



Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores Acatlán



Del Platón, su estética y detalles

Propuesta audiovisual para una serie dedicada
a la dirección artística en el cine mexicano
filmado en el D.F.

Tesis que para obtener el título de
Licenciada en DISEÑO GRÁFICO
Presenta Azucena Baeza Manzano

Asesora: Ana Fabiola Gutiérrez Guzmán

ENERO 2012



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



Del Platón, su estética y detalles

Aquí concluye una etapa de mi vida, 2012 comienza y les entrego este trabajo que espero que sea de ayuda para toda la comunidad audiovisual. Ahora a seguir creciendo.

Que más puedo decir, sólo gracias papás por su paciencia y apoyo, gracias amigos por los días de locura y debraye. gracias UNAM por todas las experiencias que me han llevado por el camino que ahora sigo, gracias música por ser mi musa, gracias diseño por abrirme las puertas al mundo al que ahora pertenezco, gracias cine por ser mi constante catarsis, gracias imaginación por ser mi vida.

Azu Baeza

Demostrar, por medio del análisis de la dirección de arte en el cine mexicano filmado en el D.F. y la creación de un audiovisual dedicado a su importancia dentro de la película Los Olvidados, (de Luis Buñuel); que el Diseño Gráfico es fundamental para el diseño de producción o la dirección artística de una película.

Se trata de proponer al Diseño de Producción o Dirección de Arte como una rama del Diseño Gráfico, comparando el proceso de generación de cualquier tipo de diseño con el arduo y complejo trabajo de diseñar cada cuadro de una película; centrando este análisis en películas mexicanas filmadas en el D.F. Para esto, se realizarán entrevistas a directores de arte contemporáneos, quienes ayudarán a construir una metodología no existente aún para su labor y, además, darán material gráfico de sus proyectos para ejemplificar de una mejor manera todo el proceso que atraviesa la creación de la imagen de una película.

Este análisis culminará con la creación del contenido y la identidad gráfica de un demo dedicado al diseño de producción de una de las películas más representativas del cine mexicano, Los Olvidados, de Luis Buñuel. Éste programa será parte de la serie "Del plató a su pupila", pequeñas cápsulas que servirán a la gente para que conozca el proceso detrás de la dirección de arte de las películas que se han quedado en el imaginario colectivo capitalino.

Objetivo General

El demo "Los no olvidados rincones de Buñuel" se dedicará a descubrir los espacios en donde se ha filmado nuestro cine; creando un archivo histórico y cultural donde se muestre a la Ciudad de México a través del diseño de producción; cuáles fueron las aportaciones al lenguaje narrativo y audiovisual de las películas elegidas; invitando al espectador a reconocer en el cine a la Ciudad de México. Además de crear un canal de comunicación entre las personas ajenas al cine y el contexto de determinada película con la finalidad de dejar sobre la mesa al cine como un espejo de la realidad.

Para la realización del programa y como cierre de este trabajo, se realizará el trabajo de *Pitch*, que consiste en la visualización de cómo se venderá el proyecto de forma adecuada a las personas de las cuáles se requerirá su ayuda para que éste sea exhibido (hay que recordar que parte de la dificultad de todos los medios audiovisuales es conseguir recursos materiales y que estas creaciones sean exhibidas).

Objetivo General

Por último, se demostrará que el Diseño de Producción puede ser una alternativa para el diseñador gráfico que se interese en hacer cine, fotografía y audiovisuales; y que el diseñador gráfico puede convertirse en pieza fundamental del equipo de realización, generando ideas y ayudando a obtener los recursos necesarios para el proyecto por medio de la realización del *Pitching*.

El público al cuál se dirigirá este proyecto se puede dividir en dos grupos: aquellas personas interesadas en conocer más del cine mexicano como cineastas, estudiantes, maestros y personas que quieran conocer la Ciudad de México por medio del cine, descubriendo todos los rincones que esta ciudad presenta. Además, este programa pretende invitar a gente del interior de la República Mexicana, así como de distintas partes del mundo, a conocer los distintos escenarios que esta ciudad les ofrece para filmar, atrayendo más inversión, mayor cantidad de producciones audiovisuales e incluso, atraer turismo de distintas partes del mundo para que descubran las historias que hay detrás del cine mexicano.

Además, éste trabajo servirá de guía para el diseñador que quiera involucrarse más en la fase de pre-producción de cualquier audiovisual. Se trata de dar una visión *360 grados* de la creación de dichos materiales, desde la idea hasta la forma de venderlo.

1. Modelo metodológico a utilizar.

8

Objetivo:

Describir brevemente todos los pasos a seguir tanto para la investigación como para la producción del programa audiovisual.

2. Nace una idea, el proceso de generación

10

Objetivos:

Demostrar por qué el cine nos sirve como reflejo de la realidad, como testigo del pasado y como creador de realidades ficticias.

Comprender al diseño de producción o dirección de arte a profundidad.

Reconocer el trabajo del director de arte tanto a nivel mundial como en el cine mexicano.

Conocer a algunos directores de arte que hacen el actual cine mexicano y, a partir de ello, crear una metodología, aún inexistente en esta rama, auxiliada por la teoría de Bruno Munari.

2.1 La importancia del cine como interpretación de la realidad. 10

2.2 Construyendo la ficción: la importancia del diseño de producción en el cine. 11

Esquema

2.2.1 Historia del Diseño de Producción 14

2.2.2 Diseño de Producción Aplicado 18

2.3 Creando cuadros en la Ciudad de México. 21

2.3.1 El papel del diseñador de producción en el cine mexicano 22

2.3.2 Películas situadas en la Ciudad de México que han sido relevantes por su diseño. 29

2.4 Metodología empleada en la realización de Diseño de Producción. 33

2.5 Elección del contenido del primer capítulo de la serie (piloto) 38

2.5.1 ¿Por qué Los Olvidados? 38

2.5.2 Historia del director. 41

Esquema

2.5.3 Datos curiosos de la cinta.	43
2.5.4 Escenarios existentes y realidades construidas. (escenarios)	45
2.5.65 Buscando evidencia (recolección y levantamiento de imagen)	50

3. Coordinación de Pre producción 51

Objetivos:

Realizar toda la planeación de la serie.

Contemplar todos los aspectos necesarios para la
producción de la serie.

3.1 Personal requerido	51
3.2 Realización del guión	53
3.3 Realización del diseño de producción	58
3.4 Equipo para la producción y realización	60
3.5 Presupuesto	60
3.6 Calendario de realización	62

4 Proceso de Producción 63

Objetivo

Llevar a cabo toda la producción del programa, desde las
cortinillas hasta el levantamiento de imágenes.

4.1 Plan de Producción	63
4.2 Realización de gráficos para el programa	64
4.3 Levantamiento y acopio de imágenes	66

5 La Post-Producción 70

Objetivo

Recopilar todo el material necesario para la edición y post-
producción de acuerdo al guión.

5.1 Realización de cortinilla	70
5.2 Edición audio	70
5.3 Edición y post-producción	70

6 Conclusiones 71

7 Bibliografía 72

8 Glosario 73



Anexo 1 ¿Cómo vender el proyecto? 75

Objetivo

Proporcionar las herramientas necesarias para conseguir apoyos y financiamientos para proyectos culturales con el caso práctico de “Los no olvidados rincones de Buñuel”

1 Marketing de las artes y la cultura.

1.1 Los productos y servicios culturales. 75

1.2 Comportamiento del consumidor de servicios culturales (medios masivos de comunicación) 77

1.3 La segmentación y posicionamiento. 78

1.4 La distribución y la promoción de productos y servicios culturales. 79

2 Conseguir financiamiento: *Pitching* 81

2.1 Elaboración del plan de mercadotecnia

2.2 Planeación del multimedia para la presentación del proyecto. 83

2.2.1 Argumento 83

2.2.2 Historia del Proyecto 83

2.2.3 Misión y Visión 83

2.2.4 Equipo Humano 84

2.2.5 Estética y ambiente 84

2.2.6 Ficha técnica 84

2.2.7 Plan de negocios 84

2.2.8 Estado y Calendario 85

2.2.9 Solicitud 85

2.2.10 Cierre (presentación del demo) 85



Anexo 2 La metodología del diseño de producción

87

Esquema

Objetivo

Elaborar una guía interactiva sobre la metodología que debe seguir el diseñador de producción. El contenido de la guía interactiva incluida en un DVD junto con éste trabajo es:

1. Síntesis de información.

Lectura de guión

Definición de la premisa o metáfora

Identificar los elementos de producción necesarios

Investigación

Análisis de datos.

2. Creatividad

Desglose de materiales.

1ra Verificación

Realización de modelos (bocetos)

2da Verificación

3. Solución

1 . MODELO METODOLÓGICO A UTILIZAR

Cuando se realiza una producción audiovisual, se contemplan tres etapas de producción, a las que podemos nombrar metodología: Generación de la idea, Pre-producción, Producción y Post-producción. Sin embargo, para la elaboración de esta serie se realizará también un estudio del marketing aplicado a las artes y la cultura, cuyo planteamiento principal es dar a conocer la oferta cultural de la mejor forma posible, centrándonos en el producto, facilitando su exhibición. Para cada etapa se definirá el papel que jugarán todos los involucrados durante el proceso de producción.

Además, este proceso nos ayudará en la etapa de presentación de proyecto, ya que podremos realizar el *pitching*¹ de forma adecuada para cautivar a las personas a las cuales se deba presentar la propuesta.

Para la generación de la idea se desarrollará una investigación acerca de la temática del programa, cómo influye el cine en la sociedad mexicana y cómo se crea la ficción por medio del diseño de producción, esto con el objetivo de tener bases sólidas para su realización; además, nos servirá para conocer el área que queremos explorar. Así mismo, se analizará cómo se ve reflejada la sociedad en distintos filmes tanto nacionales como extranjeros y se realizará una investigación acerca del tema del programa piloto, para poder realizar el guión y la propuesta de imagen del programa.

Durante la etapa de Pre -producción se realizará la planeación de toda la serie. Es la pieza primordial de todo el proceso de producción, ya que si no se tiene una buena planeación, el resultado puede ser algo no deseado. Se menciona en primer

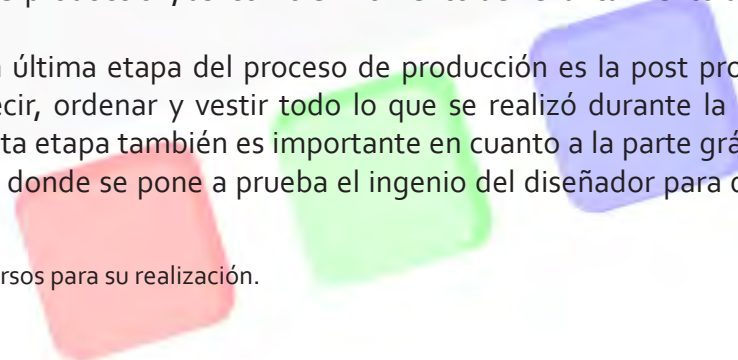


lugar cómo surge la idea principal del proyecto y cuál es su relevancia a nivel cultural. Se definirá el proceso creativo adecuado a seguir y de esa forma poder realizar el guión del programa piloto.

En esta etapa del proceso, la elección del equipo de trabajo es primordial, ya que todos tienen que estar involucrados para lograr plena integración. Aquí también se piensa en el equipo técnico que se requiere para la realización, tratando de siempre ahorrar costos.

Una vez teniendo completa la primera etapa, pasaremos al proceso de producción, donde se revisarán los aspectos importantes para la misma: escribir el guión, las necesidades de servicios, costos, etc. Es aquí donde se materializa el diseño de producción del programa planeado en la pre-producción, así como el momento del levantamiento de imagen.

La última etapa del proceso de producción es la post producción, es decir, ordenar y vestir todo lo que se realizó durante la producción. Esta etapa también es importante en cuanto a la parte gráfica, ya que es donde se pone a prueba el ingenio del diseñador para dar forma al



1) Presentación de un proyecto audiovisual para obtener recursos para su realización.

programa y hacerlo atractivo al espectador. Durante esta etapa se realizará un *check list* que tome en cuenta todos los aspectos necesarios para la edición del material.

Material adicional

Cuando se tenga el demo editado, se procederá a realizar un plan de mercadotecnia con base en una investigación acerca de la mercadotecnia de las artes y la cultura, con el objetivo de poder realizar el pitching de forma correcta y analizar los distintos espacios donde el proyecto puede ser publicado.

El Pitching, que se refiere a la presentación del proyecto ante las fuentes de financiamiento y a las personas de las cuales se requiera su apoyo. Como ya se mencionó, éste se realizará con la ayuda del plan de mercadotecnia, cerrando así el círculo de producción.

Por último, se incluirá un Cd interactivo que sirva como guía metodológica a las personas interesadas en incursionar en la dirección de arte

1 Modelo metodológico a utilizar

En resumen, los pasos a seguir son:

1. Generación de la idea (investigación del tema)
2. Pre-producción
3. Producción
4. Post-producción
5. Plan de Mercadotecnia
6. Pitching
7. Cd interactivo

2.1 LA IMPORTANCIA DEL CINE COMO INTERPRETACIÓN DE LA REALIDAD

El cine sigue haciendo historia después de más de 100 años de su aparición, quizá los hermanos Lumiere nunca se imaginarían el impacto que causaría durante la historia mundial contemporánea.

Más que sólo contar una historia, el cine se ha convertido en un testimonio de la historia moderna, trasladando al espectador al pasado histórico y ayudándolo a conocer mejor otras realidades y pasados, o incluso permite visualizar cómo sería el hombre en un futuro, plasmando sus miedos e incertidumbres en torno al destino que nos espera.

Muchos historiadores no ven al cine como un fiel instrumento para estudiar las conductas humanas, sino que lo toman como mero producto de la imaginación de los creadores, argumentando que no es una forma objetiva de contemplar el pasado ni de visualizar el futuro. Quizá tengan razón al momento de decir que el cine es una manifestación creativa subjetiva, ya que es la realidad visualizada e interpretada por su creador; no importa si es cine documental o ficción siempre estará sometido a la visión particular del autor. En retrospectiva, el cine nos permite ver cómo eran las personas de determinada época, cómo influencia a la gente los acontecimientos sociales, cómo era determinada ciudad, la forma como contemplamos nuestra sociedad a futuro, cuales son los temores y expectativas de la sociedad en cierto momento histórico, etc.

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

Si bien el cine no es un reflejo fiel de la realidad, sí nos permite reconocernos como seres humanos en distintas etapas de la historia; sin importar cuál sea el género ni la temática, siempre nos veremos reflejados en la imagen en movimiento.



Viaje a la Luna
George Mèliès, 1902

La ingenuidad de una época en la que a penas se exploraban las posibilidades narrativas cinematográficas

Del Plató,
suecstéticay detalles



Casablanca
Michael Curtiz, 1952

Es un recuerdo de la actitud patriótica de los Estados Unidos durante la Segunda Guerra Mundial.



Ciudad de Dios
Fernando Meirelles, 2002

El retrato vivo de las Favelas brasileñas, mismo retrato que encontramos en distintas partes del mundo.

2 Nace una idea, el proceso de generación

2.2 CONSTRUYENDO LA FICCIÓN: LA IMPORTANCIA DEL DISEÑO DE PRODUCCIÓN EN EL CINE

Pero, ¿Qué hace que el público crea esas realidades y que ciertos filmes adquieran gran valor simbólico?

Para muchos es aún desconocida la labor del diseñador de producción, quedando siempre a la sombra del fotógrafo, pero es el diseñador de producción o el director de arte quien construye la película, por eso se le es considerado como el arquitecto del cine. No se trata sólo de escoger qué colores se ven más "bonitos" en pantalla o vestir a los personajes desde la intuición del realizador, no. El diseñador de producción tiene que hacer que la película sea coherente, tiene que interpretar todo lo que está escrito en el guión (los guiones no proporcionan las imágenes, solo dan claves y por supuesto la historia). En pocas palabras, es el responsable de que la magia del cine llegue a los sentidos, sobrepasando la razón.

Del Plató,
su estética y detalles

2 Nace una idea, el proceso de generación

Lo que también se conoce como Dirección de arte es la actividad directamente responsable de la imagen de la película y su semiótica visual². Cada elemento que construye el director de arte está hecho para transmitir un concepto específico. Más que un artista, el director de arte es un comunicador, que debe poseer conocimientos de estética, semiótica, narración, fotografía, luz, forma, color, percepción, ambientación y, además, una vasta cultura general.

Y no es nada sencillo mantener la coherencia estética de una película, se necesitan considerar varios aspectos: buscar qué se va a filmar en locación y qué se va a construir, seleccionar la paleta de colores y texturas que transmitan la metáfora de la historia que se cuenta. Además de eso, el diseñador de producción es el encargado de la gestión de todos los departamentos a su cargo (props, utilería, construcción, vestuario, etc.) y ajustar los presupuestos sin sacrificar la idea básica del guión. Y más aún, todo este trabajo lo tiene que hacer recordando que lo más importante en el cine es la historia, el drama y que la creación del arte de un film jamás debe sobrepasar a la historia y a la dirección, más bien, deben de ir en conjunto. Tiene la nada sencilla tarea de distribuir el dinero tanto para honorarios, para el material que se va a utilizar, etc.

Para un buen diseño de producción, es necesario tener en cuenta a los personajes, cómo van a ir evolucionando a lo largo de la película y qué cambios van a sufrir, esto nos ayudará a llevar el drama de la mano con todo lo que se ve en pantalla y con la emoción de los actores. No perder en cuenta ningún detalle en cuanto a la decoración y a la psicología de los personajes³, ya que por medio del diseño de producción se pueden llegar a dar señales falsas acerca del carácter o de la situación de los personajes; el perfecto equilibrio entre la dirección de actores, la fotografía y el diseño de producción, claro además de una buena historia es la clave de las grandes obras cinematográficas.

Los detalles son muy importantes, entre menos tengas que explicarle al público con palabras, mejor será la trama. Estos detalles tienen que revelar cosas significativas de los personajes; dicen sin palabras quién es el personaje, cómo ha sido su vida, cuáles son sus miedos y sus virtudes, sin querer, nos dan pistas de la trama.

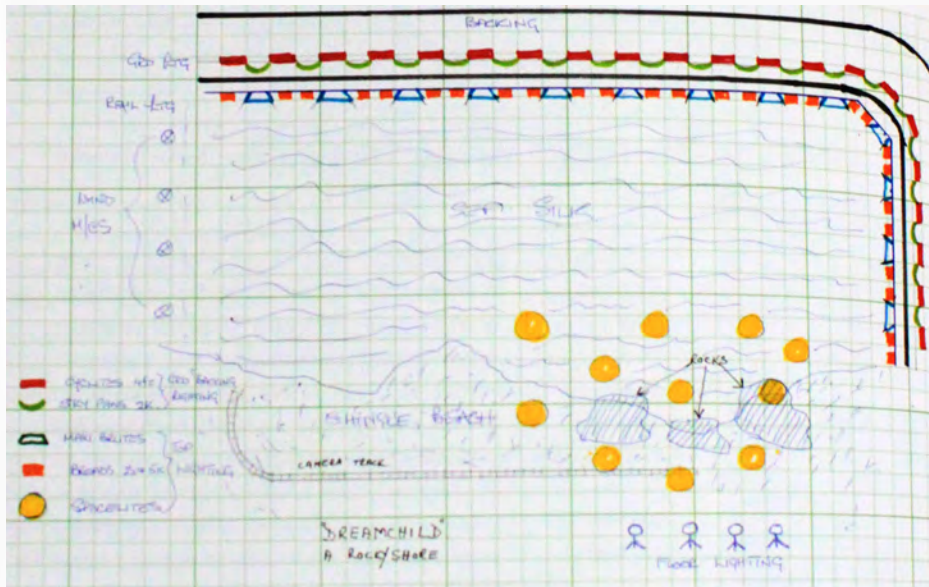
Como todo buen diseño, la planeación del concepto visual de las

2) Siendo el cine un medio de comunicación por el cuál se dictan creencias y valores que dan forma a la cultura de masas, la semiótica juega un papel importante, sobre todo en la dirección de arte. La relación entre significado, en este caso todos los elementos de utilería, vestuario, ambientación, etc. Y el significado que cada uno de ellos tiene directamente con la historia. Por ejemplo, dentro de una historia íntima y personal, no podríamos vestir a un personaje de naturaleza introvertida con colores llamativos, puesto que romperían con el ambiente propio de la historia.

