

Propuesta Estética | Algunas Consideraciones

Por Pablo Acosta Larroca (*)

(*) Agradezco la colaboración de Nicolás Pittaluga y Daniel Calvo, director de fotografía y postproductor de color y VFX respectivamente, para la elaboración del presente apunte.

INTRODUCCIÓN

[...] el significado de una imagen puede expresar diez mil palabras [...]

Antiguo proverbio chino

A lo largo de mi carrera audiovisual, vinculando el mundo académico con el profesional, ante la pregunta “¿qué es una propuesta estética?” me he encontrado –salvando algunas contadas excepciones– con un desconocimiento total sobre el tema. Incluso investigando antecedentes me he encontrado con muy pocos estudios preexistentes o bibliografía específica al respecto.

En este sentido, si no tenemos claro **qué** es y **cuáles** son sus elementos constitutivos, **para qué** se genera, y **cómo** debe presentarse, la elaboración de este documento de comunicación puede convertirse en un gran dolor de cabeza. O lo que es peor aún, en un texto que se pretende solemne como si fuera un “tratado estético”, pero que al carecer de un objetivo claro y una coherencia formal con el proyecto que representa y complementa se formula superficialmente, como una acumulación inconexa de imágenes de referencia y palabras que pretenden sustentarlas pero resultando una presentación de relleno a un concepto vacío, la cáscara de un documento fútil. Como versa el gran esteta y teórico del cine Jean Mitry “Si una sucesión de palabras puede adquirir *no importa qué* sentido, ocurre porque no tiene ninguno”¹.

No obstante una Propuesta Estética bien elaborada puede ser una herramienta muy útil para nuestro proyecto audiovisual. Muy a menudo, tanto en la etapa formativa (proceso creativo, presentaciones intermedias, memorias descriptivas, etcétera) como en el ámbito profesional (llamados a concursos, mecenazgos, licitaciones, pitching, work in progress, presentaciones a agencias, etcétera) nos encontramos con el pedido de elaboración de este material que acompaña y complementa a nuestro guión literario, tratamiento, script publicitario, etcétera, para la presentación de un proyecto audiovisual.

Uniendo aquí y allá, apelando a mi experiencia tanto en el campo de la docencia como el profesional y junto con el material teórico que he logrado reunir, he elaborado el siguiente apunte

¹ MITRY, Jean (1989): *Estética y psicología del cine. Vol. 1: Las Estructuras*. España. Siglo XXI Editores.

que tiene la intención de acercar al lector a todos los aspectos estructurales y formales que deben participar en la elaboración de una Propuesta Estética (llamada a veces también Nota de Intención de Dirección), proponiendo una sistematización para presentarla y exponerla de manera coherente y funcional al proyecto audiovisual presentado. En este sentido, la organicidad de la propuesta es fundamental para complementar y proyectar nuestra pieza audiovisual.

PROPUESTA ESTÉTICA

“Se puede olvidar todo el diálogo de una película, pero siempre se recordará como mínimo una imagen”

Jerry Lewis, actor y director de cine norteamericano

¿Qué es la Propuesta Estética? ¿Cuáles son sus elementos constitutivos?

Cuando diseñamos una pieza audiovisual, en determinando momento del proceso creativo puede surgir la necesidad de elaborar un documento de comunicación que presente visual y sintéticamente un recorrido de la puesta en forma, es decir que proyecte las cualidades estético-formales que la singularizarán de cualquier otra, que la harán particular y única.

Esta propuesta tiene que dar cuenta de los aspectos generales que se han ideado para la pieza audiovisual respecto de cuáles serán los recursos estéticos. Pero también de las herramientas técnicas que se utilizarán para construir la poética de la obra. Para que esta propuesta sea coherente tiene que guardar relación orgánica con la historia, la época y circunstancias donde se contextualiza, el clima y la atmósfera, las características de los personajes, su ámbito emocional y su universo, el *physique du rôle* de los actores, el tono del relato, el código narrativo, la visión y valoración del autor sobre lo observado (¿qué se quiere comunicar?).

Narración, coherencia y lógica interna del universo representado, personajes, punto de vista, focalización, código narrativo, género, tamaños de plano, encuadre y composición, profundidad de campo, lentes ópticos, aspecto y formato, uso del color y las texturas, figura y fondo, contraste, objetos, atmósfera lumínica, clima emocional, *physique du rôle*, fragmentación del espacio y del tiempo, ritmo y pulsión interna, universo sonoro, música, etcétera son algunos de los diversos elementos que deben tenerse en cuenta, tanto desde su singularidad como desde su funcionamiento en conjunto, a la hora de elaborar la propuesta.

