicando por escrito con dos (2) días hábiles de antelación a la fecha en que será efectiva dicha terminación.

PARÁGRAFO 1: La vigencia de la autorización del uso de la imagen del contratista será por el periodo de existencia de LA PELÍCULA.

NOVENA: DECLARACIONES Y GARANTÍAS. EL CONTRATISTA por medio del presente Acuerdo declara y garantiza lo siguiente:

- Que en su carácter de intérprete o ejecutante de obras literarias o artísticas, cuenta con la capacidad, experiencia y cualidades necesarias para representar a favor de LA PRODUCTORA EL PERSONAJE para la realización de LA PELÍCULA.
- Que EL CONTRATISTA tiene el derecho, poder y autoridad para comprometerse y desempeñar completamente este Acuerdo y de otorgar a LA PRODUCTORA todos los derechos, incluidos los que correspondan al material que se produzca con ocasión de este contrato, aquí otorgados a LA PRODUCTORA. EL CONTRATISTA no se encuentra sujeto a ninguna obligación, acuerdo de exclusividad o inhabilidad, la cual pudiese evitar el desempeño de todos los convenios y condiciones a ser mantenidos o desempeñados por parte del CONTRATISTA bajo este Acuerdo. EL CONTRATISTA no ha efectuado ni efectuará cesión, traspaso, compromiso ni permitirá ningún acto que pueda interferir o dificultar el desempeño cabal o completo de los servicios prestados por él bajo este Acuerdo.
- Que cualquier o todo el material escrito o de otra forma suministrado por EL CONTRATISTA bajo este Acuerdo, es o será original del CONTRATISTA, y no deberá haber sido explotado de ninguna forma o medio o ser del dominio público a través del mundo (siempre y cuando EL CONTRATISTA notifique a LA PRODUCTORA de

ello) y no deberá infringir o violar los derechos de privacidad de, o constituirse como difamación, injuria o competencia desleal en contra de, o infringir cualquier derecho otorgado por ley, derechos de autor o cualquier otro derecho de cualquier individuo o entidad.

- Que *no* existen gravámenes, reclamos u obligaciones que puedan entrar en conflicto o de cualquier otra forma afecten a cualquiera de las provisiones de este Acuerdo o de la promoción o explotación de LA PELÍCULA (y todos los derechos correspondientes) en cualquier medio, ya sea este conocido actualmente o posteriormente desarrollado, a través del universo y a perpetuidad. Las obligaciones a cargo del CONTRATISTA respecto de los derechos de autor y confidencialidad derivados del presente contrato, se mantendrán vigentes a pesar de la terminación o suspensión del mismo.
- Que reconoce y consiente que LA PRODUCTORA podrá realizar en cualquier momento, cualquier tipo de modificación a LA PELÍCULA, en el entendido de que todas y cada una de las modificaciones a LA PELÍCULA por LA PRODUCTORA, se realizarán a costa de LA PRODUCTORA y para el beneficio único de LA PELÍCULA.
- Que en caso de incumplimiento de cualquiera de las estipulaciones y garantías aquí mencionadas, EL CONTRATISTA será responsable ante cualquier tercero distinto de LA PRODUCTORA y éste o LA PRODUCTORA podrá iniciar las acciones legales a que hubiere lugar contra el Contratista.
- Que se debe comprometer a velar por su salud e integridad física para desempeñar el PERSONAJE de la PELÍCULA.

DÉCIMA: CONFIDENCIALIDAD. Bajo los efectos del presente acuerdo, EL CONTRATISTA se obliga a no divulgar a terceros parcial o totalmente el contenido de los datos o cualquier información durante la prestación de los servicios requeridos en el presente contrato, así como posteriormente a la finalización de la prestación de los mismos. La violación de este término será causal inmediata para dar por terminado el presente acuerdo, e iniciar acciones de indemnización civil y/o penal según el caso.

DÉCIMA PRIMERA: INCUMPLIMIENTO. Si el CONTRATISTA suspende o termina el Contrato por justa causa, LA PRODUCTORA no tendrá más obligación para con el Contratista aquí mencionado, que los honorarios causados y no pagados. El CONTRATISTA deberá cancelar una multa de 50% del valor de su salario puesto que los perjuicios de la no continuación de su participación como ACTOR en LA PELÍCULA ascienden a la suma del presupuesto total de la misma. Si por injusta causa se suspende o termina el Contrato, LA PRODUCTORA no procederá con ningún pago.

DÉCIMA SEGUNDA: CESIÓN DEL CONTRATO. EL CONTRATISTA no podrá ceder parcial ni totalmente la ejecución del presente contrato a un tercero salvo previa autorización expresa y escrita por LA PRODUCTORA. La cesión del contrato por parte de LA PRODUCTORA se regirá por el artículo 887 inciso primero del Código de Comercio. EL CONTRATISTA renuncia a cualquier derecho a recibir remuneración alguna como contraprestación por dicha cesión.

DÉCIMA TERCERA: EFECTOS DE LA TERMINACIÓN. Ni la suspensión, terminación o vencimiento de este contrato por cualquier razón afectará la titularidad de LA PRODUCTORA sobre los resultados y ganancias de los servicios prestados por EL CONTRATISTA, ni alterará o limitará ninguno de los derechos o prerrogativas de LA PRODUCTORA, las representaciones y garantías hechas, o pacto hecha por EL CONTRATISTA bajo este contrato.

DÉCIMA CUARTA: CLÁUSULA COMPROMISORIA. Las partes acuerdan que toda controversia, diferencia o reclamación relativa a la celebración, ejecución e interpretación del presente contrato, se resolverá por medio de la conciliación, de conformidad con el Reglamento de Arbitraje y Conciliación de Propiedad Intelectual de la Cámara de Comercio de _____. La conciliación tendrá lugar en Cali y el idioma que se utilizará será español. En caso de que las diferencias o reclamaciones relativas a este contrato que se sometan a conciliación no sean resueltas por este medio, las partes acuerdan que las resolverán por un Tribunal de Arbitramento, que se sujetará al Reglamento de Arbitraje y Conciliación en Propiedad Intelectual de la Cámara de Comercio de _____.

Las partes acuerdan que el tribunal arbitral estará integrado por un único árbitro designado por las referidas partes de común acuerdo y tendrá sede en _____. En el evento de no existir dicho acuerdo, en un término de diez (10) días hábiles contados a partir del requerimiento de cualquiera de las partes para hacer la designación, la Cámara de Comercio de _____ designará de su listado de árbitros expertos en propiedad intelectual, el referido árbitro. La aceptación del árbitro designado de común acuerdo, implica la sujeción a la tarifa de honorarios de la Cámara de Comercio de _____.

DÉCIMO QUINTA. MISCELÁNEOS. Este acuerdo contiene el entendimiento entero de las Partes en relación a la materia en cuestión y reemplaza cualquier entendimiento o acuerdo previo entre las mismas. EL CONTRATISTA reconoce que cualquier declaración de voluntad o acuerdo que no se encuentre expresamente contenido en este contrato no ha sido efectuada por LA PRODUCTORA o cualquiera de sus agentes, empleados o representantes. El presente contrato no podrá ser modificado o enmendado, excepto si dichas modificaciones se realizan por escrito. Las partes deberán cumplir sus obligaciones de buena fe.

Este es un contrato de prestación de servicios profesionales que se rige para todos los efectos por la ley Comercial y subsidiariamente por la ley Civil. Para los efectos legales, el domicilio contractual será la ciudad de _____ y las notificaciones serán recibidas por las partes en las direcciones mencionadas al comienzo de este contrato.

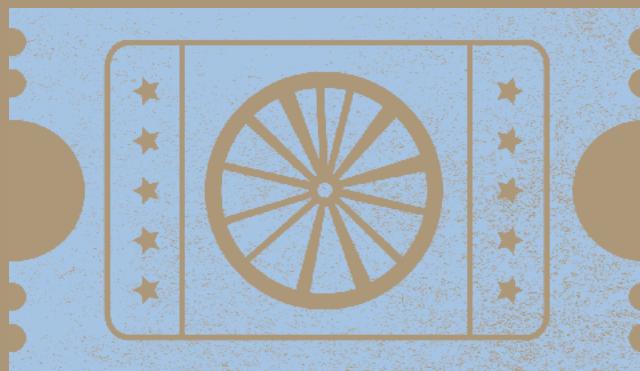
De conformidad con lo anterior, las partes suscriben el presente contrato el día _____, del mes de _____, del año _____, en la ciudad de _____, Colombia.

LA PRODUCTORA

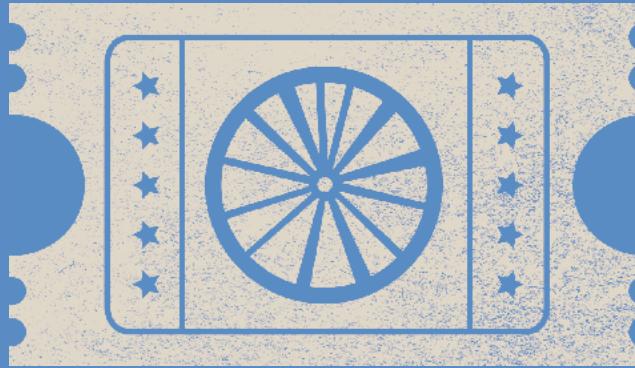
EL CONTRATISTA

CC:

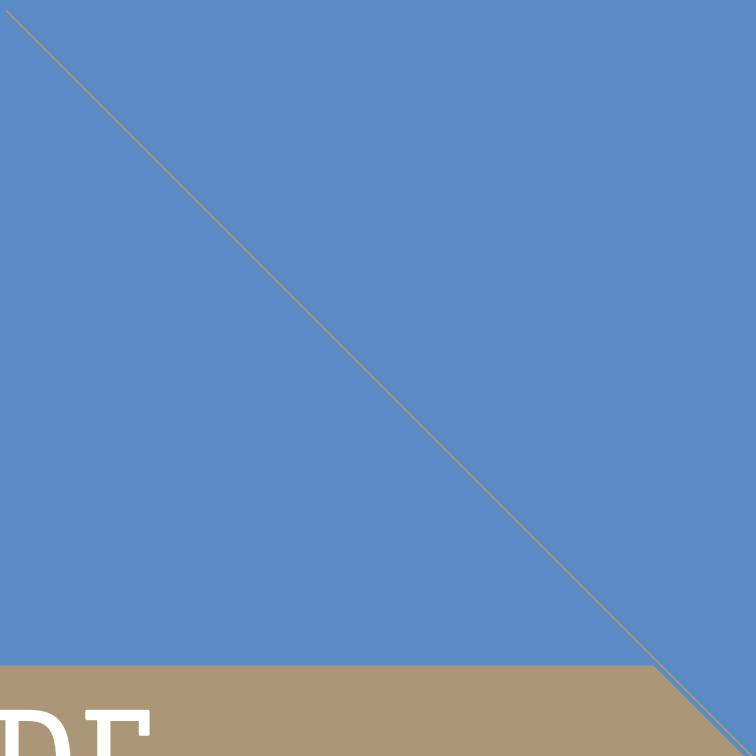
CC:



CIRCULACIÓN



«Los inventores de los aparatos de registro de imagen en movimiento, del cine como una tecnología, se plantearon desde su creación la necesidad de la circulación y de la difusión de las imágenes fílmicas».



RUTA DE

CIRCULACIÓN

Alexandra Chaverra



¿CÓMO EMPEZÓ A CIRCULAR EL CINE?

Los inventores de los aparatos de registro de imagen en movimiento¹, del cine como una tecnología, se plantearon desde su creación la necesidad de la circulación y de la difusión de las imágenes fílmicas. Dicha necesidad tuvo en principio una doble respuesta tecnológica,

1 La historia oficial del cine adjudica su invento y nacimiento al norteamericano Thomas Alva Edison y a los hermanos Louis y Auguste Lumière, en Francia. Si bien este no es el espacio para una reconstrucción de una historia del cine alternativa, nos interesa precisar que, conforme a aproximaciones más recientes, se reconoce la dificultad de adjudicar a un solo hombre dicho invento. En la invención del cine —de aparatos de registro, reproducción y proyección de imágenes en movimiento, la creación de la cinta de nitrato y otros elementos claves para su desarrollo— contribuyeron muchos inventores. Es así como vale la pena reconocer el papel que jugó el norteamericano George Eastman, con su invención del rollo de película (1884) y el aporte del británico Louis Le Prince quien, para finales de la década de 1880, creó un aparato con el que filmó imágenes del puente de la ciudad de Leeds en Inglaterra, con lo que para 1888 dichas vistas fueran disfrutadas públicamente, por medio de este aparato que permitía el visionado de un único espectador. Mark Cousins, *Historia del cine*. Barcelona: Blume, 2012, pp.17-34. En ese sentido, lo que más bien se le puede adjudicar a Edison y a los hermanos Lumière es el perfeccionamiento del cine como tecnología y su invención como una industria y forma de entretenimiento cosmopolita.

«[...] el cine tenía la capacidad de acercar masivamente a los transeúntes de ferias de finales del siglo XIX y principios del siglo XX».

por un lado, asociada a la posibilidad de reproducir lo filmado para ser visto por un ojo diferente al operador de cámara en un tiempo posterior a su filmación, y por otro, una solución que apuntaba a sacar las imágenes de dentro del aparato, de su caja, para ser proyectadas en el mundo exterior y en superficies que permitieran el deleite de más de un curioso del nuevo invento.

Las imágenes también circularon públicamente por fuera, no solo de su caja, sino de las ciudades y parajes en los que habían sido creadas, gracias a los medios de transporte y a las facilidades de movilidad que traía la modernidad. Trenes y barcos transoceánicos fueron los medios que permitieron el desplazamiento de las imágenes hacia tierras lejanas. El cine llegaba —junto con alimentos, tabaco y diversas materias primas— de la mano del operador-expedicionario de la cámara; por lo regular un aventurero en busca de fortuna, que tenía toda la confianza en las ganancias que esta nueva atracción podría traer. Estos nuevos negociantes de la imagen en movimiento sabían que gracias a su novedad y a sus bajos costos de acceso, el cine tenía la capacidad de acercar masivamente a los transeúntes de ferias de finales del siglo XIX y principios del siglo XX, brindándoles un universo nuevo, trayéndoles vistas de la modernidad y modernización que se vivían en Europa y los Estados Unidos e, incluso, la posibilidad de acercarse a escenarios naturales inéditos para ellos, a través de la representación que ofrecía esta nueva tecnología, forma de entretenimiento masiva e idea de negocio.

Este movimiento del cine, por fuera de sus cunas de nacimiento —por lo regular localizadas en Estados Unidos y Francia²— posibilitó que en Colombia³, casi al mismo tiempo que en las latitudes donde el invento se gestó y fue perfeccionándose, se apreciaran imágenes de ciudades, lugares, gentes y culturas distantes, que de otra manera no hubiesen podido ser conocidas ni apreciadas por una población mayoritariamente campesina y obrera, que solo gracias a este nuevo medio, compartía la misma forma de espectáculo junto a la reducida población burguesa de la época. La importancia de estas primeras

2 Nos permitiremos algunas anotaciones de contexto, con el ánimo de mostrar cómo para la circulación del cine fue fundamental la evolución de los aparatos fílmicos, desde aquellos que permitían una experiencia meramente singular, hasta aquellos que por su sistema de proyección, fuera del aparato de reproducción, posibilitaron la experiencia colectiva y simultánea de las imágenes en movimiento. El kinetoscopio (1891) fue el más reconocido entre los aparatos que permitían únicamente la visión individual. Atribuido al norteamericano Thomas Alva Edison, su funcionalidad solo estaba destinada a la visión de una persona a la vez, que miraba dentro de la caja en la que rodaban sin cesar las bandas de imágenes en movimiento. Del lado de los aparatos diseñados para el disfrute del cine por medio de la proyección en pantallas y superficies, el más famoso y de mayor difusión fue el cinematógrafo, presentado públicamente por los hermanos Louis y Auguste Lumière en París, en diciembre de 1895. En este punto vale la pena aclarar que, si bien los Lumière se ganaron todos los créditos con este nuevo aparato que permitía la proyección, de manera precedente, los hermanos Skladanowsky en Alemania —en noviembre de 1895, justo un mes antes que los Lumière— presentaron su *bioskop*, máquina que también permitía la proyección de las imágenes en movimiento. Edison, a la mayor brevedad, descubriría también el potencial de la proyección de las imágenes y superaría las limitaciones de su kinetoscopio para crear el vitascopio y entrar así en la competencia del negocio del cine como entretenimiento comunitario mediante la proyección de películas cortas. Richard Abel (ed.), *Encyclopedia of Early Cinema*. Nueva York: Routledge, 2005, p. 78.

3 Gracias a crónicas de la época sabemos que en 1897 entran a Colombia alternativamente el vitascopio de Edison y el cinematógrafo de los hermanos Lumière. Este último llega al país a través de Colón-Panamá, que en ese entonces todavía pertenecía a Colombia, con el operador de cámara de los Lumière, Gabriel Veyre. Con estas curiosidades ópticas llegaron al territorio nacional imágenes extranjeras. Vistas —entendidas como cortas secuencias de imágenes— de ciudades europeas, reconstrucciones de acontecimientos históricos, registros de eventos sociales y escenas de la vida cotidiana de otras latitudes. Para una periodización de la entrada del cine a Colombia, véase: Jorge Alberto Moreno G. y Rito Alberto Torres M. "Cronología de la llegada del cine a Colombia (1897-1899)". *Cronología del cine en Colombia*. Bogotá: Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano, 2009. En línea. Algunos fragmentos de registros de la época sobre la presencia del cinematógrafo en nuestro país entre 1897 y 1915, pueden verse en <http://www.patrimoniofilmico.org.co/index.php/videos/136-el-cinematografo-en-colombia>. Otras fuentes de consulta importantes son: Hernando Salcedo Silva, 1981; Jorge Nieto y Diego Rojas, 1992; Hernando Martínez Pardo, 1978 y ¡Acción! Cine en Colombia, 2007, entre otros.

«Este movimiento del cine, por fuera de sus cunas de nacimiento —por lo regular localizadas en Estados Unidos y Francia— posibilitó que en Colombia, casi al mismo tiempo que en las latitudes donde el invento se gestó y fue perfeccionándose, se apreciaran imágenes de ciudades, lugares, gentes y culturas distantes, que de otra manera no hubiesen podido ser conocidas ni apreciadas por una población mayoritariamente campesina y obrera».

funciones se reseñó de la siguiente manera, en los diarios de la época:

Hoy se verificará en nuestro teatro la primera exhibición de este precitado digno invento de Edison. Es un espectáculo digno de verse. Los cuadros que allí se exhiben tienen la animación de la vida, y el espectador asiste, desde su asiento, a interesantes escenas de la vida de otros pueblos como si verdaderamente fuera testigo presencial de ellos en el momento en que se verifican⁴.

La importancia del cine como nuevo medio de acceso democrático para la población colombiana de principios del siglo xx de todas las clases sociales, también fue reconocida por distinguidos intelectuales nacionales de la época, quienes destacaban las transformaciones y el impacto de este nuevo dispositivo tecnológico y cultural en la vida de los habitantes. Entre estas reflexiones destaca la del literato antioqueño, Tomás Carrasquilla, quien respecto al cine afirmaba:

¡Ya no podemos vivir sin la película! Con el maíz, el alumbre y el combustible, ella entra en nuestras diarias necesidades [...] ¡Hermoso destino el del arte manufacturado! Eso de estar al alcance de cualquier fortuna y de cualquier apreciación; eso de ser el arte para todos, es el verdadero socialismo. Es para desesperar a los filósofos el que la estética industrial haya resuelto, tan pronto y tan fácilmente, el peliagudo problema que rompe las cabezas de tanto sabio. ¡Bien por la belleza! ¡Bien por el comercio!⁵

El cine se caracterizó desde el principio, aprovechando su gran potencial, por su afán cosmopolita, al ser una práctica cultural que permitía el acceso a letrados y analfabetas, pues las imágenes impactaban y valían en ese momento más que “mil palabras” para muchos pobladores

que solo hasta la llegada del cine pudieron tener una forma de entretenimiento y de arte a la que podían acceder tanto económica como estéticamente. En los albores del cine, Colombia contó con una circulación descentralizada del repertorio cinematográfico disponible, lo que permitió que el nuevo medio circulara por pueblos y ciudades. Esta descentralización del cine en territorio nacional se verá afectada paulatinamente con el transcurrir del tiempo y se pasará de los años dorados de las salas de cine en pueblos y barrios del país, a la centralización y concentración de la exhibición comercial de películas bajo el modelo de las multisalas cinematográficas localizadas en centros comerciales, ubicados en las principales ciudades. Esta transformación de la circulación del cine de un modelo descentralizado —el de los comienzos del cine hasta mediados de los años ochenta del siglo xx— a un modelo centralizado y concentrado en las multisalas de centro comercial es una de las grandes dificultades que experimentará la circulación de contenidos audiovisuales y cinematográficos en el país, y el gran reto para la circulación de cine que va más allá de la exhibición comercial y se enfoca en la difusión y la circulación de las obras audiovisuales, desde la perspectiva de la formación de públicos.

La consolidación del espectáculo cinematográfico autónomo

Entre 1884 y 1929⁶, el cine en su periodo silente sufrió diversas transformaciones que posibilitaron que se convirtiera en un espectáculo autónomo. En sus comienzos, el arte cinematográfico tuvo que compartir escenario con otras formas de entretenimiento de finales del siglo xix y

⁴ Periódico *El Porvenir*, 22 de agosto de 1987, citado en *ibídem*, p.9.

⁵ Tomás Carrasquilla, “El buen cine”, en *La crítica de cine, una historia en textos. Artículos memorables en Colombia 1897-2000*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2011.

⁶ Para esta periodización de las mutaciones del cine de atracciones hasta el cine narrativo en su periodo silente, véanse Paulo Antonio Paranguá, *Tradicón y modernidad en el cine de América Latina*. México D. F.: Fondo de Cultura Económica, 2003, p. 37 y Paul Schroeder, “Latin American Silent Cinema Triangulation and the Politics of Criollo Aesthetics”, *Latin American Research Review*, 3 (43) (2008), p. 40.

»Foto 1. Orquesta de la Academia Nacional de Música (enero de 1907) publicada en la *Revista Bogotá Ilustrado*, n.º 3, Biblioteca Nacional de Colombia. Tomado de *Las travesías del cine y los espectáculos públicos*, Angie Rico, 2016, Cinemateca Distrital.



principios del siglo xx y era considerado un divertimento entre otros. Los curiosos que visitaban las ferias y asistían a programas de variedades apreciaban en un mismo repertorio números musicales, presentación de seres monstruosos, trucos de magia, y las películas cortas que se ofrecían. Este primer cine se conocía como un cine de "atracciones" (1894-1907) por su condición de novedad y atracción tecnológica, y su forma propia de exhibición era la itinerancia. No obstante, así como en un primer momento los dispositivos cinematográficos se fueron refinando, lo mismo fue sucediendo con las temáticas y las condiciones de exhibición de las imágenes en movimiento. De este modo, entre 1908 y 1919 se consolida la exhibición del cine en tanto forma de entretenimiento autónoma e independiente, se combinan los programas de exhibición itinerante con la construcción de locales propios para el espectáculo cinematográfico, y emerge una producción en la que se introducen elementos narrativos y pequeñas historias. Por último, para que el cine logre cautivar de manera autónoma un público fiel a sus formas y narraciones, en el período comprendido entre 1920 y 1929 —antes de la entrada del cine parlante— se da un desarrollo propiamente industrial y narrativo del cine y se crea lo que se reconocerá como el sistema de producción, la gramática cinematográfica y el desarrollo dramático de las historias. Esta transformación del cine de atracción tecnológica a forma narrativa independiente, también operó una transformación del público, que pasó de ser un curioso de feria anonadado por la innovación técnica, a un espectador que ya podía identificarse con los personajes y las historias que relataban las películas.

A partir de 1907, en Colombia empieza a gestarse un período de estabilización de la exhibición y circulación de las imágenes en movimiento⁷. De esta manera, la exhibición de cine se convierte en una actividad autónoma, fija y estable en el país. El programa cinematográfico empieza

a tener un repertorio más nutrido y variado y puede apreciarse en condiciones propicias tanto al aire libre como en las instalaciones de teatros y salones, u otros recintos cerrados propios para las sesiones cinematográficas. Con el mejoramiento tanto de los contenidos cinematográficos como de la infraestructura de exhibición se consolidó el cine como espectáculo.

Este progreso de la exhibición y el crecimiento de la diversidad de contenidos fílmicos convirtió la circulación del cine en un hito fundamental para la recepción de imágenes nacionales. La posibilidad de que los espectadores colombianos vieran las primeras tomas documentales de la Colombia de ese entonces fue un paso significativo para conocer ya no cómo se vivía en pueblos extranjeros, sino cómo era el país. Entre los títulos que se citan en los diarios y programas de las funciones de la época, por ejemplo, para el caso de la ciudad de Bogotá, advertimos que los espectadores podían gozar de imágenes propias de corte documental como la caída del río Bogotá y el registro de otras formas de entretenimiento comunes por ese entonces, como las corridas de toros. Estas películas documentales permitirían a su vez que los bogotanos vieran los rostros de sus coterráneos y se sintieran representados en pantalla ya no como observadores de una forma de vida moderna extranjera, sino como partícipes de una realidad local.

A partir de 1910 comienza a expandirse la exhibición de cine en Colombia como una actividad permanente y bastante rentable. Entre los colombianos era popular el cine como forma de entretenimiento por excelencia. Aunque la posesión del aparato cinematográfico y sus posibilidades de explotación estuvieron concentradas en una cierta burguesía local y extranjera, los costos del acceso al cine estaban previstos para que los más pobres y pudientes pudieran participar del maravilloso espectáculo según sus posibilidades adquisitivas. Así, tanto las élites burguesas como el sector campesino de provincia, los inmigrantes de las urbes y la naciente clase obrera, asistían

⁷ Hernando Martínez Pardo, *Historia del cine colombiano*. Bogotá: Librería y Editorial América Latina, 1978, p. 20.

a las funciones de las épicas europeas, comedias, filmes de detectives y melodramas.

Estas proyecciones periódicas de cine generaron expectativas tanto entre los cronistas de la época como entre el público, quienes reconocían en ellas una función instructiva y moralizante y una capacidad de congregar distintas clases. Jorge Nieto y Diego Rojas subrayan este fenómeno refiriéndose a una nota publicada en el diario *El Artista* del 15 de julio de 1912, en la cual se lee:

En el Parque de la Independencia y con numerosas y nuevas películas está el "Cinematógrafo Olympia" haciendo las delicias del público bogotano. Allí concurre todo lo más selecto de nuestra sociedad, así como también la clase obrera que gusta más de estos amenos e instructivos espectáculos que de las tabernas. El Cinema en el Parque es hoy una necesidad pública, a la cual el Gobierno debe atender prestándole comodidad y variedad⁸.

La actitud del público colombiano hacia la experiencia cinematográfica es de gozo, pero también de participación. Si bien el público se divierte y hasta se identifica con los derrotados y triunfantes de la pantalla, no ahorra manifestaciones de insatisfacción a la hora de juzgar la pertinencia del acompañamiento musical de las piezas que se le ofrecen:

También hay peleas por la música que la orquesta debe tocar para acompañar las películas mudas. Unos prefieren escuchar óperas italianas porque les combinan perfectamente con los dramas pasionales de la pantalla. Otros quieren oír música de compositores colombianos⁹.

⁸ Jorge Nieto y Diego Rojas. *Tiempos del Olympia*. Bogotá: Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano, 1992, p. 52.

⁹ Luis Alberto Álvarez, "Historia del cine colombiano", en *Nueva Historia de Colombia*. Tomo VI, editado por Álvaro Tirado Mejía. Bogotá: Planeta, 1989, p. 366.

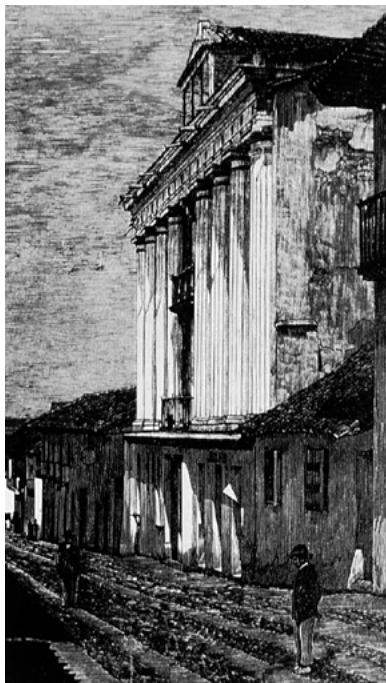
El cine forma la educación sentimental de los enamorados, introduce conceptos nuevos sobre estilos de vida y moda. La gente imita los gestos de sus divas y actores favoritos. Aprende a besar y a llorar como las desvalidas damiselas del cine silente italiano. Pero también, el cine retratará los principales hechos de la vida nacional, que adquirirán en la pantalla un carácter noticioso: manifestaciones políticas, eventos deportivos, coronaciones de reinas, ritos religiosos, festividades y acontecimientos sociales.

La familia italiana Di Doménico¹⁰ será la que tendrá la hegemonía de la exhibición permanente e itinerante en diversos rincones del país. Dicha hegemonía se fue construyendo a partir de la importación de filmes, de la proyección itinerante que permitía que el cine se viera en barrios y provincias y de la construcción de locales expresamente para el espectáculo cinematográfico. Eso fue dando lugar a la constitución de una industria cinematográfica, a los primeros pasos para dejar de ser meros comerciantes de materiales importados y empezar a generar toda una infraestructura nacional para el cine.

El auge de la exhibición permanente de los cines fijos posibilitará que en diversas ciudades y provincias —Cali, Medellín, Barranquilla, Cartagena, Bucaramanga, Carmen de Bolívar, Sincelejo, entre otros— se construyan teatros exclusivos para la actividad cinematográfica y que

¹⁰ Hernando Martínez Pardo brinda un interesante recorrido por la evolución de las distintas formas de exhibición del cine, desde su itinerancia hasta sus exhibiciones periódicas; presenta a los principales actores de la naciente industria de la exhibición y de la producción, así como de la distribución de películas en suelo nacional. Además, ofrece una radiografía de las conductas del público de la época, que reseña por medio de los notas que salían en los diarios de este entonces. Hernando Martínez Pardo, *Historia del cine colombiano*, ob. cit., pp. 17-30. Sobre la importancia de la incidencia de la familia Di Doménico en la industria de cine nacional puede consultarse también *Cuadernos de Cine Colombiano 7 Extranjeros en el cine colombiano I* (2005). Bogotá: Cinemateca Distrital. En línea.

»Foto 2. Antiguo Teatro Maldonado. Grabado anónimo publicado en la *Revista del Teatro Colón*, 6 (1) (julio de 1952), Biblioteca Luis Ángel Arango. Tomado de *Las travesías del cine y los espectáculos públicos*, Angie Rico, 2016, Cinemateca Distrital.



sus ingresos por taquilla sean rentables para sostener a la naciente industria. Para 1912, los Di Doménico inauguran en Bogotá el Salón Olympia, dotado especialmente para el espectáculo cinematográfico, con una capacidad para 3 000 espectadores. En Barranquilla, en 1913, el también italiano Floro Manco, rodará la primera película documental de largometraje.

Para 1914, la familia italiana decide oficializar su compañía bajo el nombre de Sociedad Industrial Cinematográfica Latinoamericana (SICLA). La familia llegó a crear un emporio tal de exhibición que, tal como relatan los investigadores Jorge Nieto y Diego Rojas, “programaban y administraban en total cerca de doscientos cines que constituían el grupo más poderoso de Colombia y se extendía a Venezuela y a otros países desde Guatemala hasta el Perú”¹¹.

La fundación de la compañía de los italianos habilita las posibilidades de pensar en una industria desde lo local, comenzando por el boyante negocio de la exhibición y continuando con la creación de salones, estudios y la infraestructura necesaria para la producción de obras de ficción locales de largometraje, en sintonía con las costumbres nacionales y el arte en boca.

Para 1920, a la hegemonía de los Di Doménico se suma la participación de la familia Acevedo¹² con la fundación de la Casa Cinematográfica de Colombia. Hasta mediados del siglo xx, el negocio del cine estuvo mayoritariamente en manos de ambas familias. La familia Di Doménico no solo poseía equipos técnicos, sino que construyó los primeros estudios de cine que constituían el escenario habitual para las producciones de la época. En poder de los Acevedo se encontraba la producción cinematográfica noticiosa e institucional cuyas temáticas recurrentes eran aspectos de la idiosincrasia nacional, cuadros de costumbres sociales y religiosas, hechos anecdóticos y vida política.

Después de este recorrido histórico sobre la consolidación de la circulación del cine en Colombia en su primera época, pasaremos ahora a definir algunos conceptos fundamentales para comprender la circulación audiovisual y cinematográfica.

¹¹ Jorge Nieto y Diego Rojas. *Tiempos del Olympia*, ob. cit., p. 13.

¹² La participación de la familia Acevedo en el desarrollo de una industria cinematográfica en Colombia se encuentra reseñada en el monográfico de *Cuadernos de Cine Colombiano 2* Acevedo e Hijos (2003). Bogotá: Cinemateca Distrital. En línea.

¿QUÉ ES LA CIRCULACIÓN?

La circulación puede entenderse como la puesta a disposición para un público de las obras audiovisuales y cinematográficas, así como la información y estrategias de comunicación y promoción que la complementan. La circulación puede hacerse en diversos formatos, espacios y medios de emisión, y para diversos tipos de público. Si bien estos aspectos son comunes a la circulación, también nos permiten diferenciar e identificar los distintos modos de circulación existentes y definir el que nos interesa generar o al cual queremos sumarnos.

La circulación de las obras audiovisuales y cinematográficas se distingue por sus objetivos, audiencias destinatarias (público general, especializado, infantil, familiar, mayor de edad, etc.), espacios de exhibición (salas de cine comerciales, cinematecas, centros culturales, bibliotecas, parques, entre otros), medios de difusión (espacios físicos, plataformas y canales en Internet, televisión), tipo de contenidos y géneros (largometrajes, cortometrajes, ficción, documental, comunitario), formas de programación (periódica, ciclos, festivales, muestras), alcance (exhibición pública o privada) y carácter (comercial o sin ánimo de lucro). Poner en circulación una obra puede ser una actividad simple o compleja. Lo más simple es proyectar una película en cualquier espacio —de acceso gratuito o pagando una entrada— sin añadir a dicha proyección estrategias de información, comunicación y discusión que promuevan la reflexión y el consumo crítico y en contexto de los contenidos. Si asumimos un camino más complejo —que es lo que realmente nos interesa resaltar en este módulo—, este implica pensarse el por qué, para qué y para quién de nuestra actividad de circulación de las obras y darle un valor añadido a la proyección de la película. Este valor añadido, por lo regular, se traduce en el uso de materiales informativos y pedagógicos complementarios, que contribuyen a enriquecer la comprensión y la puesta en discusión de los contenidos audiovisuales

que exhibimos. También, supone la generación de espacios de interacción e interlocución del público, con el fin de debatir y reflexionar de forma conjunta sobre las obras que se aprecian en pantalla. Esta estrategia de circulación audiovisual y cinematográfica, ligada directamente con la idea de la formación de públicos, supone una concepción del cine como producción cultural, que permite generar procesos de comunicación, entretenimiento y reflexión, que propugnan por la apropiación de los contenidos por medio de herramientas pedagógicas que nos dan un acercamiento más informado y reflexivo.

La circulación de los contenidos audiovisuales es una cuestión de interés para los diversos agentes de la cultura audiovisual. Preocupa a los productores y realizadores de las obras, quienes tienen el interés de que sus producciones sean vistas, ya sea con el ánimo de la recuperación del dinero invertido en su producción y movidos por la explotación comercial de la obra, o porque quieren llegar al público y exponer su trabajo, incluso sin ánimo de lucro. También es una preocupación de las instancias estatales y gubernamentales que legislan y apoyan el desarrollo del sector audiovisual de un país, dado que las producciones audiovisuales, desde lo nacional o lo barrial, parecen completarse únicamente a través de los ojos del público y los espectadores.

Todos los agentes del sector audiovisual están buscando al público, sin él las obras no completan su objetivo, ni su sentido. Sin la circulación de las obras no se puede asegurar tampoco su producción. Sea ésta financiada por el Estado o de manera independiente, si las películas no se ven, no se recauda dinero, o no tienen un público destinatario que manifieste interés. Pero la circulación no debe ser solo del interés de los agentes del sector cinematográfico, sino también de los espectadores, por lo cual la circulación debe mirarse como una relación de coparticipación tanto de los actores de la industria y de la cultura cinematográfica, como del público que la hace posible en tanto destinatario.

»Foto 3. Vista interna del Salón Olimpia de Bogotá, donde se observa la distribución horizontal de la sala Foto del la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano. Tomado de *Las travesías del cine y los espectáculos públicos*, Angie Rico, 2016, Cinemateca Distrital.



Después de esta introducción a la circulación, para efectos metodológicos distinguiremos tres dimensiones que consideramos claves para comprender la circulación y sus principales condiciones.

La circulación comprende al menos tres macrocomponentes: exhibición, distribución y la formación de públicos. A continuación expondremos en qué consisten la exhibición comercial y la distribución. Posteriormente, plantearemos otras preguntas y cuestiones claves que se deben tener en cuenta cuando nuestra preocupación, como creadores de contenidos y gestores-formadores culturales de públicos es la circulación de obras.

La exhibición cinematográfica¹³

Tradicionalmente, la exhibición cinematográfica se ha ligado a la exhibición con carácter comercial que se realiza en salas de cine. Los conceptos implicados en la exhibición cinematográfica, que parecen comprensibles por mero sentido común, deben entenderse no obstante en el marco de una legislación cinematográfica en Colombia, que establece los derechos, deberes, limitaciones, competencias y estímulos que tienen todos aquellos que son agentes de la industria del cine nacional. Es por ello que el gestor cultural, el creador, el productor de contenidos cinematográficos y el formador de públicos deben tener conocimiento de la ley para comprender la implicación de sus actividades y cómo son vistos en la cadena del cine en Colombia, especialmente si sus actividades pretenden desarrollarse con carácter comercial. La legislación cinematográfica colombiana, conocida como la Ley de cine o la Ley 814, en su Artículo N.º 3 establece las siguientes definiciones:

EXHIBIDOR. Quien tiene a su cargo la explotación¹⁴ de una sala de cine o sala de exhibición, como propietario, arrendatario, concesionario o bajo cualquier otra forma que le confiera tal derecho.

SALA DE CINE O SALA DE EXHIBICIÓN. Local abierto al público, dotado de una pantalla de proyección que, mediante el pago de un precio o cualquier otra modalidad de negociación, confiere el derecho de ingreso a la proyección de películas en cualquier soporte¹⁵.

En Colombia, la exhibición cinematográfica comercial está en poder de cinco empresas: Cine Colombia, Cinépolis, Cinemark, Royal Films y Procinal. Además de esta concentración en la explotación económica de la exhibición, tenemos un segundo tipo de concentración que tiene que ver con los contenidos que

«Tradicionalmente, la exhibición cinematográfica se ha ligado a la exhibición con carácter comercial que se realiza en salas de cine».

13 Para comprender más detalladamente la legislación cinematográfica colombiana en torno a la exhibición cinematográfica y las obligaciones de ley, véase Ministerio de Cultura, *La Ley de Cine para todos*, en mincultura.gov.co, área Cinematografía, módulo Publicaciones. Bogotá, 2004. En línea. Por cuestiones de espacio y de enfoque de este capítulo —centrado especialmente en la circulación y su relación con la formación de públicos— no nos detendremos en los detalles de lo que implica la exhibición como actividad comercial. No obstante, recomendamos profundizar en el tema, pues la exhibición comercial puede llegar a ser del interés tanto de los productores de las películas como de gestores culturales, quienes pueden encontrar en la actividad de la exhibición cinematográfica una forma de emprendimiento cultural. Lo mismo corresponde al caso de los gestores culturales y creadores audiovisuales quienes encuentren interés en distribuir comercialmente sus obras.

14 Aquí explotación se refiere a una actividad comercial. En este sentido estamos hablando entonces del cine como una industria y un negocio.

15 Ministerio de Cultura, *La Ley de Cine para todos*, ob. cit., p. 16. La cursiva es mía.

pueden verse en las salas de cine comerciales de manera mayoritaria. Encontramos que las pantallas comerciales están copadas por los estrenos de Hollywood¹⁶, sin proporcionar la suficiente variedad que permita a los espectadores apreciar otras cinematografías. La presencia de los productos más comerciales en las pantallas de cine se ha visto beneficiada, a su vez, por los cambios tecnológicos que ha sufrido la industria cinematográfica en los últimos catorce años, gracias a las tecnologías digitales y al advenimiento del 3D. La digitalización cinematográfica, es decir, el paso de la proyección del cine en celuloide y en 35 mm, a la proyección en digital mediante copias en DCP¹⁷, ya sea en 2D —que viene a reemplazar la visión

16 El producto cinematográfico de Hollywood representa más o menos el 50% de los estrenos anuales en el país. Con el advenimiento del 3D, las pantallas se han visto incluso más ocupadas por este tipo de producto, dado que una misma película de estreno, puede tener una copia digital en 2D y una copia en 3D, así como versiones subtítuladas o dobladas. Esto hace que el mismo producto ocupe un mayor porcentaje de pantallas al que hubiese ocupado en los tiempos en que la exhibición comercial se hacía en 35 mm.