3) "Construyamos biografías", es una de las premisas claves para la realización de cualquier guión cinematográfico y debe ser también una premisa para el director de arte. Antes que nada debemos familiarizarnos con los personajes y su historia de vida. No crearemos la misma habitación para un joven que creció en una familia acomodada en un pueblo que para un joven que creció dentro de la clase media de una gran ciudad. Esta psicología construida para cada personaje nos ayuda a manejar el discurso persuasivo: hacer que la gente crea en el personaje y sienta empatía por él.

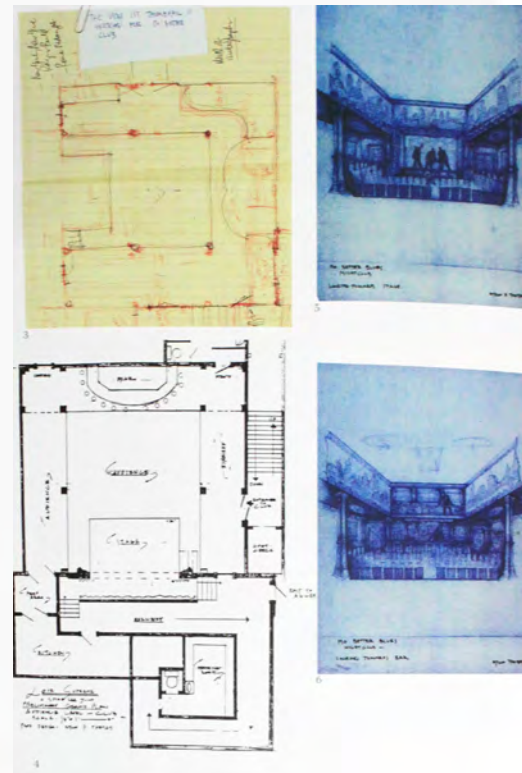
películas tiene que ser funcional, no solo en función de la historia, sino en la facilidad para realizar la acción dentro de los espacios; hay que tomar en cuenta dónde entran y dónde salen los actores, es decir, hay que saber qué sucede dentro de cada escenario para saber cómo necesita ser construido y cuales daños puede sufrir a lo largo del film. Filmar en el estudio siempre te permite jugar con el espacio, construyendo paredes móviles y con mayor facilidad para el desplazamiento de cámaras.

2 Nace una idea, el proceso de generación



Plantilla de iluminación de la película *Dreamchild*
En dirección de arte, debemos tener en cuenta todas las opciones de iluminación, para así saber con qué elementos podemos jugar.

Imágen extraída del libro: "Dirección de Fotografía: Cine" de Peter Etedgui, P.104



Plantillas de la película *Mo' Better Blues*,
Imágen extraída del libro: "Diseño de Producción y dirección artística: Cine", de Peter Etedgui P. 144

2 Nace una idea, el proceso de generación

2.2.1 HISTORIA DEL DISEÑO DE PRODUCCIÓN

Tuvieron que pasar algunos años para que la labor del Diseñador de Producción fuera tomando su lugar dentro de la cinematografía.

Como es bien sabido con las llamadas "vistas" de los Hermanos Lumiere, el cine en sus inicios se enfoca en retratar la realidad para mostrar al mundo lo que ocurría en otros países, causando conmoción y asombro entre las personas que podían disfrutar del espectáculo, convirtiéndose con el paso del tiempo en documento históricos que nos ayudan a entender el pasado. En este momento, no existía la necesidad de crear escenarios ni realizar arduos trabajos de fotografía, ya que las cámaras no permitían movilidad.

Debido a su formación dentro del teatro, George Méliès logra recrear en sus películas escenarios irreales y efectos especiales (basados en el Stop Motion) que hasta ese momento no se habían intentado en el cine y que tuvieron sus inicios en la fotografía. Con "El viaje a la Luna" (1902), este director logra introducirnos por primera vez al género de la ficción, proporcionando al cine el valor estético que con las vistas no se habían logrado. Por primera vez aparecen en el cine vestuarios específicamente hechos para la cinta, así como escenarios totalmente creados por Méliès. Estos son los primeros pasos del diseño de producción.

Un año más tarde la película "El gran robo del tren", logra el

gran asombro del público al aparecer por primera vez un plano medio: Una pistola apuntando al espectador. Este es, el inicio de la narrativa audiovisual.

Diez años después, dentro de los créditos de la película "Cabiria", aparecen por primera vez los créditos de Dirección de Arte, refiriéndose a las personas encargadas del vestuario y la escenografía principalmente.

En 1916, Griffith hace su gran obra maestra, "Intolerancia", donde recrea distintas épocas de la historia, convirtiéndose en la película más cara de su época, además de ser la película en la que se necesitaron más extras (aproximadamente 16,000 personas), dejando a Griffith en la Ruina. Esta película se vuelve pieza primordial del Diseño de Producción por utilizar detallada utilería, vestuarios exclusivos para cada extra, realización de sets ambientados en distintas épocas históricas.

Tres años después de la Primera Guerra Mundial en medio de la devastación europea, el expresionismo alemán, donde los directores de arte enfrentan el gran reto de lidiar con poco presupuesto y que el resultado fue sorprendente: escenarios armados con mínimos recursos que nos llevan a viajar por la psique de cada uno de los personajes. La gran mayoría de escenarios y fondos eran hechos con telas,

utilizando como principal forma estética los contrastes y las líneas discontinuas y diagonales. Podemos decir que el expresionismo alemán va evolucionando desde El Gabinete del Dr. Calligari hasta el diseño complejo de una ciudad futurista llamada Metrópolis.

En Metrópolis, cinta dirigida por Fritz Lang en 1926, podemos ver en pantalla los resultados de la ardua planeación con que fue hecho este film, los elaborados story boards y maquetas que se hicieron hacen de esta película pieza fundamental de la historia del Diseño de Producción. Dependiendo de la complejidad de cada escena, se decidió que se construía el set o bien se filmaba en maqueta. Esta decisión es fundamental para cualquier trabajo actual de diseño de producción. Además, es en Metrópolis donde se retoman los experimentos fotográficos realizados por Man Ray para realizar efectos especiales que si bien inicia Méliès, se perfeccionan en esta cinta.

Desde Metrópolis, en Hollywood comenzaron a surgir los oficios en el cine, entre ellos, el de Director de Arte. Con la llegada del sistema de estudios de Hollywood, el papel de toda la gente de arte fue adquiriendo importancia, ya que todos los escenarios eran recreados dentro del foro, por lo que todo lo que requerían las películas se tenían que realizar, desde decorados hasta exteriores.

Durante estos 10 años, se produjo la época de oro de los estudios, formando así grandes talentos en los distintos oficios de reciente creación; la llegada de cineastas europeos como Fritz Lang también enriqueció a la industria cinematográfica estadounidense.

2 Nace una idea, el proceso de generación



Los rayogramas hechos por Man Ray y la contribución hecha anteriormente por M'eliés ayudaron a la realización de todo el arte de la cinta más importante del expresionismo alemán.



2 Nace una idea, el proceso de generación

En 1939, llega a las pantallas una película que cambió el rumbo de la dirección de arte, convirtiendo a este oficio en algo más complejo, que requería mayor planeación, mayor gente y, sobre todo, que le dió el valor a la gente de dirección de arte de diseñar cada cuadro de la película, llevándolo a ser una pieza primordial dentro de la trama de la película. Esta película es "Lo que el Viento se llevó".

Dirigida por Victor Fleming, esta cinta tiene como principal mérito dar el crédito de Diseñador de Producción a William Cameron Menzies, quien, como el mismo director lo dice, diseñó cada cuadro de la película, además de pintar cuadro por cuadro cada fotograma y tener el total control de la imagen de esta gran cinta. Es aquí donde se empiezan a delegar responsabilidades entre el equipo de arte, quedando al mando de los presupuestos y la contratación de personal al Diseñador de Producción y donde se define a grosso modo el equipo a su cargo: dibujante, constructor, ambientador, utilero, vestuario, caracterización, efectos especiales entre otros.

Es durante la Segunda Guerra Mundial, el auge del sistema de estudios en Estados Unidos cuando en Europa, en medio de las consecuencias de la guerra, los cineastas reflexionan acerca de lo que se debe exhibir en las pantallas. En Europa no quieren ver historias fantásticas de amor, ni cuentos de hadas para niños; a los europeos les interesa retratar la realidad, que el mundo sepa cómo les afectó la guerra; es el inicio del Neorrealismo Italiano.

En la Italia de la post-guerra, los estudios cinematográficos se

convirtieron en albergues para los que perdieron sus hogares en la guerra, por lo cual, los cineastas salen a filmar en las calles, utilizando como sets las propias calles devastadas y como historias todo lo que decía la gente. En este punto, el diseñador de producción tiene participación al recrear los vestuarios y algunas escenografías que lleven al espectador al pasado inmediato que cuentan las historias. Al tomar como escenario las ciudades destruidas, el papel del diseñador de producción pasa a segundo plano. La película más representativa de este periodo es Roma, Ciudad Abierta.

Durante los años sesentas, y quizá en consecuencia de la aparición de distintas corrientes artísticas y filosóficas que van en contra del sistema, en Francia surge la Nouvelle Vague o la Nueva Ola en el Cine, donde la espontaneidad de los filmes no dan lugar al diseñador de producción. Las películas se vuelven poco planeadas en cuanto a estética y, al ser de bajo presupuesto, dejan a un lado los caprichos del sistema de estudios, convirtiendo al director en el autor de todo el concepto de su película; es aquí donde nace el cine de autor. Este movimiento también tuvo repercusión en los Estados Unidos, surgiendo las películas conocidas como Road Movies.

En los años que siguieron a la Nueva Ola, el papel de Diseñador

de Producción fue retomando fuerza en Estados Unidos, y posteriormente en Europa. Este oficio ha ido variando dependiendo del rumbo que lleve cada film; existen diseños que pasan casi desapercibidos por su sutileza y acertividad y otros que requieren de un gran trabajo de planeación, que regularmente son las películas históricas y de Ciencia Ficción.

2 Nace una idea, el proceso de generación



De lo documental

a lo majestuoso

a lo complejo

a los escenarios reales

Al pasado

a lo provocador

a lo interplanetario

Hasta lo humano

El diseño de producción nos guía de la mano para entender lo complejo *del pensamiento del hombre plasmado en la pantalla*

2.2.2 DISEÑO DE PRODUCCIÓN APLICADO

Para que la labor del diseñador de producción y su importancia para este trabajo nos quede clara, haremos un análisis de algunas películas, tomando de referencia el libro "Diseño de producción y dirección artística" de Petter Ettetdgi y algunos artículos publicados en internet acerca de 3 obras de distintos géneros.

HITCHCOCK Y VÉRTIGO

Diseño de producción: Henry Bumstead

¿Qué podemos observar acerca del diseño de producción en esta gran película de Alfred Hitchcock? En primer lugar hay que recordar que él filmaba únicamente en estudio, por lo cual todos los escenarios se tenían que construir.

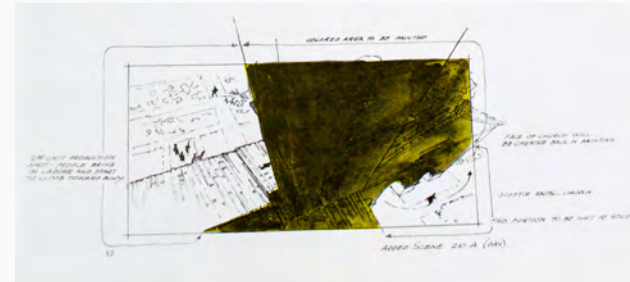
Henry Bumstead trabajó en varias películas de Hitchcock como: El hombre que sabía demasiado, Topaz y la Trama. Realizó estudios en arquitectura y se integró rápidamente a los estudios Paramount gracias al programa de aprendices. Aunque estas películas fueron filmadas en blanco y negro, el manejo de los colores verde y rojo dentro del diseño de producción de Bumstead fueron claves para obtener una amplia gama de grises.

Con respecto al diseño de producción de vértigo, Bumstead utiliza distintos recursos para crear la ficción.

- Las escenas en exterior son realizadas con fondos pintados

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

- Se apoya mucho en el story board para desglosar escenas complejas
- Utilizan maquetas a escala para realizar las perspectivas forzadas que tanto le gustaban a Hitchcock.
- Quizá la gran innovación de esta película sea el efecto que muchos llaman Hitchcock que consiste en realizar un dolly back junto con un zoom in para crear perspectivas forzadas. Aunque para lograr este efecto se necesita obviamente de la ayuda del fotógrafo, también el diseñador de producción tiene que recrear los espacios para que este tipo de tomas se puedan llevar a cabo de forma correcta.



Este boceto nos muestra la idea que tiene Hitchcock en sus películas. La mancha amarilla representa lo que se realizará como forillo, un escenario falso

Imagen extraída del libro "Diseño de Producción y dirección artística: Cine", de Peter Ettetdgi P. 15

KUBRICKY BARRY LYNDON

Diseño de producción: Maurice Carter, Lionel Couch y Patrick Mc Loughlin.

Ganadora del Oscar a mejor dirección artística.

Kubrick es sin duda uno de los más grandes innovadores dentro de la cinematografía; manejó distintos géneros siempre aportando nuevas formas de narrar, producir y ver el cine; en esta película nos da una gran lección acerca de la capacidad de la fotografía y dirección artística para hacer una obra memorable.

Para empezar, Barry Lyndon fue filmada únicamente con luz natural, suena increíble ¿no?, pero así quiso que fuera filmada, argumentando que las películas de época no representaban visualmente cómo eran los lugares en épocas donde no existía luz eléctrica, se trata, pues, de darle más realismo a la película, ofreciendo visualmente posibilidades sumamente interesantes y hasta entonces imposible de lograr.

Como se sabe, la luz es la materia prima del cine, entonces ¿Cómo lograr que la cámara captara perfectamente lo que ocurría en el set sin utilizar los grandes reflectores de estudios?

Para esto, Kubrick sólo conocía una respuesta: construir un lente que fuera sumamente luminoso, con grandes aberturas de diafragma que pudiera captar luces tenues como las de las velas; tuvo que adaptar un lente que más tarde fue utilizado por la NASA (f 0,7 Zeiss), el más rápido que existe, las habitaciones se iluminaron desde el exterior para obtener la mayor cantidad de luz natural posible.

Del Plató,
estética y detalles

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

La obsesión de Kubrick por obtener resultados realistas representó un gran reto para el diseño de producción de esta película, ya que tuvieron que buscar en todos los libros de arte las reproducciones correspondientes al siglo XVIII, haciendo que cada escena de esta película sea como una pintura filmada; este efecto es logrado, además por el uso de un lente que hacía ver a los personajes planos, inmersos dentro del cuadro.

Esta película es quizá lo más parecido que se tiene en el cine con la pintura y retoma la definición dada al padre del diseño de Producción, William Cameron Menzies, por literalmente pintar cada cuadro de la película.



El objetivo de Kubrick al utilizar este lente especial es que la profundidad de campo ayudara a que percibiéramos las imágenes en dos dimensiones, tal como se verían en una pintura



Al no utilizar más que la iluminación de velas, que era la usada en la época donde sucede la historia, el efecto que logra Kubrick es ese sutil realismo, clave de cualquier buen diseño de producción.

LA GRAN SUPERESTRELLA DEL ROCK, JESUCRISTO

Dirección de Arte: John Clark Diseño de Producción: Richard MacDonald

EXT. DESIERTO DE ISRAEL, DÍA

Un grupo de actores descienden de una camioneta hippie y comienzan a montar el escenario de una obra musical. De la camioneta desciende el personaje principal: Jesucristo.

Esta película, basada en el musical de Andrew Loid Weber, es perfecta para describir una de las premisas del Diseño de Producción: la ambientación de una película no tiene porqué ser siempre realista; esto va a depender de la metáfora del film, del género y, por supuesto de la visión del director de arte, fotógrafo y director.

Del Plató,
estética y detalles

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

Quizá, gran parte del encanto del diseño de producción de esta película sea su origen; viniendo del teatro, era de esperarse el tipo de producción que se haría, escenarios más que cinematográficos, teatrales, incluso minimalistas (el templo de los judíos); el vestuario es una mezcla de la época en la cual se realizó la película (1970) con la tradición teatral de Broadway y accesorios de la época en la que se sitúa la película.

Esta película no trata de representar fielmente la vida de Jesús en sus últimos momentos de vida, ni de la importancia de Judas dentro de la Biblia; sino que es una obra que nos introduce a lo que pudieron ser los últimos momentos de Jesús, nos da el punto de vista del autor acerca de lo que pudo sentir y del error de poner a Judas en el papel de malo. No es una película que intente ser épica o biográfica, es una interpretación de un personaje. Esta clave está en el Diseño de producción, al no tratar de representar este acontecimiento con los elementos que se acercan fielmente a la historia bíblica que todos conocemos.

En conclusión, el diseñador de producción es pieza clave dentro de la realización de material audiovisual, puesto que es el encargado de dar vida a cada cuadro por medio de colores, texturas, objetos, vestuario,

etc., lo cual lo convierte en el intérprete de las sensaciones que tanto el guionista como el director desean en su película. ¿En qué se parece todo esto a la labor del diseñador gráfico? en que el diseñador gráfico ayuda a plasmar sobre un espacio físico las ideas y necesidades del cliente por medio de los mismos elementos que el diseñador de producción.



Dentro de un estilo ecléctico, esta cinta es el perfecto equilibrio entre lo real y lo atemporal, dejando en claro su premisa: "no les estamos contando lo que en realidad pasó, es sólo un montaje"



Del Plató,
su estética y detalles

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

2.3 CREANDO CUADROS EN MÉXICO

Entonces ¿Por qué realizar un análisis del diseño de producción en el cine filmado en la capital mexicana? Porque, quizá, el cine es el mejor reflejo de las múltiples transformaciones que ha sufrido la Ciudad de México a lo largo de su historia. Nos muestra el pasado, presente y futuro de una ciudad cambiante desde el punto de vista de sus autores, quienes viven cierta realidad y la transmiten al público. Más allá de ser un documento histórico, los filmes se convierten en un documento etnográfico y sociológico de nuestra ciudad, ayudándonos a entender nuestro presente, aprender del pasado y visualizar el futuro; construyendo la ficción.

Con respecto a los espacios cinematográficos en la Ciudad de México se han hecho algunos proyectos dedicados a valorar a la Ciudad de México como un lugar donde el cine ha dejado huella. Se tiene el proyecto "Aquí se filmó", cuya dinámica consiste en llevar las películas a las locaciones donde fueron filmadas. Además, libros como "Una ciudad inventada por el cine" de Hugo Lara Chávez y "La Ciudad de México que el cine nos dejó" de Carlos Martínez Assad son ejemplos de que hay personas

interesadas en difundir al cine filmado en la Ciudad de México como un documento cultural que muestra a la ciudad tal y cómo es.

Si bien, los libros y el festival "Aquí se filmó" son excelentes materiales para la difusión del patrimonio cultural ciudadano, otra forma de hacer este análisis es el medio de donde proviene toda esta información: el medio audiovisual. Una imagen dice más que mil palabras y si la imagen se acompaña de una propuesta audiovisual interesante, el resultado de este análisis se vuelve más enriquecedor.

