

Departamento de
Artes Audiovisuales

FACULTAD
DE ARTES



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA

Trabajo de Graduación de la

**Licenciatura en Comunicación Audiovisual con orientación en Realización de
Cine, TV y Video**

Programa TAE 2021

Título: **La libertad de conocer los límites**

Tema: **Las decisiones dentro del proceso creativo de la realización audiovisual**

Sebastián Daniel Franco

DNI: 27.708.771

Legajo: 39147/2

Teléfono: 011-1521588453

E-mail: francoseba@gmail.com

Tutora: Emilia Casal

RESUMEN

Hay algo particular en el proceso productivo de los spots audiovisuales que elegí para desarrollar el presente trabajo que ha perdurado como pilar en mi carrera profesional y en cada producción en que me desempeñé como realizador. El criterio que unifica esta selección radica en ciertos factores determinantes y en las decisiones que tomé durante el proceso creativo. Entre ellos destaco tener una fecha de estreno, contar con un grupo de trabajo, elegir la herramienta adecuada al presupuesto y crear, enfocado en la solución técnica. Esto fue clave para que estos proyectos se concreten.

Palabras claves

Producción - Proceso creativo - Animación 3D - Grupo de trabajo

FUNDAMENTACIÓN - INTRODUCCIÓN

Al inicio del presente trabajo establecí una selección de cabeceras fílmicas del Festival Internacional de Cine de Mar del Plata¹. La misma respondía al interés que me generaba la técnica de animación, la iluminación y otros aspectos aplicados. Pero luego de analizarlo detenidamente, comprendí que lo que encontraba interesante de estas producciones son los factores determinantes y las decisiones tomadas durante el proceso creativo, que aportaron sustancialmente a que se concreten.

La selección de producciones se presenta como un hito en mi carrera profesional. Suelo decirme “si pudimos hacer los spots del festival con los recursos con que contábamos, podemos hacer esto”, animándome así a encarar producciones más intrépidas.

Al igual que Field(1995) hace en “El manual del guionista” al preguntarse qué hacía que una serie de cuarenta guiones fueran mejores que los otros 1.960 que había leído, yo me preguntaré sobre la singularidad de esta selección de trabajos de producción propia. ¿En qué medida influyeron las decisiones tomadas dentro del proceso creativo en la finalización de la realización audiovisual? ¿Por qué otros

¹ El Festival Internacional de Cine de Mar del Plata es organizado por el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA). El mismo busca promover la actividad cinematográfica en todas sus formas, exhibiendo películas de diversos orígenes, temática y estilos.

proyectos audiovisuales comenzados en la misma época no lograron ser finalizados?

Como expresa Nicolas Batlle (2014) “Por definición producir es crear, hacer que algo exista, que sea posible.”(2014:17) En este caso, abordar aquello que logró producir y hacer posible la existencia de estos spots.

En el presente trabajo reflexionaré sobre la base de 5 cabeceras filmicas correspondientes a las ediciones número 21, 22 y 24 del Festival Internacional de Cine de Mar del Plata.

FUNDAMENTACIÓN - DESARROLLO

Las cabeceras filmicas son cortometrajes promocionales que le dan un marco institucional a las películas proyectadas dentro de un festival de cine. Son ante todo un producto audiovisual y comparten como tal las características clásicas de una producción audiovisual. En palabras de Pardo (2014)

“La producción audiovisual puede definirse como el proceso de búsqueda, selección y gestión de aquellos recursos financieros, humanos y materiales necesarios para transformar una idea -concebida o adquirida- en un producto audiovisual, sea un largometraje, una serie de televisión, un programa de entretenimiento o un videojuego. En otras palabras, consiste en la planificación, organización y control de un proyecto audiovisual.”(2014:37)