17 En inglés *Digital Cinema Package*, puede traducirse como “paquete digital para cine”. Este formato, que ha venido a sustituir al formato análogo de 35 mm, está conformado por un grupo de archivos digitales cuyo fin es almacenar y transmitir audio, imagen y flujos de datos. Cada película es un DCP de aproximadamente 16 gigabytes de calidad o más, que se transporta por medio de discos duros externos, los cuales han venido a reemplazar al carrete de película. Conforme ha avanzado la tecnología, en lugar de discos duros, también se da la opción de que los archivos digitales sean cargados desde un servidor central a todos los proyectores digitales en los que se va a reproducir la película en las salas de cine. Para mayor información sobre la conversión tecnológica del cine al digital véase www.cinedigital.tv/. Sobre las especificaciones para el cine digital véanse los sitios oficiales www.dcmovies.com/ y www.dlp.com/. Por último, para comprender las implicaciones de la digitalización cinematográfica en el mundo y en Colombia pueden consultarse las memorias de las dos conferencias de digitalización cinematográfica realizadas por la Dirección de Cinematografía. Ministerio de Cultura de Colombia, *Digitalización cinematográfica 2011/2012. Avances e iniciativas en el sector cinematográfico nacional e internacional*, en mincultura.gov.co, área de Cinematografía, módulo Publicaciones. Bogotá, 2012. En línea.

en dos dimensiones del 35 mm— o en 3D —con los efectos de inmersión en la imagen y el sonido que introduce esta modalidad en el digital—, han privilegiado la supremacía de las producciones de los grandes estudios, que han visto en la digitalización y particularmente en el 3D un excelente negocio de taquilla y de ingresos por entradas.

Para nosotros como espectadores de cine no es ajena la existencia del mundo digital, pues la digitalización llegó primero a nuestras casas y al consumo doméstico por medio del DVD y después con el Blu Ray¹⁸. También conocimos los videoproyectores y los reproductores de discos que almacenaban las películas. En ese sentido, el cambio sustancial es que, con la hegemonía de las tecnologías digitales, los grandes negociantes del cine decidieron pasar del mercado doméstico (*home video*) —del contenido digital para ver en casa de manera individual— al mundo de la exhibición comercial, profesionalizando las modalidades de proyección, almacenamiento y transmisión del cine, para sustituir casi de manera definitiva la proyección análoga por la proyección digital. Dicha iniciativa de re-conversión se concibe además como un modelo de negocio que espera abaratar los costos que significa la cadena de la comercialización de películas desde su distribución hasta su exhibición¹⁹ y como un mecanismo de control de la piratería de obras cinematográficas, por el sistema

18 No nos extenderemos aquí en el tema de las múltiples extensiones de archivos digitales que empezamos a conocer en la ventana de Internet, con la llegada de sistemas de intercambio de archivos de video y descarga de películas.

19 Por el alcance temático de este capítulo no nos dedicaremos a analizar la digitalización cinematográfica en términos de creación y producción, tema que es sustantivo para comprender el abaratamiento en ciertas producciones cinematográficas, los altos costos en efectos especiales digitales de otras —particularmente en 3D— y, desde otra perspectiva, el acceso más democrático a la producción gracias a la diversidad de dispositivos digitales de grabación de bajo costo —cámaras, teléfonos móviles— que permiten la generación de contenidos —profesionales y no profesionales— a un mayor segmento de la población.

de encriptación y claves de acceso a las copias digitales actuales que se abren, es decir, se dejan proyectar, únicamente si la sala de cine a la que está destinada posee la llave única para acceder a la proyección de la película.

Para los exhibidores todavía la reconversión al digital implica costos muy altos, pues deben adquirir todo el equipamiento de proyección digital (proyectores digitales profesionales, sistemas de sonido, servidores) e incluso en el caso de requerirse, hacer las respectivas adecuaciones locativas en sus salas de cine. Además, deben pagar los derechos de exhibición de las películas bajo el nuevo modelo que impone la distribución digital del cine²⁰. Por otra parte, la tecnología es obsoleta y se actualiza constantemente, con lo cual, el equipamiento digital puede tener una vigencia de cinco años y a continuación resultar un nuevo modelo para este tipo de proyección, lo que implica o bien la actualización de los equipos existentes, o bien la adquisición de otros nuevos con el propósito de mejorar la calidad de proyección. Aunque la proyección digital es estable y posee unos parámetros mínimos, padece del síndrome de la tecnología cambiante y, mientras se estabiliza, es todavía muy costosa para aquellos que quieren integrarse al negocio de la exhibición comercial y a las innovaciones tecnológicas que esta traído consigo.

Por último, cabe nombrar un tercer tipo de concentración, la geográfica, que es la que más afecta al público, pues si en la anterior ya veíamos que la oferta era limitada y con productos dominantes, la situación se agrava aún más cuando geográficamente el acceso está restringido

20 El nuevo modelo de digitalización cinematográfica también inaugura una forma de negociación. Dicha forma se reconoce como el Virtual Print Fee (VPF) y consiste en una relación comercial en la cual los grandes estudios hacen un reconocimiento a la inversión realizada por el exhibidor en el equipamiento digital. Este es también un modelo de pago de derechos de las copias digitales —del contenido de los estudios como distribuidores de cine— que está supeditado a unas reglas de programación de las obras negociadas para los cines.

a unos cuantos lugares, dejando sin salas de cine a una gran parte de los municipios del territorio nacional.

Para el 2014, aproximadamente el 60% de la exhibición en Colombia se concentraba en siete ciudades capitales: Bogotá, Cali, Medellín, Cartagena, Barranquilla, Bucaramanga y Armenia. Siendo un país con 1.102 municipios, solo el 5,1% de ellos cuenta con al menos una sala de cine²¹. Este panorama de la exhibición comercial nos muestra una situación problemática sobre la circulación del cine en Colombia, dado que el restante 94,9% de los municipios no posee espacios de exhibición comercial ni tiene una oferta de contenidos que les permita acercarse al cine, por lo menos no en la dinámica de la exhibición pública.

En este sentido, en el caso de algunos municipios que no cuentan con la oferta del cine antes mencionada, es la exhibición alterna —no comercial, con propósitos educativos y culturales— y los procesos de circulación de contenidos con énfasis en formación de públicos, tales como cineclubes, festivales, programas de cine al parque, programación de cine en bibliotecas públicas, entre otros, los que han venido a suplir el vacío que deja la centralización de la exhibición cinematográfica comercial. Es por eso que aquí destacamos la importancia de dichos procesos con énfasis educativo y cultural, y consideramos que un análisis de la circulación desde la perspectiva de procesos formativos de público es un tipo de respuesta a una necesidad que no va a ser resuelta por la lógica del mercado del cine y su explotación comercial, las cuales están determinadas claramente por la hegemonía y la concentración.

21 Para una información más precisa sobre las cifras del mercado cinematográfico en Colombia y sobre la exhibición pueden consultarse los anuarios estadísticos (2011, 2012, 2013 y 2014) editados por la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia en mincultura.gov.co, área Cinematografía, módulo Publicaciones. Asimismo, los boletines de cine en cifras que prepara Proimágenes Colombia disponibles en www.proimágenescolombia.com.

La principal tarea para el gestor cultural y formador de públicos, así como para el productor de contenidos, es comprender el papel que desempeña la exhibición alterna y la circulación de contenidos con propósitos de formación de públicos, pues es este circuito el que ha cumplido un papel sustantivo en el tema de la descentralización y brinda una oferta en diversos municipios del país y, en el caso de Bogotá, en localidades en las cuales es difícil el acceso a la oferta comercial por cuestiones de poder adquisitivo o porque existe un interés por acercarse a otros contenidos más allá del producto hegemónico distribuido por Hollywood. El circuito alterno ha permitido, a su vez, que obras que no encuentran cabida en los sistemas de distribución tradicionales puedan contar con una pantalla para su difusión.

Más adelante nos detendremos en las características de la circulación y la formación de públicos, para comprender cuál es su dinámica y los factores que la diferencian de una actividad comercial que atravesada más por las

»Foto 4. Teatro Municipal de Barranquilla. Fotografía publicada en el libro de José Nieto, *Barranquilla en Blanco y negro* (Barranquilla, Artes Gráficas Industriales, 2005). Tomado de *Las travesías del cine y los espectáculos públicos*, Angie Rico, 2016, Cinemateca Distrital.



leyes del mercado, que por un propósito de hacer cumplir los derechos de acceso que tienen los ciudadanos a los bienes culturales, entre ellos el cine.

La distribución²²

Partamos de un análisis simple. Un director y un productor de cine se juntan y hacen una película. Una vez está terminada, la película debe encontrar una vía para llegar a los espectadores, con el fin de recuperar, por lo regular, la inversión que se hizo en la producción. Lo que se necesita entonces es iniciar la comercialización de la obra que está en manos del productor, quien, por la lógica del mercado cinematográfico y la dinámica que lo rige en materia de derechos de autor, posee los derechos patrimoniales²³ o de explotación comercial de la película. El productor puede asumir directamente la función de negociar los derechos de exhibición de la obra con distintos agentes que estén interesados en exhibirla públicamente o emitirla en un medio, o puede tomar la decisión de negociar sus derechos patrimoniales sobre la obra con un distribuidor, quien dentro de la cadena de agentes de la industria del cine, se encargará de conformar un catálogo de obras para su comercialización en distintos canales de difusión. De manera más técnica, en la legislación nacional se define el rol que desempeña el distribuidor de la siguiente manera: "*Distribuidor*. Quien se dedica a la comercialización de derechos de exhibición de obras cinematográficas en cualquier medio o soporte"²⁴.

²² Para más información sobre las empresas de distribución en territorio nacional y algunas herramientas véase Ministerio de Cultura, *Manual de gestión de salas alternas de cine*, en mincultura.gov.co, área Cinematografía, módulo Publicaciones. Bogotá, 2004, pp. 23-33. En línea.

²³ Para una comprensión de los derechos de autor en el caso de la obra audiovisual, remitimos al módulo que se ocupa de dicha temática dentro de esta publicación.

²⁴ Ministerio de Cultura, *La Ley de Cine para todos*, ob. cit., p. 16. La cursiva es mía.

Esto es, es la persona que pone a circular comercialmente la película y cobra legalmente por sus derechos, con el fin de que pueda ser vista en diversas ventanas que abarcan desde la exhibición comercial en salas de cine hasta su emisión en portales de cine de Internet.

El “cuello de botella” de la distribución

En el apartado sobre la exhibición distinguimos tres tipos de concentración: de empresas, de contenidos y geográfica. De manera similar esto se extiende a la distribución que, en el caso de Colombia —y también en el ámbito internacional—, está acotada en sus contenidos por el predominio de Hollywood, el cual le resta posibilidades de distribución a otros contenidos de geografías y tendencias estéticas distintas a la estadounidense, y que afecta también la distribución de la producción nacional. Esto suele definirse como un “cuello de botella”, es decir, que de una gran cantidad de películas que se producen en el mundo, solo un pequeño porcentaje se distribuye y exhibe en las salas de cine, dado que, como ya mencionábamos, las pantallas están dominadas por el producto de los grandes estudios. Y a esto se suma que, por ejemplo en el caso de Colombia, empresas que hacen las veces de exhibidoras —como Cine Colombia— también distribuyen las producciones estadounidenses, lo cual intensifica aún más el asunto de la concentración.

En el caso del cine nacional, aunque nuestra producción de películas no es muy copiosa, notamos que no todas las películas encuentran un distribuidor interesado, pues ven pocas posibilidades de explotación comercial de las películas colombianas y de buenos ingresos por taquilla en las salas comerciales. Además, el porcentaje de estrenos es significativamente menor frente al total de estrenos en salas comerciales; solo un 50% de los estrenos —aproximadamente o incluso más— corresponde a cine de origen

estadounidense y el porcentaje restante se distribuye entre películas de otras nacionalidades, coproducciones estadounidenses y el cine nacional; este último tuvo una participación del 7,4%²⁵ sobre la totalidad de películas estrenadas, en el 2014. Adicionalmente, las películas colombianas que llegan a salas comerciales suelen tener muy poco tiempo de exhibición —por lo regular no más de una semana²⁶— y son sacadas del circuito comercial, pues su comportamiento en taquilla es significativamente más bajo que el de las producciones de estudios como la Paramount o Disney, por mencionar dos casos.

Si a todo esto le sumamos que la exhibición comercial está concentrada en un mínimo porcentaje de municipios del país, como expusimos antes, eso implica que las obras nacionales no se ven en todos los municipios, a veces ni siquiera en una ciudad entera y en todas sus localidades, sino que únicamente llegan a la exhibición comercial y a las salas que los exhibidores han dispuesto. El producto colombiano no llega casi a ningún colombiano, las películas no logran distribuirse de manera equitativa en el territorio nacional, y a eso debe añadirse que entre los hábitos de consumo cinematográficos, los colombianos por lo general tienen prejuicios frente al contenido nacional y prefieren, si de pagar una entrada a cine se trata, comprar un boleto para una película de Hollywood, cuyo esquema narrativo es aceptado como el esquema predominante. En el documento de política cinematográfica del Ministerio de Cultura se destaca esta dificultad:

²⁵ Para información más precisa sobre las cifras de estrenos nacionales, véase Ministerio de Cultura de Colombia, *Anuario estadístico del cine colombiano 2014*, en mincultura.gov.co, área Cinematografía, módulo Publicaciones. Bogotá, 2015. En línea.

²⁶ A excepción de unos pocos éxitos comerciales, como las películas de fin de año y temporada vacacional de Dago García Producciones que, habitualmente, concentran el 50% del total de la asistencia a cine colombiano cuando son estrenadas.

«[...] el concepto de estreno comercial cinematográfico para las películas de largometraje —mayoritariamente de ficción, pero también para algunos documentales cuyo potencial les permite estrenarse en salas— se ha entendido tradicionalmente ligado a la exhibición de la película en una sala de cine».

27 Ministerio de Cultura de Colombia, "Política cinematográfica", en *Compendio de políticas culturales*. Bogotá, 2010. En línea.

28 Para conocer en profundidad cómo funciona el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, así como sus convocatorias públicas véase www.proimagenescolombia.com; así como *La Ley de Cine para todos*.

Desde el punto de vista industrial, la dificultad de distribución del cine colombiano coincide con la dificultad de todos los países de la región para distribuir sus cines nacionales, tanto en los mercados internos como en los globales. Los factores que explican esta dificultad están ligados, entre otros, con la presencia de grandes empresas distribuidoras representando la industria de Hollywood y su capacidad de negociación con los exhibidores. Existen además, conformados a través de muchos años, hábitos de consumo y factores culturales y, peculiarmente, idiomáticos, que se ajustan con las expectativas de la audiencia respecto a la obra audiovisual²⁷.

Para cerrar este apartado dedicado a la distribución de cine y a sus relaciones con la exhibición, dedicaremos una última parte a las ventanas de distribución y difusión de obras audiovisuales, para pasar al último apartado de este módulo, en el cual nos detendremos en la circulación alterna de obras y en los procesos de formación de públicos.

Las ventanas de distribución y difusión de las obras

Hasta ahora nos hemos enfocado en la exhibición en salas de cine como primer canal al que apuntan, ya sea el distribuidor o el productor de películas, a la hora de esperar una recuperación en la taquilla de la inversión realizada en la obra. De hecho, el concepto de estreno comercial cinematográfico para las películas de largometraje —mayoritariamente de ficción, pero también para algunos documentales cuyo potencial les permite estrenarse en salas— se ha entendido tradicionalmente ligado a la exhibición de la película en una sala de cine, bajo la denominación de exhibición *theatrical* (en teatros). En el caso de Colombia y su sistema de apoyos públicos para el desarrollo de la industria cinematográfica, la exhibición en salas de cine comerciales es sustantiva, puesto que es de la taquilla de donde provienen los recursos del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, los cuales son entregados mediante estímulos por concurso y estímulos automáticos, lo que permite el desarrollo de la cinematografía nacional de cortometraje, largometraje, ficción, documental, y animación, desde su etapa de escritura hasta su promoción en escenarios de exhibición internacional²⁸. Este fondo de alimenta por medio del recaudo de la cuota para el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico que debe ser pagada tanto por el distribuidor como por el exhibidor, así como por el productor de largometrajes colombianos. Los distribuidores y exhibidores deben pagar el 8,5% de los ingresos que se obtengan por taquilla en salas de cine comerciales para el caso de largometrajes no colombianos. Un estímulo para incentivar tanto la distribución como la exhibición de películas

nacionales consiste en que distribuidores y exhibidores de producciones colombianas queden exentos de dicha cuota. En el caso de los productores de largometrajes colombianos solo deben pagar el 5% sobre el total de los ingresos netos obtenidos por entradas en salas de cine comerciales²⁹.

No obstante, además de las salas de cine y de la importancia que tiene el estreno en salas comerciales para la industria cinematográfica en el país, existen otras ventanas y pantallas de exhibición y emisión de las películas, así como otros soportes de tipo digital —de los cuales ya mencionamos el DVD y el Blu Ray— que permiten que el productor de las películas, ya sea de manera directa o través del distribuidor, pueda ir recuperando por otras vías de circulación los costos de realización y promoción de la obra, y pueda asegurar su difusión en otros escenarios, latitudes y públicos. Sin estas otras ventanas de distribución diferentes a la *theatrical* los espectadores no podrían acceder al contenido. Esas ventanas son el curso de la comercialización de la obra y están supeditadas a las dinámicas del derecho de autor y los derechos patrimoniales —para cada ventana se negocia un tipo de derecho diferente³⁰—, a los tiempos y a los territorios en los cuales la obra será exhibida o emitida. Enumeraremos aquí las

.....
29 Información más detallada sobre el procedimiento del recaudo de la cuota que deben pagar exhibidores, distribuidores y productores de largometrajes colombianos al Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, véase *La Ley de Cine para todos*.

30 Los derechos patrimoniales de una obra cinematográfica se negocian de manera diferente según el tipo de ventana, dado que no es lo mismo tener los derechos de distribución para una sala de cine que para una plataforma de Internet o para la venta de un DVD o un Blu Ray. Asimismo, el distribuidor que solo compra un tipo de derecho para una ventana de exhibición o emisión determinada está impedido para explotar dicho derecho en otra. Por ejemplo, si el distribuidor x decidió comprarse los derechos para distribuir mi largometraje únicamente en salas de cine, como productor quedo con los derechos para negociar con otros distribuidores otras ventanas o, incluso, para hacerlo directamente en ciertos territorios y por determinado número de meses o años.

ventanas más conocidas para la explotación comercial en el orden que tradicionalmente se les ha concedido, sin detenernos en los tiempos de ventana a ventana, dado que los mismos dependen, por un lado, del tipo de contenidos y, por otro lado, se han visto claramente afectados por la inmediatez en el acceso que demandan las tecnologías digitales. Asimismo, excluiríamos de este apartado otro tipo de ventanas de circulación como lo son las muestras y los festivales, la programación en entidades de carácter educativo y cultural, las cinematecas y las salas alternas, por considerarlas más afines a la circulación con propósitos de formación de públicos —tema que abordaremos más adelante— que con la distribución comercial.

Para efectos de este apartado, las ventanas tradicionalmente reconocidas son:

- **EXHIBICIÓN EN SALAS (*Theatrical*)**. Tal y como se dijo antes, esta es la ventana comercial por excelencia para el estreno de las obras de largometraje. Es la ventana ligada a la exhibición pública con ánimo de lucro.
- **DVD, BLU RAY, VOD (*Home Video*)**. Se basa en el alquiler o compra de DVD, Blue Ray, descargas y visionados legales en plataformas audiovisuales en Internet. Esta ventana suele ser para el uso individual y el consumo de un usuario. En Colombia, muchas obras cinematográficas se comercializan en DVD, convirtiéndose en el medio por el que muchos colombianos logran acceder a la producción nacional a bajos costos y en territorios en los que las películas no fueron estrenadas.
- **TELEVISIÓN POR SUSCRIPCIÓN**. Se refiere a la ventana de televisión paga en las modalidades de pague por ver (PPV), canales *premium* o básicos, por medio de operadores de cable o satelitales. Quien compra este derecho solo está autorizado a emitir las películas por los canales convenidos, así como por un tiempo y territorios determinados. Con la aparición de canales temáticos —cine latino, cine iberoamericano— las

producciones colombianas han encontrado un lugar en este tipo de medios.

- **TELEVISIÓN ABIERTA.** En esta ventana, el derecho de la obra se vende para la emisión en canales de televisión a los que el usuario puede acceder sin tener que pagar. En el caso de Colombia, están los canales nacionales privados, los canales regionales, así como los canales nacionales públicos, entre los cuales se encuentran actualmente Señal Colombia y Señal Institucional. Las obras de largometraje nacional de ficción, cuando tienen una participación en canales de televisión privada, como RCN o Caracol, son emitidas en sus parrillas. Además, existe además por ley una cuota de cine nacional que debe ser cumplida por los canales, con el fin de fortalecer su circulación. En el caso de Señal Colombia, dicho canal se ha convertido en una ventana de circulación fundamental, no solo del largometraje nacional, sino también del documental y de obras de cortometraje que no encuentran espacio en la exhibición comercial. Asimismo, dicho canal, en calidad de coproductor o de productor asociado, ha participado especialmente en la producción de documentales que son emitidos en su programación.
- **VIDEO BAJO DEMANDA (VOD) TRANSACCIONAL Y SUSCRIPCIÓN VIDEO BAJO DEMANDA (SVOD).** Por lo regular, funciona por medio de una suscripción —anual o mensual— de los usuarios a sitios de Internet que disponen de un catálogo de películas para el visionado individual. Colombia cuenta entre estas plataformas con la multinacional Netflix, y con la colombiana Indyon.tv cuyo énfasis es el cine independiente latinoamericano online y la difusión del cine colombiano en todos los géneros y formatos.

Así como las tecnologías digitales han transformado la maquinaria de exhibición en las salas de cine, también han incidido en las demás ventanas de distribución y promoción de las obras audiovisuales que tradicionalmente

estaban previstas, según un orden cronológico, con el fin de agotar el ciclo de explotación comercial de la obra. En esta transformación la ventana que emerge con mayor fuerza es la de Internet, ya sea mediante el video bajo demanda (vod) en diversas plataformas o por la suscripción a sitios de Internet especializados en cine. Esto ha suscitado recientemente fuertes discusiones entre los gremios de exhibidores vod, los exhibidores de salas comerciales y los productores de películas, pues los primeros y los últimos solicitan una mayor flexibilidad a la hora de considerar los tiempos que deben agotarse en cada ventana; mientras los exhibidores de sala, de corte más tradicional, quieren seguir conservando el reinado de la sala de cine como sala de estreno de películas y reservarse un cierto tiempo antes de que las producciones pasen por la ventana de Internet. La discusión se torna aún más candente cuando se analiza el tema del perfil de los contenidos, pues si bien las superproducciones siguen recaudando millonarias sumas en las salas de cine, otro tipo de películas con un corte más independiente y autoral, encuentran en Internet una mejor recepción³¹. Uno de los gigantes del vod de esta discusión es Netflix, plataforma de Internet por suscripción que ha logrado tener el estreno en simultánea de obras recientes con un excelente éxito de audiencia, sin mencionar a los suscriptores asiduos de los contenidos creados por el sitio para consumo únicamente en su plataforma.

Las tecnologías digitales y especialmente el Internet abren entonces todo un universo de posibilidades para reestructurar las ventanas de distribución y difusión de los contenidos, obligando además a entender que los hábitos

31 Solo por mencionar un caso, en Colombia se hizo el estreno en simultánea de la película **La sirga** (William Vega, 2012), tanto en salas de cine como en Internet, donde tuvo una excelente recepción con un buen número de usuarios. Esto muestra que los productores que son conscientes de que sus películas no están diseñadas para alcanzar un público mayoritario como el de las grandes producciones de Hollywood, quieren apostarle a canales como Internet, donde encuentran un nicho de espectadores interesados tanto a nivel nacional como internacional.

de consumo de las audiencias han cambiado y que con la proliferación de diversas pantallas y medios de acceso a través de la red, es importante girar la mirada hacia las condiciones más democráticas que están generando dichas tecnologías, tanto en la producción como en los canales de acceso y difusión de contenidos audiovisuales, por fuera de la lógica hegemónica de la industria cinematográfica tradicional. Además, cabe resaltar que, gracias a las tecnologías digitales, géneros como el documental y la animación, así como las obras de cortometraje, han hallado oportunidades nuevas para su circulación, la cual era limitada o casi inexistente en las ventanas tradicionales de distribución que ya mencionamos.

Gracias a estas nuevas posibilidades de las tecnologías digitales, a los nuevos hábitos de consumo, al acceso —incluso gratuito— para crear canales en la web para la difusión de los propios contenidos y a la vinculación de plataformas existentes interesadas en la circulación de los mismos, nos encontramos actualmente con nuevas perspectivas para la circulación de contenidos, especialmente si nuestro objetivo fundamental no es la mera explotación comercial, sino el acceso a las obras y la reflexión sobre ellas, y contribuir a la formación de una audiencia audiovisual, esto es, “la cualificación de los espectadores, en el desarrollo de su sentido crítico, en el modelo de sus gustos, en la concienciación de sus derechos como consumidores de productos audiovisuales y en la calidad de la información que reciben de las pantallas”³².

LA CIRCULACIÓN Y LA FORMACIÓN DE PÚBLICOS

La formación de públicos en Colombia ha estado de la mano de colectivos que desde universidades, barrios, bibliotecas y veredas se han dado a la tarea de llevar el cine a las comunidades que no han tenido acceso a las imágenes en movimiento o de servir de mediadores para entender de manera crítica y compleja las películas³³.

Esta cita nos introduce una diferencia fundamental con relación a las ideas que expusimos cuando nos detuvimos en la exhibición y la distribución con propósitos de lucro, a saber, la descentralización. Lo primero que notamos es que la formación de públicos está asociada a la descentralización, por cuanto su papel ha sido y es llevar el cine a los sitios donde por lo regular no se cuenta con espacios ni medios de acceso a la cultura cinematográfica. Otro nuevo

»Foto 5. Teatro Municipal de Bogotá, Foto de la Fundación Patrimonio Filmico. Tomado de *Las travesías del cine y los espectáculos públicos*, Angie Rico, 2016, Cinemateca Distrital.



32 Ministerio de Cultura de Colombia, *Manual de gestión de salas alternas de cine*, en mincultura.gov.co, área Cinematografía, módulo Publicaciones. Bogotá, 2004, p. 19. En línea.

33 Ministerio de Cultura de Colombia, *Cartilla de conceptos audiovisuales*, en mincultura.gov.co, área Cinematografía, módulo Publicaciones. Bogotá, 2009, p. 5. En línea.

concepto que aparece con la circulación con propósitos de formación de públicos es la diversidad. Diversos son los lugares: colegios, universidades, veredas, barrios, pueblos, bibliotecas, salas, así como diversos son los contenidos audiovisuales (cine de autor, independiente, video comunitario, obras activistas) que pueden circular por estos espacios, y sus públicos. Con esta nueva perspectiva y posibilidades, tanto el productor de contenidos audiovisuales como el gestor cultural deben responder si les interesa participar en esta dinámica de descentralización, expansión y diversidad en la circulación de contenidos y sumarse a la formación de públicos y a sus múltiples estrategias y canales existentes o por generar.

En la sección anterior, destacábamos la incidencia de las tecnologías digitales en la distribución y en la exhibición, y en algunos de los cambios que se han generado por la digitalización del cine. También señalábamos que, si bien estas tecnologías ya habían llegado al campo profesional de la exhibición cinematográfica, los usuarios teníamos conocimiento previo de sus usos y posibilidades desde lo doméstico. Cabe agregar aquí, que el gestor cultural que ha llevado a cabo procesos de circulación y formación de públicos, por las posibilidades de acceso al material y por cuestiones de costos, ha tenido un acercamiento a estas tecnologías en la programación y exhibición con carácter cultural mucho antes que las salas comerciales. Las programaciones de cineclubes, centros culturales y educativos, proyecciones al aire libre en parques, exhibiciones en salones comunales se han realizado generalmente usando medios digitales. Pocos gestores culturales que han desarrollado procesos de formación de públicos y que han programado cine han tenido la oportunidad en los últimos veinte años de acceder a copias en cine, a no ser que el lugar en el que programaban fuese una sala alterna o contase ya con una infraestructura de exhibición en sentido tradicional, como es el caso de algunos teatros de universidades. La proyección se hacía con un videoproector, un reproductor de DVD o computador y una copia

de las obras en DVD³⁴ o, incluso, desde archivos digitales almacenados en el disco duro del computador. De esta manera, es un hecho innegable que para la circulación alterna, las tecnologías digitales han sido claves para el acceso a contenidos³⁵, tanto por sus costos como por las facilidades que brindan en infraestructura de exhibición.

No entraremos aquí en la discusión sobre los soportes y formatos digitales domésticos de medios audiovisuales y la piratería, dado que esta última cuestión es muy compleja y exige una explicación justa e informada para su comprensión como fenómeno social y cultural, lo que demandaría no menos de un capítulo. Pero sí nos interesa señalar que varios programas legales de distribución y exhibición de contenidos que se han desarrollado, incluso desde la política pública y las administraciones locales, se han valido de las facilidades y la versatilidad de los soportes digitales para promover acciones de exhibición

34 En la sección sobre las ventanas de distribución mencionamos el DVD y estaba clasificado en la categoría de *Home Video*, es decir, de los soportes cuyos derechos estaban reservados al uso privado e individual y no a la exhibición pública. No obstante, por la dificultades de exhibición y distribución de contenidos alternos (cine de autor, independiente, latinoamericano, europeo, entre otros), algunos distribuidores de estos contenidos alternos decidieron negociar los derechos de obras de este perfil en soportes digitales, como el DVD y el Blu Ray, para exhibición pública sin ánimo de lucro y con fines de formación de públicos, y permitir que los agentes de la exhibición alterna pudieran acceder a estas obras, pues son dichos agentes (salas alternas, universidades, cineclubes, festivales, entre otros) los que en últimas constituyen el único canal de salida de cierto cine que no llega a las pantallas comerciales y que sin su programación quedaría sin moverse en la distribución.

35 Recomendamos especialmente la publicación dedicada al tema de las nuevas tecnologías audiovisuales y su incidencia en América Latina, tanto en el ámbito de la exhibición y distribución comercial, como en los procesos de exhibición alternativa, con interesantes estudios de caso. Observatorio del Cine y el Audiovisual Latinoamericano, *Cuadernos de estudios 2* Cine latinoamericano y nuevas tecnologías. La Habana: Fundación Nuevo Cine Latinoamericano. En línea.

pública legal de obras audiovisuales con fines de formación de públicos, y que sin dichas tecnologías no podrían cumplir sus propósitos de descentralización e impacto³⁶.

La circulación con propósitos de formación de públicos puede ser segmentada en varias ventanas o espacios de exhibición que permiten que sean de carácter cultural y educativo, sin ánimo de lucro, o con un carácter comercial subordinado a factores como la diversidad y calidad de la programación, el acercamiento cualificado del público al cine y la producción de información y materiales con esos fines.

36 En este sentido cabe resaltar las maletas de películas implementadas por el Ministerio de Cultura de Colombia desde el año 2000 —una primera fase en vhs y una segunda en dvd— y el programa de Videoteca Local desarrollado por la Gerencia de Artes Audiovisuales del IDARTES desde el 2012. En el primer caso, las maletas de cine en dvd estuvieron constituidas por 148 obras de la cinematografía internacional y un componente importante de cine colombiano, así como por un multimedia pedagógico. La colección contaba con derechos —adquiridos por el Ministerio de Cultura— para exhibición pública sin ánimo de lucro y con carácter cultural, y sus destinatarios eran entidades educativas y culturales que desarrollaban procesos de formación de públicos mediante cineclubes y otras formas de programación. Este programa se transformó en Colombia de película: nuestro cine para todos, que está conformado por una colección de 50 obras de cine colombiano de cortometraje y largometraje, ficción y documental con material pedagógico complementario, conservando el mismo modelo de la maleta, con entrega por convocatoria pública, formato en dvd y concebido como estrategia de fortalecimiento de la exhibición alterna y de la difusión del cine colombiano en diversos municipios del territorio nacional (véase mincultura.gov.co, área Cinematografía, módulo Circulación). El caso de la Videoteca Local de la Gerencia de Artes Audiovisuales es una iniciativa similar para el fortalecimiento de la circulación, que se enfoca en el trabajo comunitario y es realizado en y para las localidades, con una clara apuesta a la descentralización de la circulación de contenidos en Bogotá y con derechos cedidos por los realizadores o productores, para fines de formación de públicos. Para el 2015, la Videoteca Local contaba ya con cuatro versiones, que comprenden alrededor de 258 obras de ficción, animación y documental realizadas en la ciudad y con circulación por diversas localidades (véase idartes.gov.co, sección Escenarios, Cineoteca Distrital).

Uno de los modelos preponderantes de la circulación y la formación de públicos es el del cineclub, espacio que posee una programación periódica, se realiza en un lugar fijo, tiene un público asiduo y está coordinado por un grupo de personas que, en calidad de organizadores y socios del cineclub, se hacen cargo tanto de las labores de programación —y lo que esto implica en términos de infraestructura y consecución de contenidos— como de la producción de información, materiales pedagógicos y planeación de los espacios de interlocución con el público, tales como introducciones a las presentaciones, cine foros, charlas y conferencias para el desarrollo de cada una de las sesiones.

Dado que en esta publicación se tiene un módulo reservado para el cineclub, no nos detendremos en caracterizarlo y nos enfocaremos mejor en otras formas de circulación de interés para creadores, productores y gestores culturales, y que, al menos en nuestro país, han cumplido una función fundamental de continuidad en la oferta cinematográfica, en municipios en los que no hay salas de cine.

Además de los cineclubes, existe en la circulación con fines culturales y educativos un perfil de la programación y de las estrategias de complementariedad con las proyecciones que las distingue de la exhibición comercial en salas de cine. El objetivo de la exhibición comercial no es formar públicos, sino que los espectadores ingresen a las salas de cine, paguen un boleto, compren en la confitería y se entretengan en la sala. Este objetivo no es necesariamente negativo, pues una de las funciones del cine es entretener, pero es limitado. Es por ello que de manera paralela nos encontramos con otro tipo de exhibición que, en Colombia, se ha denominado como *exhibición alterna*, en la cual participan, como ya se dijo, cineclubes, centros culturales, centros educativos, universidades, salas de cine alternas y festivales de cine. En el *Manual de gestión de salas alternas de cine*, publicado por la Dirección de Cinematografía, se define la exhibición alterna de la siguiente manera:

La exhibición alterna consiste en la divulgación de películas independientes o de autor, cine arte o cine periférico que [...] habitualmente no ocupa las principales carteleras, que es realizado bajo condiciones de producción diferentes a las de la gran industria estadounidense, y que por tanto puede tener diferencias con relación a los parámetros estéticos, narrativos e ideológicos del cine industrial³⁷.

Esta definición se refiere expresamente al tipo de contenidos diferenciados de aquellos que se producen en la dinámica industrial e ideológica de las grandes producciones cinematográficas de Hollywood. A primera vista no se nos presenta un vínculo directo entre la exhibición o circulación alterna y la formación de públicos, pero de forma tácita se entiende que dicha exhibición, al apartarse del perfil de obras que caracterizan a la exhibición de tipo comercial, está cumpliendo una primera función formativa, al acercar al público a otros títulos de menor difusión.

Prepararse para la circulación alterna

Ya hemos hablado de las diversas formas y canales de circulación con fines de formación de públicos. Entre ellas destacábamos al cineclub como una de las más tradicionales. Mencionamos de paso a los festivales, las proyecciones al parque, en barrios, en universidades, y las programación en salas alternas y espacios educativos y culturales. Cualquiera que sea la forma de circulación que elija el gestor cultural —para desarrollar su proceso de formación de públicos— o el creador de contenidos —para difundir sus obras—, ambos deben responder las preguntas fundamentales para preparar el camino de la circulación y hacerlo de manera estructurada, dirigida y organizada. Debemos responder las siguientes preguntas fundamentales que se traducirán posteriormente en la planeación del espacio de formación de públicos o, en el caso del creador, en un plan de difusión.

³⁷ Ministerio de Cultura, *Manual de gestión de salas alternas de cine*, ob. cit., p. 15.

»Foto 6. Nota de prensa sobre las funciones de cine publicada en el periódico *El Herald*, n.º 20 (3 de agosto de 1907, Bucaramanga), Biblioteca Nacional de Colombia. Tomado de *Las travesías del cine y los espectáculos públicos*, Angie Rico, 2016, Cinemateca Distrital.

Las funciones de cinematógrafo, en tanto que no se exhiban cuadros ofensivos para la moral, son el mejor espectáculo para las familias, que, en la vista de ciudades, paisajes, etc. adquieren alguna idea del mundo civilizado.

»Foto 7. Apertura del Salón Universal de Bucaramanga. Anuncio publicado en el periódico *El Liberal*, n.º 43 (19 de abril de 1913, Bucaramanga), Biblioteca Nacional de Colombia. Tomado de *Las travesías del cine y los espectáculos públicos*, Angie Rico, 2016, Cinemateca Distrital.

Cinematógrafo Universal.
La Empresa Nacional de Cinematógrafo
“UNIVERSAL” de LOPEZ PENHA & Co.
 Saluda atentamente a los habitantes de esta simpática ciudad y tiene el gusto de anunciarles, la muy próxima inauguración del amplio y elegante
SALON UNIVERSAL

«El objetivo de la exhibición comercial no es formar públicos, sino que los espectadores ingresen a las salas de cine, paguen un boleto, compren en la confitería y se entretengan en la sala».

¿QUÉ? Responde a la estrategia, espacio, canal de difusión y circulación más apropiado para los propósitos de formación de públicos que se tienen planeados. El *qué* debe responder si existe el interés —y se tienen la capacidades, infraestructura y recursos para— tener un cineclub, hacer un ciclo de cine temático, fundar un festival con periodicidad anual, generar un evento cultural de encuentro de los realizadores con el público, realizar funciones esporádicas a raíz de alguna conmemoración o temática, diseñar una muestra para dar a conocer la cinematografía de un país o director determinado. Si hay interés de programar y formar o si solo se pretende proyectar películas sin contexto. Definir el *qué*, de manera clara y razonable, es fundamental para la organización de un espacio consciente de sus alcances y limitaciones.

Responder esta pregunta también se dirige a identificar el contenido cinematográfico y audiovisual que se va a difundir e implica el conocimiento de las fuentes de consecución del mismo. Si el contenido son películas independientes o de autor debo identificar quién distribuye este material y saber *qué* tipo de derecho³⁸ se gestiona para espacios cuya programación es sin ánimo de lucro y con carácter cultural y educativo. Además, se debe definir

38 En este punto vale la pena introducir el tema de los *derechos non theatrical*, modalidad que hasta ahora empieza a difundirse en Colombia y que abre posibilidades de gestión de derechos para espacios educativos y culturales sin ánimo de lucro, que antes no identificaban en el país este tipo de derecho y sus mecanismos de gestión. Estos derechos ampliamente difundidos en Europa, especialmente para el uso de cineclubes, se caracterizan por tener unos costos más bajos —dado que el fin de su exhibición no es la explotación comercial— y sistemas de negociación que le permiten al gestor cultural contar con un catálogo de obras disponibles para programar bajo lógicas distintas a los derechos de explotación comercial, que van de la licencia de comunicación pública título por título, a la licencia *umbrella* (sombrija) que abarca todo el repertorio. En Colombia, EGEDA — entidad de gestión— está a cargo de la negociación de dichas licencias, tanto para el caso de producciones latinoamericanas, como de estudios estadounidenses y contenidos europeos. Véase egeda.com.

qué actividades complementarias y estrategias de comunicación desarrollará el espacio: talleres formativos, conferencias, foros, boletines, blog, redes sociales, sitio web, programas de mano, revista, etc.

¿QUIÉN? ¿Soy un gestor cultural interesado en realizar procesos de formación de públicos? ¿Cuento con un equipo de trabajo que tiene los mismos intereses en desarrollar dichas actividades, o por el contrario, tendría que asumir todos los roles del proceso? Este último caso no es conveniente. Los procesos de circulación de contenidos demandan mucho trabajo y deben ser llevados a cabo por un equipo con funciones claras. Se requiere un organigrama.

El *quién* también responde a las fuentes y agentes para la consecución de los contenidos (programación) y de los espacios necesarios. Implica la identificación de: redes, embajadas, institutos culturales, administración local y nacional, distribuidores nacionales e internacionales, festivales que puedan proveer contenidos u ofrecer estrategias de intercambio, colectivos de realizadores nacionales e internacionales, gestores de catálogos de obras bajo licencias Creative Commons³⁹, fuentes de obras de dominio público⁴⁰, gestores de licencias o *derechos non theatrical*⁴¹.

39 El funcionamiento de esta licencia, así como la relación de algunos contenidos licenciados bajo la misma, pueden consultarse en co.creativecommons.org. En Colombia también se desarrolla un Festival Audiovisual Creative Commons que cuenta, hasta la fecha, con tres versiones en Barranquilla, dos en Bogotá, y al que se articularon ciudades como Cali y Medellín. Véase festiaudiovisual.cc.

40 En Colombia las obras pasan a dominio público después de 80 años a partir de la muerte del creador. No obstante, algunos realizadores que ponen en circulación sus obras bajo licencias diferentes al derecho de autor, como Creative Commons, deciden poner sus obras en dominio público. En este dominio también pueden encontrarse trabajos audiovisuales cuyos fines son el activismo, como documentales de denuncia, ecológicos y de derechos humanos.

41 Véase nota a pie 41

Es importante identificar además los gremios afines con los que se pueden generar redes de trabajo colaborativo: asociaciones de cineclubes nacionales e internacionales, redes de festivales nacionales⁴², regionales, locales, consejos⁴³ nacionales, departamentales o distritales de cine y audiovisuales, mesas de gremios, academias de cine⁴⁴, entre otros.