Hacer un análisis cultural de las películas filmadas en México acompañado de una narración didáctica, además, acompañarlo de la tecnología, un buen diseño de producción y excelente fotografía hacen de este proyecto algo distinto y único en su tipo.

En cuanto al diseño de producción en México, no hay nada concreto escrito, no existe un estudio a profundidad acerca del valor de esta especialidad dentro del cine. En las escuelas de cine no se profundiza tanto en la dirección artística. El diseño de producción es más bien una actividad que se aprende sobre la marcha, un oficio del cuál pocas personas en México entienden el valor.

Es por esto que para entender cómo funciona la dirección de arte en México, recurriremos a entrevistas con algunos diseñadores de producción mexicanos, quienes nos darán un panorama más amplio de cómo funciona el cine y todo el proceso de creación al cuál recurren para realizar sus trabajos.

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

2.3.1 EL PAPEL DEL DISEÑADOR DE PRODUCCIÓN EN EL CINE MEXICANO

SANDRA CABRIADA

Egresada de Artes Visuales de la ENAP

FILMOGRAFÍA

El Atentado

La última y nos vamos

Amor, dolor y viceversa

El viaje de la Nonna

Así del Precipicio

Rebeca a esas alturas

Paradas Continuas

Dos Abrazos

El Carnaval de Sodoma

Nicotina

Cuando te hablen de amor

Voces Inocentes

El Tigre de Santa Julia

La Mexicana

"Leer, conocer el guión, tener la visión del director y de los personajes, de donde vienen, esto es básico para poder desarrollar donde viven, cuál es su entorno, que es lo que usan (para *utilería*).

No existe una carrera para diseño de arte en México, las carreras que están más cercanas son las artes visuales, arquitectura y diseño gráfico,

aunque hay mucha gente que no estudió nada; es un oficio que se va haciendo, mientras más trabajos y con más gente tienes una visión más amplia de cómo llevar el diseño de arte.

El director de arte se encarga de toda la estética de la película.

La paleta de colores es importante para una película porque te da estados de ánimo, temperatura⁴. Cuando haces una paleta de color, tienes que hablar tanto con el director como con el fotógrafo, hay que recordar que el cine es trabajo en equipo. Actualmente, con la corrección de color puede resultar un producto totalmente distinto al que visualizaste.

A mí me gusta todo lo que se ve *texturado* por el paso del tiempo, hay mucha gente que les cuesta más trabajo lo *texturado*. Cada proyecto es distinto, siempre hay que inventarse algún tipo de efecto, hay muchas técnicas para realizarlas pero todo depende de quién lo haga. Hemos llegado a locaciones con muros de cal y no han tenido pintura vinílica, simplemente con echarles agua empieza a

salir la textura de atrás; en "Carnaval de Sodoma", en uno de los muros encalados se le echó agua y salieron manchas con colores rarísimos. Cada proyecto y cada locación tienen distintos requerimientos. Una textura la puedes ver y decir que eso está pintado y puede ser que haya sido generado, hay texturas reales e increíbles.

A partir de que creas un oficio, buscas en libros, obras de arte, etc; cuando haces una carpeta donde me baso en referencias de pinturas, instalaciones, fotos, buscar en libros y recabar información de muchas partes. El primer paso de una visualización de una película consiste en

4. "El problema no es ni será resuelto nunca por un catálogo fijo de símbolos de color, sino que la inteligibilidad emocional y la función del color surgirán del orden natural en que se establezcan las imágenes de color de la obra, de acuerdo con el proceso de delinear el movimiento vivo de la obra completa" Serguey M. Eisenstein, El sentido del cine (cita encontrada en el libro "El diseño en el cine, proyectos de dirección artística" de Héctor Zavala, P. 18)

La intención de los colores dentro del cine depende de las acciones que se vayan realizando en la trama, es decir, no cumple con el significado estricto de la psicología de color. En este caso, tiene que ver más con la relación entre el significado cultural de cada color y el bagaje cultural del espectador, volviéndose un tema subjetivo. Los tonos rojizos pueden ser tan violentos o tan pasionales dependiendo en el contexto en el que estén, no da la misma intención un sillón rojo que una pared roja deslavada. Además, debemos tener en cuenta cómo los colores juegan con la iluminación, por ejemplo los colores oscuros se vuelven pardos si son iluminados con luz cálida o de algún otro tono, mientras que los colores claros se pueden "pintar" con luz de una forma más sencilla. Ésta es la clave de las luces y las sombras que podemos generar dentro de una escena.

Así mismo, el color es utilizado tanto para caracterizar una película (como la Ciudad de los niños perdidos, cuya gama tonal son los rojizos y colores terrosos) o para identificar un personaje (como en Grandes Esperanzas, donde la protagonista aparece siempre de verde).

Si queremos crear una predominante de color, es necesario jugar con los matices, el tinte y la modulación de nuestra paleta de colores; si lo que queremos es contrastar, debemos de tomar en cuenta las armonías de color, complementarias divididas y las armonías tricromáticas.

Por último, siempre nos será de gran ayuda tener un color tónico, el cuál es el que resalta sobre los demás, nuestro punto de atención; un color dominante, que será siempre el que el espectador perciba con mayor facilidad y un color medio, que será el mediador entre los dos anteriores.

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

tener sensaciones de esa película, teniendo estudiada la pintura y libros de fotos. Estudios de época, por ejemplo, requieren de investigación de todas las características de la época, las transiciones entre los vestuarios, inventos de la época, etc.

Hay actores que se meten mucho en sus personajes, que dan sus opiniones acerca de lo que creen que necesitan los personajes, enriqueciendo el trabajo. Por ejemplo, en la película de Ripstein "Las Razones del Corazón", el personaje de Nicolás que era un músico cubano que tenía 6 meses en México, el actor Bladimir ... es cubano finalmente, y nos decía que podría tener un pequeño altar que se podría haber traído de Cuba, o bien algo de poesía, o algunos carteles metidos en tres libros que se pudo haber traído; de esta forma los actores te ayudan a construir el entorno donde viven los personajes.

Con respecto al guión, hay distintos tipos de guionistas, que se involucran en la filmación o bien que dan total libertad a la producción. Depende del guión, hay guiones que hasta describen los olores, a mí me gustan ese tipo de guiones, que te van diciendo cómo es el entorno, te puedes imaginar más el personaje, de forma más compleja; finalmente es la visión del director y de todos sus colaboradores, a final de cuentas el cine es un trabajo en equipo. Todos los detalles son importantes, todo te habla de algo del personaje, te da una visión.

En la comunicación con producción se ven presupuesto y logística. Te limitan y no, finalmente es un consenso, por ejemplo, esta locación le funciona a producción porque cuesta tanto, porque caben todos los transportes, porque hay donde meter la alimentación, etc.

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

Una película no se tiene que pensar en producción, sino pensar en la película; siempre hay que negociar. Hay proyectos en los que te dicen la película se tiene que ajustar a tal o cual dimensión de película, y es ahí donde el departamento de arte se tiene que adaptar, aunque haya una locación ideal, hay veces que no se puede realizar así, por cuestiones de logística. Producción y arte es una liga de negociación todo el tiempo, sin sacrificar técnica con cuestiones de logística.

Las locaciones dentro del departamento de arte son muy importantes y a veces se tratan muy aparte. Trabajar en foro da más libertades para trabajar con la cámara; sin embargo, dentro de las locaciones puedes también inventar espacios. Puede ser que encuentres una locación ideal para el proyecto pero que esté muy pequeña, es entonces cuando ésta locación se lleva a foro, con sus modificaciones y adaptaciones. Gerente de locaciones y dirección de arte deben trabajar conjuntamente.

Es más divertido filmar en foro, porque empiezas de cero e inventar el espacio. En México, últimamente se han hecho varias películas en foro, pero por cuestiones de presupuesto, se hacen más en locación. Construir con materiales y toda la nómina de trabajadores y hacerlo todo de cero es más caro.

2 Nace una idea,
el proceso de
generación



“El Carnaval de Sodoma” (fotografía de Dante Busquets)

“Hemos llegado a locaciones con muros de cal y no han tenido pintura vinílica, simplemente con echarles agua empieza a salir la textura de atrás; en “Carnaval de Sodoma”, en uno de los muros encalados se le echó agua y salieron manchas con colores rarísimos. Cada proyecto y cada locación tienen distintos requerimientos.”



“El Atentado (fotograma)”

“Estudios de época, por ejemplo, requieren de investigación de todas las características de la época, las transiciones entre los vestuarios, inventos de la época, etc.”

Del Plató,
estética y detalles

Un gran reto en el trabajo en foro es que no se vea el cartón, es decir, que no se vea falso; debe de tener muy buenos acabados y buena iluminación. La planeación de iluminación entre arte y foto es básica.

De 10 años a la fecha, la dirección de arte ha tomado más importancia en México, debido a la gran cantidad de producción de películas y que visualmente tanto con foto como con una propuesta estética del director y arte le han dado la importancia al resurgimiento del cine.

Y es aquí cuando entra la discusión: ¿Qué es lo más importante, la narrativa o la estética? Hay proyectos donde la estética es la guía, pero finalmente, si la historia te lleva y te interesa. A veces el arte más bonito e interesante es el que no te das cuenta que existe dirección de arte, donde el entorno nunca te distrajo ni te molestó. Si una película se le valora por un solo elemento de producción, no se le puede catalogar como buena película; en cambio si se valora por todos sus elementos, es cuando se nota el efecto del trabajo en equipo.

Del trabajo con directores he aprendido mucho, con Ripstein me entiendo mucho, es cuestión de oficio y experiencia, de estar varias película con él, además sus guiones me encantan; se aprende mucho con este tipo de directores. Jorge Fons es un encanto de persona, como director sabe lo que quiere. Ripstein ha encontrado de hacer películas con poco presupuesto: hacerlas en video digital, lo cual representa también un reto

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

para dirección de arte. En video, todo se empalma, los azules y los rojos son muy chillones; para traducir el color a blanco y negro, es necesario un gran trabajo de dirección de arte, hay que traducir cada color a blanco y negro, es buena idea imprimir los colores con su equivalente a grises. Debes por esto tomar en cuenta cómo es concebida la película.”

ALEJANDRO GARCÍA

Estudió Comunicación Gráfica en la ENAP.

FILMOGRAFÍA:

5 días sin Nora
Somos lo que hay

Más que nada en el mundo
Los Minondo (serie TV)

“Entré al cine de forma circunstancial. Durante la huelga de la UNAM del 99, unos amigos me llamaron para hacer la dirección de arte de un cortometraje, y de ahí me fui involucrando cada vez más con el Centro de Capacitación Cinematográfica en varios proyectos. Todo esto empezó dos años antes de salir de la carrera. Primero se lee el guión, subrayar los puntos que te llamen la atención de objetos, lugares y fechas, a fin de cuentas, el guión es como una guía técnica. A partir de eso, te involucras tanto en la historia como en la psicología de los personajes y empiezas a meter tu visión, imaginando lugares, situaciones, cómo serían los personajes, de ahí se empieza a bocetar y a buscar visuales, colores, texturas fondos. Casi siempre hay un punto en el guión que te llama más la atención y eso se puede usar como un núcleo para separar situaciones.

Entre la parte creativa y organizacional involucras mucha gente, por ejemplo, tu coordinador de arte, que básicamente maneja de forma práctica el presupuesto y tiene acceso con los proveedores, con la gente, con los números, contacto directo con la producción, etc. Él se vuelve tu mano derecha.

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

En los *scoutings*, tienes que tomar en cuenta cuánto tiempo te va a llevar construir o hacer o modificar una locación, cuánto más o menos te puedes gastar en un *set*. Tienes que saber hasta qué punto es factible modificar un *set*. Trabajar en foro es increíble porque generas el espacio completamente de cero, tienes que hacer que parezca real. Las locaciones siempre necesitan modificarse, casi siempre hay que meterles manos, cambiar color de paredes, texturas, muebles. El diseño de la historia te exige estos espacios.

En México, cada vez se valora más la labor del director de arte. Casi siempre llamaban a un escenógrafo, quien te resolvía algunos problemas. Ahora lo que pasa es que te vuelves cada vez más partícipe, incluso en encontrar locaciones, encuadres, tiros de cámara o proponer lugares.

En “Somos lo que hay”, la locación original era muy pequeña, por lo cuál se prefirió construirla en foro más la comodidad de estar en el foro.

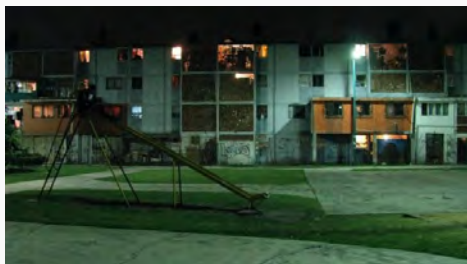
En Amores Perros, tratan de representar una parte de la vida cotidiana de México, pero también a través de resaltar o dramatizar ciertas

escenas. Nosotros tomamos cuestiones históricas como referente para recrear las circunstancias, tienes que saber la situación común de alguna época.

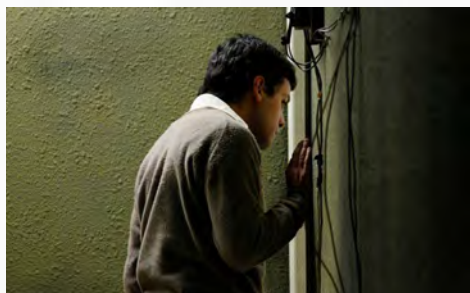
Mucho es experiencia, saber cómo resolver cosas rápido y con distintos materiales. Después cada proyecto te va exigiendo que te adentes en temas específicos. En uno puedes investigar de arquitectura, en otro de texturas, deportes, etc. Y terminas absorbiendo muchísima información, hasta aspectos que no te imaginabas. Cada proyecto tienes que ponerte a hacer una investigación visual y vas haciendo muchas conjeturas, para no caer en errores o incongruencias.



“Somos lo que hay”, scouting



“Somos lo que hay”, scouting



“Somos lo que hay”, Locación

Del Plató,
su estética y detalles

2 Nace una idea, el proceso de generación



Los Minondo
“Después, cada proyecto te va exigiendo que te adentes en temas específicos. En uno puedes investigar de arquitectura, en otro de texturas, deportes, etc. Y terminas absorbiendo muchísima información, hasta aspectos que no te imaginabas”

En “Somos lo que hay” , propuse cosas para facilitarles la filmación; debido a que tanto para el director como el fotógrafo ésta era su ópera prima. Con el fotógrafo, algunos lugares se le hacían difíciles de fotografiar y convencerlo de que el foro era lo mejor y que los decorados que se pueden aminorar o achicar, etc.

El presupuesto nunca alcanza; hay locaciones a las que les tienes que poner mil pesos y otras que terminas poniendo cosas de tu bodega. Siempre hay que canalizar recursos.

Dando vuelta por el foro de “Los Minondo”, en los Estudios Churubusco.

Siempre recurras a los bazares para buscar cosas.

En cortometrajes, me tocaba meterme a la labor de pintura.

Muebles de anticuarios: Los muebles prestados son un problema, sobre todo los de época.

Mientras más involucrado estas en el proyecto, puedes proponer más formas de iluminar un set⁵. El conocimiento de la luz y de fotografía es importante.

El armado de un set es en cuestión de días.

Exteriores e interiores. Tienen que machar la fachada con los interiores.

Producción tiene una propuesta de plan de trabajo y tú les tienes que proponer la forma más fácil de filmar de acuerdo con los tiempos de construcción.”

5) La iluminación en el cine es útil para que la cámara pueda registrar todos los detalles de la toma y a su vez tiene un valor expresivo, que ayuda a darle a la escena la intensidad deseada.

Técnicamente, una buena iluminación se basa en: Luz principal o clave, es decir luz general y Luz de relleno, una luz más suave que sirve para acentuar detalles.

Hay que cuidar también el tipo de luz que queremos usar en las escenas. El tipo de luz, ya sea fría o cálida será siempre clave para el diseño de producción, ya que cada elemento cambiará su tono natural de acuerdo con estas luces; una luz alta hará que se vean más los detalles del decorado, por lo cual se tendrá que trabajar en ello. Si se va a filmar en exteriores, debemos tener en cuenta que la luz cambia tanto de color como de posición a lo largo del día.

Hay muchos elementos en el diseño de producción que nos van a ayudar a darle profundidad a la imagen por medio de la iluminación: Ventanas, columnas, plantas, etc. También hay elementos dentro de nuestro diseño que pueden funcionar como fuentes de iluminación, tal es el caso de lámparas, ventanas, domos, etc.

Además, se recomienda realizar pruebas de luz con todos los elementos del diseño de producción (muestras de telas, props, etc) utilizando la iluminación que el fotógrafo vaya a usar; esto nos servirá para tener la gama exacta de colores que queremos.

“Las fuentes de luz a cuadro las provee arte; las fuera de cuadro, fotografía, ambos en común acuerdo y en función de un plan detallado y compartido” Héctor Zavala, director de arte (cita encontrada en el libro “ El diseño en el cine, proyectos de dirección artística” de Héctor Zavala, P. 29)

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

2.3.2 PELÍCULAS SITUADAS EN LA CIUDAD DE MÉXICO QUE HAN SIDO RELEVANTES POR SU DISEÑO.

La Ciudad de México ha sido escenario de distintas películas, que varían en género y nivel de producción. A final de cuentas, para todas ellas, ésta ciudad se convierte en testigo y pretexto para contar historias que se quedan grabadas en el imaginario colectivo.

Durante la época denominada como los “alegres 20’s”, el cine nacional se caracterizaba por tener argumentos nacionalistas, retratando la realidad urbana de la sociedad. Sin embargo, esta visión de realidad

que tanto de los guionistas y directores fue creando una visión idílica del mexicano, ayudando en gran parte a crear el estereotipo que por todo el mundo es conocido.

Diez años después, el cine empezó a crear rivalidades entre el entorno urbano y el rural, tomando siempre a la visión rural como idílica, creando personajes entrañables por su nobleza y odiados por su maldad; creando con María Candelaria la idea del indigenismo cosmopolita.



María Candelaria.

El más claro ejemplo del Indigenismo Cosmopolita



Víctimas del pecado

Entre bailes y amores, el cine de rumberas alcanzó su máximo esplendor.

En los años cuarentas, con el milagro mexicano, se incrementa la calidad de vida y comienza la industrialización de México, por lo cual se da una visión cosmopolita de la ciudad. Las historias se centraban en los habitantes de la ciudad, ya sea de forma trágica o cómica. Es en estos años también cuando comienza el "boom" del género de cabaret.

Es en esta época cuando la Ciudad de México se vuelve el centro de la cinematografía nacional. Debido a los presupuestos, muchas de las películas retomaban elementos de otras para crear sus propios ambientes. En los Estudios Churubusco se construyen la gran mayoría de los sets utilizados en las películas. Los exteriores y lugares clave como salones de baile son tomados de la misma

Del Plató,
suecstíticaydetalles

2 Nace una idea, el proceso de generación

ciudad, quedando su recuerdo en la mente de todas las personas que aún disfrutamos viendo esas historias que el día de hoy podrían parecer ingenuas. Pero la ciudad no ha permanecido estática, hay una gran diferencia entre la dirección de arte de Santa (Fernando de Puentes) que de Santa Sangre (Alejandro Jodorowsky), que, en cierto modo nos muestran cierto sector de la sociedad en distintos tiempos de la misma.

El cine depende en gran parte de sus personajes, y es con base en ellos con lo que se realiza el diseño de producción de las películas, es por esto



Nosotros los Pobres

El retrato de la realidad, quizá como querían que la viéramos: los pobres que viven en vecindades alegres, sin importar sus carencias y que logran, a pesar de todo el sufrimiento, triunfar ante el mal.

que analizaremos brevemente la evolución psicológica y social de los personajes y su entorno.