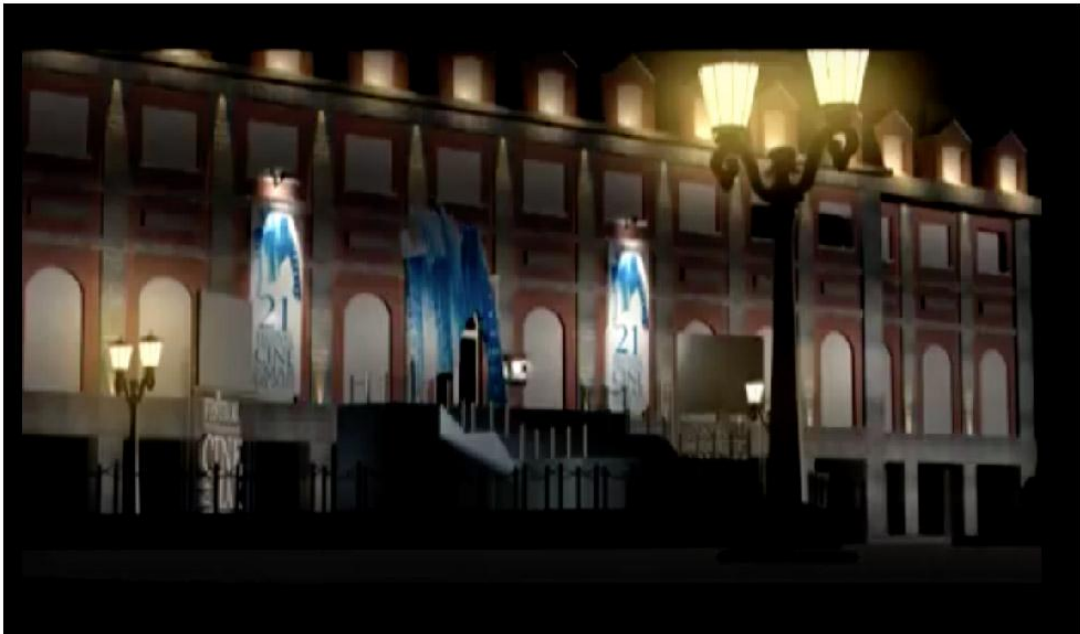
Por su parte, Orozco y Taibo (2014) entienden que la producción “[e]s el desarrollo, la formulación y la concreción de ideas para generar una obra cinematográfica, facilitando los recursos económicos, coordinando al personal (artístico y técnico), equipo e instalaciones, herramientas y materiales necesarios para su realización.” (2014:19)

A continuación se verán los posters o gráficas originales de cada edición del Festival seguido de un frame correspondiente a cada una de las 5 cabeceras filmicas correspondientes a las ediciones número 21, 22 y 24 del Festival Internacional de Cine de Mar del Plata.

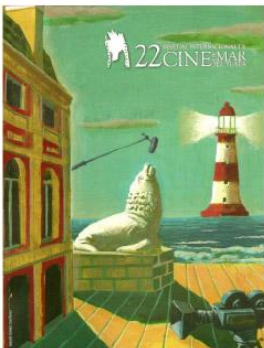


Gráfica original Edición 21 del festival.

Spot "El ojo Cinematográfico" Inspirado en la Gráfica oficial de la edición 21 del festival

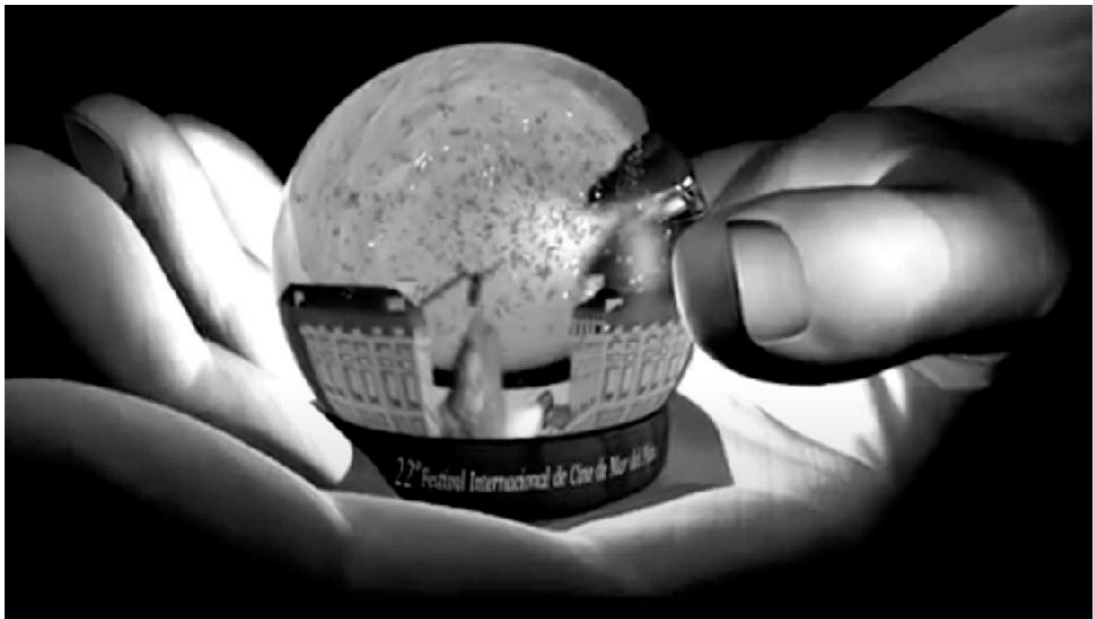


Spot "Afiche hacia el faro" Inspirado en la Gráfica oficial de la edición 21 del festival