También debe responderse el *quién* en términos de la formalización del colectivo que desarrolla los procesos. Lo más favorable es que sean corporaciones, asociaciones y fundaciones sin ánimo de lucro, con el fin de lograr un mayor respaldo y posibilidades de apoyo, así como consecución de recursos para la gestión del mismo. Se debe tener en cuenta que, por lo regular, los recursos para este tipo de actividades no se dan a personas naturales, así que los potenciales financiadores prefieren apoyar a colectivos organizados bajo una persona jurídica. Lo mismo pasa con los apoyos del sector público. Conocer la política de las administraciones y sus sistemas de apoyo es clave para saber *quién* puede contribuir al proceso. Es fundamental conocer también los posibles financiadores dentro de la empresa privada, cuyo interés esté enfocado en el cine y en procesos de formación de públicos.

¿Por qué? ¿Qué razones impulsan el desarrollo del proceso? ¿No existen espacios de difusión de cine y audio-

visual en el barrio o comunidad? ¿Considero el cine una herramienta importante para generar reflexión sobre procesos sociales y culturales o solo para pasar el tiempo? Las respuestas a estas preguntas son fundamentales para perfilar el espacio de formación y darle solidez. Crear espacios de formación de públicos es también una responsabilidad, por lo tanto, deberán responder a algo más que a un mero capricho o pasatiempo.

¿Para qué? ¿Brindar un momento de esparcimiento a una comunidad sin oferta, congregar a un colectivo en torno a la reflexión sobre problemáticas sociales y culturales, crear una comunidad cinéfila, acercar al público a cinematografías diferentes, generar un espacio para la difusión de la producción audiovisual local? Vinculada al *por qué*, la respuesta a esta pregunta también incidirá en la claridad del espacio y en el cumplimiento de los objetivos propuestos.

¿Para quién? ¿Espero llegar a todo tipo de público? ¿Hay interés por la población infantil o el segmento de las madres comunitarias? ¿Tengo diversos tipos de públicos? ¿Los universitarios son mi público objetivo? El público se asocia al espacio y formaliza su participación, o es un espectador flotante e informal. Es clave definir bien la población destinataria de los procesos, pues eso determina los contenidos y las estrategias de acercamiento al audiovisual que

42 En Colombia existe una asociación de festivales denominada ANAFE cuya información puede consultarse en anafe.co.

43 En nuestro país contamos con el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC), órgano rector del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico. Está conformado por representantes del sector audiovisual (exhibidores, distribuidores, productores, técnicos y un representante de los Consejos Departamentales y Distritales de Cine) que son elegidos entre los agentes de cada gremio bajo un sistema autopostulación y votación. Para conocer mejor las competencias de este Consejo véase *La Ley de cine para todos*. Sobre los Consejos Departamentales y Distritales de Cine véase mincultura.gov.co, área Cinematografía. Actualmente, Bogotá como distrito cuenta con el Consejo Distrital de Artes Audiovisuales como instancia de participación que contribuye en la reflexión sobre el desarrollo de políticas públicas en materia audiovisual para la ciudad.

44 En el año 2009 se funda la Academia Colombiana de Artes y Ciencias Cinematográficas, para conocer sus competencias y actividades véase academiacolombianadecine.com.

puedan desarrollarse con ella. Definir un perfil claro del proceso de formación de la audiencia también contribuye a fidelizar a ese público y ganar una asistencia continua para el espacio. Responder esta pregunta ofrece la posibilidad de introducir el concepto de un público que es agente de la circulación y no mero receptor. En ese sentido, el *para quién* puede transformarse en un *con quién* y la relación con la audiencia puede constituirse en una coparticipación. El público debe ser cómplice de las estrategias de circulación. No debe tratarse como un mero receptor pasivo a la espera de una ventana, sino que debe hacer parte de su creación, del espacio, de la colectividad virtual o real. Recientemente, con las plataformas de Internet se han instalado nuevas maneras de involucrar al público y de ganar su participación y aporte. Campañas de *crowdfunding* (fondos que se consiguen con el aporte uno a uno de los usuarios) para la producción y el desarrollo de eventos han mostrado que si generas en el espectador implicación, puedes volverlo un cómplice y un miembro fundamental que contribuye activamente en el proceso de circulación y formación.

El público también puede sentir que es un programador y ser propositivo con los contenidos y actividades. Pueden usarse los métodos más simples si el público no tiene acceso a Internet, como encuestas en la comunidad, o crear una red social o un blog que

corresponda al espacio de circulación para generar una comunidad interesada y una red social de cinéfilos que se encuentran en espacios físicos y virtuales para compartir sus experiencias. La circulación con propósitos de formación de públicos debe construirse como un espacio de participación y también de solidaridad y compromiso, pues de otra manera este tipo de iniciativas no logran prosperar si las responsabilidades únicamente están enfocadas en el gestor cultural y no se generan actividades de participación y compromiso del público. Así, de ser destinatario, el público pasa a ser participante activo de los procesos.

¿Cómo? Son los medios necesarios para llevar a cabo el espacio de circulación y de formación, bien sea en especie o en dinero. ¿El equipo de trabajo es voluntario o recibe remuneración? ¿Se generan recursos desde el público a través de un sistema de asociación o pago de cuotas? ¿Se solicitará ayuda pública para procesos de formación de públicos? Además de los recursos financieros o en especie, el *cómo* también debe responder a la pregunta sobre los medios mismos de desarrollo del espacio: programación de películas, diseño de materiales pedagógicos, conferencias, recursos en Internet, etc.

La respuesta al *cómo* está relacionada con la sostenibilidad, de manera que se debe considerar la posibilidad de romper con una cultura de la

dependencia a las subvenciones públicas, buscar ingresos para una actividad no lucrativa, conseguir aportes con el público por medio de una tasa de manutención recaudada en aportes voluntarios o cuotas establecidas, crear posibilidades de ingreso por servicios, captar recursos por servicios audiovisuales a partir de la profesionalización de los socios o integrantes de la actividad, desarrollar estrategias de mercadeo y promoción comercial, entre otros. Es preciso destacar que cada vez es más frecuente que los espacios de circulación alterna combinen diversas maneras de consecución de recursos, sin agotar una única vía, con el propósito de llegar a ser autosostenibles. La diversificación de fuentes de recursos para nuestra actividad permite a su vez una mayor independencia y libertad. Por otra parte, las maneras de intercambio y retribución deben ser diseñadas con creatividad, pero en los procesos de circulación es importante dejar la sensación de que se desarrolla por medio de una actividad colaborativa y organizada, en la cual todo aquel que participa debe contribuir, pero también recibe una retribución.

¿Cuánto? Esta pregunta parecería obvia, pero es de las que menos se formulan, dado que existe una idea tácita sobre la gratuidad del espacio de formación de públicos al ser de carácter cultural y sin ánimo de lucro. Esta idea se extiende a la creencia de que lo que hacemos por voluntariado

o con recursos propios —monetarios o en especie—, no tiene un costo. Toda actividad debe tener un valor; si fuéramos a pagarla en el mercado tendría un precio. El tiempo, el esfuerzo intelectual, la dedicación, la gestión del espacio. Se requiere entonces la formulación de un presupuesto en el que se incluya el personal, la infraestructura, la gestión de los derechos de las obras, la producción de publicaciones físicas o en la red, las comunicaciones, los gastos por invitados, el transporte, entre otros. Para comprender el sentido del *cuánto* debemos quitarnos de la cabeza ciertas asociaciones que a veces resultan una limitación para la gestión de recursos para nuestros espacios: sin ánimo de lucro no es sinónimo de gratis; así como la gratuidad no es lo que valida a los procesos de formación de públicos. Al subrayar que la actividad cultural es sin ánimo de lucro, lo que queremos decir es que la explotación comercial y la ganancia de dinero no son lo fundamental. Para responder esta pregunta debemos saber que el dinero no es la única forma de intercambio; también se puede intercambiar tiempo, o se pueden pagar los derechos de una película que han sido cedidos legalmente para una función trayendo a su director o a un miembro del equipo. Existen múltiples mecanismos para que la relación entre los agentes de la cultura audiovisual y cinematográfica y el público generen sinergias y modelos de intercambio donde todos demos y recibamos.

¿DÓNDE? ¿En espacios cerrados o abiertos, en el barrio, la vereda, el parque, el auditorio, salas de cine alternas, universidades o bibliotecas? ¿Debo pagar por las exhibiciones que realizo o gestiono el uso del espacio sin pago? ¿Qué municipio me interesa? ¿Cuál es mi alcance: local, nacional, regional, internacional? Responder a estas preguntas contribuye a delimitar no solo el espacio geográfico de la actividad, sino también a caracterizar el tipo de público al que se puede aspirar y llegar. Gracias a los nuevos espacios que han abierto las tecnologías, el *dónde* también puede responderse desde la virtualidad. ¿Existe la intención de generar un espacio en la red para la emisión de videos

comunitarios y una comunidad⁴⁵ interesada que discuta alrededor de ello? ¿Es interesante contar con un canal o *show room* en el que los cortometrajes difundidos en el festival puedan verse con posterioridad, con la autorización de sus productores y creadores? También se puede responder a estas preguntas refiriéndose a las estrategias de comunicación que se usarán para posicionar el espacio. ¿Dónde aparecer, en medios oficiales, en publicaciones de nicho, en las calles mediante afiches y carteles o en los sitios web de entidades culturales amigas?

¿CUÁNDO? ¿Qué fechas son las mejores para el proceso de circulación? ¿Se cruza en el calendario con actividades que puedan presentar una sobreoferta o saturación que obstaculicen el objetivo? ¿Con qué periodicidad: un cineclub con sesiones semanales, un festival anual, una muestra semestral, un ciclo de cine en un mes determinado? El *cuándo* también debe responder a un diseño completo de un cronograma en el cual se incluyan todas y cada una de las actividades que son necesarias para llevar a cabo el evento o proceso, desde su fase preparatoria, pasando por su realización efectiva, hasta los tiempos de cierre y posproducción. Esto supone una programación diaria, semanal, mensual y anual. El ejercicio del cronograma es de gran utilidad, porque además nos permite relacionarlo con el *cuánto* y el *cómo* y reconocer la cantidad de trabajo y tiempo que requiere incluso desarrollar la actividad de exhibición alterna que parece más sencilla.

Para el caso de los creadores y productores de contenidos, las anteriores preguntas y sus respuestas deben confluir en el diseño de un plan de difusión. Una vez cuente con una obra terminada —incluso antes—, el creador o

.....
45 En Colombia existe una red social dedicada al cine, Cinejuntos, que además de servir de espacio de discusión de la cinematografía nacional e internacional, brinda información sobre la actualidad de la agenda cinematográfica del país, incluyendo festivales de cine nacionales y otros espacios de exhibición. Véase cinejuntos.com.

productor se enfrenta a la tarea de diseñar un plan de difusión que permita que su obra sea vista en los espacios adecuados, según el perfil del producto audiovisual y conforme al público al que quiere llegar. La duración de su obra (cortometraje o largometraje), el género (ficción, documental, animación), la temática (comunitario⁴⁶, género, ambiental, social), el formato (video doméstico o cine digital profesional) determinan los circuitos de difusión de la obra, abriendo ciertas ventanas y cerrando otras.

El creador o productor debe ser muy consciente sobre si el perfil de su obra se adapta a las lógicas de la distribución y la exhibición comercial que describíamos anteriormente, o si atiende más a las ventanas que ofrece el circuito alterno, entre ellas los festivales, plataformas web, centros culturales, espacios comunitarios, entre otros. Para todo creador es fundamental la posibilidad de encontrar vías de recuperación de los recursos invertidos en la producción, pero también es clave su comprensión sobre la dimensión de su obra y la consciencia sobre los circuitos más propicios para su promoción. Muchas veces la falta de difusión de una obra, o su fracaso dentro de determinado circuito, se explica precisamente por la falta de conocimiento que el mismo creador y productor, y también el gestor cultural, tienen de los alcances que puede tener dicho trabajo. No todas las obras son para las salas de

.....

46 A este respecto, es interesante la precisión que se hace en la investigación del oca: "En teoría, no debería existir para el audiovisual comunitario el mismo cuello de botella que limita la difusión del cine profesional independiente. Se supone que el cine comunitario tiene sus propios canales de distribución, que no dependen de los circuitos comerciales. Las producciones comunitarias tienen un público cautivo, el de las propias comunidades, que justifica el esfuerzo de producir. Cualquier difusión más allá de los espacios comunitarios se considera un beneficio adicional, una manera de llevar la voz de las comunidades a la esfera pública, a espacios de intercambio más amplios". Observatorio del Cine y el Audiovisual Latinoamericano, *Cuadernos de estudios* 6 Estudios de experiencias del cine y el audiovisual comunitarios en América Latina y el Caribe. La Habana: Fundación Nuevo Cine Latinoamericano, 2012, p. 73. En línea.

cine, pero la mayoría de producciones que le apuntan a la diversidad y a un cine realizado desde una perspectiva de autor, o social, encuentran públicos en espacios que están dispuestos para estas y que además fortalecen las formas de apropiación de las obras por parte de los espectadores con estrategias pedagógicas, de discusión y reflexión.

»Foto 8. Proyección de la película **Victimas del alcohol** (*Les victimes de l'alcoolisme*, Ferdinand Zecca, 1902) solicitada por el Gobierno nacional. Nota de prensa publicada en el periódico *El Autonomista*, n.º 13 (3 de mayo de 1912, Cartagena), Biblioteca Nacional de Colombia. Tomado de *Las travesías del cine y los espectáculos públicos*, Angie Rico, 2016, Cinemateca Distrital.

Cine "Colombia"

Continúa este aparato cinematográfico dando funciones en la calle Larga, con selectas películas de educación y moralidad. Las últimamente exhibidas son de lo mejor de su repertorio y dignas de mirarse otra vez.

Para mañana anuncian la afamada película, "Victimas del alcohol", pedida expresamente por el Gobierno Nacional, y que ha causado tanta sensación en todas partes donde ha sido representada.

»Foto 9. Función de cine de la adaptación de Romeo y Julieta. Anuncio publicado en el periódico *El Liberal*, n.º 81 (24 de enero de 1914, Bucaramanga), Biblioteca Nacional de Colombia. Tomado de *Las travesías del cine y los espectáculos públicos*, Angie Rico, 2016, Cinemateca Distrital.

KINE UNIVERSAL

Tan pronto como vuelva a funcionar el alumbrado eléctrico, se reanudarán, cada vez más interesantes, las exhibiciones del *Salón Universal*, con repertorio brillantísimo que colmará todas las exigencias.

PROYECTAREMOS:

El inmortal drama de Shakespeare,

Romeo y Julieta.

En dos actos y en colores.

Dos agentes de circulación: las salas alternas y los festivales de cine

Dentro de los agentes más formalizados de este tipo de exhibición en Colombia se reconocen las salas alternas y las muestras y festivales de cine. Cuando hablamos de formalizados, nos referimos a que son agentes de exhibición alterna que están organizados, ya sea como entidades culturales o educativas sin ánimo de lucro, o que su actividad de exhibición se encuentra avalada por entidades que acogen de manera legal dicha actividad de circulación.

Salas alternas

Se propone como modelo de sala alterna aquella que adelanta proyecciones cinematográficas de manera regular, con un carácter cultural y comercial que implica negociaciones con los agentes titulares de los derechos de exhibición de las obras, contempla estrategias de sostenibilidad económica y, a su vez promueve directa o indirectamente, procesos de formación de públicos que posibilitan espectadores con sentido crítico y capacidad de elección⁴⁷.

Notemos cómo en este modelo de *sala alterna* los espacios se distinguen de las salas comerciales por su contenido alterno; no obstante, se les llama a un modelo de sostenibilidad y a una actividad comercial —en tanto la entrada se cobra y la taquilla debería ser parte fundamental de su mantenimiento— sin descuidar un vínculo con el público, en perspectiva formativa.

En la época en que el Ministerio de Cultura publicó este manual parecían existir condiciones menos desfavorables para pensar un modelo tal de sala alterna, que fuera autosostenible a partir de las entradas, priorizando a la vez la formación de públicos. De este modelo propuesto hace más de diez años, a la realidad actual, podríamos decir que son muy pocas las salas alternas con actividad comercial que se sostienen a sí mismas solo por el ingreso de taquilla⁴⁸.

Actualmente, estas salas se dividen en por lo menos dos grupos según su carácter y sostenibilidad. Un primer grupo, cuyo único rasgo diferenciador con las salas comerciales es el tipo de cine que programan, y en el cual solo se promueve de manera indirecta la formación de públicos, pues no existen actividades frecuentes ni material significativo para estos procesos. En este grupo se encuentran mayoritariamente salas de Bogotá y Cundinamarca, como lo son las salas de la distribuidora de cine Babilla Cine, las salas que tiene la empresa exhibidora y distribuidora de cine comercial Cine Colombia en Avenida Chile,

47 Ministerio de Cultura, 2004, p. 7.

48 Aunque la proliferación de salas comerciales en Colombia no es una novedad, con la entrada del modelo de los multicines (complejos cinematográficos de una misma empresa con más de cuatro salas en un mismo lugar), las empresas hegemónicas de cine comercial empezaron a construir más salas y, con ello, a competir mucho más fuerte con el modelo de las salas alternas, que por su capacidad económica y su condición de nicho no se adaptaban a este modelo de expansión y multiplicación. Así que, con la entrada de las multisalas, las pequeñas salas alternas se encontraron con una proliferación de pantallas comerciales a las que ha sido complicado hacerles frente. Por otra parte, con la digitalización cinematográfica, que ya explicamos, las salas alternas manifiestan que han venido a enfrentar nuevas dificultades de sostenibilidad, dado que no cuentan con los recursos ni las capacidades de negociación suficientes —especialmente respaldadas por la taquilla—, que les permita asumir los costos de la digitalización profesional por cuenta propia, ni las negociaciones de rigor que impone el nuevo modelo del cine digital. Esto, a su vez, ha afectado su capacidad para la consecución de contenidos.

así como las salas de Cinemanía. En el segundo grupo de salas alternas se encuentran aquellas que son o pertenecen a entidades sin ánimo de lucro como el Centro Colombo Americano de Medellín, la Cámara de Comercio de Pereira, la Cinemateca del Caribe en Barranquilla, Proartes en Cali, entre otras⁴⁹. Estas salas, aunque cobran por una entrada, claramente no tienen como fin en sí mismo la explotación comercial de la sala y, además de que sus contenidos son alternos, desarrollan procesos, ya no indirectos, sino directos de formación de públicos que implican desde muestras de cine nacional y de producción local (cortometrajes y largometrajes, documental, ficción, animación), pasando por eventos académicos, talleres en apreciación cinematográfica, entre otros. Desafortunadamente, este último grupo enfrenta serias dificultades para su sostenibilidad por entradas y, por lo regular, se mantienen con el dinero que aporta la entidad a la cual pertenecen o por otro tipo de subvenciones que encuentran en convocatorias estatales o de las administraciones locales, para continuar con sus actividades y conservar la naturaleza de promotoras de contenidos diversos y formación de audiencias.

No obstante las dificultades de sostenibilidad, las pocas salas alternas que han logrado sobrevivir han cumplido una función fundamental para la circulación en el país, pues algunas de ellas además de presentar el cine alterno que se distribuye, constituyen el espacio natural para la proyección del cine colombiano, sirven como espacio para la realización de muestras y festivales nacionales y locales, brindan espacios de su programación a producciones que tienen todavía más dificultades de circular —como el video comunitario, el audiovisual con énfasis en lo social, el audiovisual ecológico—, y sirven de espacio para que colectivos audiovisuales y gestores culturales construyan un público. De manera que el gestor cultural y el creador de contenidos interesado en la circulación, tanto de cine alterno como de producción local, deben tener en consideración a las salas alternas como aliadas para la difusión de estos contenidos y para el desarrollo de sus procesos de formación.

Festivales de cine⁵⁰

Cuando hablamos de las ventanas comerciales de circulación anteriormente no mencionamos los festivales de cine, pues estos no son considerados, como tal, espacios de explotación comercial de las obras, pero sí son ventanas fundamentales —a veces incluso más que las mismas salas de cine comerciales— para el recorrido de la obra y su interacción con diversos agentes del sector audiovisual. Los festivales suelen ser considerados como el lugar de primicia de la producción de mayor valor técnico y estético de la producción cinematográfica

«Los festivales suelen ser considerados como el lugar de primicia de la producción de mayor valor técnico y estético de la producción cinematográfica».

49 No incluimos en este grupo a la Cinemateca Distrital de Bogotá, por constituir una sala pública cuya sostenibilidad depende de la administración y cuyo espíritu rebasa la naturaleza de las salas alternas antes mencionadas, dado que su misión involucra otras líneas de acción más allá de la circulación.

50 Por problemas de extensión no explicaremos aquí que existe una categorización de los festivales de cine que les brinda un estatus dentro del universo cinematográfico, teniendo en cuenta el tipo de programación del evento y los criterios con los que estos fueron conformados. Por ejemplo, un evento como el Festival Internacional de Cine de Cannes es del tipo A. Para conocer la clasificación de los festivales en el mundo puede consultarse el sitio de la FIAPF, apartado de Festivales Internacionales, fiapf.org/intfilmfestivals.asp.



»Fotos 10 y 11. Festival Internacional de Cine de Cali.
Archivo Luis Ospina.





»Foto 12. Inauguración FICCI 54.
Foto de David Zapata.



»Foto 13. Lanzamiento de los
Cuadernos de Cine Colombiano
nº. 21 *Carlos Mayolo* en el FICCI 55.
Foto de David Zapata.



»Foto 14. Encuentro de festivales de cine en el BAM 2013. Foto de David Zapata



»Foto 15. Proyección de cortos de Cinemateca Rodante dentro del programa "Cine en los barrios" en FICCI 55. Foto de David Zapata.

mundial y, en el caso de los eventos cinematográficos nacionales y locales, son también la vitrina para conocer la producción más reciente.

La presentación de una película dentro de la programación de un festival de cine no constituye meramente un medio para llevarla a las salas de exhibición comercial, es ya una exhibición en sí misma. De manera que la circulación de contenidos en la ventana del festival debe considerarse como un fin en sí mismo.

Un festival de cine puede entenderse a grandes rasgos como un evento cinematográfico de una duración consecutiva mínima de cuatro días, con secciones de programación (competitivas o no) y con eventos de formación, ya sea para profesionales o para públicos. Los festivales se pueden distinguir, a grandes rasgos, por su carácter (competitivo y no competitivo), por la extensión de las obras que convocan (cortometraje o largometraje); por sus géneros (documental, ficción o animación), por su público (infantil, adulto) o por su enfoque o temática (ambiental, social, comunitario, género, derechos humanos, terror, entre otros)⁵¹.

En muchos festivales de cine, especialmente internacionales o en los más grandes, se desarrollan espacios de industria, tales como mercados o espacios de formación que posibilitan que los productores se encuentren con distribuidores, agentes de ventas, programadores de festivales interesados en adquirir la obra audiovisual. Por otro lado, también constituyen plataformas de promoción de

51 Para conocer el reciente panorama de festivales de cine en Latinoamérica y latinoamericanos en otras parte del mundo, recomendamos especialmente la infografía publicada por la revista digital *Latamcinema.com*, que ofrece un minucioso análisis de esta ventana en la región. Véanse *LatAm Cinema Revista Digital* 13 Festivales: el inicio del viaje del cine latinoamericano (marzo 2015) y *LatAm Cinema Revista Digital* 8 Festivales de cine latinoamericanos. Cine, público, industria (abril 2014). En línea.

las obras, pues, al encontrarse con la crítica cinematográfica y al producirse allí reseñas sobre las obras vistas, este material sirve para la visibilidad de las películas. En el caso de los realizadores y productores, los festivales constituyen también una vía de consecución de recursos, ya que en algunos de ellos existen fondos de financiamiento. También, mediante sus sistemas de premios o estímulos, algunas obras reciben apoyo para procesos de postproducción y circulación en otros espacios de industria y formación de eventos internacionales. Por último, los premios en especie o en dinero son un importante estímulo para los creadores de obras, dado que, especialmente en el caso de aquellas que por su carácter probablemente no llegarán a las salas comerciales, la premiación constituye una forma importante de recuperación de la inversión, pero también, de reconocimiento que posteriormente se capitalizará a favor del buen nombre del realizador o productor.

En Colombia, para el 2015 se registraron ante la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura más de setenta muestras y festivales de cine del país⁵² que enriquecen el circuito de la exhibición alterna y que constituyen los espacios fundamentales para muchos creadores y productores de contenidos audiovisuales que encuentran en estos eventos la oportunidad para que sus obras lleguen a las pantallas y a los públicos. Estos espacios que se encuentran a lo largo de todo el país, se localizan en aproximadamente veinte departamentos; cifra de distribución geográfica a la que muy difícilmente podrá llegar la exhibición con carácter comercial. Los festivales han sido fundamentales además para la circulación de

52 El listado de muestras y festivales registrado ante la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura, que puede consultarse en mincultura.gov.co, área Cinematografía, módulo Circulación, no constituye un censo estricto de la cantidad de estos eventos en el país, dado que el registro no es obligatorio y algunos no lo hacen. Se estima que con aquellos eventos que no se registran, podríamos estar hablando de unas cien muestras y festivales nacionales, aproximadamente.

obras que por su duración o género no encuentran con frecuencia otras vías de distribución, ni mucho menos de explotación comercial. Es el caso del documental y el cortometraje, género y formato de duración que sin los festivales tendrían una difusión muy pobre. Retomando el ejemplo del cortometraje⁵³, este ha encontrado en dichos eventos cinematográficos⁵⁴ una plataforma importante, pues algunos festivales funcionan en este sentido como distribuidores y preparan compilaciones de cortometrajes en DVD —los mejores de determinada versión, los dedicados a determinado público— para darles continuidad en un circuito de circulación alterna que puede comprender otros festivales y espacios de difusión como cineclubes o la programación en cinematecas y centros culturales.

53 Para el caso colombiano, además de los festivales también se cuenta con empresas interesadas en la distribución de cortometrajes. Solo para reseñar dos casos: La Banda del Carro Rojo Producciones ha entrado recientemente en la dinámica de distribución de cortometrajes, véase labandadelcarrorojo.com.co; y también se encuentra Laboratorios Black Velvet, empresa que además de dedicarse a la realización del Festival de Cortos de Bogotá, Bogoshorts, cuenta con una división para la distribución de cortometrajes con el nombre de Velvet Jellyfish, véase lbv.co/.

54 Entre los festivales más tradicionales de cortometrajes en el país están el Festival Internacional de Cortometrajes y Escuelas de Cine El Espejo, que por más de doce años ha sido una ventana del cortometraje y producciones de activismo social tanto nacionales como internacionales. Y el El Festival Internacional de Cortometraje, Cine a la Calle, en la ciudad de Barranquilla, uno de los eventos de mayor antigüedad en la exhibición del corto, véase cinealacalle.org. Además, existen en el país otros eventos de esta índole cuya información se puede consultar en el registro de festivales disponible en mincultura.gov.co, área Cinematografía, módulo Circulación, así como en la página de la ANAFE que referimos anteriormente.

Paralelamente a estos festivales de cortometraje, han surgido con las tecnologías digitales facilidades de difusión del cortometraje, por ejemplo, las plataformas online para su inscripción. Estas plataformas de distribución⁵⁵ prestan un doble servicio, tanto a realizadores como a organizadores de festivales, pues a través de ellas es posible desde la inscripción de una obra con todos sus datos, hasta el envío de la misma por vía digital —se cuenta con un espacio en un servidor y una *show room* para el visionado del trabajo—, centralizando la inscripción de las obras y abaratando sus costos, a la vez que se entra a participar en una gran red, que probablemente será visitada, no solo por programadores de festivales, sino por otros agentes interesados en adquirir cortometrajes.

Para cerrar este amplio recorrido que hemos hecho por la circulación, su historia, carácter y diversas formas, cabe señalar que el mayor desafío que enfrenta la circulación con propósitos de formación de públicos, en la actualidad y con la proliferación de plataformas, la multiplicación de las pantallas, las facilidades brindadas por Internet y el consumo portátil e individual de contenidos, es lograr generar una experiencia cultural común, que motive a los espectadores a vincularse de manera activa y continua a estos espacios, para no perder el rito del disfrute y el acercamiento al cine en comunidad. ●

55 Algunas de ellas son: withoutabox.com, reelport.com, shortfilmdepot.com, filmfestivallife.com, filmfestplatform.com, uptofest.com, filmfestivals4u.net, movibeta.com, festhome.com, clickforfestivals.com. En el caso de las tres últimas, algunos festivales de cine colombianos han empezado a hacer parte de estas redes y han realizado su proceso de inscripción de obras y búsqueda de material en ellas.

BIBLIOGRAFÍA

AA. VV. ¡Acción! Cine en Colombia. Bogotá: Dulpigráficas, 2007.

Abel, Richard (ed.). *Encyclopedia of Early Cinema*. Nueva York: Routledge, 2005.

Álvarez, Luis Alberto. "Historia del cine colombiano". En *Nueva Historia de Colombia*. Tomo VI, editado por Álvaro Tirado Mejía. Bogotá: Planeta, 1989.

Carrasquilla, Tomás. "El buen cine". En *La crítica de cine, una historia en textos. Artículos memorables en Colombia 1897-2000*, investigación y selección de textos de Ramiro Arbeláez y Juan Gustavo Cobo Borda, pp. 30-33. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2011.

Cousins, Mark. *Historia del cine*. Nueva edición ampliada. Barcelona: Blume, 2012.

Cuadernos de Cine Colombiano 2 Acevedo e Hijos (2003). Bogotá: Cinemateca Distrital. En línea: <http://www.cinematecadistrital.gov.co/node/310>.

Cuadernos de Cine Colombiano 7 Extranjeros en el cine colombiano I (2005). Bogotá: Cinemateca Distrital. En línea: <http://www.cinematecadistrital.gov.co/node/332>.

LatAm Cinema Revista Digital 13 Festivales: el inicio del viaje del cine latinoamericano (marzo 2015). En línea: <http://issuu.com/latamcinema/docs/numero13>.

LatAm Cinema Revista Digital 17 La circulación del cine latinoamericano en Latinoamérica (diciembre 2015). En línea: <http://issuu.com/latamcinema/docs/numero-17>.

LatAm Cinema Revista Digital 8 Festivales de cine latinoamericanos. Cine, público, industria (abril 2014). En línea: http://issuu.com/latamcinema/docs/numero_08.

Martínez Pardo, Hernando. *Historia del cine colombiano*. Bogotá: Librería y Editorial América Latina, 1978.

Ministerio de Cultura de Colombia. "Política cinematográfica". En *Compendio de políticas culturales*. Bogotá, 2010. En línea: http://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/compendio-politicas-culturales/Documents/compendiopolicas_artefinalbaja.pdf.

_____. *Anuario estadístico del cine colombiano 2014*. En mincultura.gov.co, área Cinematografía, módulo Publicaciones. Bogotá, 2015. En línea: <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/publicaciones/Documents/Anuario%20Estad%3%adstico%20Cine%20Colombiano%202014.pdf>.

_____. *Anuario estadístico del cine colombiano 2012*. En mincultura.gov.co, área Cinematografía, módulo Publicaciones. Bogotá, 2013. En línea: <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/publicaciones/Documents/Anuario%202012.pdf>.

_____. *Anuario estadístico del cine colombiano 2011*. En mincultura.gov.co, área Cinematografía, módulo Publicaciones. Bogotá, 2012. En línea: <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/publicaciones/Documents/Anuario%202011.pdf>.

_____. *Cartilla de conceptos audiovisuales*. En mincultura.gov.co, área Cinematografía, módulo Publicaciones. Bogotá, 2009. En línea: <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/publicaciones/Documents/Cartilla%20de%20Conceptos%20Audiovisuales.pdf>.

_____. *Digitalización cinematográfica 2011/2012. Avances e iniciativas en el sector cinematográfico nacional e internacional*. En mincultura.gov.co, área Cinematografía, módulo Publicaciones. Bogotá, 2013. En línea: <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/publicaciones/Documents/Conferencia%20de%20Digitalizaci%3%b3n%20Cinematogr%3%a1fica%20-%20Memorias.pdf>.

_____. *Manual de gestión de salas alternas de cine*. En mincultura.gov.co, área Cinematografía, módulo Publicaciones. Bogotá, 2004. En línea: <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/herramientas-y-utilidades/publicaciones/Documents/Publicaciones%20-%20Manual%20de%20Salas.pdf>.

_____. *Ruta de apreciación cinematográfica*. En mincultura.gov.co, área Cinematografía, módulo Publicaciones. Bogotá, 2008. En línea: <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/publicaciones/Documents/Ruta%20de%20Apreciaci%3%b3n%20Cinematogr%3%a1fica.pdf>.

Ministerio de Cultura de Colombia y Proimágenes en Movimiento. *La Ley de Cine para todos*. En mincultura.gov.co, área Cinematografía, módulo Publicaciones. Bogotá, 2004. En línea: <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/publicaciones/Documents/La%20Ley%20de%20Cine%20Para%20Todos.pdf>.

Moreno G., Jorge Alberto y Rito Alberto Torres M. "Cronología de la llegada del cine a Colombia (1897-1899)". *Cronología del cine en Colombia*. Bogotá: Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano, 2009. En línea: <http://www.dartmouth.edu/~mavall/libguides/documents/cronocolom.pdf>.

Nieto, Jorge y Diego Rojas. *Tiempos del Olympia*. Bogotá: Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano, 1992.

Observatorio del Cine y el Audiovisual Latinoamericano. *Cuadernos de estudios 2 Cine latinoamericano y nuevas tecnologías*. La Habana: Fundación Nuevo Cine Latinoamericano, 2011. En línea: <http://www.cinelatinoamericano.org/ocal/estudios.aspx>.

_____. *Cuadernos de estudios 6 Estudios de experiencias del cine y el audiovisual comunitarios en América Latina y el Caribe*. La Habana: Fundación Nuevo Cine Latinoamericano, 2012. En línea: http://cinelatinoamericano.org/assets/docs/Cuaderno6_1.pdf.

Paranaguá, Paulo Antonio. *Tradición y modernidad en el cine de América Latina*. México D. F.: Fondo de Cultura Económica, 2003.

Salcedo Silva, Hernando. *Crónicas del cine colombiano*. Bogotá: Carlos Valencia Editores, 1981.

Schroeder, Paul. "Latin American Silent Cinema Triangulation and the Politics of Criollo Aesthetics". *Latin American Research Review*, 3 (43) (2008), pp. 33-58.

SITIOS WEB

<http://www.shortfilmdepot.com/es>

<https://www.withoutabox.com/>

<https://festhome.com/>

<http://es.movibeta.com/>

<http://uptofest.com/>

<http://www.clickforfestivals.com/>

<http://www.filmfestivallife.com/>

<http://www.cinepata.com/>

<http://anafe-colombia.blogspot.com/>

<http://www.fiapf.org/intfilmfestivals.asp>

<http://labandadelcarrorojo.com.co/>

<http://www.lbv.co/>

<http://www.cinejuntos.com/>

<http://www.proimágenescolombia.com/>

<http://www.mincultura.gov.co>

<http://www.idartes.gov.co/>

<http://marvinwayne.com>

<http://www.feelmakers.com>

PERFILES DE LOS AUTORES



Jorge
Botero

Director creativo y productor. Comunicador social con énfasis en audiovisual. Ha trabajado en diferentes ramas del campo audiovisual, incluyendo festivales, televisión, comerciales etc. En 2006 fundó Séptima Films, donde ha desarrollado proyectos tanto de ficción como documentales. Desde su fundación, Séptima Films ha producido videos documentales para gran cantidad de agencias de cooperación y ha sido ganadora de seis premios del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico. Su primer cortometraje **No todos los ríos van al mar** (2008), de Santiago Trujillo, fue merecedor de varios premios nacionales e internacionales. **La playa D. C.** (2012), ópera prima de Juan Andrés Arango,

fue el primer largometraje de ficción desarrollado por Séptima Films, en asocio con Burning Blue. Seleccionado para Una Cierta Mirada, de la Selección Oficial del Festival de Cine de Cannes. Actualmente, Séptima Films se encuentra trabajando en la posproducción de **Esta casa se vende** y de **NN**, de Héctor Gálvez, coproducción con Perú que aborda el tema de la desaparición forzada; **X-Quinientos**, el segundo largometraje de Juan Andrés Arango; y **Lacrimosa**, la primera película de Simon Paetau. **Gente de bien**, de Franco Lolli, es también una producción asociada de Séptima Films y ha sido seleccionada para la Semana de la Crítica del Festival de Cine de Cannes 2014.



Gerylee
Polanco Uribe

Comunicadora social y periodista de la Universidad del Valle con diploma internacional en Documental de Creación "Mirada de Dos Mundos". Se ha dedicado a la producción y gestión de proyectos audiovisuales, así como la investigación y la docencia. Fue coordinadora de Proyectos Audiovisuales del Centro de Producción de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle, donde produjo para Señal Colombia la serie **En movimiento**, ganadora de un Premio Simón Bolívar. Participó en las películas **El rey, Yo soy otro** y **Perro come perro**. Codirigió el proyecto de investigación, preservación y divulgación

Rostros sin rastros: Televisión, memoria e identidad, iniciativa que fue ganadora por cuatro años consecutivos de la Beca Nacional de Gestión de Archivos y Centros de Documentación Audiovisual del Ministerio de Cultura. Entre 2009 y 2011 fue co-investigadora del proyecto *Experiencias de apropiación colectiva de tecnologías audiovisuales en el sur-occidente colombiano*, del que resultaron los libros *Luchas de representación* y *Video comunitario, alternativo, popular...*, publicados por la Universidad del Valle. En el año 2006 fundó Contravía Films, desde ahí ha sido productora de dos largometrajes **El vuelco del cangrejo** y **La sirga**.



Yenny
Chaverra

Maestra en Estudios Culturales de la Universidad de los Andes y filósofa de la Universidad de Antioquia. Ha participado como jurado en convocatorias y en festivales de cine, y como formadora en diversos espacios y talleres cuyo objetivo es la circulación y la formación de públicos. También se ha desempeñado en la docencia e investigación universitarias en el área teórica audiovisual –en especial en el área de la escritura reflexiva sobre la imagen, historia del cine, apreciación cinematográfica, nuevos medios-tecnologías digitales y cibercultura, teoría crítica de los medios– y en filosofía en la Universidad de Antioquia, la Universidad Eafit y la Escuela de Cine Blackmaria. Como asesora en el Ministerio de Cultura, se concentra en la circulación de cine colombiano a través de entidades culturales y educativas y festivales de cine. También se ha desempeñado en la docencia universitaria y en la edición de publicaciones culturales impresas y on-line.



Este libro que te dio rutas sobre producción, derechos de autor y circulación
se terminó de editar en diciembre de 2016 en Bogotá D. C., Colombia

// Explora más recorridos en los otros libros de la

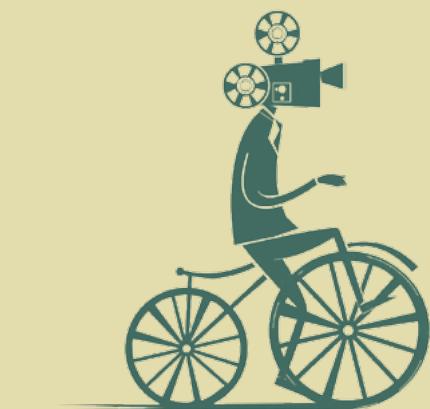
CARTILLA CINEMATECA RODANTE.



Cineclubes

Comunicación

Patrimonio



CARTILLA
CINEMATECA
RODANTE

Rutas para la creación, circulación y preservación
de obras audiovisuales

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

Enrique Peñalosa Londoño
ALCALDE MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

María Claudia López
SECRETARIA DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE

INSTITUTO DISTRITAL DE LAS ARTES - IDARTES

Juliana Restrepo Tirado
DIRECTORA GENERAL

Jaime Cerón
SUBDIRECTOR DE LAS ARTES

Ingrid Liliana Delgado Bohórquez
SUBDIRECTORA DE EQUIPAMIENTOS CULTURALES

Liliana Valencia Mejía
SUBDIRECTORA ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA

José Segundo Quinche Pérez
PROFESIONAL DE APOYO - SUBDIRECCIÓN DE LAS ARTES

CARTILLA CINEMATECA RODANTE

Julián David Correa, Sasha Quintero, Giovanna Segovia, David Andrés Zapata,
Diego Saldarriaga, Vivian Vásquez y Cesar Almanza
COMITÉ EDITORIAL

David Andrés Zapata y Jenny Alexandra Rodríguez
COORDINADORES EDITORIALES

Patricia Miranda
COORDINACIÓN DE DIAGRAMACIÓN

Sofía Parra y Francisco Díaz-Granados
CORRECCIÓN DE ESTILO

Alex Sarmiento
DISEÑO, PAUTA GRÁFICA DEL INTERIOR E ILUSTRACIÓN ÍCONO DE LA COLECCIÓN

Nathalia Rodríguez
DIAGRAMACIÓN, DISEÑO DE CUBIERTAS E ILUSTRACIÓN DE ÍCONOS POR MÓDULO

El contenido de los artículos es responsabilidad exclusiva de los autores y no representa necesariamente el pensamiento del Instituto Distrital de las Artes (IDARTES). Publicación impresa y digital de distribución gratuita con fines educativos y culturales.

Queda prohibida su reproducción total o parcial con o sin ánimo de lucro sin la debida autorización expresa para ello.

Información adicional en: infocinemateca@idartes.gov.co.

