

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**

Título:

Decir mucho con poco

Tema:

La importancia de la Dirección de Arte en los relatos audiovisuales

**Programa TAE
2021**

Nombre y Apellido: **Sofía Rastelli**

DNI: **31936324**

Leg: **47732/1**

Tel: **2215862218**

E-mail: **sofisticarastelli@gmail.com**

Tutor/a/e: **Gerardo Sanchez Olguín**

Resumen

Este escrito tiene la intención de describir y definir los aspectos que hacen a la Dirección de Arte en la realización audiovisual. Como un área de una especificidad concreta y un extenso abordaje del manejo global de este arte y de otros que le preceden como el arte plástico y el teatro.

Para desarrollar el análisis de este trabajo se tomará como ejemplo una serie de spots publicitarios en la que ha trabajado y ejecutado la dirección de arte

https://drive.google.com/drive/folders/1UfHo4QJIW9aOE16uG_o1nHjYhdWRCFWH

Palabras Claves

Dirección de arte – audiovisual – publicidad

Desarrollo

Cómo pensar y utilizar los elementos que aparecen en pantalla para transmitir con lo *no dicho*, siempre fue una motivación en mi abordaje a la realización audiovisual. Cómo hacer para reforzar con las caracterizaciones de personajes y ambientes, un espacio complejo de lecturas que apoyen una diégesis determinada y particular, sosteniendo y dando sentido al relato.

Es un aprendizaje, dentro y fuera de mi formación académica, en el que entendí como realizadora, y también como espectadora, que los colores, las formas, las texturas, hacen la diferencia. Pueden parecer simples detalles, pueden pasar desapercibidos, pero todo lo que está frente a la cámara cuenta y debe hacerlo. Cada elemento puesto en cuadro tiene una función simbólica, una lectura y un mensaje particular que no puede dejarse librado a la suerte.

Siendo este mi campo de interés, fui descubriendo en la Dirección de Arte una red de disciplinas específicas (oficios y profesiones) y también una amplia implicancia en otras áreas del audiovisual.

Al iniciar el abordaje de este trabajo partiré de una descripción, al menos básica, del alcance que tiene el Director de Arte; *es el encargado de ejecutar todas las ideas del diseñador de producción (cuando lo hay, pudiendo ser el mismo DA), tiene un papel activo dentro del set, ya que va a coordinar escenografía, maquillaje, peluquería y vestuario durante el rodaje y producción, construyendo, ordenando y creando para el audiovisual.*

Cabe destacar que dicha descripción no es unánime y el concepto se amplía y redefine.

ASPECTOS DE LA DIRECCIÓN DE ARTE

A lo largo de su historia, el arte audiovisual se ha valido de diferentes técnicas para conseguir que los actores sean una fiel representación de los personajes a los que dan vida. Vestuario, maquillaje y peluquería han sido tradicionalmente los tres pilares de la caracterización. También la escenografía es de suma importancia ya que permite el desenvolvimiento en un espacio específico de dicha caracterización. En la actualidad debemos sumar la animación, gracias a la cual se han conseguido efectos imposibles de lograr únicamente con el trabajo manual. Se ha convertido por tanto en complemento perfecto de los cuatro aspectos iniciales.

Roland Barthes, en sus Ensayos críticos, definió al espectáculo teatral como una gran máquina cibernética que empieza a trabajar produciendo cantidad de mensajes simultáneos y sucesivos, lo que denominó *polifonía informacional*. Esta forma de llamar a lo que el espectador ve en escena implica entender que todo en el teatro es signo de

algo y significa algo. Si bien el filósofo se refiere específicamente a los elementos que ocupan el escenario de teatro, puede adaptarse dicha definición a la escena audiovisual, ya que ambos son espacios de emisiones de múltiples sentidos.

Vestuario.

Toda vestimenta en su totalidad constituye un sistema de signos, esto sucede desde el momento en que el hombre debe vivir dentro de una sociedad, la cual según su cultura y su forma de vida, hará referencia a un sentido particular que demuestra diferentes cosas, usos, costumbre, pertenencias.

Diseñar un vestuario no es sólo vestir a un actor, es también crear un personaje, realzar una trama y comunicar al público.

La reconocida Directora de Arte María Julia Bertotto, brinda una definición sobre el vestuario más que idónea: “es la creación de la identidad de un personaje, en función de la ropa que usa, porque esa ropa asume las condiciones de su habitar-el-mundo. Suponemos el mundo de un personaje a través de la ropa que usa. Y esa suposición nunca es ingenua, sino que se constituye en base a una rigurosa investigación, es el correcto equilibrio entre la creatividad, y cierta verosimilitud histórica”.

Maquillaje/peluquería.

El maquillaje social sirve para algo básico, que es ocultar las imperfecciones del rostro y realzar los rasgos de la persona maquillada. El maquillaje audiovisual, en cambio, tiene otros propósitos, tiene un papel fundamental en la narrativa de un proyecto. En una película siempre se intenta que el espectador olvide que lo que está viendo no es real. Queremos que se funda con la historia y conecte con esa realidad. Es un maquillaje diseñado para crear personajes y para corresponderse con la ambientación de la película.