Como primer dato, podemos decir que el cine filmado en la Ciudad de México ha estado siempre ligado a la vivienda, y de la importancia que tiene ir conquistando espacios dentro de ella; siendo las vecindades las grandes protagonistas de las historias capitalinas.

Películas como "Nosotros los Pobres" de Ismael Rodríguez son claro ejemplo de la idealización de los personajes que viven en condiciones humildes. Estas características de personajes se imitaron durante toda la época del cine de oro, tanto en situaciones cómicas como trágicas, viniendo el declive durante los ochentas, donde los personajes se convirtieron en vulgares estereotipos de gente de vecindad, siendo la película mejor lograda durante esta época "Lagunilla, mi Barrio".

Pero, ¿De qué nos sirve saber la historia de las familias y la vivienda para el diseño de producción? Ningún personaje es ajeno a su entorno, es por esto que ha que conocer las circunstancias tanto en las que se fueron dando las películas como las circunstancias particulares de cada protagonista, para que se convierta en un personaje real. Para ejemplificar esto, tomaremos como ejemplo una cinta realizada en el Distrito Federal, que poco tiene que ver con el realismo que nos enfrentaremos al analizar "Los Olvidados".

LA DESCRIPCIÓN DE LO INDESCRIPCIÓN: SANTA SANGRE

Hablar del cine de Alejandro Jodorowsky es complejo; fundador del movimiento pánico durante los años sesentas, las películas de este autor se colocaron con rapidez en las filas del cine de culto,

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

causando gran revuelo por su complejo lenguaje lleno de símbolos y metáforas siempre mostrando características del ser humano.

Su filmografía se caracteriza por utilizar múltiples imágenes oníricas, explorando los pensamientos humanos para invitarnos a reflexionar acerca de la sociedad corrompida y cómo la misma familia puede contribuir a la destrucción del humano.

Dos décadas después de su primer película (Fando y Lis), regresa al mundo cinematográfico con "Santa Sangre", alejada ya de la vanguardia de sus predecesoras, pero con la misma dosis de ternura, locura, violencia y una inquietante historia.

Tomando como principal locación la Merced, en el corazón de la Ciudad de México, Santa Sangre explora a través del mundo circense la vida de un niño que queda traumatado al presenciar el suicidio de su padre, sumergiéndose en la locura que lo lleva a cometer diversos asesinatos, dominados por la influencia del recuerdo de su madre. Alma, su compañera durante la estancia en el circo será su salvadora.



Santa Sangre

Desde el escenario más simple: una habitación vacía con un tronco de árbol, hasta sets que requieren de efectos especiales y locaciones sacadas de contexto.



En esta película nos podemos reconocer en ésta ciudad, no de la manera clásica, sino reconocernos como humanos dentro de un ambiente irreal, gracias al diseño de producción.

Quizá una de las razones es su ambiente saturado de múltiples elementos que combinan las esperanzas y los sueños del hombre con sus más grandes miedos y perdiciones. La zona, cuya característica principal es el desorden y la decadencia, es el perfecto escenario para una historia donde todos los objetos representan lo que se denomina "realismo mágico". Dichos elementos representan los dos ejes temáticos de la película: la fe y el circo; de estos elementos parte un complejo uso de simbolismos, que van desde los nombres de los protagonistas (por ejemplo Fénix haciendo alusión a un tatuaje que tanto el papá como el hijo llevan en el pecho y Alma, quien será su redentora)

Sin duda, esta película representa retos complejos en cuanto al trabajo de dirección de arte, ya que cada prop, escenario, vestuario y demás elementos deben estar acordes con la psicología del personaje.

Del Plató,
su estética y detalles

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

El encargado de llevar a cabo esta titánica labor fue Alejandro Luna, escenógrafo principalmente de teatro.

Para él, una escenografía que no interactúa con los actores, no es escenografía; es por esta razón que vemos todos los escenarios con elementos que nos remiten a las características emocionales de los personajes, su entorno y la forma en la que viven.

En esta cinta vemos reflejada la capital mexicana no tanto en sus elementos realistas, sino en el simbolismo que se emplea en cada cuadro para contar una historia bizarra pero a la vez llena de amor, sello del cine de Jodorowsky.



2.4 METODOLOGÍA EMPLEADA EN LA REALIZACIÓN DE DISEÑO DE PRODUCCIÓN.

El diseño de producción como todo trabajo de diseño requiere de una metodología muy específica y detallada. No solo se trata de crear la identidad visual de una película, se trata de hacer un desglose de cada cuadro que aparece en el filme, por lo cual se necesita ser sumamente detallista y creativo, ya que el trabajo fundamental del director de arte es interpretar el guión y darle al director los elementos necesarios para su producción.

Aunque gran parte de la teoría del diseño de producción se va adquiriendo con práctica, este es un desglose de los principales pasos que sigue un diseñador de producción.

LECTURA DE GUIÓN

En este proceso, el diseñador de producción tiene que hacer una lectura del guión, tomándolo como obra literaria, poniendo atención en los detalles pero sin hacer una selección o desglose de tomas; esto es, centrándose en la historia plasmada en el papel. Una vez que se haga esta primer lectura, se debe sacar la metáfora de la película; esto es, el mensaje que transmite lo escrito al diseñador de producción, sin la influencia del director o guionista. Esto le servirá para determinar el tipo de ambientación, colores, texturas y objetos que pueden ayudar al director a transmitir la idea principal de la película.

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

DESGLOSE DE SETS (PRELIMINARES)

El siguiente paso es hacer un desglose detallado de todos los sets. En este punto es importante no recurrir a software que ofrecen hacer desgloses inmediatos y a los cuáles los directores recurren mucho para algunos aspectos de producción; esto se recomienda porque no se puede realizar un proceso artístico automatizado. La computadora no se da cuenta de muchos detalles que el diseñador sí nota, provocando errores en el momento de la producción.

Es en este punto cuando el diseñador de producción debe empezar a imaginar cómo debe ser cada *set*, qué tipo de *utilería* y *Props* se necesitan y cuál será la estética de la película. Se puede recurrir a revistas, obras de arte, películas y todo material visual que nos ayude a transmitir la metáfora.

REUNIÓN CON LAS CABEZAS DEL PROYECTO

Una película siempre es un trabajo de equipo, por lo cual todos deben permanecer comunicados. El Diseñador de Producción debe presentar, a grosso modo, su propuesta estética de la película y debatir con las cabezas del proyecto (productor, director y fotógrafo) su punto

de vista acerca de la película para así poder llegar a un punto común e ir todos al parejo.

SCOUTING

Teniendo el desglose de todas las posibles locaciones, se debe hacer el scouting o la búsqueda de locaciones. Este primer acercamiento a los lugares donde sucederá la cinta es muy importante porque de aquí se empezarán a tomar decisiones muy importantes como: qué se filmará en set y qué en locaciones, retomar algunos elementos existentes en las locaciones para los sets, factibilidad de filmar en determinadas locaciones, etc. En este proceso es muy importante tomar fotografías del lugar y medidas de las locaciones; esto permitirá darnos una idea del espacio con el que contamos. También es importante prestar atención a las observaciones tanto del fotógrafo como del director, ya que nos empezarán a dar pistas de qué tipo de planos van a utilizar y qué elementos dentro de la historia son los más importantes para el director.

BOCETAJE DE ELEMENTOS

Habiendo determinado los mejores escenarios para el rodaje de la película, el diseñador de producción comienza la etapa laboriosa del arte del filme: el bocetaje. Tomando en cuenta los elementos que ya se tenían en el desglose de sets y haciendo un research de elementos históricos, culturales y sociales que ayuden con la estética de la película, el diseñador plasma en papel los encuadres utilizados para cada set. Primero se realiza un boceto a lápiz, que

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

se va afinando junto con el director y el fotógrafo, posteriormente se realizan pruebas a color.

Una vez teniendo bocetado nuestro set, viene el desglose detallado de todos los objetos que estarán en nuestra escena: props, utilería, vestuario, etc.

PRESUPUESTO DE CADA SET

Teniendo todos los objetos que entran dentro de cada escena, empieza la parte compleja del proceso: los números. Debemos incluir los costos de todos los materiales que se utilizarán para cada set y cada objeto que se utilizará, además de incluir los honorarios de las personas que trabajarán en cada uno de ellos. Se debe contemplar cuantas veces se utilizarán los objetos, cuántos son necesarios para que no haya sorpresas durante el rodaje, qué cosas son más propensas a romperse, etc.

DESGLOSE DE DEPARTAMENTOS

Es muy importante tomar en cuenta qué personas vamos a necesitar para la manufactura de todos los elementos; por lo regular, el equipo

de arte se conforma de los siguientes departamentos, de los tres últimos generalmente se hace cargo el equipo de Producción:

Dibujante

Constructor

Ambientador

Utilero o Prop Master

Diseñador de Vestuario

Caracterización

Vehículos

Efectos Especiales

CUADRAR PRESUPUESTOS

Hablar de dinero y presupuestos en el cine mexicano resulta un tanto complicado, tomando en cuenta que la gran mayoría de películas no tienen el mismo presupuesto que las producciones de Hollywood; y, por lo regular el departamento de arte es el que sacrifica más sus gastos. Cuando el diseñador de producción presenta su presupuesto ante el productor y el director, debe tener en cuenta que posiblemente se eliminen sets o materiales de utilería con el fin de darle mayor presupuesto a las escenas o props que sean de vital importancia en la película; esta etapa también es la decisiva entre qué se va a filmar en foro y qué en locación; además de qué efectos se realizarán tradicionalmente y cuáles se realizarán de forma digital.

Del Plató,
sucstéticos y detalles

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

REALIZAR MODIFICACIONES A LOS SET

Una vez realizado este *checklist*, el diseñador de producción tiene que afinar los últimos detalles con base a las correcciones hechas y someterlas a aprobación del director, productor y fotógrafo, para poder empezar con la tarea difícil.

Como nota, cabe destacar que todos estos pasos se realizan antes del proceso de Pre-producción.

REALIZACIÓN DE SETS

Y llega el momento de la verdad, pasar del papel a la realidad todo lo planeado.

Esta es la etapa de mayor trabajo para el Diseñador de Producción, ya que tiene que supervisar que todo se lleve a cabo de la manera adecuada y en el menor tiempo posible.

En promedio, todo se comienza a hacer un mes antes de la filmación.

PRUEBAS DE VESTUARIOS Y PROPS

Dos semanas antes del inicio del rodaje, es recomendable hacer pruebas de cada elemento de la producción junto con el director y el fotógrafo, con el fin de saber si se cubren con todas las necesidades del proyecto, si hay que cambiar texturas o colores y sobre todo, para que el director y el fotógrafo puedan visualizar a detalle la estética del film. También es importante tener listo un panel de cada *set* principal, para revisar que los colores y las texturas sean las adecuadas y que no interfieran ni con el vestuario ni con los actores.

RODAJE

Si se realiza un buen diseño de producción, esta etapa es de contemplación para el diseñador de producción, ya que, aunque tiene que revisar que los sets de las escenas que serán filmadas en los días siguientes estén listas, durante las filmaciones solo se dedica a afinar detalles mínimos e incluso puede ayudar al director a centrarse en su película y ayudarle con cualquier cosa que se le puedan ir de las manos.

Estos pasos a seguir los podemos comparar y sintetizar con una de las metodologías del diseño gráfico, la de Bruno Munari, para después encontrar un proceso creativo concreto que ayude al diseñador de producción en su labor.

La metodología de Bruno Munari consiste en los siguientes pasos:

- 1- Problema
- 2- Definición del problema

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

- 3- Definición y reconocimiento de sub problemas
- 4- Recopilación de datos
- 5- Análisis de datos
- 6- Creatividad
- 7- Materiales - Tecnología
- 8- Experimentación
- 9- Modelos
- 10- Verificación
- 11- Dibujos constructivos
- 12- Solución

Habiendo revisado la metodología formal de Munari y teniendo en cuenta el proceso implícito del diseño de producción en el cine, podemos concentrar los puntos y realizar una nueva metodología.

1.- DEFINICIÓN DE PREMISA O METÁFORA DEL GUIÓN

En esta primera etapa se contemplará la lectura y análisis del guión para obtener la metáfora visual de la película.

2.-IDENTIFICAR LOS ELEMENTOS DE PRODUCCIÓN NECESARIOS

Se localizan dentro del guión todos los elementos visuales necesarios para el film. (Utilería, props, vestuario, sets, etc.)

3.- INVESTIGACIÓN

El diseñador de producción busca todas las referencias posibles de elementos gráficos que identifiquen a la película y que puedan ser retomados; aquí también es importante realizar una investigación del contexto en el cuál ocurrirá la película. En esta etapa es recomendable realizar un *scouting* en busca de las locaciones necesarias.

4.- ANÁLISIS DE DATOS

De toda la información obtenida y de las ideas generadas en la lectura del guión, el diseñador de producción debe presentar todos los elementos visuales que considere necesario al equipo creativo de trabajo: Director, fotógrafo y en algunos casos Productor.

5.- CREATIVIDAD

Se realizan bocetos de todos los elementos de producción necesarios, así como de las locaciones propuestas.

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

6.- DESGLOSE DE MATERIALES.

De acuerdo con los bocetos realizados, se hará un listado de materiales a utilizar, personal y presupuesto requerido por set.

7.- 1RA VERIFICACIÓN

Se verifican las propuestas visuales y los presupuestos con el equipo de producción, realizando correcciones, eliminando elementos que no influyan directamente en la trama, etc.

8.- REALIZACIÓN DE MODELOS

Se comienza con la producción de todos los elementos. Estos tienen que estar listos de preferencia 15 días antes del inicio de la producción.

9.- 2DA VERIFICACIÓN

Se realizan pruebas con todos los elementos de producción frente al director y al fotógrafo, para realizar los cambios adecuados teniendo

de una a dos semanas de tiempo antes del inicio.

10.- SOLUCIÓN

Inicio del rodaje.

Como conclusión podemos decir que el diseño de producción en el cine y en los medios audiovisuales en general requiere del seguimiento de una metodología para su realización; esto es porque en una película no podemos dar un paso en falso en pleno rodaje.

De la estética generada para el film depende gran parte de su éxito, al igual que el éxito de las empresas o productos dependen en gran parte de la imagen generada por el diseñador o publicista.

2.5 ELECCIÓN DEL CONTENIDO DEL PRIMER CAPÍTULO DE LA SERIE (PILOTO)

A lo largo de su historia, el cine mexicano se ha caracterizado por la utilización de temáticas que tienen que ver con la familia. Hasta 1950, existía un retrato de alguna forma idealizado del orden social en México.

“Los olvidados” se caracteriza por otorgar a la pobreza la complejidad que nunca antes se le había atribuido en el cine, en ambientes verosímiles. Éste es el motivo de su polémica y la razón por la cual merece atención el diseño de producción que hizo posible. La discreción de su concepción artística es el perfecto ejemplo de la premisa de la dirección de arte: funciona cuando no se percibe por separado, sino como un conjunto.

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

2.5.1 ¿POR QUÉ LOS OLVIDADOS?

Nombrada como Memoria del Mundo por la UNESCO, esta película tiene las siguientes rupturas con respecto a la forma y el contenido del cine mexicano.

Rompiendo arquetipos

En la época de oro, las películas cuyo escenario era la pobreza, tenían a personajes que lograban salir bien librados de éste estado. Estaba el héroe, un muchacho pobre pero noble y trabajador; una madre abnegada, que hace todo por lograr la estabilidad en su hogar; las protagonistas, mujeres castas y puras en espera de su hombre ideal; una mujer de cascos ligeros que se interpone entre la felicidad de los protagonistas y, por último, un villano sin escrúpulos, que al final siempre obtiene un castigo por sus actos.

En Los Olvidados, Buñuel no pretende imitar estos factores, más bien le interesa apegarse a la realidad que quizá no quería ser mostrada al mundo para no entorpecer el crecimiento de México. Y esta realidad

en cuanto al carácter de los personajes tiene mucho que ver con la ideología de Buñuel, arraigada desde sus trabajos con Salvador Dalí e influenciada por corrientes ideológicas como el surrealismo, marxismo, romanticismo, expresionismo alemán e incluso el pensamiento del Marqués de Sade es una constante en todos sus trabajos.

Criado en una familia católica, Buñuel rompe con su creencia de que el hombre es bueno por naturaleza al acercarse a textos como los de Sade, a quien le interesaba sacudir la masa de los nervios mediante la conmoción más violenta posible, como el mismo Buñuel cita "Sade te hace ver un mundo totalmente insospechado"⁶

En cuanto al surrealismo, corriente por la cual sin duda es reconocido a nivel mundial, Buñuel expresa lo siguiente "El surrealismo triunfó en lo accesorio y fracasó en lo esencial... ese deseo imperioso e irrealizable de transformar el mundo, de cambiar la vida."⁷ De inmediato, adoptó la moral surrealista, que tomaba como bandera la pasión y la mistificación de personajes y hechos.

Del romanticismo, toma la relación amor-horror-no estética y el desbordamiento de los sentimientos, que quiere decir esto, mostrar un objeto estéticamente bello no significa que sea bueno o que se apegue a la realidad, gran ejemplo de esta estética es Francisco de Goya. Todo esto queda plasmado en la dirección de arte de Los Olvidados. Esta expresión subjetiva de los sentimientos más profundos del hombre, es también influencia del expresionismo alemán, que busca protestar contra la estructura social, tocando

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

temas de profundidad psicológica y esencial, como el destino, así como una visión de la muerte y la familia destruida más allá del ideal para el nacimiento de un nuevo hombre.

Buñuel buscó durante su filmografía la liberación intelectual, atacando el espíritu, y no la forma física. Este ideal es tomado del marxismo; y nos muestra su afán por romper los estereotipos que de alguna manera estaban presentes en el cine mexicano, quizá como una forma de distraer a las masas para que no se dieran cuenta de la contracara que traía el progreso a México: la pobreza urbana.

Y, ¿Cómo lograr esto en una sociedad que estaba conforme con melodramas y comedias donde se exaltaba la pobreza como condición propicia para la virtud? Para realizar el guión, Buñuel recurrió a los periódicos, al tribunal de menores, leyó numerosos expedientes de la Clínica de la Conducta, institución psiquiátrica en México; con lo cual logró crear un argumento que se mantiene entre el documental y la ficción, necesaria para que el film fuera comercial.

6) Breve análisis de la película "Los Olvidados" de Luis Buñuel; Ma. Oswelia García. P. 19

7) Conversaciones con Buñuel : seguidas de 45 entrevistas con familiares, amigos y colaboradores del cineasta aragonés , Max Aub. P 114

La realidad de la ficción, la imagen proyectada

Para entender lo que significa visualmente *Los Olvidados*, es importante mencionar la labor de Gabriel Figueroa. Acostumbrado a trabajar en filmes que pretendían presentar los lugares y situaciones lo más bellas posibles, Figueroa se enfrentó a un realizador que tenía perfecto control de toda su película, y que sabía que no quería mostrar un bonito cuadro de la ciudad, más bien quería "los fondos más feos del mundo".

Para hablar de la estética de los olvidados, tenemos que hacer referencia a *Las Hurdes*, o *Tierra sin Pan*, documental que Buñuel realizó en España en 1933. Esta película se sitúa en un ambiente muy parecido al de *Los Olvidados*: ambientes grises, enfermizos, crudos. "Es *Las Hurdes* una queja, un lamento crudo, lacerante del pueblo español, aletargado por la incultura, sumido en el más espantoso de los abandonos"⁸ Además, esta película también fue censurada en España por la misma razón que en México *Los Olvidados*: proyectaba una imagen de miseria que dejaba mal parados a los gobiernos de los respectivos países.

Tanto en *Las Hurdes* como en *Los Olvidados* Buñuel trata de llegar a la deshumanización del arte, dejándonos ver a los seres humanos tal cual somos, seres que oscilan entre el bien y el mal de una sociedad que establece sus propias reglas del juego.