La Propuesta Estética podría definirse entonces como el *recorrido de la puesta en forma* de un proyecto de una pieza audiovisual específica, y como en este caso se trata de un cortometraje de ficción, se trata entonces de exponer cómo se abordarán y relacionarán orgánicamente los significantes audiovisuales (tiempo, espacio, luz, sonido, cuerpo, objeto, palabra) a través de la

puesta en escena en tanto el universo autónomo ideado/imaginado/pensado/propuesto por el autor/realizador/director de la obra.

Por lo tanto, obviamente la propuesta estética matriz es la Propuesta Estética de Dirección, que contempla y en la que participan todas las áreas: Dirección de Actores, Fotografía y Cámara, Arte, Sonido, Montaje, Postproducción (Mezcla de Sonido, Corrección de Color, VFX, Compo, Efectos, 3D). De esta manera, las propuestas de las áreas de Fotografía y Cámara, Arte, Sonido y Montaje deben guardar correspondencia, armonía y coherencia con la de Dirección, en comunión orgánica con el sentido total del proyecto que parte de su visión (las propuestas por área pueden ampliar esta visión, pero nunca contradecirla ni exponerse de manera aislada, *con desconocimiento de*). Y claro, también ser coherente con el Presupuesto y Diseño de Producción, que es el área que materializará el imaginario expresivo del director.

¿Para qué la Propuesta Estética?

La elaboración de este documento de comunicación y presentación tiene al menos dos objetivos:

- Establecer una comunicación amplia y clara para que todas las áreas involucradas en el diseño de una pieza audiovisual (supongamos para el caso un cortometraje de ficción donde participan las áreas de dirección, producción, fotografía, arte, sonido, montaje, postproducción, difusión) comprendan las generalidades y particularidades estético-formales del proyecto abordado, bajándolo concretamente a imágenes y sonidos que se presentan como un mapa estético-formal con proyección a futuro, de caras a nuestro proyecto.
- Seducir a posibles inversores, productores, jurados, tutores –incluso actores que queremos conseguir y profesionales destacados para integrarlos a nuestro equipo– mediante la exposición de un proyecto singular, coherente, sólido, factible, y orgánico en términos estético-formales.

¿Cómo presentar la Propuesta Estética?

- La propuesta estética debe ser sintética y directa.
- La propuesta estética debe referir a uno o varios conceptos que definan nuestro proyecto, lo que comúnmente llamamos descriptores (*abstracts*), que sintéticamente son las referencias claves de nuestro proyecto que están íntimamente relacionadas con la pregunta ¿qué se quiere comunicar? Es decir, concretamente, la valoración sobre lo observado, la visión de mundo.
- Debe utilizar poca información escrita, cuya función es la de complementar y ampliar la información visual y audiovisual que debe prevalecer en su exposición.
- Incluir referencias visuales y audiovisuales de piezas preexistentes que guarden relación estética directa con nuestro proyecto. Esto significa no únicamente hacer mención a las referencias en las que se apoya la propuesta, sino que implica también describir lo que se está tomando como base y justificar por qué se lo elige, y qué relación tiene con nuestro proyecto (un cortometraje de ficción) y por qué sirve como punto de partida. **Esta descripción debe ser oral, sustentarla el orador que expone, pero en la presentación en sí utilizar pocas palabras y mucha presencia de imágenes y sonidos.**
- Estas filiaciones formales no deben ser tampoco excesivas ni en cantidad ni provenir de infinidad de orígenes. Parafraseando a Ludwig Mies van der Rohe, maestro de la arquitectura moderna y director de la Bauhaus entre 1930 y 1933, “Less is more” (Menos es más) y “God is in the details” (Dios está en los detalles). Un cuadro, una secuencia fotográfica, dos o tres fotogramas de una película, múltiples imágenes formando un único collage o mosaico como estudio del color, el fragmento de una escena, etcétera, deberían ser suficientes.
- Como se mencionó anteriormente, la propuesta tiene que contemplar qué tipo de aspecto va a tener la imagen, cómo se piensa tratar el color y la luz, qué idea previa se tiene respecto del montaje, cómo se van a cohesionar los planos, a qué tipo de sonoridad se va a apelar, etcétera. En todos los casos, es fundamental que, además de proponerse un tratamiento determinado para cada aspecto, se haga constar en la propuesta con qué materiales y herramientas se piensa llevar a cabo la realización de dichas propuestas. Es decir, exponer las especificaciones mínimas de los equipos y los software con los que se van a trabajar para lograr determinadas cuestiones formales, fundamentando que con esas herramientas puede llevarse adelante lo proyectado.
- La presentación del material presentado en la propuesta estética debe guardar coherencia formal con nuestro proyecto, expuesto a través un diseño y un entorno gráfico íntimamente vinculado. Es importante entonces trabajar sobre el *cómo* presentar la información.
- En este sentido, además de la carpeta es importante adaptarla a una versión multimedia, a través de un software especial para presentaciones Microsoft Office PowerPoint o Prezi.