ISBN: 978-958-8997-29-2 impreso

ISBN: 978-958-8997-33-9 digital

ISBN: 978-958-8997-04-9 impreso obra completa

ISBN: 978-958-8997-05-6 digital obra completa

CINEMATECA DISTRITAL - GERENCIA DE ARTES AUDIOVISUALES DEL IDARTES

Paula Villegas Hincapié
GERENTE DE ARTES AUDIOVISUALES

Ricardo Cantor Bossa
ASESOR MISIONAL

Diego Saldarriaga Cuesta, Xiomara Rojas Prieto y Laura Camila Puentes Ruíz
EQUIPO ESTRATEGIA TERRITORIAL

Jenny Alexandra Rodríguez Peña
ASESORA DE PUBLICACIONES

David Andrés Zapata Arias
ASESOR DE FORMACIÓN Y CONVOCATORIAS

María Paula Lorgia Garnica
ASESORA DE PROGRAMACIÓN Y NUEVOS MEDIOS

Juan Carlos González Navarrete
COORDINADOR BECMA

Angélica Reyes Hernández
ASISTENTE BECMA

Luz Johana Castillo García
ASESORA ADMINISTRATIVA

Andrea Acevedo Caicedo
ASISTENTE ADMINISTRATIVA

Cristian Camilo Reyes David
APOYO LOGÍSTICO

Luisa Fernanda Montero Trigos
ENLACE Prensa - OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES

Camilo Parra Martínez y Jaiver Sánchez Leal
PROYECCIONISTAS

Angélica Clavijo
ASESORA COMISIÓN FÍLMICA DE BOGOTÁ

Reina Tinjacá Jiménez, Milena Pimentel Vásquez, Yesith Pineda Cortés,
Carlos Valderrama, Miguel Zanguña, Diana Cifuentes Gómez,
Nicolás Cuadrado Ávila, Bibiana Rivera y María Del Pilar Acosta
EQUIPO COMISIÓN FÍLMICA DE BOGOTÁ



CINEMATECA
distrital



INSTITUTO DISTRITAL DE LAS ARTES (IDARTES)

Calle 8 No. 8-52 Bogotá, Colombia - Conmutador: (571) 379 5750

Síguenos: www.idartes.gov.co [f](#) Idartes [@](#) @idartes

CINEMATECA DISTRITAL-GERENCIA DE ARTES AUDIOVISUALES DEL IDARTES

Carrera 7 No. 22-79 Bogotá, Colombia

Conmutador: (571) 379 5750, ext. 3400 - 3410

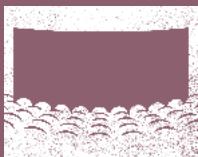
Síguenos: www.cinematecadistrital.gov.co

[f](#) Cinemateca Distrital [@](#) @cinematecadb

IMPRESIÓN: Panamericana Formas e Impresos S. A.

CONTENIDO





Cineclubes



Comunicación



Patrimonio

LAS RUTAS DE ESTE LIBRO

Este volumen invita al lector a generar espacios para la apropiación y la preservación del cine. En “Cineclub: ensayo y error” Frank Patiño comienza por transitar por la senda de una larga trayectoria de pioneros que fundamentaron el cineclubismo como una práctica para la formación y el conocimiento del cine para introducirnos en la formación de públicos, la legislación y la organización y gestión de cineclubes. Lisseth Angel, por su parte, nos sugiere algunos elementos para la organización y comunicación estratégica de las actividades de un cineclub, como parte de la vitalidad de su desarrollo.

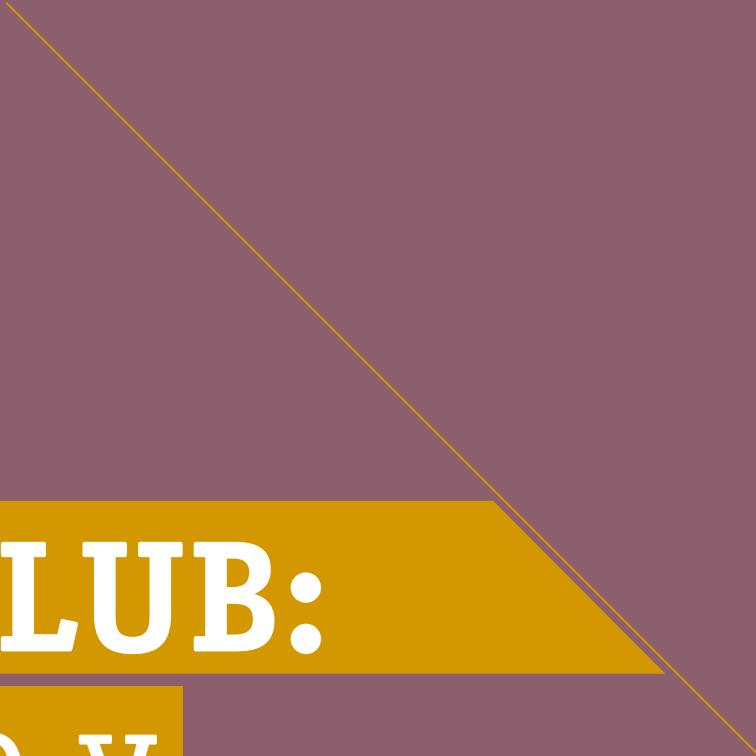
Y finalmente, Luisa Ordoñez en “El archivo audiovisual. Guía básica de preservación” nos involucra en la labor del archivista y los modos para clasificar y generar las condiciones para su preservación de acuerdo a los contenidos y los formatos, presentando al archivo como parte vital de la producción audiovisual.



CINECLUBES



«El cineclubismo se enfrenta a una larga transición que ha transformado las formas de ver y hacer cine y audiovisual, pero que no altera su razón de ser: contar historias por medio de imágenes en movimiento».



CINECLUB:

ensayo y

error

Frank Patiño



En los años noventa, quienes asistíamos a las funciones de los cineclubes universitarios ya escuchábamos de su crisis y de los años gloriosos en los que ese colectivo de militantes del cine viajaban a otras ciudades a buscar los rollos e iban de barrio en barrio, de colegio en colegio, de sindicato en sindicato vendiendo las entradas a la función semanal.

Las nuevas tecnologías —que entonces eran el analógico Betamax y el Video Home System, más conocido como vhs— facilitaban la obtención de los títulos, pero no solo para los cineclubistas sino para una buena parte del público especializado que, si bien no podía tener el cine arte en las tiendas de alquiler, podía vincularse a una de las nacientes redes de intercambio de casetes.

Sin embargo, a pesar del anunciado apocalipsis del cineclub, las “nuevas generaciones” llegamos a conocer a ese grupo de estudiantes que cargaban de un salón a otro sus proyectores, rollos y casetes, que pegaban el cartel y hablaban de cine con la misma pasión con la que otros hablaban de política, literatura, música o deportes.

“La cinefilia es una enfermedad terminal” fue la frase que acuñó el cineclubista Emery Barrios Badel y alguna vez Jorge García Usta manifestó que la esencia del Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias era el encuentro de las tribus cineclubistas que cada año hacían su romería y que, mal o bien, iban formando al público que

«Conocer la historia del cine, los elementos del lenguaje cinematográfico, las tendencias estéticas y los cambios técnicos sigue siendo fundamental para entender la sociedad actual».

después llegaría al festival como realizadores, críticos o simples contaminados por la cinefilia.

En las universidades —públicas y privadas— los cineclubes continúan; en los barrios y pequeños municipios hay colectivos que presentan películas en bibliotecas y plazas; en algunas ciudades existen todavía —cada vez menos— salas de arte y ensayo que alojan a grupos de cinéfilos que programan en sus pantallas. No es exagerado hablar de una crisis del cineclub, cuyos factores son tanto técnicos, como sociales y políticos; pero tampoco es exagerado hablar de su vigencia. El cineclubismo se enfrenta a una larga transición que ha transformado las formas de ver y hacer cine y audiovisual, pero que no altera su razón de ser: contar historias por medio de imágenes en movimiento.

Conocer la historia del cine, los elementos del lenguaje cinematográfico, las tendencias estéticas y los cambios técnicos sigue siendo fundamental para entender la sociedad actual, pero además, conocer el cine como arte y como industria de manera colectiva es una experiencia distinta al consumo individual, ya sea en una sala o frente a la pantalla de un teléfono móvil o un computador.

Esta forma colectiva de estudiar y difundir el cine es lo que le llamamos en la actualidad en Colombia cineclubismo, muy distinto al de mediados del siglo xx, circunscrito a las salas de arte y ensayo, como sigue ocurriendo en muchos países. Nuestro cineclubismo no cuenta con esos

espacios y recurre a centros culturales y académicos, plazas y parques e incluso a sitios de diversión nocturna.

En este documento —que hemos llamado “ensayo y error”, pues son unos apuntes que intentan interesar a los cinéfilos en la persistencia de estas escuelas del cine— haremos un breve recorrido por la historia del cineclubismo, una revisión de la forma actual como se organizan y gestionan los cineclubes, un repaso a la legislación sobre la exhibición de cine en el país y los derechos de autor, para finalizar con algunas notas sobre su vigencia y perspectivas.

BREVES NOTAS DE UNA LARGA HISTORIA

En sus inicios el cine fue un espectáculo masivo en el que la luminosidad del invento opacaba los propios contenidos de las películas, el hecho de documentar la realidad y plasmarla en las primeras imágenes en movimiento fue de por sí una gran atracción. Para 1880, en la llamada Ciudad Luz, se encienden las velas Yáblochkov que iluminan las noches parisinas y es en esa misma ciudad, quince años después, que los hermanos Lumière proyectarán la salida de los obreros de una fábrica de Lyon, la llegada de un tren a la estación y la salida de un barco del puerto.

Y no fue al azar que el surgimiento de las primeras imágenes en movimiento se vieran en la capital francesa. Para finales del siglo XIX, París vivía un período de desarrollo de sus fuerzas productivas, de innovación tecnológica y agitación política. Para 1871 los trabajadores habían instaurado el primer gobierno obrero de la historia durante dos meses en su lucha contra la restauración monárquica borbónica, la Comuna de París. En esa convulsionada sociedad, los hermanos Lumière perfeccionaron un sistema de proyección para las primeras películas, adelantándose a otras iniciativas alrededor del orbe como la de Tomas Alva Edison en Estados Unidos y los hermanos Skladanowsky en la vecina Alemania.

Para el segundo decenio del siglo XX ya el cine no era novedoso, había un camino recorrido en la técnica y en la calidad de las historias con los filmes de George Méliès (**Viaje a la luna**, 1902) y Edwin S. Porter (**Asalto y robo de un tren**, 1903); ya David W. Griffith había avanzado en la creación de la narración cinematográfica (**El nacimiento de una nación**, 1915, e **Intolerancia**, 1916); emergía la industria italiana con largometrajes de dos horas y grandes escenarios (**Cabiria** de Giovanni Pastrone, 1914) y Charles Chaplin hacía sus primeros filmes.

La crisis capitalista mundial no había sido superada y las nuevas potencias se intentaban abrir un espacio en el mercado. Estados Unidos, Italia y Alemania debían disputar con las viejas Francia e Inglaterra, mientras en la Rusia zarista se gestaba la Revolución de 1917 que cambiaría el curso de la historia de la humanidad. Es en ese contexto en el que surgen los primeros cineclubes, de la mano de las primeras aproximaciones críticas a las películas de cine, que ya no son vistas como un espectáculo —a la manera circense—, sino que se les comienza a exigir rigor técnico y compromiso estético.

Podemos señalar tres momentos fundacionales del cineclubismo:

- El primero es cuando el crítico y cineasta francés Louis Delluc publica, en 1920, la primera edición de la revista *Le Journal du Ciné-club*. A Delluc se le atribuye la fundación del cineclub.
- El segundo, al año siguiente, cuando el crítico italo-francés Ricciotto Canudo, quien en 1911 había publicado el *Manifiesto de las siete artes*, funda el Club de los Amigos del Séptimo Arte, CASA.
- Y el tercero, en 1935, cuando Henri Langlois y Georges Franju fundan el cineclub Cercle du Cinéma que daría origen a la Cinemateca Francesa.

»Fotos 1-4. Fotogramas del corto **La langosta azul** Gabriel García Márquez, Álvaro Cepeda Samudio y Héctor Rojas Herazo (1954). En línea.



El cineclubismo crece y a pesar de las guerras imperialistas se extiende por varios países a tal punto que en la posguerra, en el segundo Festival de Cine de Cannes en 1947 se reúnen delegados de veinte países por iniciativa de Henri Langlois y se funda la Federación Internacional de Cineclubes.

Más allá de los hechos y las fechas, debemos resaltar que el surgimiento del cineclubismo está ligado, por una parte, al desarrollo de la crítica de cine y, por otra, a la gestación de movimientos estéticos. Muchas de las vanguardias cinematográficas tuvieron su origen en estos espacios: el neorrealismo italiano, la *nouvelle vague* francesa y el *cinema novo* brasileño, pues la crítica cinematográfica en su intención de validar al cine como arte fue fundamental para generar estas corrientes estéticas. Por otro lado, es imposible entender el ascenso del cineclubismo y su expansión en varios países sin ligarlo al ascenso de los movimientos políticos revolucionarios que ponían en cuestión al sistema capitalista y que solo pudieron ser detenidos con las dos guerras mundiales.

En Colombia, fue el catalán Luis Vicens quien fundó en 1949 el Cine Club Colombia en Bogotá, del cual hizo parte Hernando Salcedo Silva, a quien se le considera el padre del cineclubismo en el país. El librero Luis Vicens había estado en París y era asilado de la Guerra Civil Española, había estado entre Barranquilla y Bogotá y traía consigo la experiencia del cineclubismo europeo. Sin embargo, a pesar de este hito fundacional, como ocurre en general con la historia del país, no hay una historia que reúna todas las páginas del cineclubismo, atendiendo a las iniciativas regionales ligadas a los primeros aportes de los críticos cinematográficos. Podemos enumerar algunas de estas experiencias:

- A finales de los años cuarenta, Gabriel García Márquez, Álvaro Cepeda Samudio y Héctor Rojas Herazo realizaron crítica cinematográfica en los diarios *El Universal* y *El Heraldo* en el caribe colombiano y realizaron el filme **La langosta azul** en 1954, si bien no hacían

proyecciones, conformaron un grupo de cinéfilos que estudiaba cine y escribía sobre las películas.

- En los años cincuenta se funda el Cine Club Medellín del que surgieron críticos como Alberto Aguirre, Orlando Mora y Luis Alberto Álvarez.
- La fundación de la Cinemateca Colombiana en 1957 con Hernando Valencia Goelkel y Hernando Martínez Pardo.
- La creación del Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias en 1960 por Víctor Nieto, como resultado de la tradición cineclubista de la ciudad.
- A principios de los años setenta, la revista *Ojo al Cine* de Andrés Caicedo y el Cine Club de Cali que generaría el Grupo de Cali conformado, entre otros, por Luis Ospina y Carlos Mayolo.
- El Cine Club La Tertulia de Cali en 1959, que se convertiría en la Cinemateca La Tertulia en 1975, con Ramiro Arbeláez y Luis Ospina.
- La fundación del Cine Club Barranquilla por Braulio de Castro en 1972, que más tarde daría origen a la Cinemateca del Caribe en 1986.
- La aparición de la Cinemateca Distrital de Bogotá en 1971, que publicó la revista *Cinemateca* y ahora publica los *Cuadernos de Cine Colombiano*, entre otros.
- En los años setenta, la fundación de Cine Arte Bolívar y del Comité de Cine de la Universidad de Cartagena por Alberto Sierra, Luis Fernando Calvo, Emery Barrios y Freddy Badrán Padauí, que después daría origen al Grupo En Tono Menor desde el cual surgieron los críticos Amaury Arteaga, Rómulo Bustos y Manuel Burgos.
- En 1978 se funda el Centro Cultural Roberto Ruíz Rojas en Ibagué, donde Luis Fernando Roza funda el cineclub del mismo nombre.

- El Cine Club Bogotá de Ignacio Jiménez, Diego León Hoyos, Juan Diego Caicedo y Diego Rojas en 1974.

Estos son momentos reconocidos en los estudios sobre la historia del cineclub en Colombia y, sin duda, son un importante punto de partida para los interesados en construir una historia que es más profunda que las que aparecen en las reseñas. Porque estos hitos son el resultado de experiencias más complejas de una cantidad de colectivos que no tuvieron la misma repercusión pero que gestaron procesos culturales importantes en lo local y en lo regional.

»Foto 5. Orlando Mora. Fotograma tomado de *Alberto Aguirre en el cine de Medellín* por Orlando Mora, en línea.

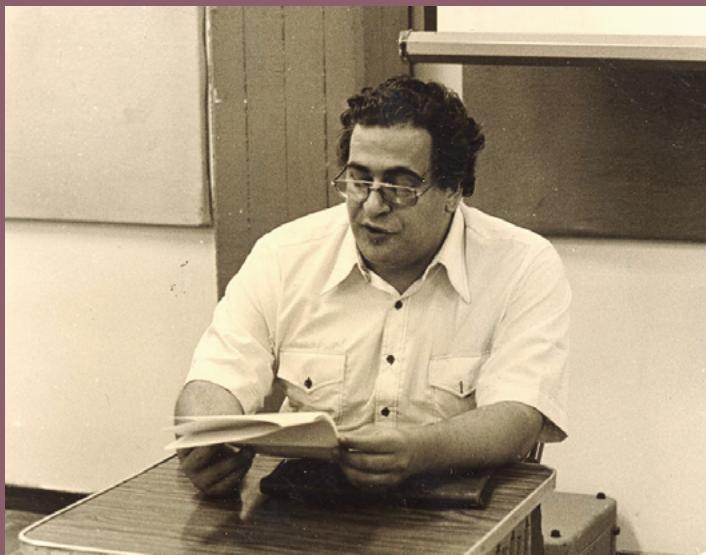




»Foto 6. Alberto Aguirre. Fotograma tomado de *U de A - Alberto Aguirre, sin pelos en la lengua*, en línea.



»Foto 7. Víctor Nieto. Fotograma tomado de *ElEspejoentrevistaaVictorNieto.mp4*, en línea.



»Foto 8. Luis Alberto Álvarez.
Tomada de: Madera Salvaje.



»Foto 9. Ramiro Arbeláez. Archivo de la Escuela de
Comunicación de la Universidad del Valle.

PROGRAMACIÓN Y PRODUCCIÓN: DOS CARAS DE LA FORMACIÓN DE PÚBLICOS

El cineclub, según el *Manual de cineclubismo* de la Red de Cineclubes de Chile, es "una organización de personas que se reúnen para la apreciación de obras cinematográficas de forma colectiva"¹. En este libro se señalan tres características: democracia, constancia y apertura. Dice: "El carácter democrático, reflexivo y participativo es inherente a esta actividad, que busca educar a los públicos a través del debate horizontal entre los participantes y el acceso a obras que en general no se encuentran en el circuito comercial. Los cineclubes son espacios constantes en el tiempo, sin fines de lucro y abiertos a toda la comunidad"².

Lo que queremos resaltar del ejercicio cineclubista es su carácter colectivo; sin una comunidad no hay cineclubismo, sin al menos dos personas seleccionando los filmes, haciendo la propaganda, buscando los espacios y orientando las discusiones no hay cineclub. Puede que al principio sea una iniciativa de una sola persona, pero debe apuntar a formar un grupo antes que a llenar los escenarios de exhibición. Una vez el cineclub esté conformado se puede pensar de manera grupal en las estrategias para programar películas y actividades que promuevan el conocimiento de la cultura cinematográfica.

Y el asunto no es cuantitativo, sino que atiende a la naturaleza del arte y de la industria cinematográfica, su producción es colectiva y su recepción también. Además, la

¹ Luis Horta, (coord.); Pablo Inostroza; Camila Pruzzo y Guillermo Jarpa. *Manual de cineclubismo*. Chile: Red de Cineclubes de Chile, p. 11.

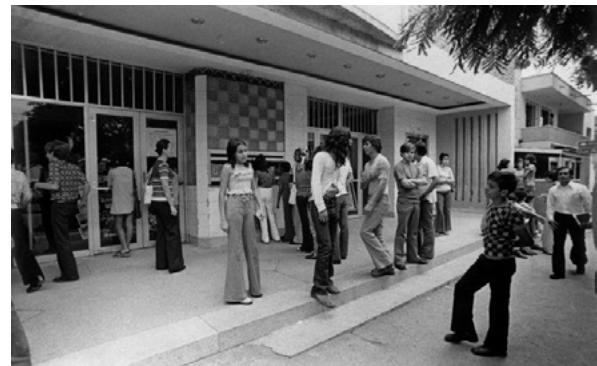
² Ídem.

pluralidad del público que aprecia las películas debe ser correspondida también con una pluralidad en el colectivo que las selecciona y las estudia.

Un cineclub cumple un papel pedagógico, de mediador, entre el público y la película. Las teorías posmodernas han cuestionado el papel de estos mediadores, que señalan de ilustrados, pero cada vez más se demuestra que la posibilidad de hacer un juicio crítico a las películas depende del conocimiento que se tenga del lenguaje cinematográfico, de la historia del cine, de sus tendencias estéticas y de la filmografía del autor. Por ello, el cineclub es la principal escuela de formación de públicos y debe formar tanto a sus propios integrantes como al público que acude a sus exhibiciones. Si el objetivo del cineclub es formar un público, su papel es entonces esencialmente pedagógico y, por tanto, tiene que reconocer que existen niveles en el conocimiento de la cinematografía como arte y como industria.

Por las condiciones de la exhibición en Colombia —1.122 municipios y solo el 4,1% de ellos cuenta con una sala de cine y menos de diez salas de arte y ensayo en todo el país— la actividad cineclubista cumple funciones diversas de acuerdo a la función que se plantea cada colectivo:

»Foto 10. Andrés Caicedo en el Cine Club de Cali.
Foto tomada de *Revista Visaje*.



«Lo que queremos resaltar del ejercicio cineclubista es su carácter colectivo; sin una comunidad no hay cineclubismo, sin al menos dos personas seleccionando los filmes, haciendo la propaganda, buscando los espacios y orientando las discusiones no hay cineclub».

- Cineclubes que tienen como función llevar proyecciones a municipios o zonas marginales de las grandes ciudades donde no hay acceso a la exhibición pública.
- Cineclubes que tienen sedes en salas de arte y ensayo o centros culturales y académicos, que realizan procesos de formación en núcleos estudiantiles y juveniles, por lo regular.
- Cineclubes que además de tener una programación permanente organizan festivales de cine o eventos de formación.
- Cineclubes que se forman en la crítica cinematográfica y tienen publicaciones.

La existencia de estos cineclubes y su diversidad es un reflejo de la tendencia de concentración que tiene el circuito de exhibición comercial del país, pues, según el Ministerio de Cultura³, un 35% de las pantallas está en Bogotá, un 11% en Medellín, un 11% en Cali y un 5% en Barranquilla. Estas cifras muestran la alta concentración de los lugares de exhibición y un problema de acceso a la cultura cinematográfica. El caso del circuito alterno es mucho más grave, ya que en la actualidad solo existen salas en las ciudades de Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla y Pereira, amenazadas por la digitalización de la proyección cinematográfica.

Pero no siempre fue esta la situación, hasta hace unos treinta años existían salas de cine y teatros en los que se proyectaban películas en barrios y municipios. Con el advenimiento de las nuevas tecnologías —las tiendas de video y, posteriormente, los soportes digitales— muchos de los teatros y salas fueron cerrados y surgieron las salas múltiples, dejando muchas ciudades y poblaciones al margen de los nuevos circuitos comerciales.

Esto explica la existencia de un público para el cine que hoy no tiene un acceso distinto al que brindan los cineclubes o al consumo individual a través de DVD o Internet. En 2011, el Ministerio de Cultura realizó una encuesta de salas y espacios de exhibición alterna en veinte municipios a más de cuarenta entidades, en las que se pone en evidencia que aun cuando no existen salas, el cine se descarga por Internet o circula en DVD, sin pasar por los circuitos formales de distribución y exhibición. Y en esos lugares donde no existen cineclubes, el consumo se limita a las películas taquilleras que han pasado por las salas comerciales.

³ Tomado del Documento de Política Cinematográfica del Ministerio de Cultura, publicado en 2010. En línea.

ojo al cine

revista de ficción y crítica cinematográfica

POLANSKI *Vampiros*
Destinitos Fatales
Truffaut



»Foto 11. Cubierta de la revista *Ojo al cine*.
Tomada de www.luisospina.com.

«No existe en la legislación colombiana ninguna norma ni disposición específica para los cineclubes. [...] La legislación vigente aborda el tema de la exhibición pública en general y no se refiere a esta actividad, por lo cual es necesario tener un conocimiento de la misma y de las implicaciones que pueda tener para los cineclubes».

LEGISLACIÓN DE LA EXHIBICIÓN EN COLOMBIA

No existe en la legislación colombiana ninguna norma ni disposición específica para los cineclubes. El artículo 34 del decreto 358 de 2000, que hacía mención al cineclub, fue modificado por el artículo 16 del decreto 255 de 2013 y el artículo 35 del decreto 358 de 2000 resultó modificado por la Ley 1185 de 2008. En este capítulo revisaremos esos cambios en la normatividad⁴.

La legislación vigente aborda el tema de la exhibición pública en general y no se refiere a esta actividad, por lo cual es necesario tener un conocimiento de la misma y de las implicaciones que pueda tener para los cineclubes.

Ley 814 de 2003 o Ley de cine

La Ley de Cine rige la actividad cinematográfica en el país. Esta norma creó el Consejo Nacional para las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNAACC), como autoridad principal, y dos herramientas de financiación: el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC) y los estímulos tributarios a los inversionistas.

El fundamento de la Ley de Cine es la financiación de la producción cinematográfica y define que el recaudo del FDC debe estar orientado en un 70% a la producción. En este marco, el CNAACC define el destino y los mecanismos para la entrega de estos recursos al sector. El CNAACC está conformado por delegados del Ministerio de Cultura y por representantes que son elegidos por el sector.

Los cineclubes de las salas de arte y ensayo inscritas ante el Sistema de Registro Cinematográfico (SIREC) pueden participar como representantes de los exhibidores, pero también pueden hacer parte de los consejos departamentales y distritales de cinematografía y aspirar a la representación de las regiones ante el CNAACC.

En cuanto a la referencia que hace la Ley de Cine de la exhibición, en su artículo 3 define los conceptos de sala de cine y de exhibidor:

1. Sala de cine o sala de exhibición. Local abierto al público, dotado de una pantalla de proyección que, mediante el pago de un precio o cualquier otra modalidad de negociación, confiere el derecho de ingreso a la proyección de películas en cualquier soporte.

⁴ Encuentre toda la información sobre la legislación cinematográfica aplicable en Colombia en la página Web del Ministerio de Cultura. En línea.

2. Exhibidor. Quien tiene a su cargo la explotación de una sala de cine o sala de exhibición, como propietario, arrendatario, concesionario o bajo cualquier otra forma que le confiera tal derecho.

Ley 1185 de 2008 que modifica la Ley General de Cultura

En esta norma se hicieron reformas al Comité de Clasificación de Películas. La norma señala que toda obra cinematográfica para ser exhibida en público, es decir, con algún nivel de promoción y debe estar clasificada, lo que constituye una limitante para los cineclubes. En el artículo 22, sobre la exhibición dice: "Ninguna película podrá pasarse en salas de cine o sitios abiertos al público, sin autorización previa del Comité de Clasificación de Películas. Se exceptúa de la prohibición anterior, la exhibición de películas en festivales de cine, siempre que los productores, distribuidores u organizadores las registren en el Ministerio de Cultura, Dirección de Cinematografía, con quince (15) días de anticipación por lo menos".

Y en el artículo 23, sobre las obligaciones de los exhibidores de películas dice que deben:

1. Abstenerse de exhibir públicamente películas que no hayan sido clasificadas por el Comité.

2. Abstenerse de exhibir en un mismo espectáculo películas de diferentes clasificaciones o acompañarlas de avances o documentales que no concuerden con la clasificación de las mismas, a menos que el espectáculo se anuncie con la clasificación o la edad mayor correspondiente.

3. Impedir la entrada a los espectáculos cinematográficos de personas menores de la edad indicada en la respectiva clasificación.

4. Abstenerse de emplear medios publicitarios engañosos, tales como anunciar una película con la clasificación diferente a la fijada por el Comité.

Decreto 358 de 2000

En esta norma se hace la excepción respecto a la exhibición privada. De este decreto queda vigente el artículo 36 sobre la exhibición privada de películas:

De conformidad con el artículo 135 del decreto Ley 1355 de 1970, no son aplicables la obligación y criterios de clasificación de películas cuando la exhibición se limite a ciertas personas de manera privada, aunque se lleve a cabo en salas de exhibición pública. Lo aquí contemplado es aplicable a cualquier evento en que se presenten películas ante invitados determinados y sin que se haga ofrecimiento de boletas al público.

Esta disposición es importante porque muchos de los cineclubes tienen exhibiciones privadas en espacios académicos y culturales o en salas de arte y ensayo, el límite de la exhibición pública o privada es la promoción que se haga a un público abierto o a los socios o invitados del cineclub.

Decreto 255 de 2013

Esta norma en su artículo 16 modifica el artículo 34 del decreto 358 de 2000 sobre la definición de festival de cine y expide un parágrafo en el que lo asimila a "programación cinematográfica de entidades sin ánimo de lucro cuya finalidad sea la formación de públicos", para fines de clasificación de películas:

Festival o muestra de cine: evento, único o de periodicidad no inferior a un año, realizado en el territorio nacional, en el que se presenten películas con el propósito de valorar muestras cinematográficas o de otorgar a ellas premios o distinciones y en los que se realicen actividades de formación o promoción de cultura o industria cinematográfica.

Igual que el anterior, esta norma le da una posibilidad a los cineclubes que usan las salas de arte y ensayo de clasificar las películas por ciclos de igual forma como lo hacen los festivales. Pero le plantea dificultades a los cineclubes que hacen exhibiciones en auditorios académicos y culturales o al aire libre.

Derechos de autor y derechos del público

La tensión entre los derechos patrimoniales de los autores y los derechos del público sigue vigente y se ha profundizado en la medida en que la tecnología ha permitido un mayor acceso a las obras.

Son tres las formas más comunes de licenciar las obras, es decir, de decidir cómo será la relación entre la obra y el público. Estas formas son:

- *Copyright*: el autor, o quien se defina, conserva sus derechos patrimoniales y se requiere autorización del mismo para exhibir la obra.
- *Copyleft*: libre circulación de copias y de modificación de las obras siempre y cuando se mantengan los mismos derechos en el material modificado.
- *Creative Commons*: libre circulación de la obra siempre y cuando se reconozca el autor.

Como vemos, los derechos morales del autor (participación en la creación de una obra) son inalienables en todos los casos, en cambio los derechos patrimoniales (participación en el usufructo de una obra) dependen del tipo de licenciamiento. La norma que rige los derechos de autor en Colombia es la Ley 23 de 1982, sujeta a la decisión 351 de la Comunidad Andina de Naciones, que es vinculante y desarrolla un régimen común sobre la propiedad intelectual y los derechos de autor.

En el capítulo VII de la decisión 351, artículo 22, inciso j se tratan los límites y excepciones del derecho de autor y se define que una de ellas es el uso con fines pedagógicos en el ámbito de la academia:

Realizar la representación o ejecución de una obra en el curso de las actividades de una institución de enseñanza por el personal y los estudiantes de tal institución, siempre

que no se cobre por la entrada ni tenga algún fin lucrativo directo o indirecto, y el público esté compuesto exclusivamente por el personal y estudiantes de la institución o padres o tutores de alumnos y otras personas directamente vinculadas con las actividades de la institución.

El movimiento cineclubista ha reclamado su derecho como formador de públicos y fue así como en septiembre de 1987 expidió en Tabor, Checoslovaquia, la Carta de los Derechos del Público. Este decálogo de la Federación Internacional de Cineclubes⁵ plantea lo siguiente:

1. Cada persona tiene derecho a recibir todas las informaciones y comunicaciones audiovisuales. Por eso debe tener los medios para expresarse y dar a conocer sus propios juicios y opiniones. No puede haber humanización sin verdadera comunicación.
2. El derecho al arte, al enriquecimiento cultural, a la capacidad de comunicación, fuente de toda mutación cultural y social, es un derecho inalienable. Es la garantía de una verdadera comprensión entre los pueblos, la única vía para evitar las guerras.
3. La formación del público es la condición fundamental, incluso para los autores, para la creación de obras de calidad. Solo ella permite la expresión del individuo y la comunidad social.
4. Los derechos del público corresponden a las aspiraciones y posibilidades de un desarrollo general de las facultades creativas. Las nuevas tecnologías deben ser utilizadas con este fin y no para la alienación de las masas.
5. El público tienen el derecho de organizarse de manera autónoma para la defensa de sus intereses. Con el fin de alcanzar estos objetivos y de sensibilizar al mayor número de personas hacia las nuevas formas de expresión audiovisual, las asociaciones de espectadores deben poder disponer de estructuras y de medios puestos a su disposición por los entes públicos.

⁵ Ver en línea.

6. Las asociaciones del público tienen el derecho de estar asociadas a la gestión y de participar en el nombramiento de los responsables de los organismos públicos de producción y distribución del espectáculo así como de los medios públicos de información.

7. Público, autores y obras no pueden ser utilizados sin su consentimiento para fines políticos de proselitismo comercial u otros. En casos de instrumentalización o de abuso, las organizaciones de espectadores tendrán el derecho de exigir rectificaciones públicas e indemnizaciones.

8. El público tiene derecho a una información correcta. Por este motivo rechaza cualquier tipo de censura y de manipulación y se organizará para hacer respetar, en todos los medios de comunicación, la pluralidad de opiniones como expresión del respeto a los intereses del público y a su enriquecimiento cultural.

9. Ante la universalización de la difusión informativa y del espectáculo, las organizaciones del público se unirán y trabajarán conjuntamente en el plano internacional.

10. Las asociaciones del público reivindican la organización de investigaciones sobre las necesidades y la evolución cultural del público. Por el contrario se oponen a los estudios con objetivos mercantiles tales como las encuestas sobre índices de audiencia y aceptación.

ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE CINECLUBES

Los cineclubes, como lo señalamos antes, no pueden ser constituidos por una sola persona. Por lo regular, la iniciativa de conformarlo es individual, pero no podremos hablar de su existencia hasta tanto no haya un colectivo que lo integre; pues, si bien la crítica cinematográfica se ejerce de manera personal, el cineclub es un espacio de confluencia en el que las películas se encuentran con un colectivo: el público.

La discusión central de todo cineclub debe ser la programación —los ciclos, la participación en festivales, las muestras con otros cineclubes o entidades— y una vez esta se defina se debe abordar la producción de esa programación: la gestión de recursos y las formas de difusión. Ambas cuestiones —programación y producción— deben ser miradas de manera dialéctica, es decir, como

«Recordemos que la labor del cineclub es pedagógica, no es de adoctrinamiento, por tanto, la presentación de la película como la orientación del foro deben tener en cuenta al público como razón de ser».

dos partes de un todo que a menudo son contradictorias pero también complementarias. Puesto que no se trata de que la programación imponga situaciones que exceden la capacidad de gestión del cineclub, ni que la producción limite las necesidades estéticas del colectivo.

Uno de los principios que debe regir la actividad del cineclub es la coherencia entre estos dos procesos. Así como toda colectividad está reunida fundamentalmente por unos principios comunes, también el cineclub se puede reunir en torno a una causa social o política —ambiental, de género, de identidad étnica o cultural, de pedagogía política— o una coincidencia estética, es decir, por afinidad frente a géneros o corrientes cinematográficas. De este modo, la programación estará sujeta a estos principios y la gestión deberá ser coherente con ella; las fuentes de financiación, los lugares de proyección y las herramientas de difusión no podrán ser antagónicas con los principios que reúnen al colectivo cineclubista. A continuación, miremos algunos aspectos sobre la organización de los cineclubes.

Organización

Los cineclubes deben tener una organización interna que se dificulta con la imposibilidad de tener personas profesionalizadas en esta actividad. Las funciones y las jerarquías organizacionales son tan fundamentales en la actividad del cineclub como la democracia en sus decisiones.

Existencia legal

Como toda organización puede tener o no existencia legal. En caso de que el cineclub lo considere necesario debe registrarse ante las cámaras de comercio o entidad afín en su municipio. Las instituciones educativas pueden tener cineclubes y su existencia legal está regida por el Ministerio de Educación.

Formación e información

Los cineclubes, además, deberían aspirar a tener una producción crítica ya sea en medios físicos o digitales y un proceso de formación en dos sentidos: al interior del cineclub y hacia el público. La información que se brinda al público es fundamental para la formación del mismo.

Difusión

Otra de las funciones que tiene un cineclub es la difusión, la capacidad de hacer propaganda de su programación, tanto de películas como de talleres y cursos, y de emplear los medios adecuados de acuerdo al público. En poblaciones rurales a menudo se utilizan carteles o vehículos de perifoneo, mientras que en ámbitos universitarios pueden ser más efectivas las redes sociales; en todo caso, se debe tener en cuenta que debe existir un diseño de esa estrategia y deben tener elaborada una identidad gráfica que permita no solo la difusión puntual del ciclo o la película sino del propio cineclub.

Proyección y socialización

La proyección de la película y la socialización de la misma son la puesta en escena del cineclub. La proyección debe tener la mejor calidad posible y nunca se debe exhibir una película sin que el cineclub la haya visualizado y discutido antes. En cuanto a la socialización de la película, ese antes y ese después de la exhibición, debe brindar al público la información básica y las herramientas para abrir una discusión.

Recordemos que la labor del cineclub es pedagógica, no es de adoctrinamiento, por tanto, la presentación de la película como la orientación del foro deben tener en cuenta al público como razón de ser. Aquí volvemos al principio, a la idea de que el cineclub es el ejercicio colectivo de ver y analizar el cine, que no puede ser un ejercicio

individual y, por ende, es menester que el moderador de la discusión —que es la socialización de la película— tenga la capacidad de valorar las distintas posiciones que se tengan respecto al filme.

El *Manual de cineclubes* dice: "En los cineclubes, un moderador no es un maestro enseñando a sus alumnos una visión unívoca sobre una obra, por el contrario: debe ejercer un rol provocativo, que encienda la curiosidad y fomenta la participación, encauzando las múltiples lecturas que vayan surgiendo a lo largo del debate"⁶.

Por supuesto que el moderador tiene una forma de ver el cine, una posición estética y una posición política, pero debe entender quién es el público, cuál es su nivel de apreciación de la obra, su nivel de conocimiento del lenguaje cinematográfico y tener en cuenta la capacidad de sugestión del cine y su apelación a la subjetividad del público.

Gestión de las películas

El cineclub debe gestionar los derechos de las películas; algunos pagan por su uso, otros solicitan la cesión de los derechos. Existen en la actualidad varias formas de obtener filmes sin costos para los cineclubes:

- Plataformas con obras licenciadas con Creative Commons.
- Gestión directa con el titular de las películas.
- Acceso a catálogos con derechos de exhibición pública como Cinesud.
- Convocatorias públicas como Colombia de Película del Ministerio de Cultura.
- Vínculos con festivales de cine que tengan derechos sobre las películas de su programación.

⁶ Luis Horta, (coord.); Pablo Inostroza; Camila Pruzzo y Guillermo Jarpa. *Manual de cineclubismo*, ob. cit., p. 26.

De igual manera, existe en Colombia una entidad que gestiona derechos de exhibición no teátrica: EGEDA Colombia, una entidad de gestión colectiva de carácter privado que representa los derechos de propiedad intelectual de los productores de obras audiovisuales y cinematográficas. Para los cineclubes o salas de arte y ensayo interesados incluso en tener derechos de ingreso a las películas esta nueva opción puede servir, pues reduce los costos de manera significativa respecto a las distribuidoras. La siguiente es una lista de entidades y contactos útiles para la gestión de películas.

Organizaciones para gestión de derechos:

- Cinesud: <http://plataformacinesud.wordpress.com>
- Asociación Nacional de Festivales y Muestras de Cine de Colombia (ANAFE): <http://anafe-colombia.blogspot.com>
- EGEDA Colombia: www.egeda.com
- Creative Commons: <http://co.creativecommons.org>
- Federación Internacional de Cineclubes: www.ficc.info

Instituciones:

- Proimágenes Colombia: www.proimagenescolombia.com
- Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano: www.patrimoniofilmico.org.co
- Ministerio de Cultura: www.mincultura.gov.co
- Cinemateca Distrital de Bogotá: <http://www.idartes.gov.co/index.php/escenarios/cinemateca-distrital>

Distribuidores:

- Babilla Cine: www.babillacine.com, info@babillacine.com
- Cineplex S.A.: www.cineplex.com.co, cineplex@cineplex.com.co
- V.O. Cines: www.vocines.com, vocines@gmail.com
- Cine Colombia: www.cinecolombia.com, distribucion@cinecolombia.com
- Procinal: www.procinal.com.co



»Foto 12. Participación del Cineclub Imagen viajera en "Cinemateca al parque", 2015. Archivo: Marcela Aguilar.



»Fotos 13. Espacios donde se desarrolla el Cineclub Imagen Viajera. Archivo: Marcela Aguilar.



»Fotos 14-16. Espacios donde se desarrolla el Cineclub Imagen Viajera. Imágenes del Primer encuentro distrital de cineclubes organizado en Bogotá por la Fundación Maguared, 2016. Archivo: Marcela Aguilar y Cineclub La Chimena.

- Venus Films: <http://cms.venusfilms.com.ec>, msevenfi@andinet.com
- United International Pictures, UIP Colombia: www.uip.com, william_pena@uip.com

CINECLUBISMO: BALANCE Y PERSPECTIVAS

No se debe redundar en la idea de una crisis del cineclubismo, pues, si bien la desaparición de las viejas salas de arte y ensayo que los albergaban es una realidad, su praxis se ha diversificado y su público también. Es tan necesaria la labor del cineclub que visita las veredas llevando a esa población el cine como una novedad, como una fuente de entretenimiento, así como el de aquellos cineclubes universitarios que se reúnen para escribir en revistas, blogs y portales sobre el cine como arte y como industria. Es tan válida la labor de quienes presentan cine en los barrios de manera masiva, como aquel pequeño grupo que se reúne en un auditorio de manera periódica a visualizar las películas.