Buñuel no se quedó con la imagen creada en el cine mexicano, que proyectaba la idea de que la pobreza dignifica. Algunas veces acompañado del guionista Luis Alcoriza y en otras del escenógrafo

8) Artículo publicado en *Unión Tabaquera* no. 164 (agosto 1935)

9) El cine de Buñuel según Luis Buñuel, Filmografía y selección de textos de Luis Ballabriga Pina. P 74

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

Edward Fitzgerald, Buñuel dedicó seis meses para recorrer las ciudades perdidas para conocer a fondo el contexto en el cuál se estaba metiendo. Vestido con sus ropas más viejas, se dedicó a observar detenidamente la conducta de la gente que vivía en estos lugares, los escuchaba y hacía preguntas, llegó a entablar amistad con sus habitantes. "Algunas de las cosas que vi pasaron directamente a la película... Ignacio Palacios escribió que era inadmisibile que yo hubiera puesto tres camas de bronce en unas de las barracas de madera. Pero era cierto, yo había visto esas camas de bronce en una barraca de madera"⁹

Las fotos que Buñuel tomó demuestran grandes detalles que podemos ver en la película, como el ciego y toda su indumentaria de hombre orquesta.

El trabajo de Edward Fitzgerald en esta película lo hizo acreedor al Ariel en Dirección de Arte; elaboró interiores abarrotados de objetos que tanto él como Buñuel habían visto durante sus visitas a las ciudades perdidas; logró crear ambientes claustrofóbicos, que acentúan perfectamente la psique de los personajes. Con respecto a el vestuario,

Roberto Cobo, quien personifica al Jaibo menciona: la ropa nos la dieron ahí en la calle, solo que fumigada¹⁰ . Para vestir a los personajes en esta cinta, optaron por dejar atrás lo que las películas habían determinado como estereotipo de pobreza.

Los Olvidados es el reflejo del gran problema de vivienda que estaba padeciendo la Ciudad de México, debido a la migración de la gente de provincia a la capital mexicana y a la falta de espacios dignos para ellos, en contraposición con el crecimiento económico que el gobierno mexicano tanto presumía. Para acentuar este problema, las locaciones fueron escogidas estratégicamente en el centro del problema: la Plaza de la Romita, la Granja Correccional de Tlalpan, el terreno en construcción del Centro Médico y el antiguo poblado indígena de Nonoalco, hoy conocido como Tlatelolco. Los espacios interiores fueron recreados en los Estudios Tepeyac, donde actualmente es la Escuela Primaria Pascual Ortiz Rubio.

La zona de Nonoalco es un referente obligado si de hablar de pobreza en la Ciudad de México se trata. A mediados del siglo pasado, esta zona creció a la sombra de las vías del ferrocarril; en sus inmediaciones se instalaron comercios de todo tipo para atender a los ferrocarrileros y viajeros. Por esta misma razón, se empezó a llenar de migrantes que llegaban de los demás estados de la República a la Ciudad con la finalidad de obtener una mejor calidad de vida; estas personas improvisaban sus casas de cartón, tal y como se ve en Los Olvidados. Sin duda, se trata de una película que otorga a la pobreza complejidad sin ningún tabú, en ambientes totalmente verosímiles.

10) Breve análisis de la película "Los Olvidados" de Luis Buñuel; Ma. Oswelia García. Apéndice B4 entrevista a Roberto Cobo.

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

2.5.2 HISTORIA DEL DIRECTOR

Luis Buñuel ve por primera vez el mundo a principios del siglo XX, el 20 de febrero de 1900 en Calanda, España. Su educación siempre estuvo bajo el rigor católico, este hecho marcó la narrativa de Buñuel, quien decía que dentro de este rigor católico, la sexualidad y los instintos naturales formaban parte del sentimiento de culpa de todo adolescente. Como él mismo dice, su pueblo aún conservaba rastros del Medievo, las clases sociales estaban fuertemente marcadas y parecía que nada iba a cambiar, la gente estaba acostumbrada a su rutina, cualquier indicio de cambio marcaba molestia entre sus habitantes.

En 1908, Buñuel descubre el cine, que en ese entonces no era más que una atracción de feria. Sin embargo, es gracias a sus primeras visitas al cinematógrafo que monta unas pequeñas obras en su casa; colocaba una cortina blanca con luz atrás para generar una especie de teatro de sombras, que consistían, por ejemplo, en Buñuel cortando la cabeza de otra persona para sacar insectos u otros objetos que tenía preparados y, al final, coser la cabeza de esa persona.

En 1917, Buñuel parte a Madrid, donde siete años después obtiene el título en Filosofía y Letras. Además, mantenía un gran interés por las ciencias naturales, en especial por el estudio de los insectos, lo cual podemos notar a lo largo de su filmografía.

Buñuel comenta que durante su estancia en la universidad, se formó gran parte de su ideología. Teniendo como amigos a Federico García Lorca y a Salvador Dalí, el camino del futuro cineasta aragonés se abre camino entre el surrealismo y la poesía. En 1925 se muda a París, donde descubre su vocación de cineasta, al ver "Las tres luces" de Fritz Lang. En esta misma ciudad realiza sus primeras películas. Un Perro Andaluz, de 1928 es una colaboración entre Dalí y Buñuel basada en dos particulares sueños que tuvieron: el primero soñó una mano de la cual salían hormigas y el segundo un ojo atravesado por una navaja de afeitar. Dos años después de su controversial ópera prima, Buñuel realiza, ya en solitario La Edad de Oro, film controvertido sobre todo por atacar los principales dogmas de la Iglesia Católica. Esta película causó tal controversia, que la sala donde se exhibía fue incendiada por un grupo de conservadores.

En París, contrae matrimonio con la gimnasta Jeanne Rucar, con la cual vivió toda su vida. Una vez de regreso en España, en 1935 filma su documental titulado Las Hurdes o Tierra sin Pan, donde retrata con crudeza la vida de las Hurdes más pobres de España. Al estallar la Guerra Civil Española, decide viajar a París y después a Estados Unidos, donde intentó trabajar en Hollywood, sin embargo, la censura que prevalecía sobre su nombre era bastante fuerte; se trasladó a Nueva York, donde colaboró un tiempo en el MOMA, trabajando como conservador de películas.

2 Nace una idea, el proceso de generación

En 1947 se traslada a México, donde su cine comienza a tomar la forma que hoy conocemos. La primera película que realizó en nuestro país fue Gran Casino, protagonizada por Jorge Negrete, la cual no tuvo el éxito comercial esperado. A este tipo de películas las llegó a llamar "películas alimenticias". A pesar de este fracaso en taquilla, el productor de Buñuel, Óscar Dancigers confió el proyecto que sería su película más reconocida a nivel mundial. Aunque en un principio esta película resultó un fracaso en México, al recibir el premio a Mejor Dirección en el Festival de Cannes, fue reestrenada y logró cobrar la fuerza que se merecía. Películas como Subida al cielo (1951), Las aventuras de Robinson Crusoe (1952), Nazarín (1958) son solo algunas películas que lo consagraron en suelo mexicano.

En 1961 regresa a España con un argumento basado en una novela de Pérez Galdós, Viridiana, que logra acaparar la atención de la crítica europea, gracias al estilo provocador y único que Buñuel había logrado pulir en México. Esta película se hizo acreedora a la Palma de Oro en Cannes. En 1970 dirige Tristana, que al igual que Viridiana, está basado en la obra de Pérez Galdós.

En Francia realiza la última etapa de su carrera, analizando a la sociedad francesa con películas como *El Discreto Encanto de la Burguesía* (1972) (ganadora del Oscar como mejor película extranjera), *El fantasma de la libertad* (1974) y *Ese oscuro objeto del deseo* (1977).

En los ochentas, regresa a México, donde publica sus memorias escritas, tituladas *Mi último suspiro*. Fallece el 29 de julio de 1983; acompañado siempre de su mujer Jeanne, sus últimas palabras fueron dirigidas para ella "ahora sí que me muero". En alguna ocasión, se mencionó que sus cenizas serían depositadas en el Templo de Santo Domingo por iniciativa de un sacerdote amigo suyo. Si esta teoría es cierta, Buñuel nos daría su última ironía en la vida, ya que él siempre se dijo Ateo, gracias a Dios.

2.5.3 DATOS CURIOSOS DE LA CINTA.

Buñuel necesitaba hacer una cinta con la cual los productores retomaran la confianza en él. Y es precisamente a su productor el que se le ocurre la idea de hablar acerca de niños de la calle; quizá nunca se imaginó que este proyecto iba a culminar en la película mexicana más premiada y valorada a nivel mundial.

Durante su estancia en Hollywood, Buñuel estudió el Efecto Kulechov, el establece el modo de percepción y la lectura en la que una imagen queda condicionada por las que se han montado antes y después de ella. Esto explica el poder narrativo de la cinta, así como la realización de perfectos planos – secuencia.

11) *Los Olvidados*, de Luis Buñuel, Agustín Sanches Vidal, Fundación Televisa. P.34

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

En 1949, Luis Buñuel escribe una carta a José Rubia Barcia, donde se muestra entusiasmado por el proyecto que apenas se estaba sembrando: "El tema es delincuencia infantil ... los personajes son adolescentes del subproletariado del D.F. y el tratamiento, un compromiso entre el documental y la ficción, necesaria para que el film sea comercial."¹¹

Buñuel siempre tuvo grandes expectativas acerca de su película, confiaba en su equipo y en la historia que meticulosamente preparó, basada en las tres líneas que le gustaba manejar en su cine: vanguardia, documental e industrial; y, por supuesto, se dio el lujo de manejar elementos surrealistas para mostrar el futuro de los personajes e introducirnos en su psique.

Otro gran referente en *Los Olvidados* y, que se convertiría en característica primordial de la obra de Buñuel es la referencia inmediata al Marqués de Sade, (en esta cinta se cita particularmente a los 120 días en Sodoma).

Dentro de esta cinta podemos encontrar, en el ámbito narrativo,

referencias claras a Galdós y a Valle Inclán, además de tintes de los escritos juveniles de Buñuel; así como una clara alusión a su documental Las Hurdes. De algunos de estos escritos se derivan características de los personajes de Los Olvidados; por ejemplo, en Las Hurdes podemos ver a un ciego callejero que hace clara referencia a Don Carmelo. Buñuel describe a este personaje como “un pícaro estereotipado, si viviera hoy, no podría sacudirse de encima la pesada carga de tres siglos más de civilización y forzosamente daría un vulgar timador, o un simple aventurero, que embarca para América en paz de fortuna” ¹²

Muchos encuentran parecido en Los Olvidados con el neorrealismo Italiano, la verdad es que este género tiene poco que ver con el filme en cuestión, ya que va más allá de la visión realista, nos lleva a una reflexión inmediata de la humanidad.

También hay algunos detalles en esta cinta que remiten de forma inmediata al cine que se hacía en el sexenio alemanista, esto para ayudar en el éxito comercial de la cinta.

Entre Don Carmelo y El Ojitos podemos encontrar una reflexión que se hace acerca de los ideales de la Constitución Mexicana de 1917, que nos sirve para darnos cuenta que en realidad, las cosas no han cambiado del todo.

Esta película contó con un presupuesto mediano, de 450 mil pesos y fue rodada en 21 días; entre el 6 de febrero y el 9 de marzo de 1950.

12) Los Olvidados, de Luis Buñuel, Agustín Sanches Vidal, Fundación Televisa.

2 Nace una idea, el proceso de generación

Fue presentada el 9 de noviembre de 1950, sin embargo, sólo algunas personas del equipo de producción acudieron a la premiere. Para la crítica, Los Olvidados fue una película que no merecía ser vista, puesto que no mostraba lo que se consideraba el México real. Cabe recordar que en estos años, el país estaba eufórico gracias a la creciente urbanización de la Ciudad; dicho progreso parecía señalar que México se convertiría en potencia mundial. La cinta de Buñuel mostraba el otro lado de la urbanización, que es la pobreza urbana generada en gran medida por las migraciones de los estados a la capital en busca de un mejor estilo de vida.

Para muchos intelectuales mexicanos, entre ellos Octavio Paz, la película merecía ser vista; gracias a él, un año después de su devastador estreno en México, Los olvidados logra colocarse como película consentida del festival, y Buñuel obtiene el premio a mejor dirección. Es gracias a este éxito en Cannes, que la película vuelve a ser programada en México, y es recibida con los brazos abiertos; incluso fue nominada a los Arieles, incluyendo el premio de mejor película y mejor director.

Los Olvidados también ha sido fuente de inspiración para otras disciplinas artísticas, como la poesía. Jacques Prévert escribe "la batalla por Los Olvidados" poco después del estreno en Cannes. El final alternativo de la cinta fue encontrado en otoño de 1996 en la Filmoteca de la UNAM; este final es más complaciente y deja abierta la posibilidad de ver la luz al final del camino. Afortunadamente nunca fue utilizado.

Una de las principales aportaciones de esta cinta de Buñuel, es el uso de elementos surrealistas para describir los sentimientos de los personajes. Un ejemplo es el uso constante de gallinas y los polluelos, que hacen alusión inmediatamente a la relación entre madres e hijos.

En octubre de 2010, es encontrado material inédito de Los Olvidados, este material incluye escenas que fueron descartadas de forma atinada, debido a que estaban mal planteadas; además de un tráiler que incluye el final alternativo.

2.5.4 ESCENARIOS EXISTENTES Y REALIDADES CONSTRUIDAS.

A simple vista, Los Olvidados no cuenta con elaboradas decoraciones o sets estilo Santa Sangre, de Alejandro Jodorowsky; sin embargo, este hecho demuestra lo bien planteado que está todo el trabajo de dirección de arte: no nos distrae de la trama, está a la altura de los personajes y situaciones, y lo más importante, hace que pensemos que lo que se muestra es la realidad, sin ningún retoque.

El encargado de la escenografía en esta película es Edward

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

Fitzgerald. Cabe recordar que en esa época, no existía la dirección de arte como tal en México, más bien se llamaba a escenógrafos para realizar los decorados.

Edward Fitzgerald cuenta con 65 filmes como diseñador de producción, 14 como director de arte, entre los cuales destacan:

1944 Amok

1950 Los Olvidados

1951 La Hija del Engaño

1951 My Outlaw Brother

1952 El Production Designer

1952 One Big Affair

1953 La Ilusion Viaja en Tranvia

1953 Robinson Crusoe

1954 Garden of Evil
1954 La Vida No Vale Nada
1956 Canasta de Cuentos Mexicanos
1956 La Mort En Ce Jardin
1957 Swiss Family Robinson: Lost in the Jungle
1957 The Black Scorpion
1957 The Living Idol
1958 Nazarin
1959 La Ciudad Sagrada
1959 La Cucaracha
1960 La Caperucita Roja
1960 The Magnificent Seven
1961 Animas Trujano
1964 The Mighty Jungle

PREMIOS Y NOMINACIONES

1945: Ganador Ariel mejor escenografía por Bel Ami
1951: Ganador Ariel mejor escenografía por Los Olvidados

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

1951: Ganador Ariel mejor escenografía por Robinson Crusoe

1955: Nominación al Ariel por Una mujer en la Calle como mejor escenografía.

1956: Nominación al Ariel por Dos mundos y un amor como mejor escenografía.

1957: Nominación al Ariel por Canasta de cuentos Mexicanos como mejor escenografía.

La labor del director de arte para esta película fue, sin duda titánica, ya que, lo que en pantalla parece lo más cotidiano y sencillo, en realidad es un trabajo bastante complejo. Cabe destacar que esta película fue filmada tanto en exteriores como en sets, por lo cual el análisis del diseño de producción se llevará a cabo desde dos puntos de vista: Elegir la locación perfecta y construir la realidad más apropiada.

Al contrario de lo que pudiera pensarse, el guión de Los Olvidados describe muy escuetamente las locaciones y los decorados, sólo nos

da la referencia del lugar (a diferencia de guiones como los del Guillermo del Toro, que son muy técnicos). Las secuencias más detalladas en el guión son las surrealistas, como el sueño de Pedro y la muerte del Jaibo; las cuáles analizaremos más adelante.

Seguramente Buñuel, Fitzgerald y Figueroa tuvieron largas conversaciones acerca de cómo tenía que ser la estética de la película, pero, ¿Cuáles fueron las referencias en las que se basó la propuesta de dirección de arte?

Encontramos referencias a la imagen de los personajes en cartas y textos de Buñuel. En uno de ellos cita: "Un pícaro estereotipado, si viviera hoy, no podría sacudirse de encima la pesada carga de tres siglos más de civilización y forzosamente daría un vulgar timador o un simple aventurero, que embarca para América en paz de fortuna"

Para realizar el arte de esta película, Buñuel y Fitzgerald recorrieron las ciudades perdidas; Buñuel siempre se caracterizó por tomar fotos de sus scoutings, es gracias a estas imágenes que podemos comparar el trabajo que se hizo en dirección de arte. Por ejemplo, en una fotografía tomada por Buñuel, podemos ver a un ciego provisto de una batería de instrumentos, que le permitían convertirse en un hombre orquesta.

"Plano cercano al ciego. Una especie de batería de pitos en forma de abanico está sujeta alrededor de su cuello y él sopla en ella... la batería de pitos tiene una tambora y una guitarra"¹³

13) Guión Los Olvidados, Luis Buñuel P. 25

2 Nace una idea, el proceso de generación

Una de las locaciones que se describen más detalladamente es el Tribunal para menores, quizá, para hacer énfasis en el contraste del estilo de vida en la Ciudad; este es un lugar más limpio, más formal.



"Plano de una oficina: es una habitación en la que hay archiveros, mesas, un reloj de pared. Al fondo, una ventana con cortinas blancas. Un Joven secretario, vestido de traje con mucha corrección, abre un cajón y saca un expediente. Acto seguido, viene hacia nosotros

(traveling hacia atrás). Aparecen otras personas en la oficina, dispersas en las mesas. El secretario se acerca al escritorio del juez y pone el expediente sobre él. Del otro lado del escritorio está Marta, con un rebozo negro en la cabeza. El juez es bastante joven, y lleva bigote" De esta forma, Fitzgerald logró crear ambientes barrocos, utilizando

elementos heterogéneos, imposibles de imaginar juntos en otro contexto, para obtener un ambiente claustrofóbico que ayuda a los personajes a desenvolverse en su ambiente.

2 Nace una idea, el proceso de generación



Scouting para Los Olvidados

A la izquierda: Foto que sacó Buñuel durante la planeación de Los Olvidados y que sirvió como inspiración para crear la estética de Don Carmelo, personaje clave dentro de la trama: "Un pícaro estereotipado, si viviera hoy, no podría sacudirse de encima la pesada carga de tres siglos más de civilización y forzosamente daría un vulgar timador o un simple aventurero, que embarca para América en paz de fortuna"



Fotograma de la película

El inicio

Esta película empieza en tono oficialista, mostrando a algunas de las ciudades más importantes del mundo, acompañadas de la voz en off que plantea la temática de la película, con la esperanza de ofrecer alguna solución: "Las grandes ciudades modernas, Nueva York, París, Londres, esconden tras sus magníficos edificios, hogares de miseria que albergan niños mal nutridos, sin higiene, sin escuela, semillero de futuros delincuentes. La sociedad trata de corregir este mal, pero el éxito de sus esfuerzos es muy limitado. Sólo en un futuro próximo podrán ser reivindicados los derechos del niño y del adolescente para que sean útiles a la sociedad. México, la gran ciudad moderna no es excepción a esta regla universal, por eso esta película basada en hechos de la vida real no es optimista y deja la solución del problema a las fuerzas progresivas de la sociedad."

Estas imágenes ayudan a contrastar el resto de la estética de la película, que no corresponde a la modernidad mostrada en las mismas.