ELABORANDO LA PROPUESTA ESTÉTICA

Centrémonos entonces en la Propuesta Estética de Dirección, a partir de la cual deben desprenderse y ampliarse el resto de las propuestas por área, a saber Fotografía y Cámara, Arte, Sonido y Montaje.

En el mismo sentido tenemos que incluir al área de Producción, ya que si bien no desarrollará específicamente una propuesta de carácter estético-formal, sí se encargará de materializarla, hacer realidad el proyecto. Por lo tanto, obviamente la Propuesta Estética de Dirección no puede estar separada ni puede desconocer la Propuesta y Diseño de Producción, sino que ambas deben estar interrelacionadas, manteniendo una coherencia entre la búsqueda artística, el desarrollo del proyecto, el presupuesto disponible y la búsqueda de financiación, evaluando la factibilidad del proyecto para asegurar su materialización. Por ello, y como ya se hemos señalado, en todos los casos, es fundamental que, además de proponerse un tratamiento determinado para cada aspecto, se haga constar en la propuesta con qué materiales y herramientas se piensa llevar a cabo la realización de dichas propuestas (especificaciones y requerimientos técnicos, equipos y software, necesidades de locaciones, etcétera).

Aclaremos que a modo ejemplar abordaremos para el análisis ilustrativo un pieza existente, el cortometraje llamado **“The black hole”** (Philip Sansom & Olly Williams, UK, 2008, 2.22), pero comprendamos que estamos haciendo el camino inverso, es decir partir de una pieza audiovisual acabada deconstruiremos² el proceso creativo para llegar a lo que sería su propuesta estética ideal, cuando en verdad siempre tiene un carácter de diseño proyectivo (la propuesta estética es anterior a la consumación de la obra, pues la pieza aun no existe, está por hacerse). Además, debido al carácter y objetivo de este apunte, por momentos excederemos la ejemplificación en sí, ampliando el análisis teórico (que en una presentación no debería incluirse).

“The black hole” (Philip Sansom & Olly Williams, UK, 2008, 2.22) ([ver aquí](#))

² Según la Real Academia Española, deconstruir es deshacer analíticamente los elementos que constituyen una estructura conceptual.

Argumento

Un empleado de oficina, agobiado producto de la rutina, saca fotocopias en soledad, después de hora. La máquina falla y dispara una copia con un agujero negro, que inexplicablemente le permite atravesar las superficies de un lado a otro, como si se tratara de un portal mágico. Prueba en la máquina expendedora, apoya el papel en el vidrio, lo atraviesa con su mano y saca una golosina. Las posibilidades parecen infinitas. Absorto pero motivado se dirige a una oficina a la que no le está permitido ingresar. Vuelve a repetir la mecánica, y al abrir la puerta se encuentra con la caja fuerte. Sobre la puerta blindada pega con cinta el papel y fácilmente la atraviesa quitando uno tras otro un montón de fajos de dinero. Pero al no poder alcanzar el último que se encuentra en el fondo, la codicia lo lleva a ingresar de cuerpo entero. Finalmente el papel se despega por el viento y el empleado se queda encerrado en su interior.

