

Transcripción en español

# Pitching y Preproducción: Crash Course Film Production #2

¿Quieres hacer una película?

«CRASH COURSE: LA PELÍCULA»

Imaginémonos que acabas de escribir un guión que quieres rodar o has encontrado una historia que te gustaría adaptar.

«Buenas noches, luna»

A lo mejor solo tienes una idea y crees que podría convertirse en una buena película.

«Delfín+Hombre= El hombre delfín»

Y ahora, ¿qué?

Hay ciertos pasos que tienes que dar para afinar tu idea y conseguir que todas las piezas encajen y que una producción salga todo lo bien que se pueda. La mayoría de cineastas siguen siempre este proceso. Tanto si produces un taquillazo en un gran estudio como si es una peli *indie* sin presupuesto que vas a rodar con tus amigos, todo comienza con un buen *pitch*.

«Producción de Cine. Crash Course»

«El Netflix y Chill de 1930 se llamaba “bares y swing”»

«Charlie Chaplin obtuvo su primer papel en 1914. Fue la primera vez que hizo de Charlot»

«La primera peli sonora, *El cantor de jazz*, se estrenó en 1927»

«*La historia de Kelly Gang*, de 1906, es famosa porque fue el primer largometraje. ¡Sin *spoilers!*»

«Thomas Edison tuvo una productora de cine, los Edison Studios, que produjeron cerca de 1200 películas»

«Steven Spielberg llamaba “Bruce” al tiburón de la peli “Tiburón” en honor a su abogado»

«Para hacer *2001: una odisea en el espacio*, Kubrick rodó 200 veces más secuencias de las que necesitó para el metraje final»

«El primer autocine se inauguró en 1933 en Camden, Nueva Jersey»

«Las primeras películas de nitrato eran altamente inflamables»

«Casi el 60% de *Star Wars: episodio IV*, se filmó con un celuloide que era tan susceptible de oscurecerse que dejó de fabricarse en 1980»

«Cuanto ET llamaba a casa, le cargaban gastos de *roaming*»

«Hay arqueólogos que han hallado restos de palomitas que datan del año 3600 AC»

«Lawrence Butler y Jack Whitney crearon la primera técnica de sobreimpresión mediante pantalla azul en 1940 con *El ladrón de Bagdad*»

«*Crash Course* te recomienda que te conviertas en Once»

«Agamenón, de Esquilo, se escribió en el año 458 AC. Es el primer caso conocido de alfombra roja»

«*PITCH* Y PREPRODUCCIÓN»

«CRASH COURSE: LA PELÍCULA»

«3. INT.

Lyly Gladstone

Un *pitch* es una descripción breve y verbal de un proyecto que te gustaría realizar»

Un *pitch* es una descripción breve y verbal de un proyecto que te gustaría realizar.

Se supone que tiene que ser convincente y que la gente se emocione con tu idea. Básicamente, porque vas a necesitar su ayuda.

Hacemos *pitchs* constantemente. Los niños intentan convencer a sus padres de que les compren un perro o un coche. Los trabajadores lo hacen para que les asciendan o les suban el sueldo. Y la gente intenta convencer a sus amigos para que les acompañen a ver la nueva peli de *Superman*.

Pero además de conseguir que la gente se involucre en tu proyecto, el *pitch* también puede ser una buena manera de tantear desde el principio si tu historia funciona.

¿El tema es convincente? ¿El clímax es lo suficientemente fuerte? ¿Los personajes parecen reales y tridimensionales? Evaluar las respuestas de la gente puede que te ayude a decidir si debes cambiar la trama o repensar toda la película. Además, puedes hacer un *pitch* con cualquiera.

El guionista, autor y educador Blake Snyder proponía contarle la idea de la película a tantos desconocidos como fuera posible: cajeros, conductores de Uber, la persona que está detrás de ti en la cola del supermercado...

«POPCORNY. ¡Salva a un perro... es decir, a un gato!»

Creía que si haces una presentación de tu historia a alguien que no conoces, consigues una reacción mucho más sincera.

A tu madre le encantará cualquier cosa que le cuentes pero ¿y a la mujer que se sienta a tu lado en un avión? Para nada.

Por otro lado, a veces podrías necesitar algún estímulo. Y si tus padres y tus amigos no te hacen una crítica sincera, el hecho de contar tu historia puede ayudarte a entenderla mejor.

A veces, muchos cineastas se cuentan su historia a sí mismos en la ducha, en el coche, dando vueltas en una habitación mientras hablan con su gato... Lo importante es que todas las historias mejoran cuanto más las cuentas.

Puedes identificar las piezas que encajan y averiguar sus debilidades antes de empezar la producción.