Sus platós

La película desarrolla su trama en 30 distintos escenarios, siendo los más importantes en cuanto a dirección de arte: el mercado, la casa de Pedro, casa de Meche, granero de Meche, la feria, la celda de la correccional, la granja avícola de la escuela-granja y la casa de don Carmelo.

Cada uno de estos platós muestran la realidad que Buñuel había visto durante las visitas a las ciudades perdidas, cuestión que

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

facilitó el trabajo de Fritzgerald. (Imágenes comparativas)

Parte importante del diseño de producción de esta cinta tiene que ver con provocar la sensación de claustrofobia en el espectador, es decir, espacios ya sea abiertos o cerrados donde convive mucha gente. Fritzgerald tomó en cuenta este detalle, que muestra de nuevo la crisis de una ciudad que va creciendo, un ejemplo de esto es, además de la casa de Pedro, el mercado.

Mucha gente en un espacio que se muestra de por sí caótico con un nicho en un pilar destinado para que el Ojitos espere al papá que nunca llegará, es el escenario elegido por Buñuel para presentar a dos personajes importantes en la trama: Don Carmelo y el Ojitos, así mismo, es aquí donde vemos como operan El Jaibo y compañía. Este escenario, en apariencia sencillo, es uno de los que esconde más trabajo en dirección de arte, por el simple hecho de ser el lugar de trabajo de don Carmelo.

Este mercado ambulante tiene una característica muy particular: la forma de los techos de los puestos, que son cuadrados de tela inclinados sostenidos con un palo, en la actualidad, ya no se ven este tipo de estructuras nota al pie como dato curioso

Quizá la escena más trabajada de éste filme sucede en la casa de Pedro. Este set es muy importante para la historia, ya que ahí suceden secuencias clave y nos introduce en el modo de vida de Pedro, también nos da a entender las circunstancias por las cuáles tiene esa actitud un tanto despreocupada ante la vida. Este set es totalmente ecléctico; de hecho, Buñuel fue criticado por combinar elementos que para muchos no podrían estar juntos (como la cama), sin embargo, Buñuel tenía razones para ese decorado: lo había visto en esas casas.



Una estrategia para resaltar la situación económica de la familia es dejar pocos espacios libres dentro una habitación donde duermen 5 personas, esta forma de distribuir el espacio es una forma de crear tensión.

Del Plátano,
sustancias y detalles

2 Nace una idea,
el proceso de
generación

Es aquí donde sucede la escena más representativa del film, la llamada "Escena Onírica", que en cierta medida anuncia el futuro de Pedro.

Por otro lado, hay secuencias en donde podemos ver la transformación de la ciudad y cómo estos paisajes naturales ayudan con la trama de la cinta: lote baldío donde se reúnen los niños, edificio en construcción, la iglesia, terreno baldío donde se queda el Jaibo y el terreno donde tiran el cadáver de Pedro.

2.5.7 BUSCANDO EVIDENCIA (RECOLECCIÓN Y LEVANTAMIENTO DE IMAGEN)

Para la realización del audiovisual, se recurrirá a diversas imágenes de acervos como el de la Cineteca Nacional y del acervo de la Filmoteca de la UNAM.

Antes de realizar el levantamiento de imagen, se realizará un scouting por las locaciones que fueron utilizadas en su momento para la película, para poder hacer una comparación más clara al momento de llevar la cámara.

Para la elaboración de este programa, se pensará primero en el concepto visual del programa, así como en la elaboración de una escaleta que nos permitirá realizar el guión técnico, basado en la investigación previa.

¿CÓMO SERÁ EN GENERAL EL PROGRAMA?

Hay que recordar que el principal propósito de la realización de este piloto es hacer una serie con el mismo formato dedicada a las películas más significativas en el cine nacional filmadas en el Distrito Federal, por lo que el contenido, el montaje y la imagen debe ser llamativa para el espectador; por lo cual se propone un programa con duración de 5 minutos, que expliquen a detalle justo lo que se quiere decir.

Se deberá hacer al espectador participe del contenido, y que se enganche con el primer programa, en este caso, "Los no olvidados rincones de Buñuel"; teniendo especial cuidado con cómo se aborda esta película, ya que se ha hablado mucho de ella.

Programas de referencia:

Esquizofrenia, canal 22
Imaginantes, fundación Televisa

Del Plató,
su estética y detalles

3 Coordinación de Pre-Producción

3.1 PERSONAL REQUERIDO

Para la realización de la serie, se requerirá del siguiente personal:

- Productor ejecutivo
- Asistente de producción
- Director
- Guionista
- Asistente de contenido
- Post-productor
- Diseñador gráfico
- Director de Arte
- Locutor (voz en off)

3.2 REALIZACIÓN DEL GUIÓN

Escaleta para Los no Olvidados rincones de Luis Buñuel

1. ¿Por qué estudiar la dirección de arte desde esta cinta?

- Un poco de historia de la dirección de arte
- Historia del cine Mexicano
- Datos del director de arte
- Recreando la realidad, un análisis del realismo dentro de la dirección de arte

2. Indagando la pre-producción ¿Cómo fue el proceso de selección para la imagen de la cinta?

- El guión, pistas de la imagen deseada
- Buñuel y Fitzgerald trabajando juntos (anécdotas)
- Tomar como ejemplo la escena surrealista y la del mercado, para explicar los distintos niveles de la dirección de arte.

3. Paseando por la ciudad cambiante: Encontrando la locación perfecta

- Recorrido por tres de las locaciones utilizadas y la comparación con su estado actual.
- Indagar ¿Por qué fueron escogidas?

3 Coordinación de Pre-Producción

4. A construir: Planteamiento de las escenografías

- Referencia de construcción para la casa de Pedro
- Posible plantilla hecha por Buñuel y por Fitzgerald
- Director/arte/fotografía, los tres factores fundamentales.

5. Conclusión

- La importancia de la dirección de arte dentro de un drama realista.

3 Coordinación de Pre-Producción

Plano	imagen	Sonido	tiempo
1	(metáfora de los olvidados en imagen que se vaya diluyendo hasta encontrarnos con una escena de Los Olvidados)	V.o. es considerada Patrimonio Cultural de la Humanidad.	3"
2	Edición rápida de las mejores escenas de Los Olvidados	V.o. y hoy descubriremos qué elementos le dieron vida	8"
3	Cortinilla del programa: Del plató a su pupila... los no olvidados rincones de Buñuel.		12"
4	1950, México D.F. Sala de cine, ilustración de personas sentadas en las butacas, de sus cabezas salen "globitos" donde aparecen las imágenes correspondientes a las siguientes películas:	Imagina que entras a una sala de cine, con gran expectativa, esperando historias cómicas o desgarradores dramas	5"
5	Allá en el rancho grande	Con los típicos personajes	2"
6	Nosotros los pobres	Los pobres pero honrados	2"
7	Salón México	Los malos que reciben su merecido	2"
8	El rey del barrio	Las vecindades alegres	2"
9	La imagen se va quedando fuera de foco	... Sin embargo, lo que ves, rebasa a la ficción	2"
10	Y aparece lentamente una imagen del scouting realizado por Buñuel.	Y se convierte en la realidad que tu no deseas ver	3"
11	La imagen se funde en blancos Aparece texto: la ciudad no es lo que parece.	Luis Buñuel, con Los olvidados logra unir la ficción con lo que parece ser un documental	6"
12	Texto: 1949 (animación) hojas con el proyecto de Los Olvidados	Un año antes de su estreno, Don Luis tenía entre manos un proyecto arriesgado	4"
13		Pero con una idea clara y argumentos sólidos.	2"

3 Coordinación de Pre-Producción

14	<p>La imagen se funde en blancos, aparece un fragmento del poema de Jacques Prévert "Los Olvidados":</p> <p>Los Olvidados, pequeñas plantas errantes de los arrabales de la Ciudad de México, prematuramente arrancados al vientre de su madre, al vientre de su tierra, y de la miseria.</p>	Para llevarlos a imágenes, recurre a dos personas quienes serían las encargadas de recrear esta realidad	28"
15	Zoom in, aparece un boceto de escena de Los Olvidados	El reconocido cinefotógrafo Gabriel Figueroa	4"
16		Y Edward Fitzgerald...	4"
17	¿Quién?		2"
18	Tipografía: Edward Fitzgerald.	Edward Fitzgerald es el escenógrafo de Los Olvidados, y de la mayoría de los filmes de Luis Buñuel.	9"
19	Del costado de un cuaderno de notas, salen recortes de fotogramas de las siguientes películas: Él, Subida al cielo, Robinson Crusoe, La ilusión viaja en tranvía, Nazarín	Él es el encargado de la dirección de arte en películas como: Él, Subida al cielo, Robinson Crusoe, La ilusión viaja en tranvía, Nazarín	6"
20	Zoom al boceto en la libreta, la imagen se desenfoca y aparece en texto: mejor dirección de arte.	Con Los Olvidados logra el Ariel a la mejor dirección de arte	3"
21	<p>Texto valores de producción</p> <p>Edward Fitzgerald + Gabriel Figueroa</p> <p>(Animación imagen escena de afiladuría, separación por elementos para darle profundidad)</p>	Se debe interactuar con los elementos para crear profundidad.	9"
22	<p>Manejo de color en el blanco y negro.</p> <p>Foto fija afiladuría, haciendo una escala en grises, y pintando los cuadros de colores.</p>	En blanco y negro, el diseñador debe tomar en cuenta el equivalente de los colores en escala de grises.	10"

3 Coordinación de Pre-Producción

23	Collage que se va formando con imágenes recortadas del fotograma de la casa de Pedro.	Teniendo que recrear un mundo existente pero ajeno al espectador, Fitzgerald basa la estética de la película en los scoutings realizados por el mismo Buñuel durante la planeación de la cinta	10"
24	Se funde en una foto del scouting de Buñuel (vecindad)	La habitación de Pedro es la transportación al set de una habitación dentro de una de las ciudades perdidas	8"
25	Texto: "Tlatelolco: Utopía de México sin vecindades", Carlos Monsiváis.		3"
26	Video de Tlatelolco, que se desvanece hasta quedar en marca de agua	Poco creible que hubiera personas que vivieran así	3"
27	se desenfoca y aparece una imagen de Nonoalco de los 50's	En una ciudad que se encontraba en proceso de urbanización	6"
28	Collage (mosaico) en pantalla con las mejores escenas de Los Olvidados, centrándonos en los personajes.	Es el carácter realista de las escenografías y de las situaciones fue lo que causó escándalo entre los críticos y la sociedad.	9"
29	Fotografía ciudades perdidas 1950	Bastó echar un vistazo a la gente de las ciudades perdidas para obtener la imagen de cada personaje	4"
30	Foto escena con el hombre inválido, se irán coloreando algunos elementos de vestuario, la foto bajará su opacidad y saldrá un texto: ropa directa de la calle.	Roberto Cobo, quien interpretara a "El Jaibo" cuenta que la ropa era de "paca",	9"
31	Fotografía de Luis Buñuel que sirvió de inspiración para Don Carmelo	Para Don Carmelo, las referencias eran claras	3"
32	Imagen de Don Carmelo en comparación con la imagen de referencia (tilt)	"Un pícaro estereotipado, si viviera hoy, no podría sacudirse de encima la pesada carga de tres siglos más de civilización y forzosamente daría un vulgar timador o un simple aventurero, que embarca para América en paz de fortuna"	15"
33	La imagen de Don Carmelo se hace grande y se	De nuevo, los personajes no se parecían a lo	6"

3

Coordinación de Pre-Producción

	disuelve ...	que el cine nos había enseñado	
34	... con fotografías de señores que viven actualmente en la calle.	Solo los verdaderos olvidados podrian reconocerse.	6"
35	Cara de Buñuel mirando hacia arriba.	Y de la realidad llevada a la ficción, Buñuel da muestra de su talento, con la que quizá sea la escena más recordada de la película.	8"
36	El sueño. Esta palabra sale de la cabeza de Buñuel, tilt up para quedar en blancos	Para la llamada "Escena Surrealista", Buñuel recurre a distintos símbolos, que Fitzgerald tuvo que tomar en cuenta para la realización de la dirección de arte:	10"
37	Secuencia surrealista de la película, fundida en blancos, casi no se ve la imagen. Cuando se mencionen los elementos subrayados en la voz en off, la imagen recuperará su opacidad y se fundirá cuando se termine esa frase. Estas frases subrayadas aparecen en texto del lado izquierdo de la pantalla. -Gallina blanca -madre en camisón -Cuerpo de Julián con la frente ensangrentada -Plumas blancas	... Pedro parece desdoblarse: mientras permanece dormido, su imagen se levanta y mira aterrorizada, frente a sí. Plano de Pedro de espaldas y frente a él una gallina blanca que baja volando del techo en cámara lenta. Plano americano de la madre en camisón. Se sienta sobre la cama con una expresión amorosa en el rostro. Todos los movimientos son en cámara lenta. Pedro, en plano medio, se inclina para mirar bajo la cama. Picada bajo la cama: aparece el cuerpo de Julián, con la frente ensangrentada y la boca abierta, como riendo. Algunas plumas blancas empiezan a caer sobre el cadáver, cuya cabeza se bambolea. Imagen de Julián inmóvil y que empieza a moverse de nuevo. Pedro se levanta. Acercamiento de la madre, sonriente, no se le ve hablar".	50"
38	Cartel Los Olvidados	Es por esto que Los olvidados constituye una película importante para la dirección de arte de la época, concentra	5"
39	Pantalla dividida: lado izquierdo fotograma niños peleándose, lado derecho, mamá en camisón.	Elementos del realismo con la vanguardia surrealista de Buñuel	6"

3 Coordinación de Pre-Producción

	Debajo de cada uno aparece escrito, respectivamente, realismo y vanguardia		
40	La imagen se funde en blancos, aparece un fragmento del poema de Jacques Prévert "Los Olvidados": La última vez que vi a Luis Buñuel era en Cannes ... en plena miseria en Ciudad de México, y todos esos niños, que morían atrozmente en la pantalla estaban más vivos que muchos que los invitados.	Logrando de esta forma captar la atención del espectador de la forma que una buena dirección de arte lo logra	6"
41	Zoom out	Estar sin ser notada	26"
42	Créditos finales		10"

3.3 REALIZACIÓN DEL DISEÑO DE PRODUCCIÓN

Paleta de Colores



Imágenes de Referencia



Imaginantes

Del Plató,
sueñaticay detalles

3 Coordinación de Pre-Producción

Utilización técnica Collage



Imagen referencia encontrada en: <http://tallercartagena.blogspot.com/2009/01/collages-de-artistas-contemporaneos.html>

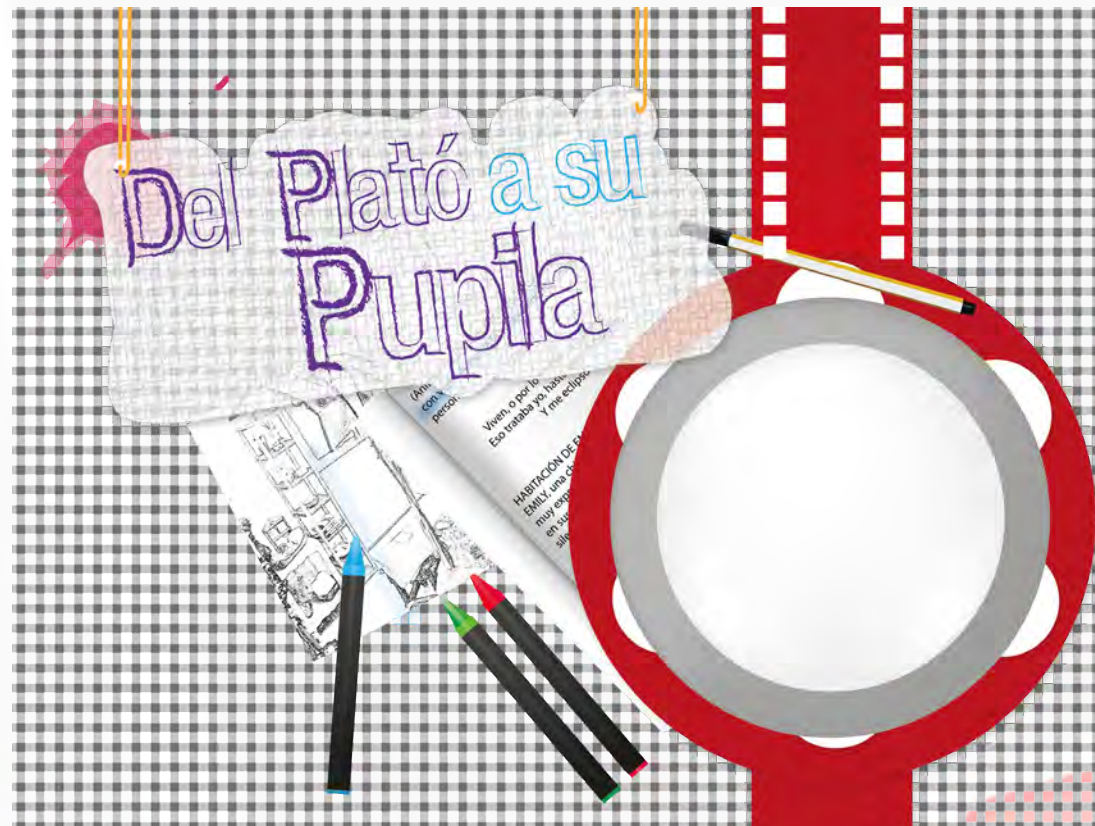


Imagen Cortinilla del programa

Para realizar la cortinilla del programa, se jugó con la palabra "Plató", que suena como plato, pero que en realidad es un término muy utilizado en el mundo del cine para describir el escenario.

Esta analogía viene del hecho de que el diseñador de producción es el que lleva a la "mesa", es decir, al alcance del director, todos los

3 Coordinación de Pre-Producción



elementos necesarios para la estética de su película, sirve el "plató" en caliente, listo para ser puesto a prueba por el director. Así mismo, lleva el "plato" a la pupila del espectador, el cual "digiere" el diseño de producción como parte de el alimento para el alma que es el cine.

Al manejar dentro de la tipografía de título el efecto de boceto, reforzamos la idea de que el diseño de producción surge desde el lápiz y el papel, y se esboza conforme se avanza en la realización de la planeación del diseño de producción.

Del Plató,
estética y detalles

3 Coordinación de Pre-Producción

3.4 EQUIPO PARA LA PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN

Para la realización de este piloto se requiere:

- Isla de edición y Post-Producción
- Cámara réflex digital
- Cámara de video HD

3.5 PRESUPUESTO

El siguiente presupuesto es para la realización de la primera temporada de la serie, la cual constará de 20 capítulos

Nómina	Sueldo semanal	Semanas	Total
Productor	\$ 1500	12	\$ 18000
Director	\$ 1200	12	\$ 14400
Asistente de dirección	\$ 800	12	\$ 9600
Guionista	\$ 1000	5	\$ 5000
Asistente de contenido	\$ 1000	12	\$ 12000
Director de Arte (DG)	\$ 1000	12	\$ 12000
Post-productor	\$ 1200	10	\$ 12000
	Sueldo diario	Días de trabajo	
Locutor (v.O.)	\$ 800	8	\$ 6400
		Sub total	\$ 89,400

Este presupuesto es un promedio que se realizó tomando en cuenta el limitado financiamiento que se le da a los programas culturales en México; servirá como guía para que los interesados puedan revisar cómo se desglosa y cuáles puntos son los que se deben tomar en cuenta.