Consideraciones Personales del Director | Comunicación y Visión de Mundo

*Un empleado de oficina, trabajando después de hora y con falta de sueño, fotocopia un "Agujero Negro" que mágicamente le permite atravesar las superficies. De pronto, las posibilidades parecen infinitas, pero la codicia por el dinero quizás no sea el mejor camino al éxito. Eso es **The black hole**, un divertido cuento con moraleja en clave fantástica pero a la manera de thriller psicológico, inspirado en la lógica absurda de los cartoons, para que a través de la parodia, la metáfora y la ironía –principales herramientas del humor– dar cuenta de la existencia gris y rutinaria de un empleado de oficina producto del biopoder moderno que controla, clasifica, y administra los tiempos del individuo para generar sujetos útiles y dóciles al sistema, como engranajes de una máquina del que se es parte o devorado, como el final de este cuento, por ese "Agujero Negro" portador de una maldición.*

¿Qué se quiere comunicar? El director debe dejar aquí en claro la valoración sobre lo observado, su visión del mundo sobre lo observado. Toda obra implica una serie de consideraciones de carácter ideológico en tanto tener conciencia de que nuestra pieza va a tener siempre una influencia entre la sociedad y sus actores. Definir claramente qué se quiere comunicar en tanto aspectos éticos, sociales, políticos, humanos no solo supone una postura ontológica por parte del director sino que puede ayudar a que personas o instituciones comprometidas puedan ayudar a la película.

Si se trata de búsqueda de posibles inversores o similares objetivos el director debe dejar claro su propio interés en el proyecto, los motivos que llevan a apoyarlo, el reto que supone para él afrontar el rodaje y tener la oportunidad de hacerlo con los actores que desea y en las condiciones que le brinda el productor. Esto hará mucho más verosímil el argumento de venta y comercialización de la película, tanto si se trata de un proyecto de autor como si se trabaja por encargo. Se trata de

expresar qué vamos a decir y por qué. No olvidemos que cuanto más verosímiles sean nuestros argumentos más convincentes resultarán a los posibles inversores.

Descriptores (*abstracts*)

Empleado, Oficina, Rutina, Alienación, Trabajo, Agobio, Frío, Gris, Azul, Máquina, Agujero Negro, Codicia, Dinero, Descenso, Infierno, Fantástico, Comedia Negra, Cartoons, Thriller, Suspense.

Casting

Para expresar este universo agobiante y alienante que sufre nuestro empleado de oficina, víctima del biopoder moderno, se buscará un actor cuyo physique du rôle denote y porte sobre sus hombros el peso de un “joven viejo”, pero a la vez con una gran versatilidad corporal para trabajar la comedia física y con una capacidad gestual sobre su rostro que le permita oscilar entre la frialdad del “hombre de cara de palo”, la exaltación expresiva de la caricatura estereotipada propia del universo de los cartoons, pero también del carácter lúgubre y desequilibrado propio del thriller psicológico a partir del encuentro con el “Agujero Negro”. El actor ideal para encarnar este personaje de existencia gris, desopilante, oscuro y codicioso es Napoleon Ryan.



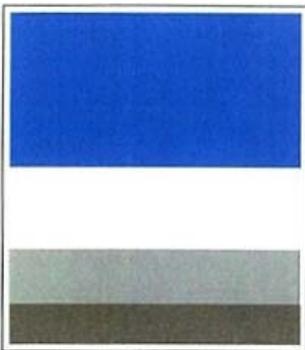
La inclusión de este punto o no, dependerá de a quién está dirigido este documento, es decir el objetivo, como señalamos ya en el punto “¿Para qué la Propuesta Estética?”. En el caso de este

trabajo corresponde (si todavía no está definido el/los actor/es poner referencias concretas pero cercanas y posibles).

Fotografía y Cámara

(se adjuntan referencias audiovisuales para ilustrar)

Para dar cuenta de los aspectos referidos a tamaños de plano, encuadre y composición, profundidad de campo, lentes ópticos, aspecto y formato, clave lumínica y uso del color, atmósfera lumínica y clima emocional, se seguirán los descriptores arriba señalados para lograr una coherencia orgánica en cuanto al personaje y su universo de pertenencia, ámbito emocional e historia.

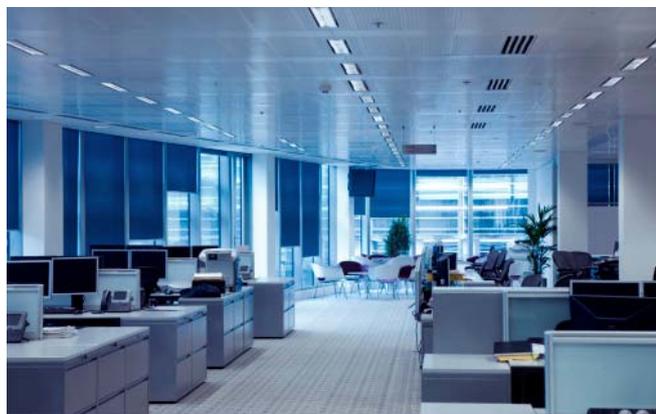


En esta perspectiva se trabajará una paleta con predominancia cromática de azules, grises y blancos para construir la atmósfera fría y el clima emocional apático, insensible, indiferente y hasta lúgubre propio del espacio ficcional que envuelve y aplasta al empleado de la oficina. Para reforzar esta idea en postproducción de color se trabajará un look con predominancia de cyan en el tratamiento de la imagen pero sin afectar mucho los tonos de piel.