El cineclubismo es una actividad que cada vez tiene más dificultades para su financiación y sostenimiento, además de que sus proyecciones no están reglamentadas por la legislación y son más las dificultades que los beneficios que encuentran en las instituciones estatales, educativas y culturales. También los derechos de autor son actualmente una limitante, como lo fueron para los cineclubes de antes, pero se ha avanzado en el acceso a las películas gracias al desarrollo de la tecnología digital. Sin embargo, el acceso y la consecución de las películas y los derechos no son los únicos problemas que debe superar el cineclubismo.

La crisis fundamental está en la esencia colectiva del cineclubismo, en su divorcio con la teoría y la crítica del cine y en la ausencia de una agremiación en la que se

puedan intercambiar experiencias y buscar soluciones a los problemas.

En cuanto a la primera cuestión, la organización de los cineclubes, existen dificultades tanto en cada colectivo como en su agremiación. Hoy existen más cineclubes que en el pasado, pero los colectivos son más débiles y muchas veces no existen como tales sino que hay un "individuo-club" con un público. De la misma manera, hay una evidente falta de organización; si bien han existido experiencias valiosas, la más reciente de ellas fue la Red de Cineclubes La Iguana, en la actualidad no ha sido posible conformar una agremiación a nivel nacional, ni regional. Una de las dificultades es la diversidad de los cineclubes, tanto en su existencia jurídica como en su quehacer. Pero lo cierto es que una agremiación debe tener unos requisitos básicos para sus integrantes (tener personería jurídica, tener un número de proyecciones mínimas a la semana, hacer un aporte económico anual, etc.).

Muchos cineclubes —al no cumplir con los requisitos acordados o no estar de acuerdo con los mismos— pueden decidir no hacer parte de la agremiación, pero esta situación no puede ir en contra de su constitución; no obstante, que acercarse a la totalidad del universo cineclubista deba ser su finalidad.

En cuanto a la segunda cuestión, el cineclub tiene una pugna con el consumo individual de películas en DVD, Blu-ray o las descargas directas. Los cinéfilos no sienten la necesidad de ir a compartir las películas y los cineclubes se han distanciado tanto del estudio de la teoría del cine, como del ejercicio de la crítica cinematográfica. Y son precisamente el conocimiento de la teoría y la habilidad de analizar un filme —de la mano de esa puesta en escena que es la proyección y la socialización de la película— lo que pueden hacer que el público sienta al cineclub como un espacio en el que encuentra algo más que el consumo individual o la comodidad de las salas comerciales. ●

BIBLIOGRAFÍA

Consejo Departamental de Cultura y Patrimonio del Tolima. "Luis Fernando Rozo y el cineclubismo en el Tolima". En la página web *Culturatolima*, 14 de febrero del 2013. En línea: <http://culturatolima.org/inicio-cine/10-cinematografia/60-luis-fernando-rozo-y-el-cineclubismo-en-el-tolima>.

Cotta, Renzo. *Cuaderno de Cine 1*, Historia del cine club (1977). La Paz: Don Bosco.

Escorcía Cardona, Viviana. "Antecedentes del cineclubismo como programa pionero a nivel mundial en formación de público cinematográfico". *Revista Luciérnaga Audiovisual* 1 (1) (2008). Medellín: Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, Facultad de Comunicación Audiovisual. En línea: http://www.politecnicojic.edu.co/Luciernaga/cine_clubismo.html.

Figueiredo, Hermano y Regina Ceclia Barbosa. *Cineclubes: organizacao e funcionamento*. Maceió: Ideário Comunicação e Cultura, 2006. En línea: <http://ideario.org.br/wp/wp-content/uploads/2013/09/MANUAL-DE-CINECLUBISMO-PDF.pdf>.

Horta, Luis (coord.); Pablo Inostroza; Camila Pruzzo y Guillermo Jarpa. *Manual de cineclubismo*. Chile: Red de Cineclubes de Chile. En línea: http://www.libros.uchile.cl/files/preses/1/monographs/382/submission/proof/files/assets/common/downloads_8b9d84f3/Manual%20de%20Cineclubismo.pdf.

Ministerio de Cultura. *Compendio de políticas culturales*. Bogotá: Ministerio de Cultura República de Colombia, 2010. En línea: <http://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/compendio-politicas-culturales/Paginas/default.aspx>.

_____. *Manual de gestión de salas alternas de cine*. Bogotá: Ministerio de Cultura República de Colombia, Dirección de cinematografía, 2004. En línea: <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/publicaciones/Documents/Manual%20de%20Gesti%C3%B3n%20de%20Salas%20Alternas%20de%20Cine.pdf>.

_____. *Ruta de apreciación cinematográfica*. Redacción: María Cristina Díaz, Sasha Quintero, Pedro Adrián Zuluaga. Bogotá: Ministerio de Cultura República de Colombia, Dirección de cinematografía, 2008. En línea: <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/publicaciones/Documents/Ruta%20de%20Apreciaci%C3%B3n%20Cinematogr%C3%A1fica.pdf>.

FILMOGRAFÍA

Pérez Castellar, Gabriel Ramón. "¿Qué es un cineclub y de qué manera se conforma uno?". En el *Blog de Cine Aerozapato*, 30 de septiembre del 2007. En línea: <http://aerozapato.blogspot.de/2007/09/que-es-un-cineclub-y-de-que-manera-se.html>.

Román, Nicolás. "Cartagena y la vigencia del movimiento cineclubista". En el *Blog de Cine Aerozapato*, 26 de julio del 2010. En línea: <http://aerozapato.blogspot.com/2010/07/cartagena-y-la-vigencia-de-su.html>.

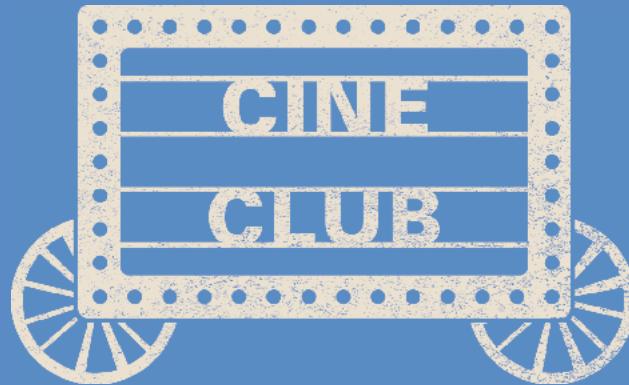
Iglesias Bermúdez, Rafael. **Sueños de celuloide.** s.d., Barranquilla, 2004.

Méliès, George. **Viaje a la Luna (Le voyage dans la lune).** 14 min, Francia, 1902.

Porter, Edwin S. **Asalto y robo de un tren (The Great Train Robbery).** 10 min, Estados Unidos, 1903.

Griffith, David W. **El nacimiento de una nación (The Birth of a Nation).** 190 min, Estados Unidos, 1915.

Griffith, David W. **Intolerancia (Intolerance).** 197 min, Estados Unidos, 1916.



COMUNICACIÓN



«Como propuesta metodológica hemos diseñado una ruta sencilla que le permitirá a los cineclubes crear su propio plan de comunicación, a la medida de sus objetivos y recursos».



**COMUNICACIÓN
ESTRATÉGICA
PARA
CINECLUBES**

Liseth Ángel Valencia



Hablar de comunicación estratégica para cineclubes requiere de una mirada amplia, ya que los consideramos espacios vitales que cobran sentido debido a los encuentros, ilusiones, debates y construcciones que permiten y por la intención primaria que los convoca, que no es otra que el amor al cine.

Mucho podemos decir del aspecto técnico de la comunicación como herramienta al servicio de los cineclubes; sin embargo, la mirada que proponemos en este módulo es a manera de paneo, para descentrar el foco de atención en el cine club como protagonista y entenderlo como parte de un proceso o, si se quiere, de un acontecer local.

La mirada de 360 grados invita a percibir, observar, curiosear e ir más allá de lo aparente. En realidad, ese es el mayor aporte que hace la comunicación. No se trata de seguir unas pautas previamente establecidas, por un lado, para ir por el otro, en contra de la realidad local.

Al ser estratégica, la comunicación es acertada, clara y precisa. No da tumbos. En tanto es estratégica, hace parte de un ejercicio de planeación, distribución de roles y cumplimiento de metas. Es decir, sabe a dónde va.

Muchas veces, los colectivos que deciden liderar un cineclub tienen un cúmulo de experiencia relacionada con el

«Al ser estratégica,
la comunicación es acertada,
clara y precisa. No da tumbos».

quehacer audiovisual o, como son apasionados al cine, conocen títulos, autores y movimientos, pero olvidan comunicar quiénes son y qué pretenden con el cineclub. Dan por hecho, en algunas ocasiones, que el título de una buena película es suficiente para llenar una sala.

Para eso está la comunicación al servicio de un cineclub. Permite entender la necesidad de construir un mensaje que transmita en qué consiste el colectivo y qué quiere, qué sabe y para dónde va. Permite seducir; transita en diferentes contextos llevando este mensaje, informando y acercando a la comunidad.

Como propuesta metodológica hemos diseñado una ruta sencilla que le permitirá a los cineclubes crear su propio plan de comunicación, a la medida de sus objetivos y recursos. La ruta inicia con la pregunta *¿quiénes somos?*, un cuestionamiento sencillo que la mayoría de veces se pasa por alto; luego se irá incorporando el panorama que rodea al cineclub de manera escalonada, hasta llegar a la planeación de acciones de comunicación.

Esto lo haremos a través de preguntas orientadoras y guías que pretenden que, en últimas, sean los mismos cineclubes los que indaguen su realidad, con el fin de crear su propio plan, a *su manera*, en sus tiempos y de acuerdo a sus intereses de comunicación.

MIRAR PARA COMUNICAR

Conviene definir la comunicación de la que vamos a hablar durante este módulo, ya que evitaremos abordarla desde una perspectiva académica y la ubicaremos en las prácticas cotidianas de los cineclubes y las relaciones que estos propician.

La comunicación es una práctica de movilización social situada al interior de procesos ciudadanos que, con objetivos claros, aporta al desarrollo social, cultural y educativo presente en diversos escenarios.

Vista así, la comunicación facilita la interacción entre los diferentes actores y la articulación de distintos frentes para impulsar procesos de gran valor cultural y social. Trasciende el hecho informativo de una sola vía y nos abre la posibilidad de interactuar con el entorno para posibilitar el diálogo, uno de los aspectos que más queremos resaltar en este módulo.

En ese sentido, la comunicación actúa en dos vías:

- Al interior de la organización: le ayuda a recordar qué es, qué sabe, qué tanto sabe comunicar, cómo lo hace y para dónde va, de acuerdo a los *ejes temáticos de su interés*.
- Al exterior del cineclub: invita, incluye, informa, origina reflexiones y, lo más importante: promueve la *participación* y la *apropiación* por parte de la comunidad.

Desde aquí, la comunicación está pensada como “un dispositivo de promoción de identidad local y territorial, con el fin de permitir una mayor apropiación por parte de la ciudadanía de sus realidades locales”¹ y también promover la configuración de una mirada cultural. Desde esa mirada que no es estática, que se mueve e invita a percibir, observar, curiosar e ir más allá de lo aparente, es que se configura la relación con la comunidad. El cineclub es parte de la comunidad y no es un espacio aparte dentro de la misma.

“La vida de todos se da por la mediación de lo que podríamos llamar una mirada cultural que se ha dado a lo largo de distintos momentos históricos y en un contexto social, que se va haciendo visible en la acción de ver y encontrar un sentido”². Mediante la comunicación, el cineclub se articula a otros procesos de importancia barrial o local y hace parte de la vida social. La comunicación

1 Alcaldía Mayor de Bogotá. *Memorias del Encuentro Distrital de Medios Comunitarios. EnRedate en procesos de comunicación para la promoción de la democracia participativa y el fortalecimiento de la gobernabilidad local*. Bogotá, diciembre del 2005.

2 Héctor Gómez Vargas. “La configuración de la mirada cultural. Medios de comunicación, transformaciones culturales y progresiones orgánicas”. *Razón y Palabra*, julio de 1997. En línea: <http://www.razonypalabra.org.mx/mcluhan/confi.htm>.

comunitaria contribuye a la integración y a la convivencia de las comunidades. El cineclub expone temáticas sociales relevantes para la comunidades; ahí claramente existe una intersección.

LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA SUMA Y NO RESTA

Continuando con el desarrollo del concepto anterior, la comunicación se convierte en un gran aporte en la construcción de cercanías y relaciones de intercambio. Para potenciar esta propiedad, hablamos de la comunicación estratégica en cuanto es efectiva y sabe a dónde va.

Aunque tradicionalmente se ha asociado el término de comunicación estratégica a lógicas empresariales o campañas electorales, vale la pena aclarar que no es exclusivo de estas áreas y la manera como propone mirar los temas, actores y factores relacionados con una situación específica a intervenir, apunta a fortalecer las organizaciones o colectivos que se atreven a implementarla.

A continuación presentamos algunas particularidades de la comunicación estratégica que ponen en igualdad a todos los actores y recursos de la comunicación a favor del cineclub, ya que:

- Recoge las *potencialidades* del colectivo que lidera el cineclub y hace de ellas, el mejor insumo.
- Se pregunta por el *entorno*, lo conoce y reconoce.
- Tiene claro *qué quiere comunicar y a quiénes*.
- Diseña *piezas de comunicación* claras, creativas y sencillas.
- Conoce el *impacto* que desea lograr.

- Sabe *dónde* difundir las piezas de comunicación y a través de qué *medios* y acciones.
- Cuenta con un *equipo de trabajo* versátil que se encarga de liderar los temas de comunicación.
- Y es sobre todo muy *realista*, es decir, plantea metas alcanzables y medibles.

Aunque estratégica, la comunicación es solo una: comunicación es interacción y es viable solo si tiene en cuenta su entorno como principal eje de su accionar. "Comunicar es, siempre, transmitir significados en ambos sentidos, es decir, también recibirlos"³.

Este concepto, aunque parece elemental, es muy valioso en la escala barrial o local y, definitivamente, marca la diferencia con lo que hacen a diario los medios masivos de comunicación que centran su accionar en emitir información, dar instrucciones sobre qué ver, cómo ver, qué decir, qué comprar y qué elegir.

A diferencia de la función de los medios masivos, la comunicación que aquí nos interesa tiene su centro puesto en la participación y la construcción de significados comunes. Así sabemos qué opinión tienen los asistentes luego de ver una película, construimos de manera concertada ciclos de cine que aporten al trabajo que realizan colectivos u organizaciones sociales, debatimos la realidad con el vecino, el líder, el joven, la mujer, el adulto mayor.

La verdadera importancia del hecho comunicativo radica entonces en *la respuesta*, porque allí comprobamos que efectivamente se generan relaciones de intercambio, donde *el otro* es un actor activo clave dentro de los procesos del cineclub.

³ Joan Costa. *Las 10 claves de la comunicación corporativa*. Memorias del X Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. Barcelona: Universitat de Barcelona, 1997, p. 69.

»Foto 1. Integrantes del Cineclub El Mirón, Engativá. Archivo fotográfico Cinemateca Distrital.



»Foto 2. Los cineclubes son espacios vivos que se alimentan de la cotidianidad barrial y local.

Archivo fotográfico
Cinemateca Distrital.



PRIMERO LO PRIMERO.

¿QUIÉNES SOMOS?

Para iniciar la construcción escalonada de un plan de comunicación a la medida de cada colectivo, lo primero que debe hacer es preguntarse a *sí mismo*. Muchas veces, un colectivo con ganas de liderar un cineclub inicia actividades sin antes reflexionar sobre aspectos importantes que le ayudarán a comunicar de una manera más efectiva.

Esta es la guía:

- ¿Con qué conocimientos, fortalezas y experiencia cuenta cada uno de los integrantes del colectivo?
- ¿Qué experiencia previa tiene el colectivo en realizar cineclubes?
- ¿Qué experiencia previa tiene el colectivo en el trabajo con la comunidad?
- ¿Cuáles son los principales aportes del colectivo hacia la comunidad por medio del cineclub, a partir de su experiencia, enfoque de trabajo o área de interés?

Estos cuatro interrogantes iniciales aunque parezcan sencillos ayudarán al colectivo a tener una mirada amplia sobre sí mismo y sobre los integrantes que lo conforman. Cuando invitamos a diferentes colectivos audiovisuales de las localidades de Bogotá a responder estas preguntas en el marco de talleres de la Cinemateca Rodante (2013), muchas fueron las sorpresas.

Primero, la mayoría de ellos, al momento de exponer sus respuestas ante el grupo, lo hicieron con orgullo, ya que descubrieron ser poseedores de una vasta experiencia y tener mucho que aportar a su comunidad. También reconocieron en el otro, fortalezas y talentos que desconocían

hasta ese momento, a pesar de llevar mucho tiempo como compañeros en la misma organización. Llamó la atención de varios asistentes al taller, que colegas del mismo grupo con años de trayectoria, se miraban asombrados al descubrir nuevos aspectos del otro e, incluso, de la organización.

Para el caso de aquellos que están iniciando la conformación de un colectivo con el ánimo de dinamizar un cineclub, responder estas preguntas será de mucha utilidad, ya que de entrada los ubicará en clave de *empatía* y *engranaje*, dos condiciones relevantes para el trabajo en equipo. Una vez realizado el reconocimiento de sí mismo dentro del proceso, del otro y de las potencialidades del colectivo, el siguiente paso consistirá en revisar el tipo de liderazgo que maneja la organización, ya que es un aspecto fundamental en el desarrollo de sus actividades, en su permanencia y su consolidación.

No basta con abrir el espacio, pasar una película regularmente e intercambiar ideas con quienes asistan a la proyección. El colectivo es el encargado de dinamizar procesos, articular esfuerzos, gestionar recursos y, en general, de mantener activo el cineclub como un espacio de convergencia. Y esto se logra con una serie de esfuerzos, acciones y propósitos *comunes*.

A continuación presentamos algunas preguntas que servirán para aclarar ideas e identificar el tipo de liderazgo del colectivo.

- ¿Qué es el liderazgo para usted?
- ¿Qué es el liderazgo para el colectivo?
- Al momento de tomar decisiones importantes con respecto al colectivo, ¿quiénes lo hacen y de qué manera?
- ¿La toma de decisiones está concentrada en pocas personas o es ampliada a diversos integrantes del colectivo?, ¿cómo se evidencia esto?

- ¿De qué manera el colectivo se acerca a la comunidad?, ¿usted cree que usa métodos asertivos?
- Defina en *una palabra* la idea de liderazgo que le evoca el colectivo.

Mediante estas preguntas los integrantes del colectivo podrán reconocer:

- La manera en que se toman las decisiones en el colectivo.
- Las principales maneras como se lleva a cabo el liderazgo para generar acercamientos.
- El liderazgo como mecanismo dinamizador.

Con estos tres aspectos debidamente identificados por los integrantes del colectivo es posible tener una radiografía de la manera como este concibe el liderazgo y cómo se lleva a cabo, con el objetivo de fortalecer y de crear nuevas pautas si fuera necesario. Mucho se habla de líderes y liderazgo, pero entre tanta conceptualización técnica se ha olvidado que lo que realmente caracteriza a uno y a otro es su "capacidad de motivar y ayudar a los demás a trabajar con entusiasmo para alcanzar sus objetivos"⁴, como lo define John C. Maxwell, experto en liderazgo.

Para ello se requiere carisma, empatía, tener claro para dónde va el colectivo y de qué manera es preciso articularse a las dinámicas locales, ser constante, observador y tomar nota atenta de lo que es susceptible de mejorarse a diario. En este sentido, la comunicación estratégica ayuda al colectivo a recoger sus potencialidades y a hacer de ellas el mejor insumo para liderar posteriormente un plan de comunicación.

⁴ John Maxwell. *Las 21 leyes irrefutables del liderazgo*. Audiolibro. Grupo Nelson, 2006.

EL ENTORNO COMO ESPACIO SIGNIFICATIVO

Los cineclubes son espacios vivos que se alimentan de la cotidianidad barrial y local, lo que nos recuerda que no son estáticos y generan relaciones de manera permanente con la gente y el entorno donde tienen lugar. A través de los cineclubes se propician valiosas oportunidades de encuentro de índole cultural, social, personal y educativa, con un gran potencial para el desarrollo y la participación comunitarios. Este aspecto es de suma importancia, ya que marca una gran diferencia con los objetivos de una sala de cine comercial.

Conocer y reconocer el entorno nos permite verlo como un gran escenario, donde se dan importantes prácticas culturales e interacciones sociales cotidianas de gran interés para el cineclub. El cine narra las realidades sociales. La comunicación propicia el encuentro entre estas narrativas y los habitantes de un entorno. Desde esta perspectiva, se empieza a configurar de manera significativa un proceso de intercambio en doble vía.

El entorno, entendido también como cuadra, barrio o localidad, entre muchas posibilidades, es el "espacio de las interacciones, donde se gestan y se ponen en juego los universos simbólicos: las identidades, las memorias, los saberes, las competencias"⁵. El cine puede entenderse como una herramienta para crear y expresar, mediante espacios como el cineclub. Allí, hay un importante nivel de encuentro que nos habla de lo potente que puede llegar a ser el intercambio entre el colectivo y la comunidad.

El cineclub, como medio de expresión cultural y social, tiene la posibilidad de articularse con otros colectivos

⁵ Reguillo, Rossana. *Emergencia de culturas juveniles, estrategias del desencanto*. Bogotá: Editorial Norma, 2000.

audiovisuales, organizaciones comunitarias, grupos de jóvenes con intereses particulares, grupos etarios, líderes comunitarios, instituciones públicas y privadas, madres comunitarias y con una gran variedad de actores que le dan sentido a las dinámicas sociales.

Existen cientos de casos de cineclubes que han logrado articulaciones exitosas con su entorno y han creado festivales temáticos, encuentros nacionales e internacionales, seminarios, formaciones, becas y demás actividades de gran relevancia en los procesos de construcción política de sus comunidades. No hay que desestimar ninguna iniciativa. Todo puede empezar con un contacto local, luego una reunión y trascender a un plan de acción conjunto que incluye sueños y metas comunes, gestión de recursos y unión de esfuerzos.

El cine da la palabra y esta premisa no se debe pasar por alto. Relata, entusiasma, denuncia, pone en evidencia, divierte, ilusiona, mueve pensamientos, afectos, voluntades y emociones. Es una herramienta potente que, puesta en un espacio de intercambio como el cineclub, cobra una particular importancia, en la medida que le da voz a hombres y mujeres que en su cotidianidad transitan entre el anonimato y, muchas veces, el silencio. Y para cerrar este segmento vale la pena citar a Sandra Massoni, experta en comunicación estratégica "el contexto no es lo que nos rodea sino lo que nos constituye"⁶.

A CONSTRUIR

Construir el plan de comunicación

Existe un impulso natural por parte de colectivos e instituciones de crear piezas de comunicación sin definir previamente lo que se va a decir y a quiénes se van a dirigir tales piezas, pensando que, con imprimir afiches, enviar correos o publicar información en el Facebook, se está cumpliendo con un eficiente plan de comunicación. Sin embargo, antes de pensar en piezas y en su circulación, es necesario tener claro qué se quiere comunicar, es decir, cuál es el *mensaje* que se va a difundir, qué conocemos de nuestro *público objetivo* y con qué mecanismos contamos para acercarnos a la comunidad.

El mensaje: objeto de la comunicación

El mensaje es esencialmente el objeto de la comunicación. Por tanto, debe ser lo más claro y contundente posible. Además, debe dar respuesta a dos interrogantes: ¿para qué visibilizar y qué comunicar? Ante estas dos preguntas, el colectivo tiene un gran desafío.

¿Para qué visibiliza? indaga sobre la real necesidad de apelar a la comunicación

«[...] antes de pensar en piezas y en su circulación, es necesario tener claro qué se quiere comunicar».

⁶ Sandra Massoni. Massoni, Sandra. *Comunicación estratégica. Experiencias, planificación e investigación en marcha*. Rosario: Universidad Nacional de Rosario y Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica, 2007.

para dar a conocer temas de relevancia, es decir, no se trata de visibilizar porque sí. Esta pregunta ayudará al colectivo a develar sus necesidades reales de comunicación para iniciar con la construcción de un *mensaje* atractivo, fácil de leer, contundente y sin términos especializados. Para este caso, el mensaje debe dar cuenta principalmente de:

- Los objetivos del cineclub.
- La importancia del cineclub como espacio de encuentro e intercambio.
- Qué hace el colectivo que lidera el cineclub y quiénes lo conforman (a nivel general).
- Líneas temáticas del cineclub (derechos humanos, enfoque de género, formación de públicos, etc.), ciclos propuestos y, en general, intereses particulares del cineclub.
- Información sobre el lugar, los días y horas de funcionamiento del cineclub.
- Alianzas institucionales y/o comunitarias.

Luego de revisar estas pautas, es posible que el colectivo se encuentre ante mucha información; pero esta puede ser concretada de dos maneras:

POR MEDIO DEL ESLOGAN: Una frase breve y original utilizada para comunicar el mensaje, propiciar su recordación y posicionamiento que, en este caso, reúne de manera breve y creativa todo lo que contiene el mensaje. El eslogan irá en todas las piezas de comunicación y, por tanto, debe recoger la esencia de lo que se quiere comunicar de una manera sencilla y corta.

Uno de los mejores ejercicios que se puede hacer al momento de construir un eslogan es estudiar aquellos que tienen mayor recordación, como “[...] no tiene precio”, “creo que estoy en el lugar equivocado”, “2 600 metros

más cerca de las estrellas”, entre otros, e identificar por qué han generado impacto. Crear un eslogan es un arte y requiere de trabajo en equipo y mucha creatividad. El equipo encargado de diseñarlo puede también acudir a ejemplos de eslóganes de películas⁷, por ejemplo:

- **Seven** (David Fincher, 1995): Siete pecados capitales. Siete formas de morir. Nunca has visto nada igual.
- **Los puentes de Madison** (Clint Eastwood, 1995): ¿Quién no necesita un romance aunque sea tan breve como un suspiro?
- **Alien** (Ridley Scott, 1979): En el espacio nadie puede oír tus gritos.
- **Big Fish** (Tim Burton, 2003): Una aventura tan grande como la vida misma.
- **Matrix Revolutions** (Andy y Lana Wachowski, 2003): Todo principio tiene un final.
- **Pulp Fiction** (Quentin Tarantino, 1994): No conoces los hechos hasta que no ves la ficción.
- **La lista de Schindler** (Steven Spielberg, 1993): Quien salva una vida, salva al mundo entero.
- **12 Monos** (Terry Gilliam, 1995): El futuro ya es historia.

GENERAR LOS CONTENIDOS: La segunda manera es generar los contenidos y textos para las piezas de comunicación y avanzar en la definición de los demás insumos, ya sean escritos o audiovisuales, que se requieren para otras piezas. La mejor manera de crear un mensaje y generar contenidos claros e interesantes para las piezas de comunicación es realizar una lluvia de ideas entre todos los integrantes

⁷ Véase: <http://www.coestrenos.com/los-mejores-slogans-del-cine.html>.

del colectivo. Se recomienda agendar un día para realizar una jornada creativa y propiciar un clima de creatividad, donde tengan lugar todas las ideas y expresiones.

Lo interesante de una lluvia de ideas es que se logran obtener muchas propuestas basadas en la participación y la escucha activa. Todos proponen y opinan a partir de las propuestas que se van recogiendo y discutiendo. La misma dinámica del ejercicio va acercando al grupo a ideas cada vez más claras de lo que se quiere comunicar y de la manera como se puede lograr.

El otro o el público objetivo

Paralelamente a la construcción del mensaje, es necesario que todos los integrantes del colectivo tengan claro cuál es el público objetivo del cineclub y que conozcan de una manera cercana los siguientes aspectos:

- Las edades, el nivel socioeconómico, la ocupación y la escolaridad.
- Los imaginarios, lenguajes y prácticas del sector poblacional de interés.
- Dónde viven o cuáles son las zonas de mayor circulación e influencia.
- Gustos e intereses audiovisuales.
- Nivel de formación audiovisual.

Saber a quiénes van dirigidos los mensajes garantiza el éxito de un plan de comunicación y evita avanzar a ciegas, ya que uno de los retos más relevantes al momento de caracterizar la población consiste en tener una lectura real de la misma. Si se conocen con anterioridad estos aspectos del público al cual queremos llegar, se podrán crear mensajes más acordes, así como piezas de comunicación más

efectivas. No es lo mismo comunicar para niños, que para jóvenes. No es lo mismo invitar a un ciclo de cine infantil o familiar, que a un ciclo de cine francés. Las poblaciones tienen intereses, gustos y experiencias diferentes, que deben ser tenidas en cuenta al momento de comunicar.

PIEZAS Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN⁸

De manera inherente a la construcción del mensaje y la caracterización del público objetivo, está el desarrollo de las *piezas de comunicación* que, en últimas, son el aspecto visible del plan de comunicación, pero no lo son todo. Si bien, una buena pieza de comunicación puede lograr llamar la atención, el siguiente reto es que comunique efectivamente la información para que el público objetivo quede lo suficientemente interesado como para asistir a una función del cineclub o, por lo menos, para generar recordación positiva.

Las piezas son un aspecto importante, pero hacen parte de un plan de comunicación. Unas piezas ubicadas de manera aleatoria o improvisada no van a funcionar de la misma manera que aquellas ubicadas en puntos estratégicos y que además cuenten con el respaldo de líderes de opinión que las refuercen.

En las piezas se condensan múltiples capacidades expresivas del lenguaje visual, sonoro y escrito. De cada colectivo dependerá la utilización de estas capacidades de manera creativa, teniendo en cuenta siempre a quién está dirigida.

⁸ Lisseth Ángel Valencia. *Manual de viaje. Guía para diseñar y realizar campañas de prevención frente al consumo de drogas*. Bogotá: Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito, Ministerio del Interior y DNE, 2011, p. 23.

Estas son las principales piezas de comunicación:

- Impresas: afiches, volantes o *flyers*, avisos de prensa, carteles informales elaborados a mano.
- Radiofónicas: cuñas, cápsulas radiales, programas radiales.
- Audiovisuales: *spots* televisivos, videominutos, cápsulas de video, comerciales.
- Interactivas: páginas de internet, multimedias, banners, participación en redes sociales (Facebook, Twitter), blogs.

La escogencia de una u otra estrategia es relevante en la circulación del mensaje y en su impacto. En consecuencia, es preciso conocer las características de cada una, así como las preferencias del público objetivo.

Las piezas de comunicación impresas

Los impresos son mensajes sobre el papel, reproducidos técnicamente para muchos lectores. Para el propósito de difusión de un cineclub, los más recomendables son los afiches, los volantes y los plegables. Los impresos incluyen texto e imagen; en consecuencia, lo que deseamos comunicar debe responder a dos tipos de lenguaje que nos permitirán dejar un mensaje claro, comprensible y motivador.

EL LENGUAJE VERBAL: Parte de una buena redacción y ortografía. La inclusión de textos en los impresos debe ser breve, contundente y fácil de leer. Debe evitar la tipografía excesivamente pequeña o ilegible. Si se incluyen datos estadísticos, debe mencionar la fuente.

EL LENGUAJE VISUAL: Son los apoyos gráficos que refuerzan el mensaje, por lo tanto, deben guardar una estrecha

relación conceptual con el mismo; deben ser de una excelente calidad visual y no ser bajados de Internet, ya que la reproducción de piezas de esta índole, dibujos o fotografías, debe respetar los derechos de autor. Además, deben tener excelente resolución y tamaño. Debe tener al menos 150 mega píxeles por pulgada (de la pieza). Sobra decir que una imagen vale más que mil palabras. Está comprobado que lo primero que llama la atención en una pieza impresa es el componente visual; por eso en él se concentra una buena parte del éxito de una pieza.

Estos son algunos impresos que exponemos de manera estratégica para el cineclub:

LOS AFICHES O CARTELES: Dado su formato y tamaño, al momento de considerar incluirlos dentro del plan de comunicación, es necesario atender a la cantidad de correedores de comunicación —de los cuales hablaremos más adelante— identificados previamente con el fin de decidir su pertinencia y tiraje. La mayoría de las veces, los carteles se piensan como prioritarios, pero de acuerdo con el contexto y las prácticas de la población objetivo, pueden resultar irrelevantes. Por eso, debemos insistir en el conocimiento detallado del entorno y de las personas a quienes están dirigidas las piezas.

Al momento de diseñar un afiche es necesario tener en cuenta que su mayor impacto reside en la imagen y en el eslogan. Así que es importante elegir una imagen de buena resolución, original, creativa y que encierre lo que quiere comunicar la organización. Escoger una imagen central es mejor que acudir a varias que no comunican nada de manera contundente. Allí, el equipo encargado de diseñar el afiche debe tratar de pedir diversas opiniones sobre el gusto o disgusto que genera la imagen entre la población objetiva y tenerlas en cuenta.

Insistimos en que es fundamental no perder de vista a quién está dirigida esta pieza de comunicación, lo que exige conocer los gustos y las maneras de acercarse a las



»Foto 3. Afiche del Ciclo Rosa 2013, ciclo propio de la Cinemateca Distrital que también circula en el programa Salas Asociadas (en el que participan varios cineclubes) que hace parte de la estrategia Cinemateca Rodante. Archivo Cinemateca Distrital.

«El lenguaje radiofónico brinda múltiples opciones al momento de circular un mensaje. La radio se escucha en los medios de transporte, las casas, acompaña a la gente a cualquier lugar...».

piezas visuales e, incluso, el cine del público al que se pretende llegar. El diseño del afiche que queda archivado en formato JPG, posteriormente puede utilizarse para la difusión en la web. Esta imagen se puede aprovechar para hacer botones en páginas web, ser la imagen de perfil en la cuenta de Facebook del cineclub o en un blog.

LOS VOLANTES O FLYERS: Son de menor tamaño que los afiches (22 x 14 cm, aproximadamente). Pueden ir impresos por ambas caras y tienen como característica principal su fácil distribución. Lo ideal es que sean lo suficientemente atractivos como para que propicien el deseo de conservarlos. No es aconsejable distribuirlos aleatoriamente o dejarlos puestos encima de un mostrador o recepción de algún sitio o tienda sin ninguna planeación. Lo recomendable es distribuirlos mano a mano en eventos o actividades donde tengamos la certeza que se reunirá el público objetivo.

LOS PLEGABLES: Contienen mayor información que la de un volante. Se deben usar para profundizar en aspectos del cineclub que no alcanzan a tener difusión por medio de ninguna otra pieza de comunicación. Deben evitarse los textos complejos, párrafos largos e imágenes pixeladas. Un plegable puede convertirse en el *brochure* oficial del cineclub, por tanto, deberá incluir la presentación de ofertas del mismo y solo información relevante. Un plegable debe contener necesariamente

la siguiente información: ¿quiénes somos, qué hacemos, qué ofrecemos, a quiénes dirigimos nuestra propuesta, dónde realizamos las proyecciones, cuándo y a qué hora?

Las piezas de comunicación radiofónicas

El lenguaje radiofónico brinda múltiples opciones al momento de circular un mensaje. La radio se escucha en los medios de transporte, las casas, acompaña a la gente a cualquier lugar... se mueve a través de las ondas de las emisoras comerciales, escolares o comunitarias e incluso la web. Existen varias maneras de hacer radio y cada vez son mayores las facilidades para hacerlo a bajos costos y de forma casera con excelentes resultados. Por tanto, es una pieza muy versátil, que puede llegar a ser realmente estratégica dentro del plan de comunicación.

Las piezas radiofónicas deben estar pensadas para que privilegien elementos sonoros como la música, la voz y las emociones. La mejor forma de plantear productos radiofónicos es mediante los libretos, documentos que contienen todo lo que se va a decir y escuchar. Con los libretos tenemos una idea clara del contenido de las piezas y no se deja nada a la improvisación. Estos son algunos de los formatos de las piezas radiofónicas:

- Las cuñas radiales contienen mensajes claros, breves e impactantes, con una duración máxima de 30 segundos. Si se opta por esta pieza, no se debe pasar por alto que es indispensable conservar una “unidad de campaña”, es decir, cada pieza de comunicación hace parte del mismo mensaje; de modo que debe presentar el mismo tono, los mismos personajes y el mismo eslogan, independientemente de si es una cuña radial, un afiche o un cartel informal.
- Las cápsulas radiales tienen la misma duración que una cuña radial, pero su naturaleza es diferente. Mientras la cuña “promociona” directamente el cineclub, la cápsula radial complementa la información que no alcanza a salir en la cuña. Para ello, puede valerse de una radionovela o utilizar el recurso del “¿sabía usted...?”.
- Los programas radiales exigen mayor inversión de tiempo, ya que según su periodicidad de emisión, demandan investigación, búsqueda de invitados especiales, pensar en la musicalización y demás aspectos de producción. Son tan exigentes, como efectivos.

Al momento de tomar la decisión de mantener un programa al aire ya sea en una emisora comunitaria o escolar, es necesario tener en cuenta que este responde a objetivos más profundos

enfocados, por ejemplo, en la formación de públicos, la apreciación audiovisual, la discusión en torno a películas o determinadas temáticas, entre otras posibilidades; lo que implica un nivel de compromiso mayor, no solo en el sostenimiento del espacio, sino en la calidad de los contenidos y el grado de investigación que demanda.

Como vemos, las expresiones radiofónicas son diversas y no se deben limitar necesariamente a las emisoras. A continuación presentamos algunas estrategias para propiciar su circulación de manera gratuita, aclarando que no son las únicas y están basadas en la creatividad.

- Una cápsula radial puede incluirse como clip de audio en una página virtual.
- Una cuña radial puede enviarse como archivo adjunto por medio de correos electrónicos o aplicaciones de mensajería en teléfonos celulares.
- Una cuña radial puede sonar al momento que empieza a ingresar el público a la sala del cineclub.
- Conocemos la experiencia de un colectivo de comunicación que acordó con diferentes conductores de servicio público pasar un programa de radio (realizado por el mismo colectivo), mientras los buses cubrían determinado trayecto de su ruta, durante períodos prolongados de tiempo.

- Gestionar espacios para la difusión de mensajes radiales, saludos, cuñas o programas especializados en cine dentro de emisoras comunitarias o emisoras escolares es otra opción que da muy buenos resultados.

Las piezas de comunicación audiovisuales

La versatilidad de estas piezas es muy similar a las radiofónicas. Cada vez son mayores las facilidades para producirlas a bajos costos y desde diversos terminales como computadores, tabletas digitales y teléfonos celulares, entre otros. Entre las piezas de comunicación audiovisuales destacamos las siguientes:

EL VIDEOMINUTO: Comunica en corto tiempo un mensaje o una historia casi siempre con fines pedagógicos. Exige creatividad, síntesis y tener claro lo que se quiere comunicar. Videominutos relacionados con cineclubes, por ejemplo, pueden narrar su historia para motivar a otros a participar, también pueden escoger la historia de un solo personaje que se interesa por el cine y descubre de repente un cineclub en su barrio y a partir de ahí cambia su vida... Son infinidad de caminos narrativos los que se pueden explorar con el videominuto y muchas sus posibilidades de circulación y exhibición.

»Foto 4. Afiche de la estrategia Cinemateca Rodante 2016.
Archivo Cinemateca Distrital.



Los clips de video: Hacen referencia a un pequeño fragmento de video que dura aproximadamente 30 segundos y no necesariamente cuentan una historia, a diferencia de los videominutos. Toda su fuerza está en el poder de las imágenes, la música y la capacidad de estas de impactar, sin llegar ser un videoclip o video musical. Puede ser utilizado por el cineclub con fines promocionales, al estilo de un comercial de televisión.

Los cortos animados: Pueden llegar a ser de gran utilidad dentro del proceso de acercamiento a la comunidad. Por su riqueza visual y novedad en sus formatos y técnicas de animación, los cortos llaman mucho la atención y logran atrapar la atención de los espectadores. Una buena manera de iniciar actividades para un cineclub puede ser la realización de una maratón de cortos, o simplemente una franja de cortos exhibidos al aire libre.

Los programas de televisión: Exigen mayor inversión de tiempo y de recursos, ya que, según su periodicidad de emisión, demandan investigación, búsqueda de invitados especiales, pensar en los libretos y demás aspectos de producción. Son tan exigentes como efectivos y pueden llegar a realizarse en coproducción con un canal comunicario interesado en formación de públicos.

Las posibilidades interactivas

Cada vez se amplía más el acceso a las nuevas tecnologías y, por ende, a los diferentes medios virtuales. Es interesante volver la mirada hacia estas posibilidades dentro del plan de comunicación, siempre y cuando haga parte de las prácticas del sector poblacional al cual está dirigido. Entre las piezas interactivas destacamos:

- Las páginas de internet, que permiten tener acceso a información suministrada de primera mano por el colectivo. Debido a su versatilidad, es posible crear una página exclusiva para el cineclub, crear galerías

fotográficas, subir videos, crear enlaces con otras páginas y redes sociales, subir cápsulas radiales y otro sin número de posibilidades interactivas. Se podría decir que actualmente las páginas de Internet son el punto de convergencia de los planes de comunicación. Para garantizar su efectividad es necesario prever su constante actualización y el pago anual del *hosting* y el dominio de la página.