Gráfica original Edición 22 del festival. Realizador: Daniel Santoro

Spot "Aviones de película" Inspirado en la Gráfica oficial de la edición 22 del festival



Spot "Rosebud" Inspirado en la Gráfica oficial de la edición 22 del festival



Gráfica original Edición 22 del festival. Realizador: Mano Leyrado.
Spot "Zootropo" Inspirado en la Gráfica oficial de la edición 24 del festival

Es necesario entonces una breve descripción de algunos de los puntos que considero relevantes a los fines de este trabajo, sobre las condiciones en las que se desarrollaron estos spots:

- Todos ellos fueron realizados y se exhibieron como cabecera cinematográfica institucional, previo a cada proyección de cada película exhibida en el marco del Festival Internacional de Cine de Mar Del Plata.
- El proceso creativo-productivo fue llevado adelante por un equipo de dos personas, sumando un tercero para el diseño de banda sonora y la composición de música original.
- Todos ellos parten de una pieza gráfica, desarrollada previamente por un diseñador gráfico o por un artista plástico. Y, a partir de esa gráfica original, debíamos desarrollar un spot.
- No se contó con presupuesto asignado, solo se utilizaron los recursos existentes, y apenas los montos necesarios para su ampliación a 35mm.
- Fueron realizados en animación 3D.
- En todos contamos con completa libertad creativa, más allá de las limitaciones eventuales de estar representando a una institución como el Festival Internacional de Cine de Mar Del Plata.
- Se finalizaron y estrenaron cumpliendo con el cometido para el cual fueron pensados.

En cuanto a los aspectos técnicos, la animación fue realizada en 3D Studio Max, el tipo de render fue Scanline y para la composición de imagen y corrección de color se utilizó Adobe After Effect. Por su parte, el diseño de banda sonora se realizó en ProTools. La imagen computarizada final fue renderizada en una secuencia de cuadros TIFF sin compresión y ampliada a formato filmico 35mm.

A continuación desarrollaré los siguientes factores y decisiones que considero relevantes a los fines de este trabajo: i) Tener una fecha de estreno, ii) Contar con un grupo de trabajo, iii) Elegir la herramienta adecuada de acuerdo al presupuesto iv) Crear enfocado en la solución técnica.

i) Tener una fecha de estreno

Uno de los puntos fundamentales de este conjunto de realizaciones fue que todos tenían una fecha de estreno definida e inamovible. “No importa que pase en el medio, el 10 de marzo de 2006 se estrena.”

Eso fue el primer límite que organizó el calendario. Ahí, dentro de ese tiempo finito se pudo, por ejemplo, implementar las herramientas necesarias para abordar la escritura del guión (Teichman, 2018), desde la idea hasta el guión literario.

A veces he creído que lo determinante era que el trabajo fuera solicitado por un tercero. Pero lo que me enseñaron estas experiencias es que influye de gran manera el contar con una fecha de estreno o de entrega.

Si hoy tuviera que escribir un guión cinematográfico buscaría un concurso o Festival de Cine con fecha de entrega inamovible para presentarlo. Y estoy seguro que ese punto va a ser fundamental para conseguir el objetivo de las 120 páginas escritas (Field, 1995).

ii) Contar con un grupo de trabajo

En estas producciones, y las que sucedieron, fue imprescindible contar con un contrapunto para validar ideas. No importa si son 2 o 100 personas. En este caso siempre fuimos dos responsables de la realización integral y un Licenciado en composición musical, encargado de componer la música y realizar la banda sonora. El trabajo en equipo fue esencial en el proceso creativo. De este modo, el intercambio de ideas y los procesos de validación en un contrapunto aportaron al flujo productivo. Si bien comparto lo afirmado por Field (1995) “Escribir es una experiencia propia y personal. De nadie más.” (1995:216) En lo personal, lo que me ha dado mayores resultados es validar con una o más personas de confianza ese escrito realizado.

iii) Elegir la herramienta adecuada de acuerdo al presupuesto

Uno de los grandes desafíos de estos trabajos fue que debían ser proyectados en formato fílmico 35mm. Por lo cual la elección de la técnica fue definida en primer lugar por una cuestión presupuestaria y luego por una cuestión estética.

Los spots están realizados en animación 3D, no porque en ese momento fuéramos animadores con vasta experiencia en 3D, sino porque no contábamos con el presupuesto para filmar en 35mm, ni siquiera en 16mm, y los formatos de video

profesional con posibilidad de ampliar a 35mm estaban también fuera de nuestro alcance. Por ello, la animación por computadora era el camino que debíamos tomar para aumentar las posibilidades de cumplir el objetivo con éxito. Hace unos años tenía algunos reparos en destacar esto como algo positivo, hoy lo veo como un mérito y una gran decisión a resaltar. Ya que adaptarse y hacer abarcables los desafíos es un gran paso para hacer los sueños realidad.