Para tal fin, en concordancia con el área de arte se deberá tener en cuenta con antelación el color del vestuario y los decorados principalmente, porque al teñir la imagen de un color la totalidad se ve afectada y si no se toman reparos algunos tonos pueden generar efectos contrarios a los perseguidos. Sería muy molesto si el personaje vistiera de rojo porque al aplicarle el tinte azul quedaría oscuro y apagado con un tono más bien morado.

Cabe destacar que la dominante de la imagen estará un poco desaturada, trabajado a través de un filtro que ayude a desenfocar algún canal de la imagen, para generar la textura deseada.

La direccionalidad de la luz que predominará es la cenital. En principio por su carácter naturalista con el código de oficina (justificada), pero sobre todo porque al trabajarla en clave baja le agregará tintes propios del género de thriller psicológico y suspense. Además, por su propia dirección generará sombras debajo de los ojos que ayudan a trabajar la expresividad lúgubre del carácter protagónico.



Asimismo, al tener una locación de oficina iluminada con tubos la estrategia será reforzar también con tubos que refuercen el frío (no se utilizarán fuentes de tungsteno).

A través del dibujo de la luz, también se reforzará la entidad mágica como lo es el "Agujero Negro", por ejemplo generando una suerte de iris lumínico cuando el empleado descubre la puerta de la oficina con el cartel "keep out" o previamente a entrar a ésta, utilizando el propio vidrio de la puerta y personaje en contraluz (aquí también, como se señaló con anterioridad, la direccionalidad de la luz cenital reforzará aun más la ausencia de ojos a través de la oscuridad que generan las sombras, para darle el carácter lúgubre y terrorífico que a esta altura deberá asumir el personaje).



En cuanto a los objetivos a utilizar, se trabajará con un paquete que vaya de normales a teleobjetivos, con poca profundidad de campo y diaf abierto, entre 2.8 o menos, evitando la distorsión por angular, exceptuando algún caso donde el tamaño de plano abierto requiera sumar las diagonales compositivamente hacia el personaje, haciendo de este una silueta minúscula, haciéndolo víctima del

entorno para "objetivarlo", y generar desde allí una tonalidad psicológica pesimista y una atmósfera moral negativa propia de su universo. Pero fundamentalmente el uso de objetivos tendrá su correlato con la cercanía de la cámara al personaje, planos cortos para explorar en la mirada los dramas más íntimos y el desciframiento de las expresiones más secretas y los gestos más fugaces, como una invasión al campo de la conciencia del personaje que corresponde a una tensión mental considerable y a un modo de pensar obsesivo. Como señala Marcel Martin "en el primer plano del rostro humano se manifiesta mejor el poder de significado psicológico y dramático del film y que este tipo de plano constituye la primera y, en el fondo, la más válida tentativa de cine interior"³.

En cuanto a la cámara en sí, se utilizará mayoritariamente encuadres fijos, exceptuando cuatro momentos. El cortometraje iniciará con un movimiento de cámara, un travelling in que vaya de lo general a lo particular, para que con un único movimiento pongamos en situación el contexto (una oficina vacía después de hora) y la presentación del personaje (un empleado agobiado y enajenado con su rutina), generando una invasión al campo de la conciencia y a la interioridad espiritual del personaje, porque el espacio se cierra y el personaje se impone al espacio ficcional (al decorado, al contexto). Luego, tanto cuando el empleado descubre en primer lugar la máquina expendedora de golosinas como la puerta de la oficina con el cartel del "keep out" se reforzarán ambos objetos de deseo mediante un travelling in. El cortometraje finalizará con un movimiento de cámara, un travelling out

³ MARTIN, Marcel (1996): *El lenguaje del cine*. Barcelona. Gedisa.