3 Coordinación de Pre-Producción

Post-Producción	Días	Costo por día	Total
Renta Isla de Edición	60	\$ 1000	\$ 60,000

	Cantidad	Costo	
Copias	2	\$ 20	\$ 40
Mini DV	4	\$ 40	\$ 160
		Sub total	\$ 200

Misceláneos	Cantidad	Costo	Total
Impresiones a color	500	\$ 5	\$ 12500
Papel ilustración para diseño de Carpeta	1 pliego	\$ 38	\$ 38
Pegamento Iris 250ml	1	\$ 56	\$ 56
Paquete de hojas tamaño carta (500)	1	\$ 57	\$ 57
Lápices (paquete con 8)	1	\$ 50	\$ 50
Etiquetas para CD	2	\$ 10	\$ 20
Impresiones en papel autoadherible	4	\$ 12	\$ 48
Empastado	2	\$ 22	\$ 44
Cutter	1	\$ 15	\$ 15
		Sub total	\$ 12,828

		TOTAL	\$ 162 428
--	--	-------	------------

3 Coordinación de Pre-Producción

3.6 CALENDARIO DE REALIZACIÓN

La realización la serie se realizará en un periodo de 3 meses. El primer mes estará dedicado a la pre-producción y los siguientes dos meses a la realización.

Las actividades que se realizarán durante esta etapa son:

Primer mes (pre-producción)

- Formación del *Crew*
- Selección de las películas y directores que se abordarán
- Realización de cortinilla
- Búsqueda general de locaciones
- Investigación de las películas y directores de arte
- Realización de guiones. (escaletas)
- Elaboración del plan de grabación.
- Elaboración del plan de post-producción.
- Realizar carpeta de producción para cada capítulo

- Sinopsis
- Guión
- Propuesta de dirección
- Propuesta de fotografía
- Propuesta de dirección de arte
- Audio
- Ruta de Post-producción

Segundo y tercer mes

- Scouting (si es que se requiere)
- Logística
- Necesidades técnicas
- Croquis de localización

- Realización de cada capítulo
- Edición del capítulo y elaboración de los gráficos y la imagen correspondientes.

4.1 PLAN DE PRODUCCIÓN

Para realizar el programa, es necesario establecer orden en cuanto a las etapas de realización. De esta forma es más sencillo que todos los miembros del *crew* se integren y logren un mejor trabajo.

Tenemos ya establecido una tabla de tiempos general para todo el trabajo de producción, tomando en cuenta que cada episodio de la serie tendrá entre tres y cuatro días para ser realizado. Esta metodología es adaptada para "Los no olvidados rincones de Buñuel".

DIA 1

DEPTO. DE PRODUCCIÓN

Checklist del material gráfico de apoyo que servirá para la realización.

DEPTO. DE ARTE

Reunión para afinar detalles acerca del estilo específico del programa, así como búsqueda de materiales gráficos de referencia de los dos programas para la semana.

LOCUTOR

Grabación Voz en Off

PRODUCCIÓN- DIRECCIÓN

Levantamiento de imagen

Del Plató,
estética y detalles



DIA 2

DISEÑADOR GRÁFICO

Realización de todos los gráficos para post-producción

DEPTO. ARTE- POST-PRODUCCIÓN

Edición de video

DIA 3

TODOS

Revisión de video y correcciones

Master

DEPTO. DE PRODUCCIÓN

Checklist del material gráfico de apoyo que servirá para la realización del siguiente episodio.



4.2 REALIZACIÓN DE GRÁFICOS

Teniendo ya el diseño general para la cortinilla del programa, ahora tenemos que realizar las propuestas para la edición, animación y post-producción de la cápsula.

4 Proceso de Producción



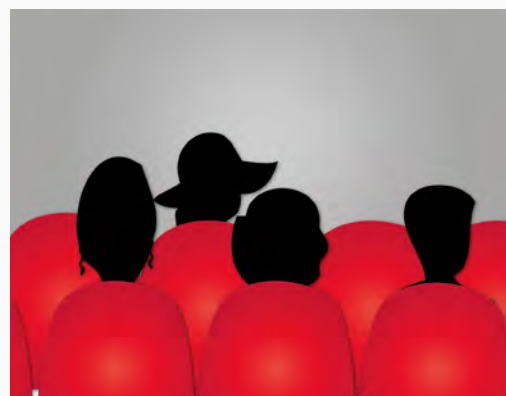
Propuesta Inicial



Propuesta final



Escena 19, recorte de personajes.



Escena 4

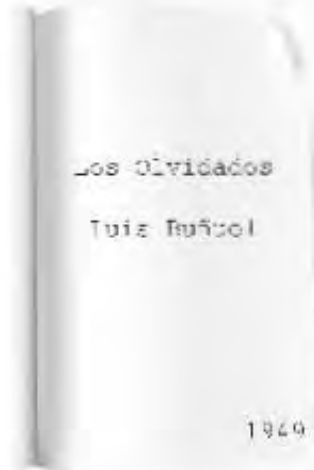


Escena 4, recorte de personajes.

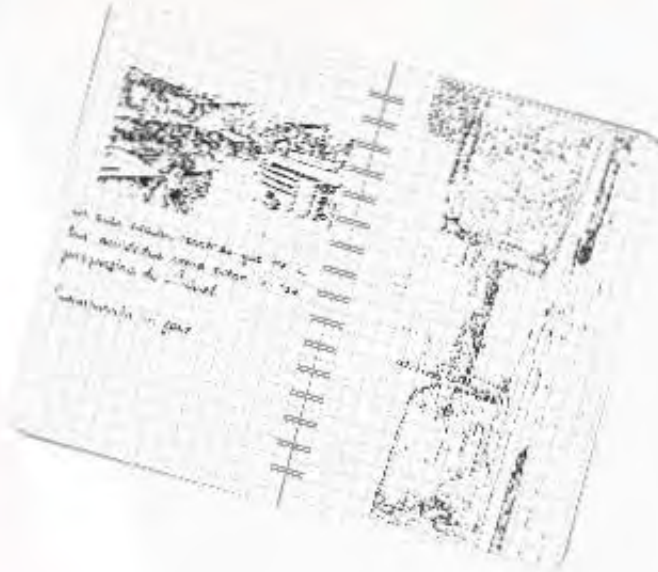
Se manejará este estilo en todo el programa



Escena 19, escritorio



Escena 12, guión



Escena 19, cuaderno con bocetos: las ilustraciones se hicieron en base a las fotografías de los scoutings de Buñuel.



Escena 22, ejemplo del uso de color dentro de una película en blanco y negro

4.3 LEVANTAMIENTO Y ACOPIO DE IMAGEN

Para la realización del programa, se grabará video en la zona que es más importante para la trama de la película, Tlatelolco: La plaza de las tres culturas, algunos edificios y la iglesia que está cerca de la zona arqueológica.

Además, se pidió material de archivo tanto de la Filmoteca UNAM como de Cineteca Nacional. Así mismo, se buscó material en Internet. Todo este material es únicamente demostrativo, por lo cuál no se pretende en ningún momento lucrar con él. Aquí se muestran algunos de los materiales ocupados para la realización del programa.

4 Proceso de Producción



Uno de los carteles utilizados para promocionar la cinta, cortesía del archivo de Cineteca Nacional



Fotograma de la cinta. Cortesía del archivo de Cineteca Nacional



*El equipo que hizo posible a Los Olvidados.
Foto proporcionada por FILMOTECA UNAM*



*Ilustración de Luis Buñuel,
encontrada en el blog de Luis
Burroughs*

Del Plató,
sueñeticay detalles

4 Proceso de Producción

*Scouting realizado para la película
Foto proporcionada por FILMOTECA UNAM*



4 Proceso de Producción



Puente de Nonoalco, fotografía de Juan Rulfo



Fotograma de la cinta. Cortesía del archivo de Cineteca Nacional

Fotografías del scoutinf de Buñuel, filmoteca española

Del Plató,
sueñaticay detalles

4 Proceso de Producción



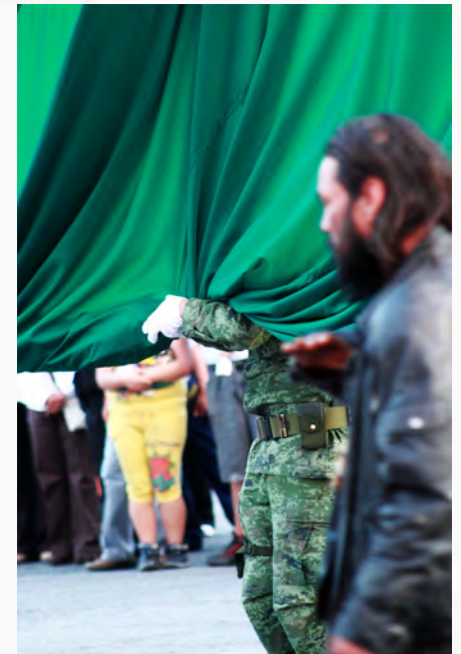
"A los compañeros caídos" plaza de las tres culturas
Foto: Azu Baeza



"la pura vida" parque México
Foto: Azu Baeza



fotografías de la serie: "El saludo de las voces no escuchadas"
Foto: Azu Baeza



5.1 REALIZACIÓN DE CORTINILLA

Con las imágenes realizadas, es hora de hacer los gráficos correspondientes a cada detalle del guión, también integraremos las imágenes de archivo con los gráficos generados para el programa.

Para ello utilizaremos After Effects.

La animación será 2d, simulando profundidad por medio del desenfoque.

5.2 EDICIÓN DE AUDIO

Se hará primero la edición del audio para tener como referencia los tiempos para el audiovisual.

Para la musicalización se tienen propuestas las siguientes piezas de uso libre obtenidas de jamendo.com :

StrangeZero - Newborn Butterflies

Greendjohn - Loophole

Blackleg - Dub Kitchen

Blackleg - Black Foot

Arena Of Electronic Music - Free Electrons vol.3



5.3 EDICIÓN Y POST-PRODUCCIÓN

A continuación se describe la ruta de post-producción para el proyecto:

- Formato de filmación digital
- Edición en Adobe Premiere
- Post-producción en Adobe After Effects, utilizando de respaldo Photoshop e Illustrator.
- Audio: voz en off más sonidos ambientales y música de fondo.

Se generará:

- Master (apple pro Res 422 h)
- Master formato de trabajo (HD o NTSC)
- F4v HD 1080 para internet
- DVD

6 CONCLUSIONES

El proyecto que inició con la búsqueda de un vínculo entre el diseño gráfico y el cine terminó con resultados satisfactorios. Durante el proceso de elaboración de éste trabajo, tuve la oportunidad de colaborar en dos trabajos de la Universidad Iberoamericana como directora de arte y me di cuenta de todas las dificultades que representa, y de cómo los diseñadores gráficos somos gente capaz de realizar este trabajo. Platicando con el crew, además pude ver la necesidad de una formación profesional y a profundidad acerca del tema, ellos mismos mencionaron que durante su formación como cineastas no hay una especialidad que los remita a la dirección de arte, ya que todos se enfocan más a la dirección y a la fotografía; es por ello que ven la necesidad de que haya más gente preparada en el diseño de producción.

Con respecto a la temática del capítulo piloto de la serie, Los Olvidados representa un caso particular dentro de la dirección de arte. El guión de Buñuel no tiene tantos elementos escritos que nos permitan imaginar los escenarios donde transcurre la trama, sin embargo, debido al trabajo de Edward Fitzgerald junto a Buñuel, cada escenario está empapado de una realidad que a pocos les gustaba reflejar en esa época. Es una película donde ya no se usan escenarios "reciclados" de otras cintas, sino que entiende su contexto y conjunta la premisa del diseño de producción: estar para no ser notado más allá del film en conjunto.

Este trabajo es más que el análisis del diseño de producción



de una de las películas más representativas del cine mexicano, es un manual para los diseñadores gráficos que quieren incursionar en todos los procesos de la producción. Aquí se hace un desglose de costos, y cómo presentar un proyecto ante el cliente son cosas que pocas veces dentro de la carrera nos damos cuenta que tenemos que saber hacer.



7 BIBLIOGRAFÍA

Revista Estudios cinematográficos No 16, Arte y diseño cinemáticos México, CUEC, 1999

ÁVILA Dueñas, Ivan Humberto, *El cine mexicano de Luis Buñuel*, México: Consejo Mexicano de Cinematografía : Instituto Nacional para la Cultura y las Artes, Dirección General de Publicaciones, 1994.

BALLABRIGA Pina, Luis, *El cine de Luis Buñuel según Luis Buñuel*, Festival de cine de Huesca, Zaragoza España, 1993

BUÑUEL, Luis, *Los Olvidados*, Ed. Cineclub Era, España 1973

CARRIERE, Jean Claude, *Buñuel, la mirada del siglo XX*, México, CONACULTA, 1996

ELTEDGUI, Peter, *Diseño de producción y dirección artística*, España, Ed. Océano, 2001

EVANS, Peter William, *Las películas de Luis Buñuel*, España, Paidós 1998

GARCÍA Estrada, Jaime, *Panorama histórico de la dirección Artística*, México, CUEC, 1995

GARCÍA, Ma. Oswelia, *Breve análisis de la película Los Olvidados*, Tesis de Lic. en Comunicación, Universidad Iberoamericana, Plantel Santa Fe, México, 2009

GENTILE, Mónica, *Escenografía Cinematográfica*, Argentina, La crujía INCAA, 2007

LARA Chávez, Hugo, *Una ciudad inventada por el cine*, México, Cineteca Nacional, 2000

MARTÍNEZ Assad, Carlos, *La Ciudad de México que el cine nos*



dejó, México, Secretaría de Cultura D.F. 2008

MAX, Aub, *Conversaciones con Luis Buñuel seguidas de 45 entrevistas con familiares, amigos y colaboradores del cineasta aragonés*, Ed. Aguilar, España 1985

MURCIA, Félix, *Escenografía en el cine: el arte de la apariencia*, España, Fundación autor, 1995

SÁNCHEZ Vidal, Agustín, *Los Olvidados, una película de Luis Buñuel*, México, Fundación Televisa , 2004

TUDOR, Andrew, *Cine y comunicación social*, España, Gustavo Gili, 1974

VITORICA, Raúl D' , *Producción en televisión*, México, Trillas. 2002

ZAVALA, Héctor, *El diseño en el cine, proyectos de dirección artística*, México, CUEC, 2008

Un agradecimiento especial a la FILMOTECA UNAM por su apoyo con las imágenes de Archivo

AMBIENTADOR

También conocido como decorador en set, son los encargados de hacer que, ya montado todo el set, se vea habitado, es decir, colocar los objetos de forma práctica para los actores y sin que se vean montados.

CARACTERIZACIÓN

Es un departamento que puede llegar a confundirse con el departamento de maquillaje, pero en realidad son los encargados de realizar trabajos específicos en el actor (hacerlo viejo, enfatizar una herida, los ojos, etc.)

CHECKLIST

Es la revisión de todos los puntos del plan de pre-producción.

CONSTRUCTOR

Son las personas encargadas de levantar los muros y hacer toda la "talacha" dura dentro del set. Se encargan de ver si es posible construir determinadas estructuras.

CREW

Se refiere al equipo humano de cada proyecto.

DIBUJANTE

Es de utilidad al diseñador de producción para realizar tanto los alzados como los bocetos finales de las escenografías.

DISEÑADOR DE VESTUARIO (O VESTUARISTA)

Es el encargado de coordinar todo lo que van a vestir los personajes, siempre de la mano con el director de arte.



EFECTOS ESPECIALES

Dentro del crew, es el encargado de realizar todos los "trucos" para la historia (balazos, truenos, explosiones, personajes de ciencia ficción, etc.)

PITCH

Es un término que se usa comúnmente en el medio audiovisual y que se refiere a la acción de presentar proyectos para obtener el apoyo para su realización. En publicidad también es utilizado para referirse a las presentaciones que realizan las agencias para obtener una campaña.

PLATÓ

En cine es sinónimo de set. El origen de esta palabra es francés; plateau, sinónimo de plato o bandeja y se empezó a utilizar en el teatro a principios del siglo XX.

PROPS

Son los elementos que están dentro del set que tienen contacto directo con el protagonista: ejemplo, un reloj de mano. Al encargado de realizarlos se le denomina Prop Master



Glosario

SCOUTING

Proceso que se realiza para buscar las locaciones adecuadas para el film

SET

Es el espacio, inicialmente vacío, donde se lleva a cabo la filmación o grabación de un proyecto audiovisual. El diseñador de producción o, en algunos casos el escenógrafo es el encargado de darle vida de acuerdo a las necesidades de producción.

TEXTURADO

Término usado dentro de la industria que se refiere a los acabados en los muros dentro de un set que tienen una textura específica.

VEHÍCULOS (ENCARCADO DE)

Se refiere a la persona que revisa todos los detalles referentes a los vehículos que van a ser utilizados directamente por los actores en la producción.

VISIÓN 360 GRADOS

Es un término utilizado tanto en mercadotecnia como en publicidad para describir un concepto que, además de cubrir las necesidades del cliente, abarque todos los campos de promoción.

¿CÓMO VENDER EL PROYECTO?

MARKETING DE LAS ARTES Y LA CULTURA.

Queramos o no, la mercadotecnia está en cada momento de nuestra vida, nos proporciona satisfactores que influyen en lo que consumimos y en lo que somos. Sin embargo, no se le debe satanizar dentro del ámbito cultural, puesto que sirve como estrategia para promover productos y servicios culturales.

La mercadotecnia cultural constituye más una necesidad y una estrategia que una táctica.

En la cultura, el papel del marketing es llevar a un adecuado número de personas a la mejor forma de contacto con el artista. En este caso, el objetivo principal no es satisfacer las necesidades del consumidor sino invitarlo a conocer y apreciar la obra artística, es decir, distribuyendo y difundiendo la obra para generar el máximo beneficio posible. Además, debe adaptar las variables comerciales para alcanzar un número suficiente de consumidores y de esta forma, alcanzar los objetivos de la organización cultural. ¹⁴

1.1 PRODUCTOS Y SERVICIOS CULTURALES

Como sabemos, un producto se compone de tres aspectos: el objeto o producto en sí mismo, los servicios relacionados y el valor simbólico del mismo. ¹⁵

14) Marketing de las Artes y la cultura, François Colbert y Manuel Cuadrado. P. 25

15) Marketing de las Artes y la cultura, François Colbert y Manuel Cuadrado .P. 43



Un producto cultural funciona de acuerdo a la experiencia del consumidor o del conocimiento del producto, siendo comparado con lo que existe ya en el mercado.

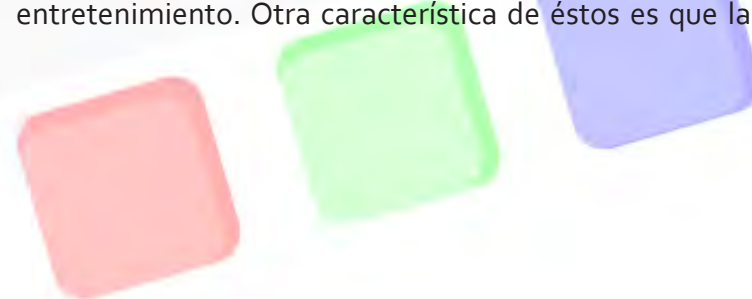
En el caso específico de los medios audiovisuales, principalmente de la televisión, un producto o servicio cultural se caracteriza por los siguientes elementos:

¿De qué se trata? = Contenido

¿Cómo se realiza? = Técnica

¿Cuáles son los elementos externos? = Contexto (una obra no puede ser vista dos veces de la misma manera)

Estos tres elementos harán que el espectador perciba un conjunto de beneficios que le aporten algún conocimiento que vaya más allá del entretenimiento. Otra característica de éstos es que la gran mayoría



son creados para ser ejecutados por un periodo corto de tiempo, lo cual le da un breve periodo de vida. Es por ello que en algunos casos se llevan a cabo distintas temporadas del mismo concepto.

Además, existen tres grandes segmentos de mercado donde podemos encontrar productos y servicios dentro de las industrias culturales.¹⁶

- El primero es el del creador, cuya creatividad se encuentra auto-orientada por la necesidad de expresión individual. El objeto, la obra en sí misma es lo que podemos encontrar aquí pintura, escultura, grabado e incluso fotografía y cine; donde no se toma en cuenta al público al que se dirige.