En algunos géneros, como el gore o el fantástico, ambos elementos (maquillaje y vestuario) son una pieza clave de la narrativa. Por todo ello, son un elemento fundamental en el cine. Una pieza clave para ayudar al actor a convertirse en el personaje.

Escenografía

Eric Rohmer desarrolla un desglose analítico de la escenografía cinematográfica partiendo de la definición de tres tipos de espacios diferentes:

-*El espacio pictórico*, corresponde a la tarea del director de arte como compositor de las imágenes dentro de los marcos que impone el encuadre, como una representación del mundo, haciendo uso de los colores, luces, sombras, valores y tonos, y valiéndose de las diferentes corrientes artísticas para generar significado.

-*El espacio arquitectónico* se articula en la relación que la escenografía y la arquitectura tienen con la tridimensionalidad, a las partes del mundo, naturales o construidas, dotadas de una existencia objetiva en lo prefílmico, la labor del director de arte es diseñar, construir y administrar dicho espacio para dar contexto, acentuar rasgos físicos y psicológicos de los personajes y proporcionar al espectador una ubicación espacio-temporal referida al desarrollo de la acción dramática.

-*El espacio fílmico* aborda conceptos específicos del lenguaje cinematográfico, es un espacio virtual, reconstruido por el espectador a partir de una operación de sutura imaginaria. Las nociones de plano, campo, fuera de campo, montaje y focalización, conforman este espacio que no se corresponde a ningún espacio objetivo real, pero que es convertido en habitable por medio de la imaginación del espectador.

La dirección de arte busca, entonces, formular estrategias estéticas dónde se prioriza el cómo, antes del qué, las formas para transmitir y comunicar, lo que implica también un saber de muchas otras disciplinas y áreas audiovisuales como fotografía, cámara, producción, plástica, etc., para complementar y no interferir.

El Arte en un audiovisual nos da mucha información sobre los personajes de la película, relatando como es su vida, sus gustos o atmósfera del lugar donde viven sin tener que recurrir que lo digan en diálogos. Toda esta exploración visual, el espectador la lee, la procesa casi de manera inconsciente y se la apropia de manera rápida.

Es en este punto donde muchas veces, sobre todo en el caso de la publicidad, suele recurrirse a estereotipos que ayudan a la rápida lectura e interpretación del público/consumidor, pero que sin duda segmenta y puede llegar a estigmatizar.

En el caso específico de esta serie publicitaria, se intentaba reflejar desde varios personajes, (algunos claramente ficticios, otros probables reales), una serie de características con las que pudieran sentirse representados los espectadores, tratando de abarcar un grupo amplio en el target al que iba dirigido.

Se pensó en una cámara fija, un fondo único, neutro y compartido por los diferentes y sucesivos personajes, donde el aspecto visual de los mismos, brindados a través del vestuario, maquillaje y peinado, fueran los que describieran sus particularidades. Con la pretensión de incluir y ampliar las identificaciones posibles no se tomaron modelos de aspecto "físico ideal" ni objetos deseables, tampoco los usos y costumbres como un valor cultural en sí mismo, si no, por el contrario, se pensó que fueran los variados rasgos y las maneras de consumir el producto (helado) lo que refuerce su identificación con el público, dándole también un tono humorístico.

Hay una historia para cada personaje de la publicidad, tratando de traducir la misma en los aspectos visuales, descritos todos anteriormente, pudiendo así, ser leídos por el consumidor.

En una producción de presupuesto ajustado, desarrollar la dirección de arte supone también otro desafío: es necesario aprender a conjugar aquí las variables TIEMPO-CALIDAD-DINERO para poder responder a las necesidades narrativas y audiovisuales. Para no resignar calidad, cuando no se tienen demasiados recursos económicos, es necesario tiempo para la búsqueda y confección de todos los elementos visuales. Lo que implica una eficaz utilización de los recursos y un análisis minucioso de los mismos. Llevándose a cabo en oportunidades un diseño casi artesanal de cada elemento puesto en plano. Logrando expresar mucho con elementos puntuales bien pensados y colocados.

Se puede reafirmar que la Dirección de Arte requiere de un minucioso y global conocimiento del lenguaje visual y audiovisual, y si bien saber confeccionar de manera manual lo que se piensa, no es indispensable, en contextos latinoamericanos, el desarrollo de la improvisación en la confección pueden resultar de muchísima utilidad y salvar más de un desperfecto dentro del set. Tener clara la propuesta para decir como lo quiero decir es también ir encontrando caminos creativos y certeros para llevarlo a cabo.

Bibliografía

AUMONT, Jacques; BERGALA, Alain; MARIE, Michel; VERNET, Marc, 1989 *Estética del cine*. Barcelona: Paidós.

Barthes, Roland. 1964 *Ensayos críticos*. Buenos Aires. Seix Barral.

Bertotto, María Julia en OTHAR, Sandra, “Trayectorias en el cine nacional: charla con Beatriz di Benedetto (vestuarista) y María Julia Bertotto (directora de arte – escenógrafa)”. En *EscenaUno: Escenografía, dirección de arte y puesta en escena*. Facultad de Arte, UNICEN, n° 3.

Rohmer, Eric. 1977. *La organización del espacio en Fausto de Murnau*. Paris, Union générale d'éditions.