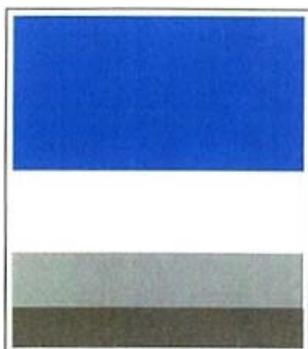
para dejar al empleado en la soledad del espacio, es decir para ponerlo en situación con relación al espacio y ambiente de sentimientos y motivaciones (contexto).

Finalmente en cuanto a la entidad "Agujero Negro" como presencia, es importante destacar sí que en el momento de su revelación inicial la cámara asumirá un punto de vista subjetivo, precisamente para otorgar carácter como si se tratara de un personaje, que será el representante de la maldición que llevará al empleado a la perdición. El agujero mira a su víctima.

Arte (Ambientación, Escenografía, Utilería, Vestuario, Make-up)

(se adjuntan referencias audiovisuales para ilustrar)

Para dar cuenta de los aspectos referidos uso del color y las texturas, figura y fondo, contraste, objetos, vestuario, make-up y peinado, escenografía, ambientación y clima emocional, se seguirán los descriptores arriba señalados para lograr una coherencia orgánica en cuanto al personaje y su universo de pertenencia, ámbito emocional e historia.



En esta perspectiva al igual que se señaló en la propuesta de fotografía se trabajará una paleta con predominancia cromática de azules, grises y blancos para construir la atmósfera fría y el clima emocional apático, insensible, indiferente y hasta lúgubre propio del espacio ficcional que envuelve y aplasta al empleado de la oficina. Para reforzar esta idea en postproducción de color se trabajará un look con predominancia de cyan en el tratamiento de la imagen pero sin afectar mucho los tonos de piel (ver en "Fotografía y Cámara" concordancia entre el color del vestuario y decorados).

"La relación de los colores con los sentimientos humanos no se combina de manera accidental, no son meras asociaciones de gusto, sino experiencias universales que están profundamente enraizadas en nuestro lenguaje y pensamiento"⁴. En esta perspectiva y en el contexto frío únicamente en el momento de la aparición de la máquina expendedora de golosinas se utilizará en su interior una paleta con predominancia cromática de rojos, naranjas, violetas y amarillos, combinación que denota excitación, precisamente para resaltar el objeto de deseo del personaje. Esto de todas maneras constituye un detalle dentro de la cromática dominante.



⁴ HELLER, Eva (2009): *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona. GG.



En cuanto al decorado se trabajará con la ambientación de oficina (escritorios, sillas móviles, computadoras de escritorio, teléfonos) vacía (ausente de personas), sin identidad, uniforme y despersonalizada. Como define Marc Auge "Si un lugar puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico, un espacio que no puede definirse ni como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, definirá un no lugar. La hipótesis aquí defendida es que la sobremodernidad es productora de no lugares antropológicos"⁵. En este sentido, la única singularidad que se trabajará desde la ambientación y los objetos es la oficina del cartel en la puerta con el "keep out", y para dar cuenta de la pertinencia de un personaje de rango mayor que nuestro empleado, además de la caja fuerte, se trabajará con ciertos objetos de utilería tales como palos de golf, portarretratos familiares, algún trofeo y demás cuestiones que humanicen el lugar.

En cuanto al vestuario se utilizará una combinación de camisa y corbata (blanca y gris respectivamente, de acuerdo al teñido de la imagen cyan ya señalada), pantalón y zapatos. En principio por su carácter naturalista con el código formal de oficina (justificado), pero sobre todo para reforzar la existencia gris del personaje, con una vestimenta uniforme y despersonalizada. Finalmente el make-up se trabajará en un código normal, quizás con la acentuación de párpados inferiores para dar cuenta de ojeras, y el peinado trabajará la chatura y el despeinado en sí, que se irá arremolinando cada vez más conforme al frenesí del empleado a partir del encuentro con el "Agujero Negro".



Sonido | Música

(se adjuntan referencias sonoras para ilustrar)



Para dar cuenta de los aspectos referidos universo sonoro, planos y especialidad, tratamientos subjetivos del sonido, tratamiento de los ambientes, foley, música, atmósfera y clima emocional, se seguirán los descriptores arriba señalados para lograr una coherencia orgánica en cuanto al personaje y su universo de pertenencia, ámbito emocional e historia.

⁵ AUGÉ, Marc (1992): *Los no lugares. Espacios del anonimato*. Barcelona. Gedisa.