- El segundo segmento hace referencia a los colegas, donde el artista busca reconocimiento en un determinado medio. En este caso nos referimos a festivales, concursos, presentaciones, asociaciones culturales, etc.

- El tercer es el amplio público, donde la creatividad del artista está orientada al mercado para conseguir ganancias.

El tercer grupo es el que, en este caso nos ocupa. Aquí podemos situar a los medios de comunicación (e incluso al cine) cuyo objetivo principal es dar a conocer manifestaciones culturales y artísticas. Específicamente en nuestro país podemos hacer referencia a canales como Canal 22, Once Tv México y TV UNAM como los principales medios públicos dedicados a la difusión de la cultura.

16) Marketing de las Artes y la cultura, François Colbert y Manuel Cuadrado. P. 26

Anexo 1

Para estos casos se ocupa un proceso metodológico para buscar al consumidor adecuado para el producto cultural, asegurando al público objetivo a partir de un análisis de mercado (¿Quiénes son? ¿Qué les gusta?, ¿Cómo deciden?), tomando en cuenta que en un gran segmento de la población, la gente cree que el arte es ajeno a ellos. El mercado potencial es el sector juvenil.

Debemos hacer que el consumidor se identifique con el programa, tratando de ponernos en su lugar, esta es la principal labor de la mercadotecnia.

Sin embargo, para realizar la gran mayoría de estos programas, se requiere del apoyo o financiamiento de distintas organizaciones y pocas veces se ponen en práctica tanto los conocimientos de mercadotecnia como publicidad para presentar el producto ante los productores (o la gente que aporte los recursos).

Así como los programas están enfocados a crear una experiencia en el

consumidor, debemos crear esta experiencia ante los productores, para esto es el Pitch.

1.2 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE SERVICIOS CULTURALES (MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN)

Existen distintos factores que determinan la decisión del consumidor de estos servicios. Uno de ellos es el interés por el tema en específico que se trate; sin embargo, el más complejo es el contexto.

Las personas van creciendo con distintos modelos culturales que se inculcan en su familia. Por ejemplo, hay familias que consideran al aprender música clásica como algo destinado para las clases superiores y no les enseñan a sus hijos ese hábito; esta es una cuestión cultural que en muchos casos no podemos evitar, sin embargo, sí debemos de considerar en el momento de concebir un producto cultural.

Si retrocedemos un poco en el tiempo, nos daremos cuenta de la evolución del consumo de cultura en el mundo, esto se debe principalmente al alto índice poblacional surgido a partir de la segunda guerra mundial, del incremento de salarios y, por lo tanto, de poder adquisitivo para ir con más frecuencia a espectáculos recreativos, un incremento en el tiempo libre y el nivel educativo de la población en general.

El contexto en este caso funciona como motivación para la toma de decisión en base a la experiencia previa y la identificación con el producto por parte del individuo; dichas motivaciones lo llevan a buscar mayor información con respecto a sus temas de interés.

Anexo 1

En el caso de los medios de comunicación, el consumidor se encuentra con un gran abanico de posibilidades, sin embargo, éstas se reducen en el tema cultural, donde las opciones son escasas. Entonces, ¿Cuáles son los factores que determinan la decisión de ver éste o aquel programa?
La experiencia

El conocer qué tipo de programas y contenidos maneja cada televisora, y como está organizada la programación en cada uno de ellos. Este tipo de consumidor se mantiene constantemente informado de los nuevos contenidos en su canal de televisión favorito y utiliza este conocimiento para la toma de decisiones.

El Azar

Algunos de los consumidores son atrapados tan solo por esos cinco primeros segundos en los que ve un programa. Es la conexión que hacen el contenido y la estética para llamar la atención en un corto periodo de tiempo. Esa persona se convertirá en seguidor del programa si éste cumple con sus expectativas, a pesar de no tener un conocimiento previo de la programación o de ese canal en específico.

El Beneficio

¿Qué es lo que me aporta el programa que estoy viendo? Éste beneficio se puede medir considerando el grado de implicación entre el público y el programa, si le es útil en la vida diaria o profesional o si ofrece entretenimiento y una enriquecedora experiencia estética.

En conclusión, entendiendo estos factores, podemos conocer cómo acercarnos a nuestro target, basándonos en experiencias previas de los mismos consumidores con respecto al contenido y al canal de distribución del programa.

1.3 LA SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO.

Normalmente, se utiliza la segmentación del mercado para poder hacer un análisis objetivo del público al que va dirigido el producto. Sin embargo, para los productos culturales dentro de los medios de comunicación tenemos dos grandes grupos dentro de los consumidores en general: los que no están interesados en consumir productos culturales y los “devoradores culturales”, aquellos que buscan experiencia de consumo.

Dentro de este grupo, que es el que nos interesa, se encuentran cuatro tipos de consumidores: aspirantes, aficionados, entusiastas e indiferentes. Para lograr capturar la atención de cada uno de ellos, el proceso creativo es sumamente importante y será el factor determinante para el éxito o fracaso del programa.

Segmentar nos sirve para describir los perfiles del público objetivo, y de esta forma, tener argumentos para vender la idea.

Además, necesitamos posicionar entre estos segmentos el contenido del programa y de esta forma tener un público cautivo al cual es necesario ofrecerle un beneficio. Estos beneficios se pueden clasificar en cuatro grupos:

1. Relajante
2. Entretenido
3. Asombroso
4. Ampliar el conocimiento cultural

Estos factores son otra herramienta para armar los contenidos del programa, así como para tomar decisiones en cuanto a horario y estilo, dependiendo de otros programas similares.

1.4 LA DISTRIBUCIÓN Y LA PROMOCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS CULTURALES.

Los tres elementos decisivos para la distribución son:

Anexo 1

- El canal de distribución: implica a todos los involucrados en el proceso, desde la producción hasta el consumo final.
- La distribución física: es el acercamiento del producto directamente al consumidor.
- Localización: se refiere al lugar donde estarán ubicados.

En el caso concreto de programas televisivos, la distribución y localización del producto no aplica, por lo que, para este caso debemos centrarnos en el canal de distribución ¿Cómo daremos a conocer el programa?

Mantener al público informado acerca del programa y de su temática es fundamental. Desde el momento de la concepción del proyecto, debemos tener en claro la estrategia de comunicación para que nuestro producto lo conozca la mayor cantidad de gente posible.

Tener Facebook o twitter no sólo hace que el contenido del programa llegue a más personas, sino que funciona como medio de retroalimentación y contacto directo con los seguidores, convirtiendo a las redes sociales en las grandes investigadoras de mercado.

No basta con ofrecer en redes sociales información acerca de los horarios de transmisión, sino que hay que buscar post interesantes que vayan de acuerdo con los temas que aborda, de esta manera el programa se mantiene constante en el time line del seguidor, por lo tanto, se vuelve una presencia constante.

Actualmente existe una cantidad de formas para dar a conocer un

producto cultural, dejando atrás al gran ATL, podemos concentrar los esfuerzos en una estrategia de comunicación 360, donde involucremos desde medios masivos (que es en sí el medio de donde partimos) hasta pequeñas activaciones BTL que se pueden realizar en los puntos de reunión clave de nuestro Target, como funciones especiales de las películas de las cuales se habla en el programa que permitan abrir un canal de comunicación directa entre todas las personas interesadas; para cerrar con una táctica en redes sociales, es en este punto donde se completa el círculo, al crear un lazo más cercano con el espectador y que puede ayudar a mejorar aspectos del programa.

Teniendo estas bases, tenemos una idea más clara acerca del uso de la mercadotecnia aplicada a los productos culturales. El siguiente paso es crear la estrategia.

Ya está el concepto del programa y el público al que queremos llegar, así como toda la planeación para llevarlo a cabo, pero ¿Quién lo producirá? Y ¿Cómo convenceremos a las personas para que se involucren en el proyecto?

Muchas veces este es el principal obstáculo que enfrenta un producto audiovisual, el conseguir financiamiento y espacios para difusión, no

basta con tener una carpeta de producción perfecta, el problema es cuando tenemos que enfrentarnos cara a cara con las personas que decidirán el futuro del proyecto, y es aquí donde utilizaremos los conocimientos de mercadotecnia en las cultura.

Pitch es el término en inglés utilizado en la industria audiovisual para presentar un proyecto ante distintas personas que deseemos estén involucradas (cliente, productor, actores, crew, inversionistas, etc) para que conozcan y se familiaricen con el producto.

Dependerá de a qué personas se presente el proyecto el enfoque del Pitch, por ejemplo: ante un productor ejecutivo necesitamos recalcar los aspectos económicos y lo redituable del proyecto; si estamos ante miembros del crew como directores, fotógrafos etc, es necesario centrarnos en el tema y el mensaje central de lo que queremos hacer; si estamos ante un distribuidor, debemos dejarle en claro los mercados que queremos alcanzar y cómo pensamos lograrlo.

Así mismo, un pitch debe ser breve, conciso e impactante, le estamos vendiendo la idea a un cliente; es como presentar una campaña publicitaria, hay que cubrir todos los aspectos en poco tiempo y sin dejar espacios para dudas o mal entendidos.

El apoyo visual es fundamental (y más si se trata de proyectos audiovisuales). Hay que tener en cuenta que estamos ante personas que tienen muchos otros proyectos en fila y debemos hacer que fijen su atención en el nuestro, que quede grabado en su memoria, hacernos memorables.

Sin embargo, aquí caemos en una trampa de doble filo, aquí una

Anexo 1

anécdota. En un taller de pitch, el ejercicio final fue presentar una propuesta para un proyecto de largometraje ante productores de distintas casas productoras. Un guionista y director sube a presentar su proyecto, una comedia que el argumentaba ser muy diferente a algunas muy estúpidas que estaban en cartelera (citó una película de Jaime Camil), el pitch transcurrió y él se adelantó a entregar su guión a los productores, sintiéndose orgulloso de distinguir su proyecto de algo que estaba en el mercado. Los productores le devolvieron amablemente los guiones y dijeron que no estarían interesados, puesto que ellos eran los productores de la película que el director atacó.

La moraleja es: sí, hay que defender el proyecto e incluso comparar sus ventajas con otros ya existentes (de hecho es bueno tener referencias de proyectos previos que tengan cosas en común con el de nosotros), sin embargo nunca hay que atacar a ningún proyecto o persona, nunca sabemos a quién tenemos en frente y cuántas puertas se nos cerrarán. Tampoco hay que dejarnos guiar por un texto, está bien leer como referencia, pero no hay que leer el argumento o incluso el guión completo, ellos lo que buscan es objetividad. Bueno, pues dicho esto, es hora del Pitch.

Anexo 1

2 CONSEGUIR FINANCIAMIENTO: PITCHING

2.1 ELABORACIÓN DEL PLAN DE MERCADOTECNIA

Como vimos, para los negocios culturales la mercadotecnia funciona de forma distinta, que constará en justificar el proyecto y crear una estrategia 360° para su realización y difusión.

1. El Programa "Del plató a su pupila"

De qué va

Son cápsulas de 10 min que hablará del diseño de producción dentro de las películas más representativas de cada género del cine mexicano, desde el diseño de producción más sencillo hasta el más complejo, para así poderle dar la importancia que poco a poco se ha ido ganando entre los cinéfilos.

Cómo se realizará

La técnica utilizada para estas cápsulas será con animación mezclada en algunas ocasiones con fotografía y video.

Programas de referencia:

Ezquizofrenia Canal 22
Imaginantes, Televisa

Objetivos de marketing

- Crear expectativa entre el público
- Que la gente interactúe con el programa
- Que la gente conozca con más detalle el trabajo que se hace en la pre-producción para dar a las películas la imagen deseada.
- Dar a conocer a los más representativos diseñadores de producción mexicanos.

El contexto (competencia)

Actualmente no existen programas que sean especializados en el diseño de producción. Los programas más destacados acerca de cine son: Filmoteca 40, Corto Circuito y Cinesecuencias, (programa que es apoyado por IMCINE) .

No se ha realizado ningún programa enfocado al diseño de producción

Anexo 1

en el cine mexicano

Campo de oportunidades

Dado que no se ha hecho ningún programa que aborde el diseño de producción en el cine, podemos aprovechar esta oportunidad para que más gente se interese en el tema, ya que normalmente las producciones dejan de lado este aspecto, siendo, a la par de la fotografía, lo que le da estilo visual al filme.

Estrategias de marketing

- Público objetivo

Jóvenes entre 18 – 40 años, apasionados por el cine y los medios

Diseñadores gráficos

Escenógrafos de teatro

- Posicionamiento

Del plató a la mesa, lo que no sabías del diseño de producción

- Distribución

T.V. abierta, canales culturales. Horario vespertino – nocturno

Las cápsulas pueden funcionar como cortinillas entre programas (en Once Tv México, Intermedio)

- Publicidad

Redes sociales

Impresos (fanzine)

Presentaciones de las películas citadas en algunas salas de cine.

- Retroalimentación

Se obtendrá por medio de las redes sociales. La gente nos hará saber qué temas o películas les interese que toquemos

Recursos/ financiamiento

Los recursos para la realización de esta serie se buscarán por medio de:

- Imcine

- Fonca

- Canal 22
- CUEC
- CCC

2.2 PLANEACIÓN DEL MULTIMEDIA PARA LA PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.

2.2.1 ARGUMENTO

Del plató a su pupila es un programa que servirá a los cinéfilos a entender mejor el papel del diseñador de producción dentro del cine mexicano, además dará consejos a las personas que deseen acercarse al mundo de la dirección de arte en el cine.

Además, este programa llevará al espectador de la mano para conocer la Ciudad de México y cómo a través de los años se ha ido transformando.

2.2.2 HISTORIA DEL PROYECTO

Desde siempre me ha gustado contar historias, imaginarme escenarios y personajes, es en el mundo del cine donde todos estos pensamientos se materializan, y precisamente en esta necesidad de analizar todos los aspectos del cine me llevó a estudiar a profundidad el diseño de producción. ¿Qué es lo que encontré?, una rama donde los diseñadores gráficos nos podemos desenvolver perfectamente, nos involucra directamente con la trama de la película haciéndonos partícipes de ella.

Anexo 1

Sin embargo, durante la formación del diseñador, éste tema se aborda poco, e incluso hay veces que como estudiantes no le damos la importancia que se le debe de dar (y esto sucede también con algunos estudiantes de cine); además, es en esta especialidad del cine donde podemos notar sutilmente los cambios que han sufrido tanto nuestro entorno como la sociedad.

2.2.3 MISIÓN Y VISIÓN

Misión

Invitar a la gente a conocer cómo funciona el diseño de producción en el cine.

Visión

Ejemplificar con casos prácticos la labor del diseño de producción en distintos tipos de películas.

Que el espectador se identifique con su ciudad, a través del paso de los años.

2.2.4 EQUIPO HUMANO

Anexo 1

Para la realización de la serie, se requerirá del siguiente personal:

- Productor ejecutivo
- Asistente de producción
- Director
- Guionista
- Asistente de contenido
- Post-productor
- Diseñador gráfico
- Director de Arte
- Locutor (voz en off)

2.2.5 ESTÉTICA Y AMBIENTE

Para la realización de las cápsulas, mezclaremos animación 2d en diferentes planos, video y fotografía.

2.2.6 FICHA TÉCNICA

Del plató a la sopa

Idea original: Azucena Baeza Manzano

Género: cápsula

Duración: 3-4 min

Aire: Horario nocturno

Días de transmisión propuestos: Lunes, miércoles y sábados // entre películas

Número de programas: 20

2.2.7 PLAN DE NEGOCIOS (DIFUSIÓN)

Parte importante de este proyecto es tomar en cuenta las opiniones de la gente, es por esto que se realizarán estrategias vía redes sociales. Éstas nos servirán para compartir los programas que han salido al aire y además informar acerca de lo que pasa en el mundo del diseño de producción; todo esto con el propósito de mantener alerta a la gente acerca de las cápsulas.

Además, se buscará el patrocinio con distintas distribuidoras para regalar películas o colecciones de DVDs, por medio de activaciones en distintas salas de cine y escuelas.

2.2.8 ESTADO Y CALENDARIO

Anexo 1

Estado: Esperando financiamiento

Calendario propuesto para producción (ruta crítica)

Las actividades que se realizarán durante esta etapa son:

Primer mes (pre-producción)

- Formación del Crew
- Selección de las películas y directores que se abordarán
- Realización de cortinilla
- Búsqueda general de locaciones
- Investigación de las películas y directores de arte
- Realización de guiones. (escaletas)
- Elaboración del plan de grabación.
- Elaboración del plan de post-producción.

Segundo y tercer mes

- Scouting (si es que se requiere)
- Logística
- Necesidades técnicas
- Croquis de localización
- Realización de cada capítulo
- Edición del capítulo y elaboración de los gráficos y la imagen

correspondientes.

2.2.9 SOLICITUD

Se pide el apoyo financiero para realizar el proyecto (siguiente página)

2.2.10 CIERRE (PRESENTACIÓN PROGRAMA PILOTO)



Nómina	Sueldo semanal	Semanas	Total
Productor	\$ 1500	12	\$ 18000
Director	\$ 1200	12	\$ 14400
Asistente de dirección	\$ 800	12	\$ 9600
Guionista	\$ 1000	5	\$ 5000
Asistente de contenido	\$ 1000	12	\$ 12000
Director de Arte (DG)	\$ 1000	12	\$ 12000
Post-productor	\$ 1200	10	\$ 12000
	Sueldo diario	Días de trabajo	
Locutor (v.O.)	\$ 800	8	\$ 6400
		Sub total	\$ 89,400

Post-Producción	Días	Costo por día	Total
Renta Isla de Edición	60	\$ 1000	\$ 60,000

	Cantidad	Costo	
Copias	2	\$ 20	\$ 40
Mini DV	4	\$ 40	\$ 160
		Sub total	\$ 200

Misceláneos	Cantidad	Costo	Total
Impresiones a color	500	\$ 5	\$ 12500
Papel ilustración para diseño de Carpeta	1 pliego	\$ 38	\$ 38
Pegamento Iris 250ml	1	\$ 56	\$ 56
Paquete de hojas tamaño carta (500)	1	\$ 57	\$ 57
Lápices (paquete con 8)	1	\$ 50	\$ 50
Etiquetas para CD	2	\$ 10	\$ 20
Impresiones en papel autoadherible	4	\$ 12	\$ 48
Empastado	2	\$ 22	\$ 44
Cutter	1	\$ 15	\$ 15
		Sub total	\$ 12,828

		TOTAL	\$ 162 428
--	--	--------------	-------------------

LA METODOLOGÍA DEL DISEÑO DE PRODUCCIÓN

El diseño de producción como todo trabajo de diseño requiere de una metodología muy específica y detallada.

No solo se trata de crear la identidad visual de una película, se trata de hacer un desglose de cada cuadro que aparece en el filme, por lo cual se necesita ser sumamente detallista y creativo, ya que el trabajo fundamental del director de arte es interpretar el guión y darle al director los elementos necesarios para su producción.

Para hacer más atractivo esta metodología, el anexo 2 es un cd interactivo (utilizando la información de la sección 2.4 Metodología empleada en la realización de Diseño de Producción), que incluye el programa demo.

Estructura del interactivo:

1. Síntesis de información.

Lectura de guión

Definición de la premisa o metáfora

Identificar los elementos de producción necesarios

Investigación

Análisis de datos.

Anexo 2

2. Creatividad

Desglose de materiales.

1ra Verificación

Realización de modelos (bocetos)

2da Verificación

3. Solución (rodaje)

Para realizar la dirección de arte de una película, hay 3 sopas

Definición de Premisa

1a verificación

Elementos de producción

Bocetaje

Lectura de guión

Creatividad

Rodaje

Investigación

Materiales

Análisis de Datos

2a verificación