- Los anuncios (*banners*) son formatos publicitarios diseñados para internet. Constan básicamente de textos e imágenes que, al cliquearlos, automáticamente redirigen al usuario a otro sitio web, decidido por quien dirige el plan de comunicación. Se crean a partir de imágenes (GIF, JPEG o PNG), o de animaciones, diseñadas con la intención de llamar la atención y comunicar el mensaje diseñado para tal fin. Estos anuncios no necesariamente mantienen la línea gráfica del sitio, pero sí responden a la unidad visual planteada para todas las piezas del plan de comunicación del cineclub.
- Participar en redes sociales, foros y blogs es otra posibilidad interactiva interesante en la medida que fomenta la circulación del mensaje mediante espacios mucho más interactivos, en los que se tiene contacto virtual con los usuarios. Por ejemplo, Facebook permite, por un lado, la creación de un perfil, una página o un grupo; por otro, propicia la búsqueda y adhesión de seguidores e interesados en el tema; y por último, se convierte en una gran oportunidad para crear una red propia y participar en otras redes para visibilizar las actividades del cineclub. Aunque es un medio efectivo, debe contar con un administrador permanente encargado de actualizar los contenidos, gestionar información interesante y relevante para el perfil de los usuarios, invitar nuevos amigos y, en general, mantener vigente la cuenta.
- Twitter es un servicio que permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves. También es una red social

interesante en la medida en que se pueden generar intercambios de información con nuevas personas que tengan intereses o temas comunes y, así mismo, el usuario puede ampliar su participación en otros perfiles. Al igual que Facebook, exige la participación de alguien del colectivo que actúe como administrador del perfil con el fin de publicar información interesante permanentemente.

- Los blogs hacen referencia a “un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores. Habitualmente, en cada artículo de un blog, los lectores pueden escribir sus comentarios y el autor darles respuesta, de forma que es posible establecer un diálogo. El uso o tema de cada blog es particular, los hay de tipo: periódico, cultural, empresarial o corporativo tecnológico, educativo, políticos y personales”⁹.

¿QUÉ SE ESPERA LOGRAR?

Como decíamos anteriormente, una de las principales características de la comunicación estratégica es ser realista. Saber para dónde va, pero también lo que espera. Cuando un colectivo decide liderar un plan de comunicación; primero, se compromete con sacarlo adelante; y segundo, tiene claro sus alcances de acuerdo a la cantidad de personas que ayudarán a dinamizarlo, el tiempo disponible para ello y los recursos con los que cuenta.

El impacto es directamente proporcional a la planeación y a la cantidad y calidad de relaciones comunitarias que se hayan entablado. Por supuesto, que los recursos inciden, pero paradójicamente no son lo más importante. Se pueden tener magníficas piezas de comunicación a todo color, pero también se pueden perder porque en el lugar

donde se dejaron no se cuenta con relaciones lo suficientemente estables como para garantizar que no se conviertan en un afiche “más”, o un *flyer* cualquiera.

Por eso, debemos insistir en las relaciones con la comunidad. Allí se encuentra una de las principales claves del éxito de un plan de comunicación. Las piezas de comunicación no hacen milagros por sí mismas; para que tengan sentido, circulen y cumplan con su propósito deben contar también con cómplices que entiendan su objetivo. Una herramienta de fácil implementación para los cineclubes consiste en realizar una pequeña encuesta entre los asistentes antes de iniciar la película, preguntándoles por qué medio se enteraron de la existencia del cineclub. De esta manera es fácil conocer la principal fuente de información de los asistentes, evaluar si el plan de comunicación está funcionando y fortalecerlo aún más.

¿DÓNDE DIFUNDIR?

Como hemos venido diciendo, es de suma importancia saber a quién estarán dirigidas las piezas para definir los *corredores de comunicación*, es decir, aquellos lugares estratégicos de mayor afluencia y afectación directa al público objetivo.

Identificar los corredores de comunicación¹⁰ ayuda a definir puntos estratégicos para la difusión de las piezas de una manera efectiva. También ayuda, entre otras cosas, para:

- Pegar afiches.
- Distribuir las piezas impresas de comunicación mano a mano o en establecimientos.
- Realizar proyecciones al aire libre o eventos complementarios.

⁹ Rebecca Blood. *Universo del weblog: consejos prácticos para crear y mantener su blog*. Madrid: Ediciones 2000, 2005.

¹⁰ Lisseth Ángel Valencia. *Manual de viaje. Guía para diseñar y realizar campañas de prevención frente al consumo de drogas*, ob. cit. p.23.

LOCALIDAD	BARRIO	DIRECCIÓN	LUGAR ESPECÍFICO	NOMBRE DE LA PERSONA DE CONTACTO	MEDIO DE DIFUSIÓN CON EL QUE CUENTA EL CORREDOR
			Tienda, esquina, patio del colegio, bar, biblioteca, salón comunal, etc.	Con quién podemos hablar al momento de realizar las acciones de difusión en el espacio.	Cartelera, periódico mural, corcho para pegar publicidad. No todos los corredores cuentan con medios, pero es clave tenerlos en cuenta al momento de realizar su caracterización.

»Cuadro 1. Ejemplo de caracterización de corredores de comunicación.

Entre más específica sea la caracterización de los corredores de comunicación, mayor será su impacto dentro del plan de comunicación. Por tanto, se recomienda realizar una matriz de caracterización que incluya los siguientes datos (cuadro 1):

Una vez diligenciada esta matriz, el colectivo contará con un panorama claro sobre los corredores de comunicación y los medios con los que estos cuentan, con el fin de saber qué piezas son necesarias y, por tanto, más estratégicas. La identificación de corredores de comunicación como una etapa previa a la impresión de piezas ayuda a optimizar recursos y esfuerzos, genera mayor visibilidad y focaliza la circulación de las piezas para tener mayor control sobre los impactos esperados.

EL EQUIPO DE TRABAJO

Como decíamos anteriormente, la comunicación estratégica demanda la existencia de un equipo de trabajo versátil, que se encargue de liderar los temas de comunicación inherentes al cineclub. Si no existe dentro del colectivo, es fundamental conformar un grupo para que se

encargue de este tema. Quienes integren este equipo no necesariamente deben ser comunicadores de profesión. Basta con un grupo de líderes dentro del colectivo dispuestos a sintonizarse con el entorno del cineclub, con sus líderes y con los objetivos esenciales del mismo.

Para enriquecer el equipo, entre más interdisciplinario sea, mejor. Comunicadores populares, cinéfilos, artistas, diseñadores, profesores, estudiantes, amas de casa, líderes comunales... todos terminan siendo comunicadores de sus entornos desde el mismo momento en el que se empieza a soñar el cineclub de manera colectiva.

Estas son las cualidades de un equipo de comunicación:

- Líderes de sus comunidades, voceros de las necesidades, problemáticas y potencialidades de sus entornos.
- Creativos hábiles, escudriñadores de la esencia humana, generadores de ideas y conceptos originales, con capacidad crítica y a la vez intuitiva.
- Coequiperos que aporten soluciones y se relacionen desde la empatía.

«Si el equipo de comunicaciones ha optado por un plan de difusión virtual, tareas como la gestión de información para una página web, la dinamización permanente de una cuenta en Facebook y/o en Twitter y la producción de contenidos para un blog, demandan contar con la figura de un *community manager*».

- Hábiles en redacción, con buena ortografía. Con conocimientos en lenguajes radiofónicos y audiovisuales (es suficiente una sola persona en el equipo de trabajo que maneje estos conceptos para que pueda multiplicarlos en el grupo).
- Hábiles expresando sus ideas y pensamientos, bien sea desde la oralidad, la escritura o el dibujo.
- Enérgicos, entusiastas y persistentes en el deseo de transmitir y convencer.

Si el equipo de comunicaciones ha optado por un plan de difusión virtual, tareas como la gestión de información para una página web, la dinamización permanente de una cuenta en Facebook y/o en Twitter y la producción de contenidos para un blog, demandan contar con la figura de un *community manager*, es decir, una persona dedicada de manera permanente a estas tareas.

Reunirse en torno a la comunicación es ya una oportunidad para el encuentro porque "plantea una amplia gama de posibilidades de interacción en el ámbito social, pues es desde allí donde tiene su razón de ser, ya que es a través de ella como las personas logran el entendimiento, la coordinación y la cooperación que posibilitan el crecimiento y desarrollo"¹¹.

EL PLAN DE COMUNICACIÓN

Una vez se hayan revisado, discutido y trabajado cada uno de los aspectos que hemos expuesto a lo largo de este módulo, podemos decir que el colectivo ya cuenta con la información y los insumos suficientes para diseñar su propio plan de comunicación. El plan ayuda a tener esa mirada panorámica de la que hablábamos al inicio, en tanto recoge sus diferentes elementos, recursos y proyecciones de una manera organizada y permite la planeación.

Un buen plan "suele surgir, más que de la idea genial de un individuo inteligente y brillante, del trabajo organizado de un equipo humano en el que se combinan el análisis racional con la inteligencia creativa, se aprovechan recursos y coordinan esfuerzos para conseguir los resultados que se proponen"¹². Para diseñarlo, es necesario tener en cuenta unas etapas de implementación que exponemos a continuación, que le garantizarán al plan ser visto como un proceso orgánico en el que nace, crece, tiene su mayor auge y finaliza.

¹¹ Daniel Prieto Castillo. *La planificación como experiencia decisiva*. Buenos Aires: Ediciones ciccus, 2000, p. 15.

¹² Isaías Álvarez García. *Fundamentos de la teoría de planificación*. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio, 2001, p. 50.



»Fotos 5-7. Algunas muestras de imágenes realizadas por cineclubes: postales digitales del Cineclub La Chimena, Cineclub Antorcha e Imagen Viajera. Fotos: archivo de cada cineclub. Cineclub La Chimena: fotógrafos Andrés Mora y Luis Yepes, diseñadores Sebastián Alvarado y León Suárez.

Cineclub La Imagen Viajera
presenta:

"DESTINOS"

De Alexander Giraldo

En "Destinos", Giraldo explora un drama coral construido a través de una serie de historias que se entrecruzan, indagando en la experiencia del tiempo que se busca y del destino que se crea con las decisiones que se dejan y las que se toman.

Con la presencia del director y algunos actores

14 de diciembre 2016, 6,30pm

Colombia. 2015, 88 min. Ficción
Entrada libre, aporte voluntario

L'Aldea Nicho Cultural
Cll 17, Núm 2-77
Candelaria - Bogotá
www.manguarecultural.org

La Antorcha CINE CLUB Presenta **Nou|2016**

Cine dentro del Cine

4 Nou <i>La rosa púrpura del Cairo.</i> Dir. Woody Allen.	11 Nou <i>Splendor.</i> Dir. Ettore Scola
18 Nou <i>El hombre de las estrellas.</i> Dir. Giuseppe Tornatore	25 Nou <i>El juego de Hollywood</i> Dir. Robert Altman

Lugar: Salón Comunal Costa Azul II
Cra 103 F # 135 32
6:00 P.M.
ENTRADA GRATUITA
Tel: 310 577 7338 / 310 306 6340
Invita J.A.C Costa Azul II

Etapa de expectativa y sensibilización

Este es el momento para planear reuniones con líderes de opinión, funcionarios públicos y demás personas que se puedan considerar como multiplicadores de información. A ellos se les contará en qué consiste el cineclub y los objetivos del colectivo que lo lidera, a fin de buscar su apoyo y complicidad. Entre más líderes de opinión se encuentren informados y sensibilizados sobre la importancia del cineclub dentro de su entorno local, mayor será la posibilidad de generar redes de voz a voz que permitan que mucha gente se entere. Con estos líderes se puede coordinar que el equipo de comunicaciones del colectivo asista a reuniones o actividades estratégicas, donde puedan informar a los asistentes sobre el cineclub y, de paso, recoger sus principales opiniones al respecto. Esto garantiza que al público objetivo del cineclub le llegue la información de primera mano.

En esta etapa se ubican carteles —con veinte días de anterioridad— en los corredores de comunicación informando la llegada del cineclub al barrio o la localidad, el lanzamiento de un ciclo especial de cine, la realización de un proceso de formación o lo que se vaya a comunicar “por primera vez”, mediante las diferentes piezas que hacen parte del plan. Entre más corredores de comunicación se utilicen, mayor será la cantidad de gente informada.

Etapa de implementación

Una vez al aire el cineclub o la actividad que desea visibilizar del cineclub, se lleva a cabo la implementación del plan de comunicación, que consiste en la publicación, emisión y distribución escalonada de las piezas de comunicación. Esta etapa demanda de mucha planeación, de una distribución efectiva de roles y, en general, de una visión estratégica con el fin de optimizar los recursos.

Todos los miembros del colectivo participan del plan de comunicación, ya que todos sin excepción son voceros de su proceso y tendrán que estar en la capacidad de informar de qué se trata el cineclub, cómo funciona, cuáles son sus objetivos y su programación. Este es el momento más fuerte del plan y por tanto, debe haber concentración. Da cuenta de las piezas de comunicación y la cantidad que se van a distribuir, de los principales corredores de comunicación, de los líderes de opinión con quienes se coordinará la difusión, de unos responsables directos de dinamizar estas acciones al interior del colectivo y de unas fechas. Nada deberá dejarse a la improvisación y todo a la planeación.

Etapa de sostenimiento

Una vez ha pasado el *boom* del lanzamiento del cineclub o de la actividad específica que se quería comunicar, es necesario continuar con la publicación y distribución de piezas, con la actualización de contenidos en las redes sociales y las demás acciones de comunicación. De lo que se trata es de mantener vigente el interés del público objetivo sobre el cineclub y su programación. En esta etapa siempre hay información disponible sobre el cineclub en diferentes medios y siempre está actualizada.

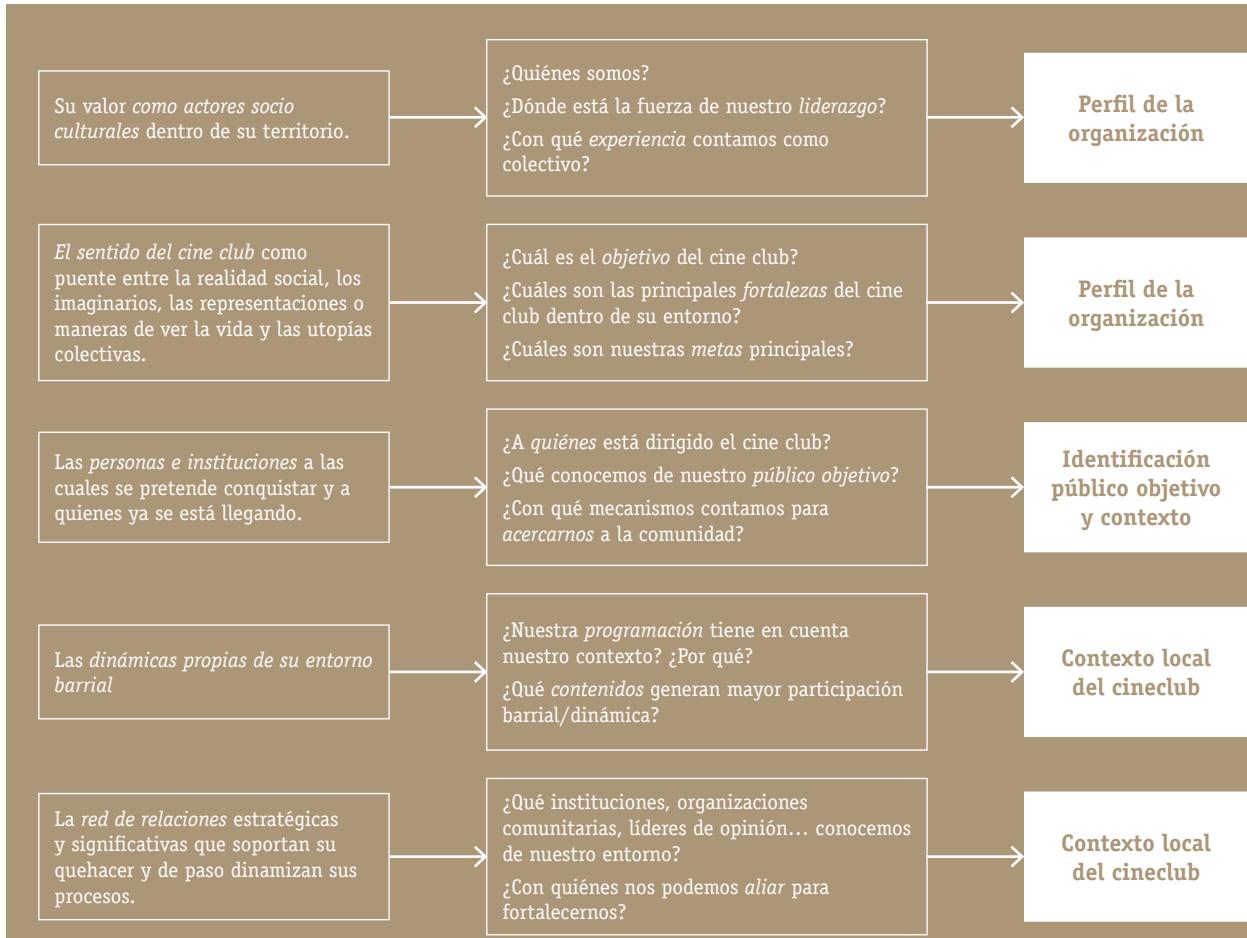
Además, hay una permanente actitud de buscar nuevos colaboradores, socios y cómplices en la difusión de las actividades del cineclub. Esto quiere decir que el plan de comunicación es dinámico, nunca se queda quieto y en toda ocasión se está renovando.

En el Anexo 1 presentamos, a manera de ejemplo, un modelo de plan de comunicación que cada colectivo podrá adaptar de acuerdo a sus necesidades, intereses y expectativas.

Un plan de comunicación permite al colectivo liderar de manera estratégica sus acciones de comunicación, al garantizar el conocimiento y manejo de cada uno de sus

componentes de una forma planeada. Permite además, articularse de manera orgánica con su entorno y crear relaciones de intercambio significativas. Por tanto, el colectivo que opte con diseñar e implementar un plan de comunicación, tiene ante sí una herramienta potente que le permitirá observarse en su interior y proyectarse al exterior.

A manera de resumen, presentamos esta guía que ayudará a las organizaciones a trazar su propia ruta de autocaracterización. Al responder de manera juiciosa a cada uno de los interrogantes, la organización podrá ubicar paso a paso de manera lógica y escalonada su experticia en perspectiva de proyectarse a la comunidad (cuadro 2). ●



»Cuadro 2. Orientaciones para trazar una ruta de autocaracterización del cineclub.

REFERENCIAS

Alcaldía Mayor de Bogotá. *Memorias del Encuentro Distrital de Medios Comunitarios. EnRedate en procesos de comunicación para la promoción de la democracia participativa y el fortalecimiento de la gobernabilidad local.* Bogotá, diciembre del 2005.

Álvarez García, Isaías. *Fundamentos de la teoría de planificación.* Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio, 2001.

Ángel Valencia, Lisseth. *Manual de viaje. Guía para diseñar y realizar campañas de prevención frente al consumo de drogas.* Bogotá: Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito, Ministerio del Interior y DNE, 2011.

Blood, Rebecca. *Universo del weblog: consejos prácticos para crear y mantener su blog.* Madrid: Ediciones 200. 2005.

Costa, Joan. *Las 10 claves de la comunicación corporativa.* Memorias del X Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. Barcelona: Universitat de Barcelona, 1997.

Gómez Vargas, Héctor. "La configuración de la mirada cultural. Medios de comunicación, transformaciones culturales y progresiones orgánicas". *Razón y Palabra.* Generación McLuhan. Julio de 1997. En línea: <http://www.razonypalabra.org.mx/mcluhan/confi.htm>.

Massoni, Sandra. *Comunicación estratégica. Experiencias, planificación e investigación en marcha.* Rosario: Universidad Nacional de Rosario y Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica, 2007.

Maxwell, John C. *Las 21 leyes irrefutables del liderazgo.* Audiolibro. Grupo Nelson, 2006.

Prieto Castillo, Daniel. *La planificación como experiencia decisiva.* Buenos Aires: Ediciones CICCUS, 2000.

Reguillo, Rossana. *Emergencia de culturas juveniles, estrategias del desencanto.* Bogotá: Editorial Norma, 2000.

FILMOGRAFÍA

Burton, Tim. **Big Fish**. 126 min, Estados Unidos, 2003.

Eastwood, Clint. **Los puentes de Madison (The Bridges of Madison County)**. 135 min, Estados Unidos, 1995.

Fincher, David. **Seven**. 127 min, Estados Unidos, 1995.

Gilliam, Terry. **12 monos (12 Monkeys)**. 130 min, Estados Unidos, 1995.

Scott, Ridley. **Alien**. 116 min, Estados Unidos, 1979.

Spielberg, Steven. **La lista de Schindler (Schindler's List)**. 195 min, Estados Unidos, 1993.

Tarantino, Quentin. **Pulp Fiction**. 153 min, Estados Unidos, 1994.

Wachowski, Andy y Lana. **Matrix Revolutions**. 130 min, Estados Unidos, 2003.

ANEXO 1.

MODELO DE PLAN DE COMUNICACIÓN							
ETAPA	TIPO DE PIEZA	CANTIDAD	LUGAR	DIRECCIÓN	COORDINAR CON	RESPONSABLE DEL COLECTIVO	FECHA
Expectativa	Cartel de expectativa	10	Biblioteca pública La Mesa	KR 1 Este 59-24 Sur	Esteban Trujillo, coordinador de la biblioteca.	Mariana Rey, relaciones comunitarias y comunicación.	Reunión de sensibilización: 15 de febrero. Participación en reunión de promotores de lectura: 25 de febrero.
		10	Salón comunal La Estrella	CL 59 Sur 4 Este	Dora Valencia, presidenta de la junta de acción comunal.	Mariana Rey, relaciones comunitarias y comunicación.	Reunión de sensibilización: 16 de febrero. Participación en reunión de jóvenes: 26 de febrero.
		15	Centro de desarrollo comunitario La Esmeralda	CL 61 sur 4-80 Este	César Parada, coordinador de actividades culturales.	Mariana Rey, relaciones comunitarias y comunicación.	Reunión de sensibilización: 17 de febrero. Participación en reunión de jóvenes: 27 de febrero.
	Banner	5 páginas web	www.cinematic.com www.cine.com www.lalupa.blogspot.com Cuenta en Facebook Cuenta en Twitter		Álvaro Vásquez, webmaster página web de Cinematic.com Cindy López, webmaster página web de cine.com Adriana Chávez, encargada de comunicaciones lalupa.com.	Pablo Manrique, community manager.	Todos los banners al aire a partir del 20 de marzo.
Evaluación*							

MODELO DE PLAN DE COMUNICACIÓN

ETAPA	TIPO DE PIEZA	CANTIDAD	LUGAR	DIRECCIÓN	COORDINAR CON	RESPONSABLE DEL COLECTIVO	FECHA
Lanzamiento	Afiche	10	Biblioteca pública La Mesa	KR 1 Este 59-24 Sur	Héctor Trujillo, coordinador de la biblioteca.	Mariana Rey, relaciones comunitarias y comunicación.	A partir del 1 de abril.
		50	Red local de colegios distritales	KR 2 Este 53-24 Sur	Paula Contreras, coordinadora de la red.	Mariana Rey, relaciones comunitarias y comunicación.	1 de abril.
		10	Sena	KR 4 Este 40-24 Sur	Mario Romero, coordinador de actividades culturales.	Claudia Jiménez, relaciones comunitarias y comunicación.	1 de abril.
		30	Reunión Consejo local audiovisual	CL 59 Sur 4 Este	Jineth Caicedo, representante del Consejo.	Claudia Jiménez, relaciones comunitarias y comunicación.	1 de abril.
	Correos electrónicos Adjunto: clip de audio.	200	Base de datos de jóvenes que han estado en procesos de formación audiovisual.			Pablo Manrique, community manager y Bibiana Pérez, medios audiovisuales.	1 de abril.
	Entrevista TV	1	Canal comunitario 10. Programa de cine.	CL 57 Sur 4-35 Este	Diego Gómez, productor general del Canal.	Bibiana Pérez, medios audiovisuales.	3 de abril. Llegar a las 10 a. m. Emisión: 4 de abril, 9 p. m.
	Clip de video promocional	1	Siempre se pasa antes de la proyección de la película.	KR 1 Este 59-24 Sur		Pablo Manrique, community manager.	
Evaluación*							

MODELO DE PLAN DE COMUNICACIÓN

ETAPA	TIPO DE PIEZA	CANTIDAD	LUGAR	DIRECCIÓN	COORDINAR CON	RESPONSABLE DEL COLECTIVO	FECHA
Sostenimiento	Correos electrónicos Adjunto: Programación mensual	100 correos semanales				Pablo Manrique, community manager.	5 de abril hasta diciembre.
	Actualización diaria de la cuenta de Facebook	10 nuevos amigos mensuales					
	Actualización diaria de la cuenta de Twitter	10 nuevos seguidores mensuales					
	Afiche	5	Biblioteca pública La Mesa	KR 1 Este 59-24 Sur	Héctor Trujillo, coordinador de la Biblioteca	Mariana Pérez, relaciones comunitarias y comunicación.	A partir del 15 de abril. Se reemplaza mensualmente.
	Afiche	20	Reunión Consejo local audiovisual	CL 59 Sur 4 Este	Jineth Caicedo, representante del Consejo.	Claudia Jiménez, relaciones comunitarias y comunicación.	20 de abril.
Evaluación*							

*Evaluación:

Siempre es necesario evaluar de manera periódica y sistematizar los resultados con el fin de propiciar ajustes y reflexiones que permitan al equipo mirarse de manera crítica en pro del mejoramiento y de llevar un histórico del desarrollo del proceso. Lo recomendable es hacerlo entre cada etapa del plan de comunicación, de la siguiente manera: expectativa-evaluación-lanzamiento-evaluación-sostenimiento-evaluación.

A continuación presentamos una guía de cómo hacerlo de manera práctica, con algunas preguntas orientadoras y en diferentes estancias, ya que es necesario evaluar tanto *al interior del equipo*, como con el *público objetivo* y también con *los participantes habituales* al cine foro.

EVALUACIÓN CON EL EQUIPO

ROLES

- ¿Todos los involucrados en el plan de comunicación han participado de manera efectiva en su desarrollo?, sí, no; ¿por qué?
- ¿Existe claridad en todos los integrantes del equipo con respecto a sus tareas?, sí, no; ¿por qué?
- ¿Qué ajustes se deben realizar con respecto a la distribución de roles?

Dejar por escrito cuál es la nueva distribución con tareas y fechas de entrega.

COMUNIDAD

- ¿Cuáles son los principales aportes que el colectivo ha hecho hasta el momento a la comunidad, a partir de su experiencia, su enfoque de trabajo o su área de interés?
- ¿De qué manera el colectivo se ha acercado a la comunidad?
- ¿Cuáles son los principales aciertos dentro de las relaciones con la comunidad.
- ¿Cuáles son los principales aspectos a mejorar dentro de las relaciones con la comunidad.
- Hasta el momento, ¿cuáles son los principales aliados comunitarios en la implementación del plan de comunicación?

PLAN DE ACCIÓN

- ¿Se ha cumplido el plan de acción con relación a fechas de entrega y responsables?, ¿en qué se ha evidenciado?
- ¿Cuáles son los aciertos dentro de la implementación del plan de comunicación?
- ¿Cuáles son los aspectos a mejorar dentro de la implementación del plan de comunicación, de acuerdo al modelo presentado anteriormente?

Si hay cambios, ajustes en las fechas de entrega y responsables, es indispensable dejar por escrito cuál es la nueva distribución y el cronograma.

EVALUACIÓN CON EL PÚBLICO OBJETIVO

¿CÓMO SE ENTERÓ DE LA EXISTENCIA DEL CINECLUB?

- Dar un listado de posibilidades como:
- Redes sociales (¿cuáles?)
- Volantes, afiches (¿cuáles?)
- Voz a voz (¿de quiénes?)

¿CÓMO LE HA PARECIDO LA PROGRAMACIÓN?

- De 1 a 5 evalúe el interés que le ha generado la programación.
- De 1 a 5 indique las ganas que tiene de volver a asistir.
- De 1 a 5 evalúe si la programación tiene algo que ver con usted, su entorno o sus temas vitales.

PRINCIPALES OBSERVACIONES

- ¿Qué comentarios tiene con relación al desarrollo del cine foro?
- Sugerencias.

Tomar atenta nota al respecto.

EVALUACIÓN CON LOS PARTICIPANTES HABITUALES

¿CÓMO LE HA PARECIDO
LA PROGRAMACIÓN?

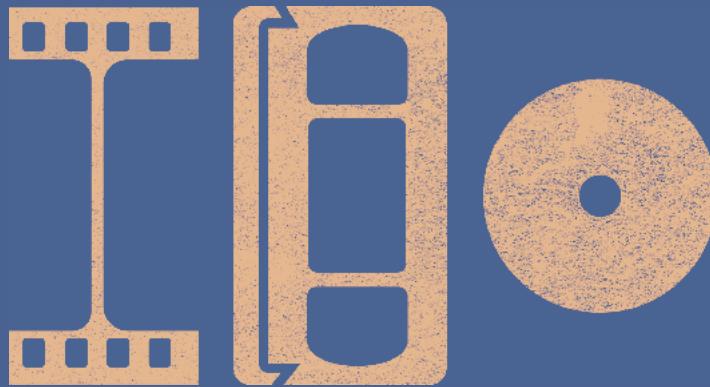
- De 1 a 5 evalúe el interés que le ha generado la programación.
- De 1 a 5 evalúe si la programación tiene algo que ver con usted, su entorno o sus temas vitales.
- Indique cuál es su principal motivación para asistir de manera periódica al cineclub.
- ¿Estaría dispuesto(a) a participar de manera activa dentro de la organización de los cine foros y sus diversas actividades?

PLAN DE ACCIÓN

- ¿Qué aspectos positivos resalta de la manera como transcurre el cine foro?
- ¿Qué aspectos considera que se pueden mejorar en la manera como transcurre el cine foro?



PATRIMONIO



«Así, la labor del archivista audiovisual es la de un arqueólogo que elige entre la memoria o el olvido. En nuestro trabajo está la tarea de reconocer, conservar, decidir descartar o guardar un recuerdo. Descubrimos, identificamos, indagamos, clasificamos y preservamos los dispositivos que reproducen la creación audiovisual, sus contenedores y sus contenidos».

EL ARCHIVO

AUDIOVISUAL:

guía básica

de preservación

Luisa Fernanda Ordóñez Ortegón



INTRODUCCIÓN

Este no es un texto técnico. Al contrario, mi objetivo aquí es introducir a los lectores en un campo que, a pesar de parecer acartonado y esquemático, está lleno de apegos, afectos y una necesidad casi compulsiva de recuperar, organizar y hacer visibles los remanentes de nuestro pasado como país en imágenes en movimiento.

Soy historiadora de profesión y desde hace unos años me autoproclamo archivista audiovisual. Mi pasión por el cine, las artes mediáticas y los usos potenciales del audiovisual como fuente primaria para la escritura de la historia me llevaron a encontrar en este tipo de archivos un tesoro ilimitado de conocimiento, cuyo acceso se encuentra condicionado o restringido en muchos casos por iniciativas individuales, voluntades políticas o, simplemente, por desconocimiento de causa. En Colombia, el campo de los archivos audiovisuales aún se encuentra en estado incipiente y, aunque existen profesionales comprometidos y apasionados por su trabajo, la comunidad de profesionales vinculados a este campo todavía es muy pequeña. Pese a que existen varias iniciativas, tanto públicas como privadas, interesadas en generar una conciencia del significado de los archivos para salvaguardar la memoria del país, su reconocimiento y validación histórica son aún tarea pendiente. De ahí la urgencia de resaltar la importancia de la preservación del material que se ha producido

«[...] la adecuada conservación, clasificación y catalogación del material son los elementos claves para garantizar el acceso a la información».

y que se está produciendo actualmente en el panorama audiovisual colombiano.

La primera experiencia de trabajo que tuve con los archivos audiovisuales fue de la mano de Luis Ospina, un realizador cuya relación simbiótica con su archivo personal lo ha llevado a construir un corpus de documentos invaluable para la historia cultural del país en la segunda mitad del siglo xx. Durante cuatro años el trabajo de intervención, catalogación, preservación y divulgación de varios de los registros que hacen parte de dicho corpus me enseñó que la labor del archivista va mucho más lejos que la de consignar documentos en cajas, latas, discos duros y carpetas. Es una labor intelectual que requiere compromiso, curiosidad, conocimiento de la historia y una conciencia plena del valor de la cultura material producida desde el presente en relación con el pasado. Desde 2013 inicié, además, mi trabajo con el fotógrafo Eduardo Carvajal, quien posee quizás el archivo más exhaustivo de la historia del cine en el país a partir de la foto fija. El trabajo con el archivo de Carvajal ha sido también el de la gestión de las colecciones fotográficas que contiene su acervo y el de intentar activar el contenido del archivo para poner en discusión el lugar del fotógrafo como autor en la historia del audiovisual colombiano. Por ello, es fundamental entender que los archivos de las imágenes en movimiento no contienen registros audiovisuales exclusivamente.

Así, la labor del archivista audiovisual es la de un arqueólogo que elige entre la memoria o el olvido. En nuestro trabajo está la tarea de reconocer, conservar, decidir descartar o guardar un recuerdo. Descubrimos, identificamos, indagamos, clasificamos y preservamos los dispositivos que reproducen la creación audiovisual, sus contenedores y sus contenidos.

Este texto es, entonces, un mapa de ruta que sintetiza mi experiencia como archivista audiovisual y contiene algunos de los conocimientos que he adquirido progresivamente en la práctica en espacios académicos, y gracias a la guía y el diálogo con mis colegas archivistas. A medida que me he incorporado a distintos proyectos cuyo eje central es el patrimonio y la historia del país a través de las imágenes en movimiento, me ha sido posible identificar y separar contextos, niveles de preservación y valoración de los documentos audiovisuales. Pero sobre todo, he podido construir una metodología de trabajo en la que la adecuada conservación, clasificación y catalogación del material son los elementos claves para garantizar el acceso a la información no solo como conocimiento histórico, sino como un insumo fundamental para la creación de nuevas narrativas audiovisuales en las que el material de archivo juega un papel crucial en la confrontación con el pasado, los afectos, los recuerdos y las lagunas que el olvido deliberado ha dejado en nuestra historia reciente.

¿QUÉ ES, ENTONCES, UN ARCHIVO AUDIOVISUAL?

Hoy en día es difícil delimitar los marcos de referencia con los que se define un archivo audiovisual. Nuestra vida cotidiana está mediada por múltiples dispositivos con los que producimos, grabamos, posteamos y guardamos contenidos audiovisuales. De acuerdo a su importancia organizamos, clasificamos y nombramos el material que producimos, reproducimos y descartamos.

Manejamos cientos (sino miles) de registros de este tipo en nuestros computadores, con los que hacemos copias en discos duros, memorias usb, dvd y carpetas nombradas a nuestro criterio.

Si en algún momento pensar en la definición y límites de la existencia de un archivo nos remitía directamente a la conservación de materiales que pertenecían al pasado, hoy en día esa visión se ha expandido con el paso del mundo análogo al mundo digital. A la supervivencia de la producción audiovisual en material filmico en soportes fotoquímicos y del material videográfico en soportes magnéticos, hoy lo complementan, y quizá desbordan, los registros digitales que estamos produciendo continuamente. En este sentido, todos somos potenciales poseedores de un archivo audiovisual y fungimos como archivistas de nuestras propias memorias personales.

Podríamos decir, entonces, que un archivo audiovisual es una unidad orgánica de documentos cuyo contenido se ha acumulado a lo largo del tiempo y es, o está, directamente relacionado con las imágenes en movimiento. Allí incluimos material filmico (películas análogas en distintos formatos: 35 mm, 16 mm, Súper 16 mm, 8 mm, 9,5 mm, 70 mm); en video análogo (pulgada, U-Matic, Betacam, vhs, Beta); y en video digital (Betacam Digital, dvcam, y todos los formatos asociados al almacenamiento en discos duros, tarjetas y memorias flash). Pero también hacen parte de él los documentos conexos a la producción, como los guiones, *storyboards* (foto 1), archivos descomprimidos, componentes y versiones del producto final (como el audio y los *rushes*), y fotografías fijas (*stills*, tanto en soporte análogo como en digital) (foto 2). Los equipos de reproducción del material como los proyectores, vcr y otras máquinas —que con el tiempo se han hecho obsoletas y que son fundamentales para la reproducción de formatos discontinuados— son también parte del universo que compone el archivo audiovisual. Es importante que, en la medida de lo posible, se evite la dispersión del contenido del archivo.

»Foto 1. Los *storyboards* también son documentos conexos que hacen parte de nuestro archivo audiovisual. *Storyboard* de **Pura Sangre** (Luis Ospina, 1982) realizado por la artista Karen Lamassonne. Archivo: Luis Ospina.

68.5



perfecto mira a florenia
por el retrovisor.

"Con eso ni p'el diablo se nos escapa."

68.6



68.9



»Foto 2. Los archivos de foto fija son fundamentales para la documentación del proceso de producción de una película. Hoja de contacto de las fotografías tomadas por Eduardo Carvajal en el rodaje de **Valeria** (Óscar Campo, 1986). Archivo: Eduardo Carvajal.



El archivo audiovisual puede ser de naturaleza privada u oficial. Es decir, los soportes que lo componen pueden contener registros de nuestras historias personales, las historias que documentan el quehacer audiovisual y los registros finales de las obras cinematográficas, o las historias que documentan la coyuntura política o cultural del país —por ejemplo, los archivos de televisión—. En el primer caso, pertenecen y están restringidos únicamente a nuestros ojos o a nuestra voluntad de divulgarlos por medio de redes sociales o herramientas web; mientras que en el segundo pueden documentar procesos comunitarios, sociales, culturales y creativos ligados a procesos de realización audiovisual privada o independiente, pertenecer a un colectivo de productores o a una productora y tener un alcance más amplio de acceso; o pueden contener documentos audiovisuales fundamentales para la comprensión de nuestra historia como país mediante las imágenes en movimiento y, por ende, reposan en instituciones oficiales cuyo objetivo misional es conservar este material, como la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano, Señal Memoria, la Cinemateca Distrital de Bogotá o el Archivo General de la Nación.

Así, de acuerdo al contenido del archivo, podemos dimensionar su proyección patrimonial. Pero, en principio, del cuidado que tengamos con nuestros archivos personales, privados, independientes o institucionales depende la valoración y validación histórica de los mismos en el futuro. Por ejemplo, con el correr del tiempo el material asociado a películas caseras (*home movies*) y al video aficionado ha ocupado un lugar cada vez más privilegiado en el universo de los archivos audiovisuales. Su importancia radica en el valor incuestionable de las narrativas no oficiales: los registros audiovisuales de la vida cotidiana son tan o más reveladores de nuestra historia como sociedad que los realizados por grandes productoras o instituciones. En años recientes la preservación de este tipo de material ha permitido, en el caso colombiano, la realización de documentos de archivo como **16 memorias** (Camilo Botero, 2008) o **Cesó la horrible noche** (Ricardo Restrepo,

2013) en donde la reflexión sobre las memorias familiares ha estado directamente conectada con una reflexión de fondo sobre nuestro pasado como sociedad.

El audiovisual contemporáneo, mayormente producido en formato digital, presenta grandes retos para sobrevivir en el tiempo, pues los soportes en los que se registra son cada vez más frágiles, inestables y están programados para ser obsoletos en un rango de tiempo muy reducido. De la especial atención que prestemos a la preservación de las producciones audiovisuales y cinematográficas, tanto privadas como independientes, depende su supervivencia y circulación en el futuro cercano.

Por eso es importante que desde ahora seamos conscientes de que la labor de realizar un video clip, un cortometraje, un largometraje, o un videoarte —entre tantas otras posibles formas de expresión mediante el audiovisual— no culmina con su exhibición. Si queremos garantizar que nuestra obra sobreviva, que nuestro trabajo sea valorado y, sobre todo, que todo ese proceso al que le dedicamos tanto tiempo y energía tenga sentido a largo plazo, debemos entender que la preservación es un eslabón fundamental en la cadena de producción audiovisual, pues el fin último de la existencia de un archivo audiovisual es garantizar un acceso permanente a su contenido. Esto implica invertir recursos, tanto materiales como humanos, en la salvaguardia del material que producimos.

¿QUIÉN ES Y QUÉ HACE UN ARCHIVISTA AUDIOVISUAL?

Ahora bien, ¿quién debe ser el responsable de tan ardua tarea? Dependiendo del tamaño del archivo y de los recursos con que contemos, una o varias personas pueden encargarse de la preservación del mismo. El objetivo principal de nuestro plan de preservación, no obstante, será procurar que las personas estén a cargo de esta función

»Foto 3. Fotograma de **Cesó la horrible noche** (Ricardo Restrepo, 2013).
Cortesía: Ricardo Restrepo



sean idóneas, capacitadas y, sobre todo, comprometidas y apasionadas con esta labor. El trabajo del archivista audiovisual requiere un alto nivel de paciencia, cuidado y conocimiento del valor de los materiales con los que trabaja.

En nuestro país, la formación profesional en el campo de los archivos audiovisuales está todavía en estado incipiente, por lo que la mayoría de las personas que estamos vinculadas a esta labor provenimos de distintas disciplinas: realizadores audiovisuales, bibliotecólogos y profesionales en ciencias de la información, historiadores, antropólogos, restauradores, abogados e ingenieros confluimos en torno al mismo propósito, pues en nuestra vocación de preservar nos hemos vinculado progresiva e intuitivamente a un oficio particular. En este sentido, no todos estamos capacitados para desempeñar la misma labor, pero todos somos archivistas audiovisuales desde nuestra especialidad.