La oficina es el universo del empleado, un lugar de aislamiento devenido de su trabajo rutinario y alienante, un espacio donde el silencio y el vacío sonoro adquieren protagonismo en un ambiente que claramente se impone al personaje, traducidos en una musicalidad que surge de la orquestación del universo sonoro (no por fuera, de allí que no se utilice música incidental), es decir de la diégesis. Para el caso se deberán tener en cuenta los sonidos tecnológicos propios del contexto de oficina y metálicos propios de la tensión que reina en el lugar, preponderando el sonido de estática y de la fotocopiadora principalmente, de donde nace el suceso extraordinario, el “Agujero Negro” que cambia para siempre el universo ordinario del empleado.

Y es precisamente esto lo que justifica la inexistencia de diálogos, ya que la verdadera acción sucede en los silencios y en los monólogos interiores, en las miradas y en los pequeños gestos, y en cómo esos sonidos de la vida repercuten en el proceso mental que logra suspender el tiempo narrativo. Los silencios y las miradas del personaje que expresan sus líneas de pensamiento y sus emociones a través de lo no dicho.

Finalmente en cuanto a la entidad “Agujero Negro” como presencia -y en concordancia con el punto de vista- es importante destacar sí que en el momento de su revelación inicial el sonido asumirá un punto de vista subjetivo, mediante la inclusión de un efecto sonoro, precisamente para otorgar carácter como si se tratara de un personaje, que será el representante de la maldición que llevará al empleado a la perdición. Ese efecto sonoro se repetirá durante el desarrollo de los hechos e incluso por momentos se adelantará a ellos, como una suerte de leit motiv que será el elemento sonoro más relevante porque identifica la presencia del “Agujero Negro”, la impronta sonora del mismo.

Montaje

(se adjuntan referencias audiovisuales para ilustrar)



Para dar cuenta de los aspectos referidos fragmentación del espacio y del tiempo, ritmo y pulsión interna, atmósfera y clima emocional, se seguirán los descriptores arriba señalados para lograr una coherencia orgánica en cuanto al personaje y su universo de pertenencia, ámbito emocional e historia.

Señalemos en principio que desde una perspectiva canónica el tamaño del plano determina, por lo general, su longitud; esta está condicionada por la obligación de dejarle al espectador tiempo material para percibir el contenido del plano; de tal manera, un plano general suele ser más largo que un primer plano, pero es evidente que primer plano puede ser largo o muy

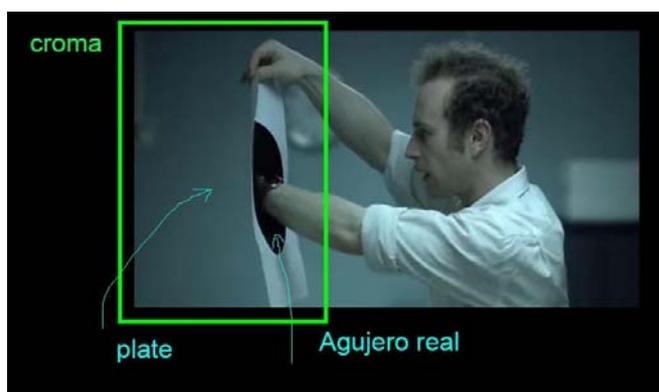
largo si se quiere expresar una idea precisa: el valor dramático, entonces, gana por la mano a la simple descripción.

En este sentido, en concordancia con la propuesta de tamaños de plano cercanos y para reforzar la idea frenética y alucinatoria que invade al empleado a partir del encuentro con el portal mágico como lo es el "Agujero Negro", se utilizará para ritmar externamente la sucesión de tomas el recurso del raccord elíptico, es decir, escenas con continuidad narrativa donde se intercalan cortes que elipsan fragmentos breves de la acción sin anular la unidad temporal de la escena, jerarquizando la acción central, sustituyendo el excedente. Es decir, una continuidad elíptica, no rigurosa, sino con pequeños saltos en la acción. Desde el montaje, estas pequeñas supresiones de tiempo se perciben como "violentas" para que, además de agilizar el desenvolvimiento del núcleo de las acciones, busquen un determinado efecto psicológico-emocional en el espectador.

Así mismo, y como se ha señalado ya en "Fotografía y Cámara" el cortometraje finalizará con un movimiento de cámara, un travelling out para dejar al empleado en la soledad del espacio, es decir para ponerlo en situación con relación al espacio y ambiente de sentimientos y motivaciones (contexto). Y para reforzarla se aplicará el concepto del raccord elíptico sobre el mismo eje (jump cut), reforzado sonoramente por la máquina fotocopidora, que es donde se inicia la aventura del empleado.

