

**Bibliografía**

- Aristóteles (2006) *Poética*. Traducción: Eduardo Sinnot. Buenos Aires: Colihue
- Bauzá, H. (2004) *Voces y visiones: Poesía y representación en el mundo antiguo*. Buenos Aires: Biblos.
- Baliero, C. (2016) *La música en el teatro y otros temas*. Buenos Aires: INT - Eudeba
- Baliero, C. (2008) "El silencio es básico" Cuadernos del Picadero 5 (16) 9 - 13. Buenos Aires Instituto Nacional del Teatro
- Barthes, R. (2006) *Lo obvio y lo obtuso*, Barcelona. Paidós
- Castagnino, R. (1981) *Teorías sobre texto dramático y representación teatral*. Buenos Aires: Plus Ultra
- De Marinis, M. (1997) *Comprender el teatro. Lineamientos de una nueva teatrología*. Buenos Aires. Galerna
- Diderot, D. (1758) *Discours sur la poésie dramatique*.
- Drake, R. - Vogl, W. - Mitchell, A. (2006). *Gray's Anatomy*. Elsevier.
- Gadamer, H. (1997) *La actualidad de lo bello*. Barcelona. Paidós.
- Graciosi, M (2015) *Sonido Escénico*. Consultado en <https://sonidoescenico.com/>
- Kant, I. (2003) *Crítica de la razón pura*. Buenos Aires. Losada
- Lerner, R. – Trigg, G. (1987) *Enciclopedia de la Física*. Alianza Editorial
- Nietzsche, F. (1973) *El nacimiento de la tragedia*. Traducción: A. Sánchez Pascal. Madrid. Alianza
- Oliveras, E. (2004) *Estética: la cuestión del arte*. Buenos Aires. Emece Editores
- Pavis, P. (2011). *Diccionario del teatro: Dramaturgia, estética, semiología*. Buenos Aires: Paidós
- Real Academia Española (2001). *Diccionario de la lengua española* (22.a ed.). Consultado en <https://dle.rae.es/>
- Ryngaert, J. (2004) *Introducción al análisis teatral*. Buenos Aires: Ediciones del Sur
- Surgers, A. (2005) *Escenografías del teatro occidental*. Buenos Aires: Ediciones del Sur
- Vernant, J. (1962) *Los orígenes del pensamiento griego*. Traducción: Marino Ayerra. Eudeba

**Abstract:** This work reports on the activity of the Scenic Sound Laboratory, a research space that addresses the specific sound and musical procedures of the performing arts, with the aim of promoting the formal study and systematic teaching of an art and trade naturally proper to theatrical event, of which few studies and specific theoretical approaches are known.

**Keywords:** Theater - sound - image and sound design - staging - sound theory

**Resumo:** Este trabalho relata a atividade do Laboratório de Som Cênico, um espaço de pesquisa que trata dos procedimentos sonoros e musicais específicos das artes do espetáculo, com o objetivo de promover o estudo formal e o ensino sistemático de uma arte naturalmente apropriado do evento teatral, do qual poucos estudos e abordagens teóricas específicas são conhecidos.

**Palavras chave:** Teatro – som - imagem e design de som -posta em cena - teoria do som

(\*) **Malena Graciosi**. Compositora y diseñadora de sonido para espectáculos teatrales y propuestas escénicas. Coordina el Laboratorio de Sonido Escénico. Autora de Breve Manual de Sonido Escénico (2017)

**¡No escribas!**

Ezequiel Iandritsky (\*)

Fecha de recepción: julio 2020  
 Fecha de aceptación: septiembre 2020  
 Versión final: noviembre 2020

**Resumen:** El formato es un elemento dentro de la cadena de desarrollo de cualquier producto audiovisual que no suele ser tomado demasiado en cuenta. Pero en mi experiencia como guionista, es la base de cualquier escritura o planificación de realización o producción. ¿En qué consiste exactamente esta herramienta?

**Palabras clave:** Audiovisual – película – guion – director – guionista – sinopsis – historia - narración - formato

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 190]

Hace algunos años, si alguien me preguntaba qué era para mí lo más importante en cualquier producto audiovisual (un cortometraje, una película, un documental, un video web, etc.) yo hubiera contestado sin dudar: el guion. De hecho me molestaba la idea – y un poco me sigue molestando a decir verdad – de que la única figura artística reconocida detrás de cada proyecto sea

el director o directora; eventualmente “de los productores de...”, pero nunca el o la guionista. Y, aparentemente, no soy el único que piensa o pensaba así sobre este tema. Se dice que el gran maestro Alfred Hitchcock comentó alguna vez que para él había tres cosas que importaban en una película: el guion, el guion y el guion. Cuando escuché esta frase por supuesto me alegré.