De este modo, nuestro esfuerzo creativo se centró en poder sacar el mejor resultado con los recursos con los que contábamos: dos realizadores audiovisuales, un compositor musical -todos con formación académica- y dos computadoras con softwares de animación y post producción.

Probablemente, si hubiésemos tenido la posibilidad de filmar en 35mm, con un presupuesto adecuado a ello, el guión de estos spots sería otro. Por ejemplo, se hubiera podido optar por mostrar las reacciones de un espectador viendo una película en una sala de cine e intentar transmitirle al espectador las emociones y vivencias que genera la experiencia de ver una película en el contexto de un festival de cine. Por ello, esta limitación de no contar con un presupuesto acorde influyó decisivamente en la elección de la técnica y nos marcó un camino para pensar las historias que cuentan cada uno de los spots.

iv) Crear enfocado en la solución técnica.

Otra decisión que considero fundamental es que logramos enfocarnos en las ventajas y desventajas de la técnica 3D durante el proceso del guión. Adaptarse a las herramientas y sacar el mejor provecho de estas. Si bien en principio podríamos haberlo considerado un límite a la creatividad o libertades estéticas, la realidad es que conocer los límites nos dio otro grado de libertad.

Como afirma Pardo (2014) “a diferencia de otros procesos industriales (...), los proyectos audiovisuales poseen tal singularidad que no permiten el establecimiento de estándares para su fabricación en serie (...) Parte de esa singularidad radica en la peculiar combinación de talento creativo y mentalidad comercial, no siempre equilibrada ni fácil de gestionar.”(2014:38) En este sentido, supimos detectar las limitaciones y aprovechar las ventajas de los recursos narrativos que nos brindaba la animación y plasmarlas en el guión, por ejemplo los movimientos de cámara atractivos y la construcción de extensos escenarios.

Observando la propuesta de cámara de los spot se aprecia que el travelling es la premisa técnica y estética central. Esto hubiera sido muy difícil de llevar a cabo en una filmación. A su vez, se tomó la decisión de no incluir en el relato personajes humanos, por la sencilla razón de que no teníamos las capacidades técnicas para resolverlo.

Esta capacidad de reconocer los límites y adaptarnos a los mismos determinó que los proyectos sean abarcables y acordes a nuestras capacidades técnicas, para cumplir con los plazos de entrega. Frente al desafío realizativo que presentaban estos spots una mala decisión en el guión hubiera sido lapidaria.

Conclusión

Luego de analizar los procesos creativos y productivos que comparten estas producciones audiovisuales puedo destacar que existió una importante influencia de las decisiones tomadas dentro del mismo en la finalización de los procesos productivos. Particularmente, y a pesar de que no forman parte del presente análisis, puedo ver que las faltas de estos factores, que considero determinantes, fueron las carencias de otros proyectos audiovisuales comenzados en la misma época pero que no lograron ser finalizados.

Como destacué a lo largo de este trabajo, fue muy importante definir un calendario de realización que contenga una fecha de finalización. Ya sea una fecha de estreno, una fecha de entrega a un evento como un mercado de distribución, un festival, o una fecha ficticia inamovible y sagrada. A su vez, entender el valor de un grupo de trabajo, de una segunda mirada que potencie y aporte a las creaciones individuales. Y, por último, poder identificar las herramientas adecuadas para contar la historia. El cielo es el límite, es cierto, pero yo agregaría: El cielo es el límite, pero un cielo que filmemos con una cámara que sepamos manejar. O: El cielo es el límite, pero un cielo que sepamos con qué programa vamos a modelar. Para ello, es importante no tomar las premisas impuestas como limitaciones, sino que por el contrario, asumirlas como puntos de partida o fuentes de inspiración.

Conocer las limitaciones y trabajar dentro de ellas nos da la libertad creativa.

Bibliografía

- Battle Nicolas(2014)Producción de largometraje. En: Jorge Zuzulich ... [et.al.] compilado por Jorge Zuzulich. - 1a ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Ediciones del CIC.
- Field, S.(1995) El manual del guionista. Editorial: Plot Ediciones, S.L.; Sexta edición.
- Orozco, M. y Taibo, C. (2014) Manual básico de producción cinematográfica. Universidad Nacional Autónoma de México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Segunda edición.
- Pardo, F. A. (2014). Fundamentos de producción y gestión de proyectos audiovisuales.Editorial EUNSA.
- Teichman, R. (2018) Escribir guión. Proceso creativo y reflexivo de construcción narrativa audiovisual. Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EDULP)