Un esbozo de los oficios involucrados en el proceso de preservación de los archivos audiovisuales es el siguiente:

DIRECTOR DEL PROYECTO O COORDINADOR DEL ARCHIVO: Es la persona encargada de definir el plan de preservación del archivo. Debe tener pleno conocimiento del valor artístico, histórico o patrimonial del material a su cargo, pues es quien toma las decisiones sobre las necesidades prioritarias y sobre la administración de los recursos destinados al archivo y la vinculación del personal idóneo que este requiera para su funcionamiento. Por ende, se encarga de definir los lineamientos de trabajo tanto para los procesos técnicos de preservación como en los de curaduría, catalogación y herramientas de acceso al mismo.

ASESOR DE PROCESOS TÉCNICOS: Es quien se encarga de tomar las decisiones con respecto a cómo deben preservarse los soportes físicos que contienen los registros del material audiovisual. Decide la forma en que se almacena, limpia y conserva el material; también es el responsable de identificar aquellos soportes en estado de deterioro que requieran

atención inmediata para ser restaurados, y debe definir los parámetros de digitalización y migración del material a formatos recientes para garantizar su usabilidad y acceso.

ASESOR DE CATALOGACIÓN Y GESTIÓN DE COLECCIONES: Es la persona encargada de definir el orden y la forma de clasificar los soportes. Hace las veces de un curador, en tanto que delimita las series cronológicas y temáticas con las que se organiza el archivo; las formas de nombrar el material tanto físico como digital; y los estándares de descripción del contenido de los soportes, desde su registro en el inventario hasta su ingreso en el catálogo del archivo. Esta persona se encarga de que el contenido del archivo sea comprensible para los usuarios y de conservar un orden lógico en su composición para preservar el archivo como una unidad coherente.

ASESOR EN DIVULGACIÓN O ENCARGADO DEL ACCESO AL PÚBLICO: Define las herramientas con las que el contenido del archivo se hace visible para el público en general y es el encargado de responder a las solicitudes de acceso y uso del material por parte de terceros. Además, de acuerdo al material audiovisual del acervo, decide las plataformas por medio de las cuales se divulga su contenido. Recientemente las herramientas a las que más se recurre son las páginas web y otros recursos en línea, así como aplicaciones para hacer líneas de tiempo, mapas virtuales y narrativas transmedia. Esta persona debe, así mismo, cerciorarse de que el material que se divulga no vulnere los derechos de autor.

RESTAURADOR-CONSERVADOR: En ocasiones es el mismo asesor en procesos técnicos. No obstante, si el archivo o institución cuenta con los recursos necesarios, puede contratar personas capacitadas para intervenir físicamente el material que necesite atención prioritaria. Esta persona proviene usualmente del campo de la producción audiovisual y conoce las causas de deterioro de los soportes y las formas de intervenirlos. Es fundamental que el restaurador o conservador tenga clara la importancia de la

preservación de la integridad del documento audiovisual, para que su intervención no vulnere las condiciones intrínsecas de la obra original.

CATALOGADOR: Puede ser un profesional en bibliotecología y ciencias de la información que conozca los estándares internacionales con los que se registran y describen los documentos audiovisuales. Sin embargo, la experiencia en el país ha demostrado que también es muy importante que quienes están a cargo del proceso de catalogación se informen y tengan pleno conocimiento del valor del patrimonio audiovisual que está a su cargo y de la historia que precede a la producción del documento. No basta con descripciones superficiales y enciclopédicas del material, pues una mala referencia en el catálogo hace que el acceso al archivo se limite. El catalogador debe ser una persona meticulosa y capaz de conectar conceptos, ideas y temas para que la información que esté asociada a los materiales audiovisuales sea verídica, y que a su vez revele posibles lecturas inéditas y alternativas sobre el contenido del documento.

ESPECIALISTA EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN: Idealmente un ingeniero con un interés en el patrimonio audiovisual. Apoya los procesos técnicos de preservación en la definición de formatos, metodologías (tamaño de compresión, software y equipos idóneos para la reproducción y digitalización del material) y ciclos de migración del material de un soporte a otro. En suma, ofrece soporte técnico al equipo de catalogación en la migración de la información asociada al contenido de los soportes (los metadatos) al catálogo general del archivo.

En una situación ideal, un archivo audiovisual de carácter independiente debería tener como mínimo una persona encargada de la coordinación del archivo, otra encargada de los procesos técnicos de restauración y conservación, una encargada de la catalogación y otra encargada de la divulgación del contenido patrimonial del acervo. Sin embargo, es el tamaño del archivo, el alcance de su contenido (es decir, la pertinencia del mismo para el interés general y la libertad de divulgación de acuerdo a los derechos de autor) y los recursos con los que cuenta, los que determinan la posibilidad de que esta situación ocurra. De hecho, la responsabilidad del archivo muchas veces recae en una sola persona, quien a su vez puede ser el realizador audiovisual o el titular de los derechos patrimoniales del contenido del mismo. Por ello es importante que el archivista audiovisual también conozca las redes de información y los espacios de formación que entidades tanto públicas (como la Cinemateca Distrital, el Ministerio de Cultura y el Archivo General de la Nación) como privadas (como la Universidad Jorge Tadeo Lozano) están abriendo para capacitar a las personas comprometidas con el patrimonio audiovisual.

«En una situación ideal, un archivo audiovisual de carácter independiente debería tener como mínimo una persona encargada de la coordinación del archivo, otra encargada de los procesos técnicos de restauración y conservación, una encargada de la catalogación y otra encargada de la divulgación del contenido patrimonial del acervo».

Si nuestro archivo no es tan grande o si aún no contamos con los recursos para poner en marcha un plan de preservación, podemos iniciar el proceso nosotros mismos teniendo como referencia la guía metodológica que describiré en el siguiente apartado.

LA METODOLOGÍA DE TRABAJO

Por todo lo anterior, es fundamental que entendamos que en el oficio de preservar el archivo de material audiovisual confluyen varias actividades, de cuya realización exitosa depende la accesibilidad al archivo o qué tan restringido puede ser el uso del material.

Una vez decidamos intervenir en nuestro archivo con el fin de garantizar su preservación, lo más importante es definir una metodología que nos permita trabajar ordenadamente, identificar aquellos puntos que requieren atención prioritaria y delimitar nuestro rango de acción. Es preciso que tracemos un plan de preservación con metas realistas, y esto depende en gran medida del tamaño y necesidades de nuestro archivo. Por pequeño que sea, la experiencia me ha enseñado que el archivo audiovisual tiene la capacidad de multiplicarse, cuando creemos que nuestro archivo cabe en dos cajones o que toda la información que tenemos está almacenada en un disco duro, aparecen múltiples contenedores de información inédita que considerábamos perdidos o que habíamos olvidado que existían.

Por eso al momento de iniciar nuestro trabajo con el archivo debemos formularnos cuatro preguntas claves: ¿qué tenemos?, ¿cuán extenso es?, ¿en qué estado se encuentra? y ¿qué tan ordenado está? A estas preguntas corresponden dos acciones fundamentales que nos permitirán tomar decisiones: la realización de un inventario y la elaboración de un diagnóstico sobre el estado físico y

organización del material. A partir de entonces, podremos decidir qué procesos técnicos de preservación son urgentes y poner en marcha la clasificación y catalogación de los contenidos, de acuerdo a unos criterios fijos que permitan el fácil acceso al material.

El inventario

Consiste en un registro básico de los elementos que componen el archivo. Podemos iniciarlo en una hoja de cálculo, donde asignaremos un número al objeto que ingresamos, un título, una descripción física (idealmente el formato o soporte en el que está), su ubicación (si está en un closet, en un cajón, en una carpeta del computador), una referencia de contenido y una referencia del estado de preservación o de deterioro en que se encuentra el material (cuadro 1). La existencia de este listado nos permitirá ubicar el material fácilmente. Es importante que además de hacer un listado numérico, podamos distinguir entre las existencias de distintos soportes, por lo que es ideal crear una hoja de cálculo distinta para cada formato. Además, debemos tratar de no separar las unidades de producción: si tenemos varias obras o películas, el inventario debe reflejar todo el material asociado a cada una de ellas de manera consecutiva. Si nos damos cuenta que el volumen de nuestro archivo es inmanejable en un programa como Excel, hoy en día existen herramientas gratuitas a las que se pueden acceder en internet para gestionar los inventarios de archivos audiovisuales, como Media Score, Media Rivers, Catalyst Inventory Tool o AVCC Inventory Tool.

A partir de la realización del inventario, además de un estimado numérico de la cantidad de material que tenemos, también podemos emitir un diagnóstico del estado de preservación o deterioro de los soportes que componen nuestro archivo. En este sentido el inventario nos permitirá realizar un seguimiento a todas las decisiones y acciones, tanto preventivas como de restauración del material que

»Cuadro 1. Ejemplo del orden de los campos de un inventario en una hoja de cálculo. Elaborado por Diana Murcia.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Código en el inventario	Título	Autor	Fecha de producción	Duración	Referencia de contenido	Formato / descripción física	Estado de conservación	Ubicación
2	001	Mi película	Sutanito	24/12/98	01:59:02	Viaje al espacio con nave.	Máster	Excelente	Cajón 1
3	002	Esa película	Penganito	01/03/15	03:01:45	Ajustes a la visión en globo.	Submáster	Frames dañados	Caja 23
4	003	Aquella	Menganito	14/09/13	00:45:34	Las penas de las ciudades.	Copia	Calidad baja	Disco Duro 2
5	004	Las pelis	Nerón Navarrete	19/08/88	02:14:00	El sujeto no identificado y lo popular.	Rushes	Bueno	Cajón 56
6	005	El video	Juan Pérez	02/08/79	06:00:12	El más común de los nombres.	Copia	Requiere limpieza	Caja 7
7	006	Hey	Anónimo	18/12/82	01:27:03	Un escritor prolífico.	Submáster	Deteriorado	Cajón 48

INVENTARIO

Anotar el número que le asignamos al documento durante la elaboración del inventario

Indicamos el título de la película, o el título o nombre que asignamos al documento. Si no estamos manejando un archivo propio lo ideal es anotar la información que indica la etiqueta que marca el material

Director o realizador del material. En el caso de fotografías o guiones indicar el autor que las produjo

Año de producción

Duración en horas, minutos y segundos. Así: hh:mm:ss

Un breve resumen del contenido del material. Puede ser una sinopsis o una descripción detallada de las imágenes o personajes que aparecen allí

Indicar el formato en que está nuestro material. Podemos incluir también características de tamaño, o especificaciones técnicas, por ejemplo si es máster, submáster, copia o rushes

Este es el espacio para anotar si identificamos deterioro físico del soporte, y si es posible, si encontramos daño en la imagen al reproducirla

Estantería, caja, carpeta o subcarpeta en donde se encuentra el material

PREGUNTA	SIGNIFICADO	¿ALERTA ROJA!
¿En donde está almacenada la información?	Es importante conocer la ubicación y disposición del material. Tanto las condiciones físicas como el nivel de dispersión pueden afectar el reconocimiento del estado del mismo.	<p>Para material análogo</p> <ul style="list-style-type: none"> • En cajas de cartón. • Apilado en un rincón en el piso. • En un lugar húmedo y caliente. • Cuando abro las cajas hay hongos o huele a vinagre. • Hay insectos y polvo alrededor del material. • No conozco la ubicación de todo mi archivo. <p>Para material digital</p> <ul style="list-style-type: none"> • No encuentro una copia de respaldo de la información. • Estaban en un disco duro, usb, cd o dvd que ya no puedo reproducir.
¿Cómo está almacenada la información?	La situación ideal es que el material esté marcado o etiquetado para que podamos reconocer su contenido.	<ul style="list-style-type: none"> • Los soportes están sin etiquetar, no tengo idea qué hay dentro y no tengo una máquina para reproducirlos. • Los archivos digitales no tienen nombre, no los puedo encontrar o no los reconozco. • Los archivos digitales están dispersos, no están en carpetas y están mezclados con fotos e información personal.
¿Hay algún listado de lo que tengo en mi archivo?	Es de gran utilidad conocer si ya hay un inventario previo del material con el que contamos.	<ul style="list-style-type: none"> • No tengo idea de qué tiene mi archivo.
¿Qué tan ordenado está mi archivo?	Lo ideal es que el archivo tenga algún orden, por: producción, temático, cronológico.	<ul style="list-style-type: none"> • La información está dispersa y mezclada, solo yo entiendo qué hay.
¿Tengo todos los derechos de autor sobre mi archivo?	Es fundamental conocer si tenemos o no los derechos patrimoniales sobre nuestro archivo. De lo contrario, cualquier acción o decisión que tomemos sobre él puede tener consecuencias. Sobre todo si queremos hacer que su contenido esté disponible al público.	<ul style="list-style-type: none"> • Tengo producciones de otras personas y no soy titular de los derechos.

tomemos sobre nuestro acervo. Incluir un apartado con todas las características y posibilidades de deterioro físico y errores en la imagen que puede presentar nuestro material, desbordaría el propósito de este módulo de la cartilla. Por ello recomendamos a los lectores consultar la bibliografía sugerida, en donde se incluyen referencias de manuales en los que se explican detalladamente estos procesos.

El diagnóstico

Debe partir de un conocimiento específico del estado del archivo antes de intervenir en él, para lo que es recomendable contar con el apoyo de alguien que conozca el tema. Tomar decisiones sobre la intervención, restauración y digitalización de un material de cuyo estado no tenemos certeza, puede conllevar a la pérdida de la información o exponer a perjuicio los soportes físicos en estado de deterioro.

Incluimos un listado de preguntas con posibles respuestas para determinar si el archivo está en riesgo (cuadro 2.)

Selección y clasificación del material

Se trata de un reconocimiento del contenido del archivo de tal forma que podamos separar la información importante de la que no lo es, y que además podamos establecer grupos o categorías definidos por criterios y unidades temáticas, cronológicas o de producción para clasificar los soportes. Sobre este aspecto, es fundamental entender que el archivo hace las veces de un conjunto universal que se agrupa a su vez en una serie de subconjuntos que podemos definir orgánicamente utilizando, por ejemplo, los nombres de las películas, los años en que se produjeron, los temas de que tratan, etc. Esta organización implica marcar y etiquetar el material, absteniéndonos de utilizar pegantes fuertes o rotular sobre los soportes. Si es posible, podemos etiquetar y nombrar el material de acuerdo al número o código que le asignamos en el inventario.

Si el archivo únicamente es digital o si conservamos soportes y material digitalizado de fuentes análogas, en este proceso es clave que nombremos los archivos de una manera concisa y comprensible para cualquier persona. Además, debemos agrupar los archivos en carpetas usando el ejemplo de los conjuntos y los subconjuntos, para que respetemos las jerarquías y grados de pertenencia de cada elemento a una unidad de producción, temática o cronológica.

De acuerdo al tamaño del acervo es importante que consultemos referencias o experiencias de archivos similares, como también documentos y estándares internacionales para que los criterios con los que definamos cada unidad de documentos sea legible y comprensible tanto para nosotros, como para el público en general.

Una herramienta útil a la hora de iniciar el trabajo de clasificación del contenido del archivo es el de crear una línea de tiempo, es decir, podemos organizar el material teniendo como referencia la fecha en que fue creado. A partir de ahí podemos definir colecciones y jerarquías temáticas desde las cuales podemos agrupar las unidades documentales. Por ejemplo, en el caso del archivo de Eduardo Carvajal, que contiene fotografías fijas de películas claves para entender la historia del cine colombiano del siglo xx, la línea de tiempo contribuyó a identificar las producciones en las que Carvajal participó como fotógrafo y a hacer un inventario detallado del material físico y digital registrado por él. En un tablero acrílico, o en una lámina de zinc en la pared, podemos iniciar este proceso de organización del material, para luego sistematizarlo mediante la herramienta con la que estemos haciendo el inventario y el catálogo (foto 4).

En el caso del archivo de Luis Ospina el reto fue mucho mayor, pues además de películas y fotografías, el cineasta ha conservado un registro minucioso de su vida guardando cartas, afiches y guiones, por mencionar algunos de los documentos que reposan en su acervo. Por eso, a medida que el trabajo con el archivo progresaba

se definieron categorías temáticas que iniciaban con la jerarquía de un autor, y luego se bifurcaban en temas o películas ordenadas cronológicamente. Con estos criterios se catalogó la información (gráfico 1).



»Foto 4. Proceso de clasificación del material en un archivo mediante una línea de tiempo. En la parte superior de la lámina de zinc están las décadas que contempla el contenido del archivo de Eduardo Carvajal. Foto: Eduardo Carvajal.

Procesos técnicos

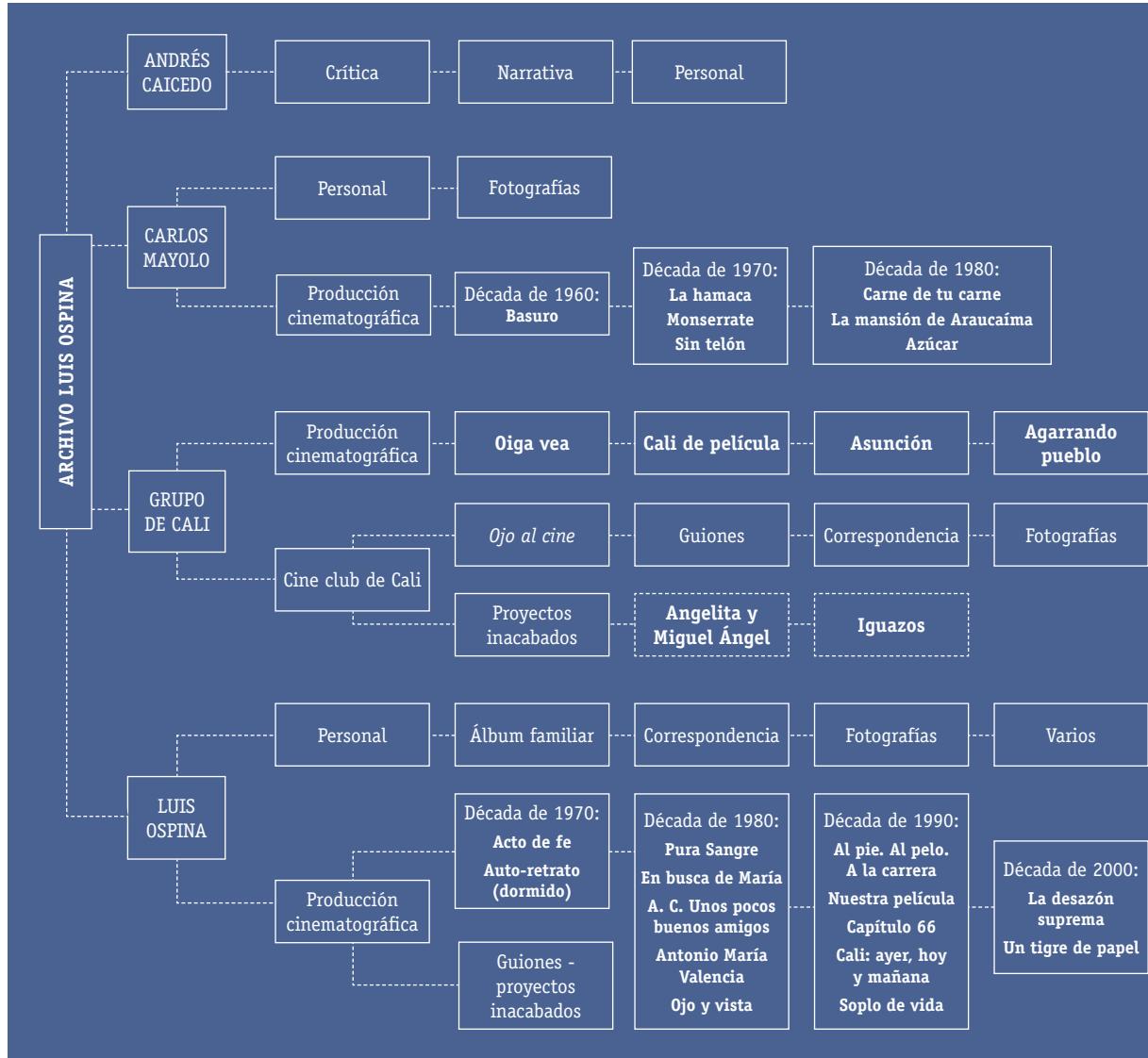
La conservación, limpieza, restauración —en el caso de los soportes físicos— y la migración, emulación y actualización —en el caso del material digital— son todas las acciones encaminadas a la preservación adecuada del material para asegurar su permanencia en el tiempo. Sobre este aspecto, debemos asegurarnos que los soportes estén conservados en un ambiente fresco, limpio y con unos índices de humedad (relativa entre un 30 y 40%) y temperatura moderados¹.

La conservación del archivo depende en gran medida de las condiciones en que esté almacenado. Así mismo, los soportes físicos que contienen registros audiovisuales necesitan una limpieza periódica y esta no es una acción que pueda realizar cualquier persona. No debemos limpiar el material con un trapo cualquiera, al contrario, cada soporte precisa de un cuidado particular y este proceso es clave para evitar su deterioro.

Si el material es de cine o video análogo, además del deterioro físico de los soportes, la imagen corre el riesgo de sufrir problemas con el pasar de los años. En este caso el proceso de restauración del material es el que nos va a permitir enmendar dichos problemas. Este es un proceso delicado que debe realizar una persona especializada en las técnicas de restauración de los soportes audiovisuales, que conozca el valor artístico, histórico o patrimonial del material y que tenga ética profesional. Esto último es fundamental: el restaurador se encarga de actuar sobre el material con el objetivo principal de preservarlo de la manera más fiel posible a su forma original. Si el restaurador altera la estructura o contenido del material, estará atentando contra la integridad del mismo.

¹ Para conocer a profundidad las condiciones ideales de conservación y almacenamiento es recomendable consultar los lineamientos de la Unesco. <http://www.unesco.org/webworld/ramp/html/r9704e/r9704e13.htm>.

»Gráfico 1. Definición de colecciones y catalogación del material del archivo de Luis Ospina, realizado por Luisa Ordóñez.



Como se mencionó en la introducción, la era digital presenta un reto a la hora de definir los lineamientos con los que se preserva el material audiovisual que en principio fue creado en este formato. Mientras que la migración del material fotoquímico y análogo a soportes digitales representa ante todo una acción enfocada a políticas de acceso a los archivos audiovisuales para su consulta y reutilización, la discusión acerca de la compresión, software y condiciones de almacenamiento del material concebido originalmente como digital enfrenta el gran dilema de la obsolescencia programada, el cambio acelerado de formatos, su fragilidad e inestabilidad intrínseca.

De momento se han identificado los siguientes procesos relacionados con la preservación de los archivos digitales:

- La migración: consiste en trasladar los archivos que componen una unidad documental de un formato obsoleto a otro más actualizado y legible.
- La emulación: busca construir una aplicación o un software que permitan emular la reproducción de un archivo obsoleto en una versión más actualizada.
- La actualización: es una estrategia preventiva que consiste en trasladar unos archivos digitales de un formato a otro para evitar su pronto deterioro y obsolescencia.

Más adelante presentaré una cronología de formatos que nos permitirán relacionar los contenidos del archivo con sus necesidades de almacenamiento y las posibles causas de deterioro que se pueden presentar de acuerdo a cada soporte.

La catalogación

Es un registro exhaustivo de todas las unidades que componen el archivo. Esta es una tarea que requiere atención, paciencia y, sobre todo, un conocimiento profundo sobre los contenidos del material que vamos a describir. Con la catalogación nos aseguramos de que el contexto de

creación, atributos físicos y de contenido de cada ítem que compone el acervo queden referenciados por medio de los metadatos, que son las palabras con las que describimos la información asociada a cada soporte. En el proceso de catalogación nuestra herramienta fundamental será la creación de metadatos. En un primer momento —el de la elaboración del inventario—, se trata de la información inicial con la que nombramos el material. Cuando catalogamos, los metadatos son aquellas palabras clave que nos proporcionan datos sobre el contenido, contexto de creación, características técnicas y temáticas del material, así como sus vínculos con otros documentos.

Nuevamente, de acuerdo al tamaño del archivo podemos iniciar esta tarea con una hoja de cálculo en Excel; sin embargo, es preferible que implementemos aplicaciones o programas especializados en este trabajo, como el File Maker o el Koha, una herramienta de código abierto y gratuita que nos permite ingresar la información sobre el contenido del archivo en una ficha predeterminada.

La catalogación es un trabajo minucioso y asegura que el acceso al archivo por parte de otras personas interesadas sea claro y sencillo. En este sentido, se han creado normas internacionales como el estándar MARC 21, patrocinado por la Librería del Congreso de los Estados Unidos, que define un listado de campos posibles para documentar las características de los documentos que hacen parte de archivos, museos o bibliotecas. Si contamos con el apoyo de un especialista en tecnologías de la información, esta será la persona idónea para definir el proceso de ingesta de los metadatos mediante un software.

De cualquier manera, lo importante es que al iniciar el proceso de catalogación definamos unos campos fijos que permitan comprender el alcance y las características del material con el que contamos. En el catálogo debemos incluir, además del material audiovisual que compone el archivo, todos los documentos conexos que sirven como soporte a las producciones (cuadro 3).

CAMPO	CONTENIDO
Consecutivo original o nombre del archivo digital	Numeración con la que se identifica el archivo o soporte catalogado.
Título general	Título de la obra o fragmento de contenido. Se recomienda verificar si existe una claqueta al inicio de la secuencia de imágenes.
Título capítulo	Título o número de capítulo si hace parte de una serie.
Entidad productora del material	Mención de responsabilidad o entidad productora.
Autor	Si es el caso, indicar el "Apellido, Nombre" del creador o director de la obra o fragmento.
Duración	En el formato hh:mm:ss
Errores de imagen	Descripción de la calidad de la imagen. Se sugiere detectar problemas y errores intrínsecos a la fuente original (video análogo).
Fecha de realización	En el formato dd/mm/aaaa
Tipo de contenido	Identificar si hace parte de una serie, novela, magazín, noticiero, largometraje argumental, largometraje documental, cortometraje, comercial, etc.
Contenido	Referencia sucinta pero precisa del contenido de la obra o fragmento. Debe estar bien redactado y sin errores ortográficos.
Créditos/equipo de producción	Si aparecen créditos en la claqueta o en el final del video, incluir todos los nombres con sus funciones respectivas.
Elenco	
Fuente de adquisición/ contrato asociado/ situación de derechos de autor	Incluir la información pertinente asociada, en caso de que exista.
Centro de origen de la catalogación	
Fecha de catalogación	En el formato dd/mm/aaaa
Responsable de la catalogación	Nombre completo de persona que realiza la ficha.

»Cuadro 3. Modelo de ficha de catalogación básica del material audiovisual.

«La adecuada conservación del material es ante todo una medida preventiva que nos asegura que los soportes puedan sobrevivir a largo plazo».

La digitalización

Es un proceso polémico. En muchas ocasiones se considera que con la digitalización del material análogo se garantiza su preservación en el largo plazo. Sin embargo, como se anotó previamente, esta es una acción que tiene como principal fin hacer el material accesible al público, no es la salida definitiva a los problemas de preservación del archivo.

Este proceso debe ajustarse a unos parámetros de resolución, compresión y definición de la imagen que van mucho más allá de escanear cada soporte por medio de una máquina especializada. Idealmente, sobre el material fotoquímico y analógico se debe realizar una copia en alta resolución en un formato mpeg4 (hasta ahora el más eficiente y que conserva la mayor cantidad de información), y una en baja resolución para su fácil consulta.

En este punto es fundamental anotar que con la digitalización siempre hay un gran riesgo de pérdida de información. Por ello, además de conservar varias copias de respaldo del material que digitalicemos, es importante que entendamos que comprimir no es la mejor solución. Para almacenar los archivos digitales debemos asegurarnos de tener suficiente espacio de almacenamiento en discos duros, y entender que progresivamente vamos a requerir de un software y de un hardware especial para reproducirlos, pues los

códec (codificadores-decodificadores) y formatos en los que fueron creados serán reemplazados rápidamente.

En un momento como este, en el que la producción audiovisual digital superará con creces la producción en cine y video análogo, la definición de un plan de contingencia para mitigar la pérdida de información es clave para la supervivencia de las imágenes en movimiento que se crean a diario.

El acceso y el uso

Finalmente, si los procesos antes descritos son llevados a buen término, podemos garantizar el acceso al material. Las herramientas para ello pueden ser tan básicas como la creación de una página web en donde socialicemos el contenido del archivo con el fin de ponerlo a disposición del público en general, hasta poner en funcionamiento un catálogo en línea en el que podamos ofrecer una descripción completa sobre cada uno de los ítems que lo conforman, si es que el objetivo es que el material pueda ser consultado por investigadores o público interesado en el patrimonio audiovisual.

Además, un archivo bien preservado es un insumo para la creación. Como se anotó en la introducción, el rescate y la preservación de archivos como los de Roberto Restrepo o Mario Posada permitieron la realización de documentales producidos exclusivamente con

material de contenido patrimonial. Si queremos recuperar parte de nuestro trabajo previo para nuevas creaciones, acceder al archivo para reactivar, reutilizar y —si es el caso— recontextualizar las imágenes que este contiene dependerá de la organización y gestión que hagamos del mismo.

LA CONSERVACIÓN DEL MATERIAL

La adecuada conservación del material es ante todo una medida preventiva que nos asegura que los soportes puedan sobrevivir a largo plazo. En este sentido, la vida útil de un archivo dependerá del modo en que almacenemos su contenido, para que esta no sea limitada. Si encontramos piezas con un alto nivel de deterioro, la mejor solución es acudir a un técnico especialista en preservación del formato que tenemos en riesgo, para que sea restaurado y rescatado.

Es muy importante que al momento de tomar decisiones sobre cómo conservar el material tengamos claro qué tipo de soportes tenemos, pues cada uno tiene requerimientos distintos de almacenamiento y manipulación. Tanto con el espacio físico como con el espacio digital, debemos ser precavidos con el tema de la compresión: no debemos atiborrar las estanterías con el material, como tampoco debemos guardar los archivos en formatos de baja resolución si tenemos la opción de guardarlos en alta. Todos los soportes deben estar organizados de acuerdo a los criterios con los que decidimos gestionar nuestras colecciones, pero si tenemos diversos materiales en una sola categoría, lo mejor es separarlos de acuerdo a las necesidades de cada uno para asegurar sus condiciones de conservación.

Si lo que tenemos es un archivo que documenta la trayectoria de un realizador, en la medida de lo posible, debemos velar por preservar el todo y las partes de la producción: el máster, el submáster, las copias, los *rushes*,

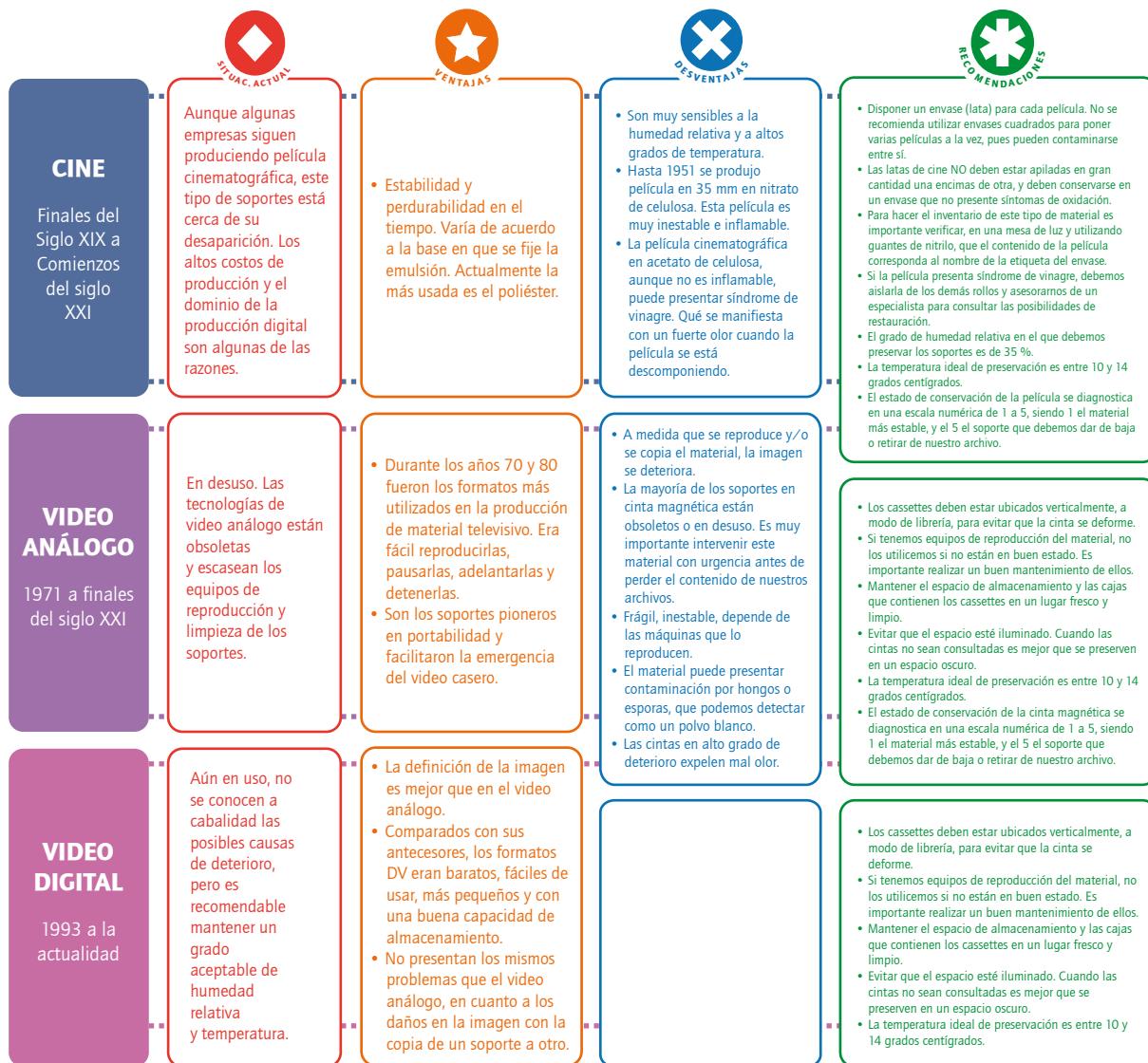
la foto fija y los documentos conexos confluyen alrededor de la unidad que es el producto audiovisual.

Para todos los casos, es importante no fumar, comer o tomar ninguna bebida en el espacio asignado a la conservación. Del mismo modo, se deben mantener las manos limpias e, idealmente, usar guantes (de nitrilo o franela, no de látex) para manipular los objetos. El espacio que se asigne para la conservación debe ser fresco, seco y no debe recibir luz directa del sol.

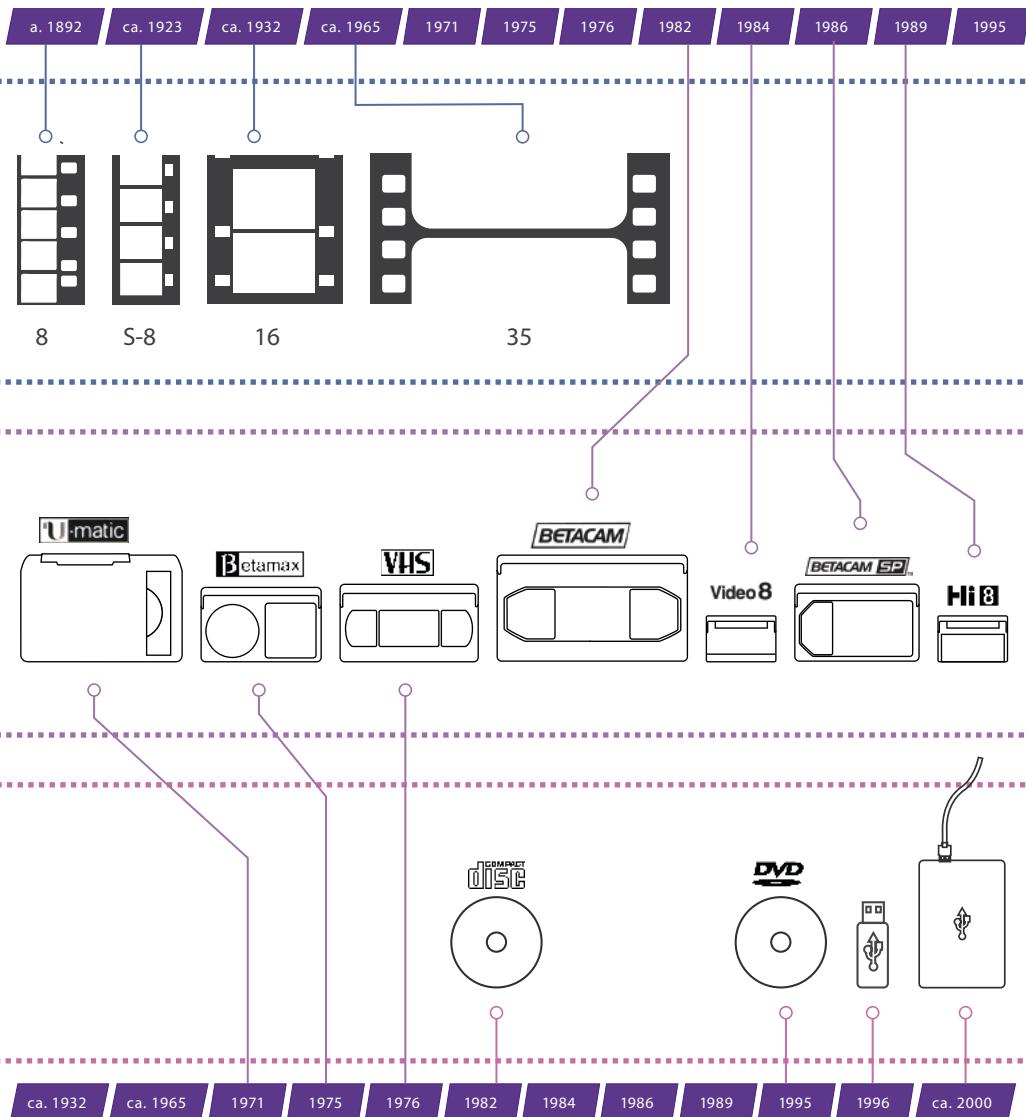
En la cronología de formatos descrita a continuación podemos identificar los soportes más comunes, sus propiedades y condiciones básicas de conservación (cuadro 4).

En el caso del soporte fotoquímico (cinematográfico) están incluidas únicamente las películas de 35, 16 y 8 milímetros por ser las encontradas con mayor frecuencia en los archivos audiovisuales en Colombia. Es por eso que no se hace referencia aquí a la película de 70 mm o la de 9,5 mm. En la historia del cine colombiano son varios los relatos de películas perdidas en el fondo del río, desaparecidas, mutiladas o completamente deterioradas. El primer largometraje de ficción del cine colombiano, **María** (1921), dirigido por Máximo Calvo y Alfredo del Diestro, es un claro ejemplo de ello: hoy se conservan tan solo 20 segundos de la película y a pesar de varios esfuerzos de reconstrucción histórica del contenido y contexto de creación de este material, la pérdida de estas imágenes es casi sintomática de la historia del patrimonio audiovisual en Colombia y su cuidado a lo largo del siglo xx. Si encontramos que en el archivo hay películas en formato de cine es importante que nos asesoremos de una persona o entidad idóneas para diagnosticar el estado y necesidades de dicho material, pues su manipulación requiere de un conocimiento de técnicas específicas de conservación, limpieza y restauración.

Sin embargo, el soporte cinematográfico tiene la ventaja de ser más estable que sus sucesores, por lo que, de la especial



»Cuadro 4. Infografía-cronología de formatos con información básica para la adecuada conservación. Elaborado por Diana Murcia.

**CINE**

Finales del
Siglo XIX a
Comienzos
del siglo
XXI

**VIDEO
ANÁLOGO**

1971 a finales
del siglo XXI

**VIDEO
DIGITAL**

1993 a la
actualidad

atención que prestemos a la conservación del video análogo y al almacenamiento del video digital, dependerá la preservación de nuestra memoria reciente para las generaciones futuras. No olvidemos que el video casero y los formatos de videocasete y los reproductores vcr cambiaron la idea de lo que una película o una imagen significan para nuestra vida diaria. Gracias a las formas portátiles en las que se presentó el video análogo, la exhibición de películas en teatros empezó a estar en la cuerda floja. Es desde la década de los ochenta, cuando estos formatos prevalecieron, que la materialidad de las imágenes en movimiento empezó a cambiar dramáticamente: cada quien podía grabar, copiar, reproducir y regrabar las imágenes a su antojo como nunca antes. A esos formatos les debemos que hoy existan una diversidad de dispositivos portátiles que nos permiten crear y reproducir video de un modo casi inmediato.