Uno de los directores – y escritores – más aclamados y exitosos de la historia audiovisual afirmaba algo en lo que yo estaba completamente de acuerdo. Pero a medida que empecé a trabajar y a participar de distintas producciones como guionista, asesor o dentro del equipo técnico, me di cuenta que, por mucho que me pesara, el guion no era lo más importante. Es más, ni siquiera era lo primero (tal como afirman la mayoría de carreras, cursos y especialistas en la materia). Por eso, te recomiendo que en tu próximo proyecto no empieces escribiendo un guion. Ni siquiera una sinopsis o tratamiento.

Es cierto. Si una película no cuenta una buena historia, por mejor realización, actuación, edición, musicalización que tenga, no terminará funcionando (al menos las películas que pretenden contar una historia, por más experimental, original o clásica que sea). Lo mismo ocurre con una serie, un especial para TV o lo que fuera. Necesitamos una narración sólida con personajes sólidos que nos lleven durante toda la duración para que lo que estamos observando no sean solo una sucesión de bonitas imágenes. Pero la historia no es lo único que esperamos ver en la pantalla, ¿verdad? Si vamos a ver una película de superhéroes, queremos que haya peleas impactantes, grandes efectos especiales y al menos dos o tres explosiones. Si se trata de una comedia, queremos actores y actrices divertidos, buenos *gags*, quizás algún que otro porrazo o situación incómoda. En una de terror, monstruos o fantasmas espeluznantes, climas terroríficos. En una de ciencia ficción, imágenes impresionantes y música impactante. En una animada, buenas ilustraciones. En un documental, buenas entrevistas o momentos auténticos. Cada producto y género audiovisual está compuesto de un gran número de elementos que va más allá de una buena historia. Si la narración fuera lo único que importa (el guion, el guion y el guion), tal vez hubiéramos optado por un libro.

La respuesta entonces es que en realidad todos elementos importan. Que una historia no está bien contada, puede ser tan grave como que no esté bien filmada, musicalizada o actuada. O quizás pueda estar bien contada, pero si no cumple con lo que esperamos de ella, ya sea por su género o por lo que vimos en el trailer, la satisfacción no es completa. Entonces ¿cómo hacer para combinar y asegurar que todas las piezas encajen?

Existe una herramienta dentro del desarrollo de cualquier proyecto audiovisual que a mi gusto no se tiene suficientemente en cuenta. Que en general ni siquiera se enseña y no se le dedica tiempo. Se trata de algo que defino como: Formato. El Formato es la única instancia previa a toda la cadena (guion, preproducción, producción, realización, post producción, etc.) que tiene en cuenta todos esos factores. Generalmente se expresa en lo que se conoce como Biblia, un documento o carpeta en la que se explica exactamente cómo va a ser el producto que vamos a hacer. Suele pasar que esta herramienta solo se usa para presentar a concursos, canales o productoras que buscan contenidos. Y por lo tanto se dedica tiempo y trabajo para que esta presentación sea lo más atractiva posible. Como una hermosa publicidad de un producto a ser comprado (“se trata sobre esto, tiene estos y estos recursos, vale tanto”) y no la explicación del producto en sí. Lo que debemos hacer

si queremos que la Biblia realmente nos sirva a la hora de elaborar nuestro producto, es tomarla como si fuera una especie de manual que explique exactamente cómo vamos a unir todos los elementos para crear un gran producto orgánico. Si estuviéramos construyendo un edificio, el formato sería un gran plano que asegure cómo se va a construir, cómo se va a ver y cómo va a funcionar lo que estamos haciendo para que la obra no se desplome por completo cuando comencemos a poner ladrillo sobre ladrillo.