Postproducción - Efecto "Black Hole"

Con relación al efecto especial del agujero negro sobre la hoja, se combinará un trabajo objetual en set para complementarse luego en postproducción (VFX).



A tal efecto se efectuará un agujero en la hoja real, es decir que se calará la hoja generando la abertura sobre la superficie. Esto permite en primer lugar que el efecto sea realista a la percepción (que es el tratamiento buscado del cortometraje más allá del suceso fantástico), manteniendo sombras, movimiento interno, texturas, y acting. Por detrás de la hoja se colocará un croma⁶

⁶ El croma, inserción croma o llave de color (del inglés *chroma key*) es una técnica audiovisual utilizada ampliamente tanto en cine y televisión como en fotografía, que consiste en extraer un color de la imagen (usualmente el verde o el azul) y reemplazar el área que ocupaba ese color por otra imagen, con la ayuda de un equipo especializado o un ordenador. Esto se hace cuando es demasiado costoso o inviable grabar al personaje en el escenario deseado, para evitar el laborioso recorte del personaje fotograma a fotograma (rotoscopia), o para generar alguna truca. Lo fundamental es que ningún elemento de la escena debe ser del mismo color del fondo (pues sería eliminado de la imagen), y en vestuario, peinado, etcétera se deben evitar los bordes poco definidos, ya que será más difícil ajustar el croma.

(únicamente en ese sector, para no tener que recortar el pelo y la camisa del actor que denotarían la artificialidad, darían cuenta del efecto). Sin mover la cámara, con el mismo encuadre, se grabará sin el actor ni la hoja, para tener un cuadro limpio, que será necesario luego en postproducción.

Ya en postproducción se reemplazará el croma que se ve a través del hueco con el negro que el agujero debe tener, aplicando algunas sombras y color para integrar el material filmado al fondo nuevo. Finalmente, simplemente se recortará la mano que sobresale del otro lado. Para tal fin debemos tener un cuadro limpio (plate), grabado en el set sin el actor ni la hoja y con el mismo encuadre, para recuperar la información que esta por detrás del brazo al sacarlo. Es importante aclarar que todo este proceso VFX se realiza sobre la toma en crudo, y después se aplica la corrección de color final.

Diseño de Títulos de Inicio

Desde el diseño de títulos trabajaremos el concepto “Agujero Negro” como elemento fantástico, para que desde la primera imagen se instale en la latencia del espectador el sentido del cortometraje. A tal fin utilizaremos el recurso del iris, de manera que desde el negro total la primera escena se apertura ampliando una figura circular hasta que el negro desaparece descubriendo la imagen, que es lo mismo que decir que la nueva escena se expande desde un pequeño círculo en el centro de la escena hasta su tamaño completo. Por su especificidad el iris opera como un primer plano (destaca una porción del espacio representado), por lo que desde el vamos se instala al “Agujero Negro” como entidad antropomórfica, como personaje.

PROPUESTAS ESTÉTICAS POR ÁREAS

Como ya hemos señalado, los aspectos concretamente estéticos y de atmósfera de la película parten inicialmente del director pero se va consolidando durante el desarrollo de la pre-producción en colaboración con las distintas áreas que participan, ya que se trata de un trabajo colaborativo. Así, las Propuestas Estéticas por Áreas –Fotografía y Cámara (Composición, Encuadre, Lentes, Plástica, Color, Luz, Movimientos de Cámara, Angulaciones y Alturas especiales, Tamaños de Plano), Arte (Objeto, Color, Textura, Ambientación, Escenografía, Make-Up, Vestuario, FX), Sonido (Diseño Sonoro, Música), Montaje y Post-Producción (Raccord, Estructura Narrativa, Tipos de Montaje, Paralelo, Raccord Elíptico, Ritmo Cámara en Mano o en Trípode, Edición, Color)– deberán guardar correspondencia con la Propuesta de Dirección, que es la propuesta madre a partir de la cual surgen las demás (las propuestas por Áreas deben pensarse como una profundización y ampliación de la de Dirección). De esta manera, para esta etapa del proceso creativo (y en general, siempre), es fundamental el trabajo presencial de las cabezas de equipo, fomentando el diálogo continuo y cercano.