El video análogo, no obstante, es extremadamente frágil. Los formatos en los que fue creado no se pensaron para una preservación a largo plazo, las máquinas que los reproducen son cada vez más escasas y requieren un conocimiento cada vez más específico para mantenerse con el correr de los años. Por lo anterior, si en el archivo que vamos a intervenir existe un gran número de cintas de pulgada, U-matic, casetes de Betamax, vhs, Betacam, Video 8 o Hi 8, es importante que además de los pasos reseñados en el esquema de trabajo tengamos en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Si el material estuvo guardado en una bodega, un clóset o un espacio húmedo, muy caliente o muy frío debemos dar al material 24 horas para aclimatarse en el nuevo espacio de conservación.
- Identificar si tenemos el máster, el máster de preservación (una versión de la obra que esté en la mejor calidad y lo más descomprimida posible; la cual no estará disponible para consulta, sino solo para ser guardada), la copia de exhibición o una copia de visionado del material. Si tenemos el máster de video, esta es probablemente la pieza con mejor calidad. Ingresemos en el inventario el número y características de las copias de cada unidad de material y, si es posible, utilicemos únicamente la copia de visionado.
- Verificar si dentro del casete hay polvo, cristales o algún tipo de residuo sólido. Si es así, la mejor recomendación es no intentar reproducirlo en ninguna máquina hasta que un técnico especializado pueda emitir un diagnóstico del estado del material, de lo contrario podemos dañar la máquina de reproducción.
- Si tenemos un equipo vcr reproductor de vhs o Beta, es importante cerciorarnos de que esté en buenas condiciones para reproducir el material con el que contamos. De lo contrario, es mejor abstenerse de utilizar máquinas que puedan dañar el material. Si al reproducir el video escuchamos ruidos extraños, vemos que la cinta se enreda en la máquina o la imagen se queda quieta sin que la hayamos pausado, debemos detener inmediatamente la reproducción.
- Los casetes deben estar almacenados de manera vertical, como un libro en una biblioteca. Si los ubicamos horizontalmente corremos el riesgo de que se pierda la información consignada en la cinta.
- ¡Atención! Debemos intentar proteger los casetes de campos magnéticos, no los pongamos sobre computadores, bafles o cualquier dispositivo que pueda alterar la información consignada en la cinta.
- Si decidimos digitalizar, contratemos a un profesional que tenga conocimiento de los métodos de preservación de material audiovisual. Al sacar el material fuera del archivo y llevarlo a otro lugar, es primordial que los casetes vengan en sus respectivas cajas y no vengan almacenados unos encima de otros.

- Anotar en el inventario y, si aplica, en el catálogo: A) La información que aparece en las etiquetas de la caja que contiene la cinta (título, duración, autor, fecha, descripción de contenido), y en las etiquetas del video casete. En el caso de que no tengamos un equipo para reproducir estos soportes, las etiquetas nos darán una referencia inicial para conocer el contenido de los mismos. B) Formato del video: SP, HB, LB; y si fue grabado en los estándares PAL, NTSC o SECAM. C) Si es a color o en blanco y negro. D) Si el casete es máster, submáster, copia, copia de exhibición o parte de los *rushes*. E) En el caso de que podamos reproducir la imagen, es clave que realicemos una copia digital para la catalogación, pues, dada la fragilidad de la cinta, no es conveniente que la estemos retrocediendo, adelantando o pausando. Para hacer una referencia de contenido concisa, es importante tener el archivo digital tomado del original análogo. F) Si podemos reproducir la imagen, hay una serie de errores que pueden aparecer debido al deterioro de la cinta. Es importante que los registremos en el campo indicado dentro de la ficha de catalogación.

Además del cambio de la preservación de lo material a la preservación de lo inmaterial, con el video digital nos enfrentamos a un desgaste tecnológico que nos demanda tomar decisiones rápidamente. Lo importante aquí es tener en cuenta que no siempre el formato más nuevo es el mejor, y que la compresión puede generar pérdida de información valiosa registrada en la imagen. El video digital es quizás igual o más frágil que el video análogo. En este sentido es importante que:

- Preservemos los videos en un formato mpeg4, pues, además de ser el más eficiente dentro de la familia de formatos mpeg, es el que guarda mayor cantidad de información.
- Seamos extremadamente precavidos nombrando los archivos adecuadamente. Por ejemplo, si copiamos un archivo de la tarjeta de la cámara en el disco duro y

su nombre por defecto es MOV-001.mpeg, tratemos de nombrarlo de tal forma que se pueda encontrar en el motor de búsqueda del computador: Mi_película_Día_1_de_rodaje.mpeg.

- Es importante ubicar los archivos en carpetas con nombres que den cuenta de lo que contienen. Un consejo es nombrar las carpetas de acuerdo a los criterios con los que definimos las colecciones del archivo.

Es importante que preservemos el todo y las partes de una producción. El proceso de creación tiene una genealogía y muchas veces esta no se encuentra en la pieza final del audiovisual, sino en los *documentos conexos*, como las fotos fijas, los guiones, los comunicados de prensa del material. Estos documentos son fundamentales para que quien esté interesado en dicho trabajo conozca la genealogía del proceso de creación.

En el caso del material en papel, como los guiones, *storyboards* y notas de prensa:

- Si tienen ganchos o clips de metal, debemos removerlos pues estos deterioran el papel.
- El papel debe conservarse en carpetas y cajas de cartón desacidificado, preferiblemente ordenados de acuerdo a los criterios de selección y clasificación que definimos previamente.

En el caso del material asociado con *producción fotográfica*:

- Los negativos deben conservarse en un lugar fresco, seco y con un nivel de humedad moderado (30%-40%). Debemos utilizar guantes de nitrilo o de franela para manipularlos y, en lo posible, evitar que nuestros dedos entren en contacto con la emulsión.
- Si los negativos están fragmentados es ideal colocarlos en fundas de papel vegetal.

- Manipular los negativos la menor cantidad de veces que sea posible. Digitalizarlos en un escáner adecuado facilita su consulta y catalogación.
- No utilizar clips o cinta pegante para almacenar los negativos o las fotografías impresas.
- Las fotografías impresas deben estar separadas de los negativos, almacenadas en carpetas de papel desacidificado hechas a la medida del tamaño del material.
- Para generar una etiqueta sobre las fotografías impresas lo ideal es anotar su referencia de contenido en el respaldo únicamente con un lápiz y sin repujar. No es recomendable utilizar bolígrafo o marcador.

EL ARCHIVO AUDIOVISUAL COMO ESPACIO DE DISPUTA PARA LA ESCRITURA DE LA HISTORIA

Aunque, en apariencia, toda la información que he descrito en los apartados anteriores denota una serie de instrucciones y pasos a seguir, hay una discusión de fondo que no está de sobra incluir en esta pequeña guía de preservación y es la que hoy, más que nunca, está en boca de investigadores, académicos y realizadores audiovisuales: el tema de los archivos.

¿Qué nos mueve actualmente a preguntarnos por los archivos?, ¿por qué nos causa tanta inquietud y, sobre todo, por qué parece convertirse a veces en un tema tan seductor del que todos hablan pero sobre el que nadie profundiza? Hoy más que nunca presenciamos una estrecha conexión entre las imágenes en movimiento y la escritura de la historia. Lo que solemos nombrar como "imágenes

de archivo" nos seduce y nos brinda una experiencia directa con el pasado, remueve nuestros recuerdos, afectos y apegos. Pero ¿qué son esas imágenes y cómo nos estamos relacionando con ellas?

Desde mi experiencia particular, quisiera llamar la atención sobre la cuestión crucial del vínculo estrecho que existe entre la escritura de la historia y el archivo. Además, quisiera desplazar esta idea del archivo como una entidad estática y proponerlo como una entidad dinámica, mutante y en constante movimiento (incluso, algunos casos es infinita, con un crecimiento exponencial). De hecho, la referencia directa a la definición de qué es el archivo nos remite a múltiples lecturas, entre las que podemos nombrar las siguientes:

LA DEL ARCHIVO COMO INSTITUCIÓN. A menudo se ha entendido al archivo como una fortaleza cuyo acceso está condicionado o es impenetrable. Esta perspectiva ha cambiado en los últimos años. La institucionalidad del archivo está en juego en la medida en que la producción audiovisual y de información, en general, está cada vez más en manos de la sociedad civil. En este sentido, la idea del archivo como una estructura localizada en un lugar, que acopia y recibe información está cambiando. El archivo se instituye ahora en la medida en que sus límites se amplían y sus contenidos se hacen accesibles.

LA DEL ARCHIVO COMO CONCEPTO. Recientemente, en las ciencias sociales y humanas, y en los estudios culturales ha habido un furor por el lugar del archivo en la escritura de la historia y las reflexiones sobre la memoria colectiva. Desde el clásico texto *Mal de archivo*, publicado por Jacques Derrida en 1997, han sido múltiples las lecturas sobre este como un problema epistemológico. De allí se ha desprendido un corpus teórico bastante profuso en donde, además de verse al archivo como una unidad de documentos que sirven como insumo para la investigación y para la creación, se le ha visto como herramienta para confrontar las narrativas oficiales a partir de las cuales se

construye y se escribe la historia. “[...] Archivar no es meramente una tarea que colabora en lo que luego será la escritura de la historia, no es solo un terreno sobre el cual otra actividad —la historiografía— actuaría. El arte del archivo es escritura historiográfica”². Gracias a sus modos de organizarse y hacerse visible es que nosotros podemos comprender más claramente nuestro pasado y, en este sentido, hay una relación intrínseca e inevitable entre la formulación de las políticas del archivo y las políticas de la memoria, ambos temas muy en boga en nuestro contexto contemporáneo.

Particularmente, en la cuestión del archivo audiovisual son escasas las reflexiones que en nuestro contexto llaman la atención sobre este como un problema epistemológico en sí mismo. La categoría de archivo audiovisual es una categoría problemática porque no solo debemos remitirnos al espacio físico en donde se guardan los documentos, sino a los criterios con los que estos han sido preservados y a las estrategias —si las hay— con las que ellos se divulgan. Es igualmente difícil asumir que la noción de “archivo audiovisual”, tanto como concepto como corpus documental, esté completamente establecida dentro y fuera de los marcos institucionales en los que se discute.

Es importante anotar, entonces, que “la noción de un archivo como un lugar particular, y de los documentos de archivo como objetos materiales resguardados en un lugar particular se está haciendo a un lado para reflexionar en el complejo aparato que constituye nuestra relación con el pasado a través de sus huellas fotográficas, filmicas, sonoras, videográficas y digitales”³.

En este sentido, quisiera proponer al archivo audiovisual como una entidad dinámica con múltiples posibilidades de lectura, que puede presentarse como un territorio de disputa para la escritura de la historia, cuando actúa haciendo las veces de concepto transversal, institución fundamental o masa orgánica de documentos para el ejercicio de la investigación. Los registros documentales allí resguardados, en particular las imágenes —fijas y en movimiento—, demandan constantemente ejercicios de reactivación de la memoria que les subyace.

Pensar el archivo como institución implica “incluir una teoría de su institucionalización”.⁴ Pero cuando los límites del archivo sobrepasan los de las instituciones, el centro del problema es la autoridad que los registros audiovisuales tienen dentro de narrativas históricas determinadas; y esto solo puede medirse mediante las rutas de acceso a los mismos, por un lado, y los usos de terceros sobre este material (como el caso de directores de cine y artistas visuales), por el otro.

«La categoría de archivo audiovisual es una categoría problemática porque no solo debemos remitirnos al espacio físico en donde se guardan los documentos, sino a los criterios con los que estos han sido preservados y a las estrategias —si las hay— con las que ellos se divulgan».

2 Roberto Pittaluga. “Democratización del archivo y escritura de la historia”. Buenos Aires: Memoria Abierta, 2011, p. 5.

3 Baron, Jaimie. *The archive effect. Found Footage and the Audiovisual Experience of History*. Nueva York: Routledge, 2013, p. 30.

4 Jacques Derrida. *Mal de archivo. Una impresión freudiana*. Madrid: Editorial Trotta, 1997, p. 10.

«Frente a la hegemonía del documento escrito, la imagen está en una lucha constante por controvertir la apariencia de lo mismo o de lo que ya está dicho al ser un vestigio de lo que ya fue».

Hay otra cara de la moneda que debe quedar abierta para el debate en torno a las posibilidades discursivas del archivo y es que "ninguna época ha sido tan voluntariamente productora de archivos como la nuestra. [...] A medida que desaparece la memoria tradicional, nos sentimos obligados a acumular religiosamente vestigios, testimonios, documentos, imágenes, discursos, signos visibles de aquello que ya fue, como si ese *dossier* cada vez más prolífico debiera convertirse en no se sabe bien qué prueba ante qué tribunal de la historia"⁵. Estamos en un momento de furor de archivo, como lo dijera Suely Rolnik⁶, lo que acarrea un cuestionamiento acerca del valor de su reactivación para que pueda canalizarse en la producción de nuevas experiencias sensibles y relaciones inéditas con la historia.

Es en este sentido que el archivo es un espacio de disputa; y no, simplemente, una ilustración de las experiencias que documenta. En los registros que componen un archivo audiovisual subyace una pregunta ontológica que va mucho más lejos que el archivo de la palabra escrita. La imagen entra en tensión con la pregunta por "lo verdadero" o "lo que ocurrió", pues a partir de ella entramos en contacto con lo que se nos antoja como una prueba irrefutable del pasado. Frente a la hegemonía del documento escrito, la imagen está en una lucha constante por controvertir la apariencia de *lo mismo* o de *lo que ya está dicho* al ser un vestigio de lo que ya fue; por el contrario, contiene una naturaleza provocativa que no tiene cota, porque muta y su descontextualización/recontextualización como documento es una incitación abierta al diálogo con la historia en tiempo presente. ●

⁵ Pierre Nora. *Les lieux de mémoire*. París: Gallimard. 1984, p. 26.

⁶ Suely Rolnik. "Furor de archivo". *Revista de Estudios Visuales*, No. 07, p 116-129. 2008. En línea: http://estudiosvisuales.net/revista/pdf/num7/08_rolnik.pdf.

REFERENCIAS

Archivo General de la Nación Colombia. *Guía de metadatos. Guía para la formulación de un esquema de metadatos para la gestión de documentos.* En línea: <http://www.archivogeneral.gov.co/sites/all/themes/nevia/PDF/SINAE/Productos%20SINAE%202013/Guia%20de%20metadatos.pdf>, consultado el 30 de junio del 2015.

Baron, Jaimie. *The archive effect. Found Footage and the Audiovisual Experience of History.* Nueva York: Routledge, 2013.

Becker, Snowden. "See and Save: Balancing Access and Preservation for Ephemeral Moving Images". En Hildebrand, Lucas (ed.), *Spectator. The University of Southern California Journal of Film and Television* 27, (2007), pp. 21-28. Los Angeles. En línea: <https://cinema.usc.edu/assets/054/10942.pdf>, consultado el 10 de diciembre del 2015.

Besser, Howard. "Digital Preservation of Moving Image Material?". En *The Moving Image.* Minneapolis: Universidad de Minnesota, 2001, pp. 39-55. En línea: <http://besser.tsoa.nyu.edu/howard/Papers/amia-longevity.html>, consultado el 10 de diciembre del 2015.

British Library. *Preservation of Photographic Material.* Londres: British Library, 2009.

Del Amo, Alfonso. *Clasificar para preservar.* México: Conaculta, 2010.

Derrida, Jacques. *Mal de archivo. Una impresión freudiana.* Madrid: Editorial Trotta 1997.

Gfeller, Johannes; Agathe Jarczyk y Joanna Phillips. *Compendium of Image Errors in Analogue Video.* Zurich: Scheidegger & Spiess, 2012.

Nora, Pierre. *Les lieux de mémoire.* París: Gallimard. 1984.

Rolnik, Suely. "Furor de archivo". *Revista de Estudios Visuales*, No. 07, p 116-129. 2008. En línea: http://estudiosvisuales.net/revista/pdf/num7/08_rolnik.pdf.

Pittaluga, Roberto. "Democratización del archivo y escritura de la historia". Buenos Aires: Memoria Abierta. 2011. En línea: http://www.memoriaabierta.org.ar/materiales/pdf/roberto_pittaluga.pdf, consultado el 10 de diciembre del 2015.

Torres, Rito. *Principios y técnicas en un archivo audiovisual.* Bogotá: Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano, 2010.

Unesco. "7.5 Preservation of audio and video materials in tropical countries". En: *Audiovisual Archives: A Practical Reader.* En línea: <http://www.unesco.org/webworld/ramp/html/r9704e/r9704e13.htm>, consultado el 10 de diciembre del 2015.

FILMOGRAFÍA

Botero, Camilo. **16 memorias**. 53 min, Colombia, 2008.

Calvo, Máximo y Alfredo del Diestro. **María**. 180 min, Colombia, 1921.

Campo, Óscar. **Valeria**. 24 min, Colombia, 1986.

Ospina, Luis. **Pura sangre**. 99 min, Colombia, 1982.

Restrepo, Ricardo. **Cesó la horrible noche**. 25 min, Colombia, 2013.



»Foto 5. Cubierta de los *Cuadernos de Cine Colombiano* n.º 24 *Patrimonio audiovisual*, editados por la Cinemateca Distrital y el Ministerio de Cultura. En línea.



► PATRIMONIO AUDIOVISUAL



PERFILES DE LOS AUTORES



Luisa Fernanda
Ordóñez

Historiadora y profesional en Gobierno y Relaciones Internacionales con máster en Preservación y Presentación de la Imagen en Movimiento de la Universidad de Ámsterdam. Ha participado en proyectos sobre los vínculos entre la política, las artes y la imagen en movimiento, como la exposición *Perder la forma humana: una imagen sísmica de los años 80* (Red de Conceptualismos del Sur y el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2012) y el Encuentro de Investigadores de Cine en Colombia (2010 a 2012). Coordina

el proyecto de intervención, clasificación, catalogación y acceso del archivo del cineasta Luis Ospina (Beca de Archivos y Centros de Documentación Audiovisual del Ministerio de Cultura) y del fotógrafo Eduardo Carvajal. Hizo parte del comité organizador del Festival Internacional de Documental de Derechos Humanos, *Verzio*, en The Open Society Archives con sede en Budapest, Hungría (2014). Actualmente es la coordinadora de catalogación y gestión de colecciones audiovisuales de Señal Memoria.



Lissteh
Ángel

Comunicadora social y periodista, especializada en Pedagogía de la Comunicación y Medios Interactivos. Acompañó y asesoró un cineclub comunitario durante cinco años ininterrumpidos, a partir de los cuales conoció de cerca las necesidades de comunicación de cineclubes con poco presupuesto para la comunicación y de ahí en adelante, quedó ligada de una manera muy especial con los colectivos audiovisuales comunitarios. Ha contado con la posibilidad de explorar y aprender de diferentes campos de su carrera, pasando por la jefatura de prensa, el diseño e implementación de estrategias de comunicación, la coordinación editorial, la planeación de campañas de comunicación de bien público, la televisión educativa y cultural, y la radio de opinión juvenil y comunitaria. Escribe diarios de viajes, es bloguera y cronista aficionada.



Frank
Patiño

Escritor y periodista. Estudios de lingüística y literatura en la Universidad de Cartagena. Fundó y dirigió la Revista *Noventaynueve*. Sus poemas han sido incluidos en antologías como: *Oscuro es el canto de la lluvia*, *Los bordes de Babel* e *Inventario a contraluz*, y sus cuentos en la antología *De acá para allá*, del Ministerio de Cultura. Ganador del Premio Departamental de Cuento del Ministerio de Cultura (1999) y del Concurso de Poesía Jorge Artel de la Secretaría de Educación de Cartagena (1998). Fue coordinador del magazín radial

cultural *Días de radio*. Ha publicado los poemarios *Historias de ruidos y piedras* y *Papeles secundarios*, y la novela *Los días del naufragio*. Tiene inédito el poemario *Historias de la avenida Heredia*. Ha sido docente en las universidades Jorge Tadeo Lozano y Santo Tomás, coordinador de formación de públicos de la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura, editor del *Boletín Claqueta* y coordinador del Taller de Crítica y Periodismo Cinematográfico del Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias.

GLOSARIO

Antivientos. Son fundas con las que se recubren los micrófonos para protegerlos del viento. Los hay de muchos tipos: de funda, de pelo (popularmente llamados perritos), rígidos o zeppelines... Depende del tipo de micrófono y de la cantidad de viento se utilizan unos u otros, o se combinan varios.

Backdrops (fondos). Se utilizan en la dirección de arte para ambientar, contextualizar o contribuir a la composición de la escena y la imagen cinematográfica

Backings (bastidores). Según en DRAE, armazón que sirve para fijar, encajar o soportar algo como un lienzo, una tela o el cristal de una ventana. En teatro, cada una de las armazones que, dando frente al público, se coloca a los lados del escenario y forma parte del decorado.

Brillo. Cantidad de luz que incide sobre un objeto concreto. Según en DRAE, luz que refleja o emite un cuerpo.

Campo. Es el espacio o lugar en el que están los personajes y objetos en la pantalla. Es todo aquello que se ve.

Caña. Es un tubo telescópico formado por varios tramos, en el que en uno de sus extremos se coloca el micrófono. Suelen ser de fibra de carbono (las más ligeras) o de plástico y aluminio. Su longitud varía desde uno hasta seis metros. Las cañas de carbono, las más caras, son las que menos transmiten el sonido de manipulación.

Casting. Es el proceso de selección de los actores. Según el DRAE, es la selección de actores o de modelos publicitarios para una determinada actuación.

Condensación. Es cuando se suprime una parte del relato que el espectador debe suplir con su imaginación.

Contraste. Se entiende como la diferencia de intensidad entre un segmento de imagen y su contorno.

Cuadro. Llamaremos cuadro a la porción del rollo de la película fotosensible (para el caso del cine) que ha sido expuesta mediante una cámara. Debido a la ventanilla de la cámara que deja pasar la luz, tiene forma cuadrada.

Derechos conexos. Son los derechos que protegen a aquellas

personas o entidades que se engranan a la producción de la obra de manera auxiliar.

Derechos morales. Son los derechos que tiene un autor sobre su obra o su creación los cuales son perpetuos, irrenunciables, inalienables e inembargables.

Derechos patrimoniales. Son los derechos sobre la obra para obtener beneficios económicos. No son perpetuos y se pueden transferir.

Desarrollo. Es el momento de formulación, escritura del guión y planeación del proyecto audiovisual que dará curso a la consecución de los recursos económicos para la producción del proyecto audiovisual.

Desglose. Se entiende como el proceso de lectura, revisión, identificación de cada uno de los elementos que necesita el proyecto audiovisual a partir del guión. Puede hacerse desde todos los departamentos, principalmente desde producción, fotografía, sonido y arte, entre otras.

Diégesis. Es ese universo imaginario en donde se desarrollan los hechos y conviven los personajes propios de una narración. La leyes y las acciones de la diégesis las establece y construye el narrador, mientras que el auditorio, las acepta y entiende para seguir el relato.

Diegético. Universo de representación y narración de la obra audiovisual. Según el DRAE, en una obra literaria o cinematográfica, desarrollo narrativo de los hechos.

Distancia focal. Es la distancia que existe entre la lente y el sensor, donde se proyecta finalmente la imagen.

Distensión. Es cuando el director alarga la escena más de lo que dura en tiempo real. Así le da un tono más metafórico o intenta que el espectador se fije más en los detalle y sensaciones.

Dolly. Es una herramienta especializada del equipo de rodaje cinematográfico y de producción televisiva, diseñada para realizar movimientos fluidos (técnicas cinemáticas). La cámara está montada sobre el *dolly* y el operador de cámara y el primer ayudante (foquista) normalmente también están subidos en este para manejar la cámara. El maquinista es el técnico experto encargado del manejo del *dolly* (Fuente: Wikipedia).

Dominio público. Es el momento en que las obras pueden ser utilizadas sin contar con el permiso del autor.

Fade. Fundido de audio o imagen.

Foley (efectos sala). Son los sonidos que se graban en un estudio,

sincrónicos a la imagen, que por algún motivo no se grabaron en directo o los del directo no son suficientes.

Guion técnico. Es un documento que contiene toda la información necesaria para poder grabar cada uno de los planos de la película.

Home movie. Películas caseras o familiares usualmente grabadas como dispositivos de captura de bajo presupuesto.

Iluminación. Puede definirse como una serie de operaciones con las que se da luz o se incrementa el nivel de brillo, sea de un sujeto o un espacio, respectivamente.

Kinésico. Hace referencia al significado expresivo de los movimientos de los cuerpos.

Lipsync. Sincronía entre el movimiento de los labios y sonido del texto.

Locaciones. Espacio seleccionado para rodar en él, sean planos o secuencias. Ya sea como set natural o como ubicación para la construcción de un set. El departamento de arte se encarga de hacer los cambios precisos para la adaptación de la locación a las necesidades del rodaje. Pueden ser escenarios naturales, espacios públicos o edificaciones, entre otras.

Longitud de onda. Es lo que se percibe como su color. Según el DRAE, distancia entre dos puntos correspondientes a una misma fase en dos ondas consecutivas.

Mood board. Es un tipo de collage compuesto por imágenes, texto, colores, texturas y materiales que ayudan a comunicar un concepto o emoción determinada.

Pistola. Pieza de plástico sobre la que se coloca el suspensor. Se adapta a rosca en el extremo de la pértiga.

Pixel. Es el resultado de la lectura combinada de luz y color que genera cada celda fotosensible del sensor, proceso con el que se formará cada punto del tramado de la imagen.

Plan de rodaje. Es el desglose del guión, paso por paso, día a día de grabación y departamento por departamento. En el se indica el orden de grabación de las secuencias, la duración aproximada de las mismas y las necesidades técnicas de cada departamento.

Planimetría. Consiste en la elaboración de un desglose a partir del guión técnico que permite conocer los valores de cada plano de la obra audiovisual, sus ángulos y movimientos. Es una herramienta importante también para el director de fotografía.

Plano. El plano es la unidad básica del lenguaje del cine. Es la unidad lingüística que muestra una porción del universo durante un lapso de tiempo que ha decidido arbitrariamente un realizador. El plano se crea en el momento en el que la cámara rueda hasta que se da el pare. Se trata de la unidad narrativa más pequeña pero significativa del relato audiovisual.

Preproducción. Usualmente comienza con la idea y la concepción del guión. Es la fase del desarrollo de un proyecto audiovisual cuando conseguidos los recursos económicos, finalizado la investigación, escrito el guión se comienza a preparar todo lo concerniente al rodaje.

Producción. Es el momento de grabación o rodaje del proyecto audiovisual.

Profundidad de campo. Grado de nitidez de la imagen de acuerdo a la abertura del diafragma. Se utiliza en cine para resaltar significativamente una parte del cuadro cinematográfico.

Proxémico. Hace referencia al significado de la ubicación de los cuerpos en el espacio y las relaciones que ello genera.

Rango dinámico. Este concepto alude a la relación que existe entre el nivel de luminosidad que el sensor

puede medir antes de sobreexponerse, donde el blanco es más puro y no hay información cromática, y el mínimo nivel de captura antes de subexponerse, donde el negro se hace más profundo y no hay registro de color o saturación alguna.

Ratio. Es la relación de intensidad entre la luz principal y la de relleno.

Rushes. Cortes o fragmentos del material grabado durante el rodaje sin editar. Se usan en la visualización como una primera etapa del montaje.

Scouting. Es la búsqueda de las locaciones para la filmación del proyecto audiovisual. Se buscan las locaciones más versátiles, económicas y silenciosas. Para la selección es fundamental tener en cuenta las necesidades de todos los departamentos, como las buenas condiciones para la grabación del sonido y el contemplar la altura de los techos y el espacio para poner las luces y la cámara. Las locaciones deben pre-negociarse antes de que sean visitadas por los jefes de departamento (director de fotografía, sonidista, diseñador de producción, etc.).

Script. Es el encargado de la continuidad desde el punto de vista de la gramática audiovisual y la concatenación de imágenes independientes. Se trata además de un secretario(a) que consignará en planillas todo lo

ocurrido en el rodaje, las tomas que desde el set selecciona el director, anotaciones de cámara y de sonido. En general, provee al montajista de información valiosa que permite hacer de forma mucho más correcta su trabajo.

SIREC. Son las siglas que corresponden al Sistema de Información y Registro Cinematográfico. Este instrumento, creado por la Ley 814 de 2003, tiene como propósito apoyar los procesos de seguimiento de políticas y toma de decisiones para la cinematografía nacional. Más información: <http://www.mincultura.gov.co/>.

Split screen. También llamado "pantalla dividida". Corresponde a la división de la pantalla, tradicionalmente en dos mitades, que para el espectador es una parcelación del relato y la multiplicación de la voz del realizador.

Standings. Para los ensayos de la grabación se utilizan personas que no son los actores pero que ejecutan las acciones de los actores de la película.

Story board. Guión gráfico que sirve de guía para la ejecución de los planos en una película.

Story line. Es una síntesis de la historia redactada en un párrafo de cinco a ocho líneas.

Surround. El sonido envolvente es una técnica cuyo objetivo consiste en enriquecer la calidad de la reproducción sonora de una fuente de audio con canales adicionales provenientes de altavoces que envuelven al oyente (canales envolventes), proveyendo sonido en un radio de 360° en el plano horizontal (2D), a diferencia del que se obtiene por medio de "canales en pantalla" (canal central, canal izquierdo y canal derecho), los cuales se encuentran solo al frente del oyente (Fuente: Wikipedia).

Suspensor. Es una pieza de plástico y gomas elásticas sobre la que se coloca el micrófono suspendido, evitando así las posibles vibraciones.

Temperatura de color. La temperatura de color de una fuente de luz se define comparando su color dentro del espectro luminoso con el de la luz que emitiría un cuerpo negro calentado a una temperatura determinada. Por este motivo esta temperatura de color se expresa en kelvin, a pesar de no reflejar una

medida de temperatura, por ser la misma solo una medida relativa (Fuente: Wikipedia).

Timing (tiempo). Es el uso del ritmo, velocidad y pausas de la escena que definirá el ritmo de la escena durante el rodaje.

Travelling. Movimiento de la cámara en la cual esta se desplaza completamente con su eje acompañando el personaje o la acción.

GLOSARIO DE DIRECCIÓN DE ARTE

Sara Millán

Croma. Pantalla de color azul o verde utilizada como fondo del set de filmación, que será reemplazada en posproducción por imágenes rodadas independientemente o generadas en computador. Con esta técnica pueden crearse, por ejemplo, fondos de exteriores en movimiento dentro de un plató. Algunos cromas son utilizados en el vestuario de los actores para captar el movimiento y luego darles vida a personajes animados. Dichos vestuarios pueden tener unos

puntos de referencia o de *tracking* para la captura de movimiento.

Decorado o set. Es un espacio en el que se rueda una secuencia de una película, tanto si se trata de un espacio que ya existía (decorado natural) como si ha sido fabricado para la película (escenografía). Tanto unos como otros pueden ser interiores o exteriores.

Efectos visuales. Término que se utiliza para designar cualquier tipo de manipulación visual de la "realidad" filmada. Los efectos visuales pueden obtenerse con cámara manipulando la velocidad o la exposición durante rodaje, en el plató o durante el proceso de posproducción, mediante diversas técnicas de manipulación digital, física o química.

Escenografía. Elementos estructurales que componen un espacio; por ejemplo: paredes, columnas, techos, pisos. Los materiales para la construcción de la escenografía varían según el proyecto.

Locación o localización. Espacio seleccionado para rodar en él planos o secuencias. Ya sea como set natural o como ubicación para la construcción de un set, el departamento de arte se encarga de hacer los cambios precisos para la adaptación de la locación a las necesidades del rodaje.

Maqueta. Reproducción a escala, construida con la supervisión de un diseñador y que se utiliza para determinar el tamaño y las proporciones

de un set o bien para la realización de todo tipo de efectos visuales.

Pared o techo móvil. Unidad escenográfica que puede ser retirada para facilitar el rodaje o iluminación de una escena.

Perspectiva forzada. Técnica utilizada para crear la ilusión de profundidad; los elementos del fondo

se construyen a una escala inferior a la real, como si estuvieran muy alejados, mientras que los elementos en primer plano aparecen a escala real. La diferencia de las escalas aumenta la sensación de profundidad. Para dar mayor realismo a la falsa perspectiva, con frecuencia se coloca sobre el fondo del set a actores de pequeña estatura o niños disfrazados de adultos.

Plató. Recinto cubierto e insonorizado de un estudio en el que se construyen los sets para el rodaje de una película.

Trampantojo. Término genérico con el que se designa una variedad de efectos ópticos utilizados por primera vez por los pintores renacentistas y diseñados para crear el espectador una ilusión de profundidad.

GLOSARIO DE SONIDO

Isabel Torres

A/D, AD - Analog to Digital (analógico a digital). Relativo a la conversión de una señal analógica a digital.

ADC - Analog to digital converter. Convertidor analógico a digital.

AFL - After-Fader Listening. Escucha o monitoreo del nivel de una señal después de un control de volumen.

Agudo - High. Altas frecuencias.

Alias - aliasing. Efecto por el cual, en el proceso de conversión a formato digital de una señal analógica, las frecuencias presentes originalmente

que superaban la frecuencia de muestreo reaparecen como distorsión no harmónica en la banda reproducible.

Amplificador. Dispositivo electrónico que amplifica una señal eléctrica, con el fin de alimentar un altavoz.

Analógico - Analog. Relativo a la representación de una señal como un nivel continuamente variable.

Anti-alias. Filtro pasa bajos cuya misión es eliminar las frecuencias por encima de la mitad de la frecuencia de muestreo, en un proceso de conversión de una señal de formato analógico a digital, de forma que se eviten el efecto de alias.

Balita. Informalmente, micrófono *lavalier*.

Balanceado. Sistema de cables en el que cada señal se transmite por dos

líneas, una de ellas con signo opuesto, de forma que se atenúan los efectos de interferencia al sumarse.

Balance. Control que regula los niveles relativos entre el canal derecho y el izquierdo de una señal.

Banda sonora. Conjunto de todos los sonidos de la película.

Bajos. Bajas frecuencias.

Belio - Bel. Medida relativa, resultado de aplicarle el logaritmo decimal a la relación entre dos cantidades.

Bit - Binary digit. Dígito del sistema binario, cuyos dos únicos valores son 0 y 1.

Boom. Tubo telescópico donde se coloca el micrófono, que sirve para mover y acercar dicho micrófono hasta donde el plano lo permite.

Cadena acústica. Cadena formada por un emisor, un medio elástico y un receptor.

Cadena electroacústica. Conjunto de elementos eléctricos y electrónicos que conectados entre sí permiten la captura, registro y producción de la señal sonora.

Canal (pista o track). Vía de acceso de un sonido.

Cannon. Nombre popular del conector XLR (marca original).

Cañón - Shotgun (microphone). Micrófono muy direccional, que suele ir montado en el boom.

D/A, DA - Digital to Analog (digital a analógico). Relativo a la conversión de una señal digital a analógica.

DAC - Digital to analog converter. Convertidor digital a analógico.

dB. Decibelio.

dB SPL. Medida absoluta de presión sonora que corresponde a la relación entre el cuadrado de la presión sonora y la presión de referencia (referenciada a 20 micro pascales) expresada en decibelios. Es la medida más común de nivel de sonido.

dBu. Medida absoluta, en decibelios, de voltaje referida a 0,775 voltios.

dBV. Medida absoluta, en decibelios, de voltaje referida a 1 voltio.

Decibelio. Décima parte de un Belio.

Digital. Relativo a la representación de información mediante valores numéricos.

Direccional. Que capta o dirige más sonido en una dirección que en el resto. Sinónimo de unidireccional.

Eco. Reflexión o repetición electrónica de un sonido. Para ser clasificada como un eco, desde el punto de vista auditivo, debe llegar al oyente con un retraso lo suficientemente largo y un volumen lo suficientemente alto como para que se perciba como una repetición.

Ecualización (EQ). Aumento o disminución de la energía de frecuencias determinadas del espectro sonoro.

Ecuizador. Dispositivo que realiza ecualización.

Eje sonoro. Colocación del micrófono, apuntando a la fuente sonora.

Electret. Micrófono de condensador cuyas placas han sido cargadas permanentemente.

Estereofónico/a. Estéreo. Es la reproducción de sonido que utiliza varios canales –aunque, en la

práctica, hoy en día se utiliza para designar específicamente dos canales de sonido– y una configuración simétrica de altavoces de forma que se consigue que el sonido parezca emanar de diferentes direcciones.

Fantasma (phantom). Alimentación de corriente continua para un micrófono de condensador. Se le dice fantasma porque utiliza el mismo cable de tres conductores que transporta la señal del micrófono, neutralizada antes de llegar a la entrada del mezclador o preamplificador. Normalmente el voltaje es de 48 voltios en las aplicaciones más profesionales, aunque a veces también se usan 12 voltios.

Frecuencia de ~ (~ frequency). Frecuencia a la que se produce la digitalización, es decir, número de muestras (valores) por segundo.

FX - Effects. Efectos.

Hercio (Hertz). Unidad de frecuencia que expresa el número de ciclos que se repiten por segundo.

High-pass. Pasa altos.

Hipercardioides. Patrón de dirección en que la sensibilidad es máxima está en la parte frontal y la mínima en la posterior. Es el patrón más direccional de la familia cardioides.

Hiss. Soplido, zumbido. Ruido de funcionamiento de los elementos de la cadena electroacústica.

I/O - Input/Output. Entrada/salida.

Impedancia. Medida de oposición que presenta un circuito a una corriente cuando se aplica un voltaje.

Lavalier. Bala, balita, corbatero, solapero. Micrófono de pequeñas dimensiones diseñado para fijarse en la ropa con una pinza o escondido dentro de ella.

Limitador - Limiter. Dispositivo que limita el nivel de las señales a un nivel máximo establecido.

Low-cut. Equivalente a *high-pass* (pasa-altos).

Low-pass. Pasa-bajos.

Monofónico/a - Monoaural. Sonido que consta de un solo canal. Abreviado habitualmente como "mono".

Muestreo - Sampling. Digitalización de una señal analógica a una determinada frecuencia (en Hertzios) y con una determinada cantidad de bits.

Octava. Banda de frecuencia que se sitúa entre una primera frecuencia y otra que es el doble de esta, tal como de 707 a 1.414 Hz (que corresponde

a la banda de octava centrada en 1.000 Hz). Las frecuencias centrales de los filtros de octava están definidas en una norma ISO y su representación numérica redondeada también, siendo estas frecuencias nominales ISO las que siguen: 32, 63, 125, 250, 500, 1k, 2k, 4k, 8k y 16k Hz. Musicalmente, en la escala occidental, supone el intervalo entre una nota musical y la octava superior o inferior de la escala, abarcando 12 semitonos.

Ohmio (Ohm). Unidad de oposición a la corriente eléctrica

Omnidireccional. Tipo de patrón polar en el que la sensibilidad de captación es igual en todas las direcciones. Micrófono que posee esta característica direccional.

Pan. Abreviatura de paneo. Control del mezclador que permite controlar el nivel que se envía a los diferentes canales normalmente derecho o izquierdo, aunque pueden ser más en aplicaciones de audio multicanal con canal central y/o de contorno.

Parlante (speaker, altavoz, alto-parlante). Dispositivo que convierte una señal eléctrica en acústica.

Paso-alto - High-pass. Filtro que elimina las frecuencias por debajo de una frecuencia determinada. Se suele utilizar en los *mixers* para evitar el ruido de manejo en los micrófonos.

Paso-banda - Band-pass. Filtro que deja pasar solamente una banda de frecuencias.

Paso-bajo - Low-pass. Filtro que elimina las frecuencias por encima de una frecuencia determinada.

PFL - Pre-Fader Listening. Escucha o monitoreo del nivel de una señal antes de un control de volumen.

Plano. Dispositivo cuya respuesta en frecuencia es plana, sin picos ni valles, es decir, que no atenúa ni refuerza ninguna frecuencia.

Post-fader. Señal que se toma después del control de volumen (*fader*) a la que, por tanto, le afectan las variaciones de nivel producidas por este.

Pre-fader. Señal que se toma antes del control de volumen (*fader*) a la que, por tanto, no le afectan las variaciones de nivel producidas por este.

Pre-amplificador. Primera fase de amplificación de la cadena de audio en la que se convierten niveles bajos de señal (como la salida de un micrófono) a niveles de línea.

Retorno. En un *mixer*, entradas que recogen de vuelta una señal que antes se envió.

Rever o reverberación. Combinación de reflexiones acústicas que sufren las ondas sonoras en las paredes, el techo, el suelo, etc. Provoca la persistencia del sonido después de su emisión, producida de forma natural en un recinto o bien generada artificialmente.

SPL - Sound Pressure Level. Nivel de presión sonora.

Subwoofer. Altavoz destinado a la reproducción de las frecuencias más bajas (típicamente, por debajo de 70 a 200 Hz).

Supercardioides. Patrón polar cuya sensibilidad es mucho mayor en la parte frontal que en la posterior. Dentro de los unidireccionales, es más direccional que el cardioides, pero menos que el hipercardioides.

Supraaural. Auricular que se coloca sobre el pabellón auditivo.

Suspensión. Elementos amortiguadores que forman parte de los accesorios de un micrófono.

Transductor. Dispositivo que convierte una forma de energía en otra. En sonido, convierte la energía eléctrica en acústica o viceversa.

UHF - Ultra High Frequency (ultra alta frecuencia). Banda de frecuencia situada entre 300 y 3.000 MHz.

Unidireccional. En términos micro-fónicos, es sinónimo de direccional.

Vatio (Watt). Unidad de potencia.

VHF - Very High Frequency (muy alta frecuencia). Banda de frecuencia situada entre 30 y 300 MHz.

Voltio. Unidad de potencial eléctrico.

VÚmetro. Indicador de nivel "percibido" usado habitualmente en mezcladores y grabadores.

Wildtrack. Sonido registrado en el rodaje de forma independiente a la imagen.

XLR. Cannon. Tipo de conector de tres a siete contactos con capacidad de bloqueo. La versión de tres contactos se usa comúnmente en audio profesional, particularmente cuando se utilizan señales balanceadas. El nombre proviene del código de producto (a la serie "X" original se añadió un anclaje mecánico o "L"atch y posteriormente un anillo de goma o *Rubber*) de la marca Cannon, que comenzó su fabricación. Es habitual escribirlo también como "Canon". ●



Este libro que te dio rutas sobre cineclubes, comunicación y patrimonio
se terminó de editar en diciembre de 2016 en Bogotá D. C., Colombia

// Explora más recorridos en los otros libros de la

CARTILLA CINEMATECA RODANTE.