Lo primero que debemos resolver en nuestro Formato es algo que defino como: Idea Ordenadora. No es solo de qué se trata (es una película animada sobre piratas, es un corto de terror sobre canguros zombis, una serie cómica sobre bomberos). Esta definición será sobre lo que se edifique todo nuestro producto. Son esas ideas que, al contarlas o pensarlas, uno de repente entiende exactamente lo que se va a hacer. Y no solo eso; se entusiasma. La ve. Se le disparan un montón de ideas. La Idea Ordenadora debe incluir exactamente qué tipo de producto estamos haciendo (si es una película para *streaming*, un corto para festival de terror, o un video web para *Instagram*), quién o quiénes van a ser nuestros protagonistas y qué es lo que debe resolverse a lo largo de la duración para asegurar que la persona del otro lado de la pantalla quiera -¡necesite!- llegar hasta el final de los créditos en una película, capítulo o temporada en una serie, o recomendaciones finales en un canal de videos web. Y esto debe definir una posible línea narrativa y estructura: si lo que lleva adelante el relato es una investigación, una persecución, un intento de supervivencia, un intento de relación, un desafío, una anécdota, un objetivo a cumplir, una hipótesis a comprobar, o qué. (Un buen ejercicio para comprobar si tu idea ordenadora funciona es pensar qué situaciones podrían ocurrir durante esa línea narrativa; si aparecen muchos y te entusiasma la idea de que puedan aparecer más, entonces seguramente hayas encontrado no solo una buena idea sino una idea que luego funcionará en pantalla).

Lo siguiente – bueno, no necesariamente en ese orden – es establecer género y subgénero, y tono y estética. El género es un concepto que tanto profesionales como aficionados tenemos asimilado. Esa información que va al lado o abajo del título de la película: terror, suspense, acción, romance, comedia, etc. Pero el trabajo no termina ahí. Hoy en día, luego de muchísimos años de ejemplos audiovisuales y por lo tanto una necesidad constante de renovación, los subgéneros ya son casi una especie de género en sí mismo. Pensemos en el género terror: puede tratarse de terror psicológico, comedia de terror, paranormal, gore, *slasher*, animales terroríficos, casas embrujadas, fantasmas, posesiones infernales, monstruos mitológicos, etc., etc. A medida que aparecen ejemplos similares, cada categoría específica se vuelve un género propio. Y en tu proyecto esto es algo que también deberías tener en claro: qué otros ejemplos existen dentro de la categoría que estoy eligiendo. De esa manera podrás utilizar estructuras y elementos de casos similares para comprender qué funciona, qué debería haber, qué te gustaría cambiar. En otras palabras, hacer de tu producto algo propio sin “desobedecer las reglas” del género y subgénero al que pertenece.

El tono es algo que por lo general no se tiene en cuenta a la hora de elaborar un proyecto y por alguna razón no se suele enseñar en casi ninguna escuela o universidad, pero que todos reconocemos y celebramos cada vez que vemos una producción audiovisual. Pensá en el tono de una comedia de los hermanos Farrelly (*Loco por Mary, Tonto y re tonto*) versus una de Jud Apatow (*Virgen a los 40, Ligeramente embarazada*). De un drama de Juan José Campanella (*El hijo de la novia, Luna de Avellaneda*) versus uno de Lucrecia Martel (*La Ciénaga, La niña santa*). De una película de Tim Burton (*El joven manos de tijera, Beetlejuice*) versus una de Wes Anderson (*Los excéntricos Tenenbaum, Gran Hotel Budapest*). De una animación de Pixar versus una de Dreamworks. De una película de terror de John Carpenter versus una de Cronenberg. Todos ejemplos que se ubican en el mismo género y hasta subgénero, pero que sin embargo son completamente distintas: por el tipo de diálogo, el tipo de situaciones, el tipo de colores y planos (lo que podemos definir como estética o la manera de filmar), de actuaciones, de historias, de efectos especiales, de nivel de producción, etc. El tono es algo difícil de definir, pero que sin embargo es muy fácil de reconocer. Y también deberías reconocerlo o definirlo antes de ponerte a escribir. Para esto siempre es útil recurrir a referencias claras que, en su combinación, produzcan ese tono general que estás buscando.

Lo último es encontrar algo a lo que suele referirse como Diferencial. El diferencial lo que hace que tu producto se destaque por sobre el resto de su categoría. Esto puede lograrse de dos maneras: con una idea completamente novedosa para el género al que se suscribe, o con recursos puntuales muy característicos de tu proyecto (pensemos en los flashbacks absurdos de *Padre de Familia*, o las miradas a cámara en *House of Cards*). De alguna manera, tu producto debe tener una identidad propia que la haga atractiva de ver y la eleve por sobre las demás producciones.

Ahora sí, podés empezar a pensar en tus personajes principales y secundarios, tramas principales, subtramas y capítulos (en el caso de las series), posibles imágenes o climas, escenarios y locaciones, momentos y sorpresas. Todas en base a esa estructura previamente diseñada que condicionará – en el buen sentido – todo lo que escribas a continuación. Según mi experiencia, si el diseño del formato es sólido habrá mayor probabilidad que tu guion funcione y de que disfrutes la experiencia. Si por el contrario, comenzás a escribir sin haber definido del todo estos elementos previamente seguramente sufrás intentando descifrar cómo resolver cada problema que se presente. Y lo que es peor, quizás aparezcan cambios forzados en las etapas de producción y rodaje que te obliguen a replantear – ¡y reescribir! – todo lo que estuviste trabajando durante tanto tiempo, con tanto esfuerzo y dedicación en lograr “una buena historia”. Por supuesto, el formato es algo que debería acordarse entre todas las partes (guion, producción y dirección) para trabajar sobre una base sólida y consensuada. Primero establecer cómo es el producto que queremos hacer y luego escribir para lograrlo. El guion entonces, termina siendo la ejecución de un formato.

Para que se termine de comprender este concepto, voy a detenerme en cuatro producciones muy diferentes entre sí, que sin embargo cumplen estas reglas de manera tan creativa, como exitosa. Elegí productos muy variados (una serie, un canal de Youtube, un reality show y una película de terror) para que veas cómo estas recomendaciones se aplican a cualquier proyecto que pretendas desarrollar.

1. La primera es una de mis series y comedias preferidas de todos los tiempos. Se trata de la versión norteamericana de *The Office*, serie originalmente británica creada por el genial Ricky Gervais. Olvidemos por un momento las tramas, situaciones, personajes y diálogos. Es decir, todo lo referido al guion (supuestamente el inicio del proceso). Lo primero es establecer qué tipo de producto es exactamente. En este caso, se trata de una *sitcom*. Puede que no parezca a simple vista por su gran cantidad de particularidades y excepciones (pensemos en una *sitcom* clásica como *Friends* o *The Big Bang Theory*), pero en definitiva es una serie cómica de unos 24 minutos por episodio, que sucede mayormente en una locación. Las reglas fundamentales de este género. La originalidad del producto radica en que encontró una manera de cumplir con las funciones básicas de la comedia de situación (hacer reír, situaciones simples, personajes arquetípicos) de una manera tan diferente como sólida. Lo primero a destacar es que se trata de una *sitcom* sin risas pregrabadas o de estudio. Supuestamente, un sacrilegio para este tipo de series. Pero esto tiene un sentido: en lugar de diálogos punzantes con estructura permanente de pie y remate, *The Office* opta por silencios y situaciones incómodas. Un personaje quizás dice un chiste o hace algo “gracioso” y el resto lo mira mal. Esa es la gracia (y funciona tan bien como el mejor capítulo de *How I met your mother*). Sumado a esto, la serie está filmada con una estética de documental, como si todo estuviera ocurriendo realmente; algo que potencia el tono de “incomodidad hilarante” tan marcado en la serie. De esta elección estética además se desprende uno de sus recursos más innovadores: las entrevistas a cámara o confesionarios. Para resumir la idea ordenadora: *The Office* es una *sitcom* hecha como falso documental sobre los pequeños y ridículos conflictos diarios de una típica oficina. Una idea sencilla que permite una enorme cantidad de situaciones, todas condicionadas por un conjunto de reglas que hacen de esta serie una de las mejores de su clase.

2. En el 2012 salió a la luz uno de los canales más exitosos de Youtube (más de 4 millones de suscriptores al día de hoy). La premisa – o idea ordenadora – es simple, pero muy efectiva. Un personaje con voz de “pibe de barrio” resume fuera de cámara diferentes películas y temporadas completas de serie. El canal tiene un tono humorístico que oscila entre popular y elegante. Y las escenas, imágenes, actuaciones y frases más divertidas de los distintos productos resumidos son reutilizadas en cada capítulo como parte de un código que aparece a lo largo de todos los capítulos. Uno de los mayores desafíos que presenta este canal es el tema del *copyright*

(algo que en este caso debería estar resuelto desde el formato). Cada video se encarga de mostrar y revelar casi la totalidad de cada producto, lo que en ocasiones provoca problemas de derecho de imagen de los cuales el protagonista también se ríe. Si bien se trata de una idea sencilla y efectiva, requiere un gran nivel de investigación, poder de síntesis y sentido de la comedia, indispensables para la escritura y la producción de cada episodio.

3. *Catfish* es una película documental del año 2010 sobre Nev, un joven fotógrafo estadounidense que se ve involucrado en una relación sentimental con una chica con la que solo se comunica a través de redes sociales. Por supuesto, finalmente nada es lo que parece y Nev aprende una valiosa lección sobre confianza e identidades en la web. Años más tarde, el propio Nev, junto a un amigo realizador crearon la serie documental o reality show del mismo nombre en el que esta vez es él quien ayudará a otras personas a descubrir quién es la persona detrás del perfil virtual. La serie fue no solo un éxito en su país, sino que ese mismo formato se replicó en varios países como México, Colombia y Brasil. La premisa es sencilla, pero contundente y sobre todo atrapa hacia el final de cada capítulo para descubrir quién era realmente la persona y por qué lo hizo. Una estructura detectivesca sobre una temática actual, con un enfoque moderno (casi todos sus recursos tienen que ver con estética de las redes y la web) que cumple en ser entretenida y profunda a la vez.

4. El cine de terror viene teniendo una suerte de auge desde hace unos años con un tipo de producto que, si bien cumple su función principal de asustar, pone foco en situaciones más climáticas que no abusan del susto barato o *jump scare*. A veces llamado terror psicológico o terror de autor. Uno de estos exponentes fue la película *Get Out* del director y autor Jordan Peele. Lo que logró el realizador fue utilizar la estructura clásica del suspenso terrorífico más asociada por ejemplo a Alfred Hitchcock y reemplazar criaturas diabólicas o fantasmas por ricachones mirando al protagonista como si fuera un objeto de colección. La trama consiste en un joven de raza negra que conoce por primera vez a la familia de su novia blanca, y allí descubre que algo muy raro está sucediendo con la manera en que tratan a las personas afroamericanas. Todo termina resultando en una cinta terrorífica, con un relato de tensión constante hacia el final que gracias a su solidez narrativa permite abordar un tema sensible como la discriminación a través de un género supuestamente menor como el terror.

Las ideas audiovisuales pueden aparecer de muchas maneras (noticias, sueños, conversaciones, chistes), y los disparadores pueden ser muchos elementos puntuales (planos, personajes, estéticas, diálogos, locaciones, tecnologías). Pero sea cual sea el caso, lo primero que deberías resolver, antes del guion, es el formato.

Si bien el formato no es lo único que importa (de hecho cada uno de los ejemplos que conté están llenos de elementos y particularidades tanto de realización, como de guion y producción), desarrollar una base sólida sobre la que se va a edificar el trabajo es, creo yo, algo crucial. Si por el contrario, uno se enfoca solo en el guion, o solo en la realización o solo en la producción, lo más probable es que algo no termine de funcionar a la hora de llevarlo a la pantalla. El objetivo es crear un gran rompecabezas que contemple todas las áreas y que establezca como va ser la dinámica entre todas sus piezas para luego, ahora sí, comenzar a trabajar en la escritura. Así que la próxima vez que empieces un proyecto, sea cual sea el tipo de producto, medio o género que abordes, te recomiendo que alejes del teclado y de la hoja en blanco hasta que no hayas diseñado (o el equipo haya diseñado) una idea y un sistema que claramente funcione desde la base tanto narrativa como visualmente. En otras palabras, si vas a hacer una película, un corto, un video o lo que fuera... ¡no escribas! Al menos hasta que hayas encontrado un formato que termine de hacerte entender cómo es exactamente el producto que vas a hacer.

#### Bibliografía:

- Mckee, Robert. (1998) *El Guión Sustancia, Estructura, Estilo y Principios de la Escritura de Guiones* (1ª edición). York: Methuen
- Truffaut, François. (1974) *El cine según Hitchcock* (1ª edición). Paris: Robert Laffont
- Seger, Linda. (1987) *Cómo convertir un buen guion en un guion excelente* (1ª edición). Nueva York: Dodd, Mead & Company, Inc.

**Abstract:** Format is an element in the development chain of any audiovisual product that is not usually taken into account too much. But in my experience as a screenwriter, it is the basis of any writing or planning for realization or production. What exactly does this tool consist of?

**Keywords:** Audiovisual - film - script - director - writer - synopsis - history - narration - format

**Resumo:** O formato é um elemento da cadeia de desenvolvimento de qualquer produto audiovisual que normalmente não é levado muito em consideração. Mas, na minha experiência como roteirista, é a base de qualquer redação ou planejamento de produção ou produção. Em que exatamente consiste essa ferramenta?

**Palavras chave:** Audiovisual – filme – roteiro – diretor – roteirista – sinopse – história - narração - formato

(<sup>1</sup>) **Ezequiel Iandritsky.** Guionista, asesor de guion y desarrollador de proyectos audiovisuales. Trabaja desde el 2014 en Canal Encuentro.