«6. INT.

Lyly Gladstone

El lado práctico es que un *pitch* puede ayudarte a pensar en los recursos que necesitarás para llevar tu historia a la pantalla y hacer la película.»

El lado práctico es que un *pitch* puede ayudarte a pensar en los recursos que necesitarás para llevar tu historia a la pantalla y realizar la película.

Los guionistas pueden lanzar una idea a un productor o a un gerente de un estudio esperando que esa persona les pague para escribir el guión. Los directores pueden lanzar un proyecto a un estudio o a un inversor para conseguir dinero para rodarlo. Y

los cineastas a menudo hacen un *pitch* de sus películas a actores conocidos para convencerles de que participen en ellas.

Desarrollar un *pitch* también puede ayudarte a calcular el presupuesto de la película. No solo lo relacionado con el dinero, sino también con el tiempo que costará rodarla, el equipo que necesitarás y qué tipo de efectos especiales y equipamiento extra te hará falta.

¿Cómo haces un *pitch* de una película? Bueno, no hay una única fórmula, pero sí hay algunos ingredientes que debe tener un buen *pitch*.

«8. INT.

Lyly Gladstone

Lo primero es que tienes que lanzar el *pitch* con ilusión y confianza.»

Lo primero es que tienes que lanzar el *pitch* con ilusión y confianza. Quieres que la pasión que sientes por tu película se contagie y que cualquiera que la escuche crea que puedes conseguirlo.

Segundo: tienes que comparar tu película con otras pelis de éxito que exploren mundos parecidos o tengan matices similares.

«COMPARACIONES»

Lo que comúnmente se llaman comparaciones.

Por ejemplo, puedes hacer un *pitch* de *Marte (The Martian)* diciendo que es como *Náufrago*, pero en Marte.

«COMPARACIONES

*Náufrago*+*Marte*= *The Martian*

*Atrapado en el tiempo*+*Independence Day*= *El día de mañana*»

O de *El día de mañana* como un *Atrapado en el tiempo* pero a lo *Independence Day*.

Las comparaciones no tienen que limitar tu historia o hacer que parezca una copia de otra. El objetivo es transmitir la idea, el género y el tono de tu película.

«IDEA, GÉNERO Y TONO»

Otra cosa que incluyen la mayoría de *pitchs* es un titular.

«TITULAR»

Es una frase que resume la película y que recoge el género, una descripción del protagonista y la trama, a grandes rasgos. Por ejemplo, el titular de “Tiburón” podría ser algo así:

Cuando un tiburón asesino empieza a comerse a los turistas de una playa, el nuevo jefe de la policía debe superar su miedo al agua para salvar a su comunidad.

«Titular: cuando un tiburón asesino empieza a comerse a los turistas de una playa, el nuevo jefe de la policía debe superar su miedo al agua para salvar a su comunidad.»

Tu *pitch* también tiene que recoger información sobre los personajes y la historia.

Y con eso no me refiero a una descripción minuciosa escena por escena, solo a los puntos más importantes de la trama, los personajes principales y algunos datos del arco emocional, suficientes para transmitir por qué la historia es importante.

Algunos *itches* pueden ayudarse de imágenes: pósters, fotos o *trailers* prediseñados.

«EL HOMBRE DELFÍN»

Esto funciona mejor cuando la película discurre en otro tiempo o lugar, como en las películas de fantasía o ciencia ficción, que necesitan el desarrollo de nuevos mundos.

El *pitch* también puede dejar entrever alguna idea sobre los actores. ¿Encaja Reese Witherspoon en tu comedia satírica? ¿Ese papel de un negro valiente encaja con el siniestro Idris Elba? Incluso si no esperas tener actores de primera en tu película, puede darle a tu interlocutor una idea bastante clara de cómo quieres que sea y que se perciba.

Además, ya sabes, Lucy Liu siempre podría ser la prima segunda.

Por último, el *pitch* debería decirnos quién piensas que verá la película. ¿Cómo de grande es la audiencia potencial? ¿Qué tipo de recursos necesitarás para vender y distribuir la película? ¿Es un corto que esperas proyectar en festivales de cine o un exitazo que se verá en 200 cines?

Preparar un *pitch* que cubra todos esos puntos puede mejorar tus opciones de conseguir que tu película se haga y sea más clara y potente.

Digamos que ya tienes el *pitch*, el guión escrito y todos los recursos que necesitas para hacer la película. Ahora debes prepararte para rodarla.

A esta parte la llamamos proceso de preproducción.

«PREPRODUCCIÓN»

Es un trabajo muy poco glamuroso: tomar todas las decisiones creativas y hacer todos los planes logísticos que puedas antes de que las cámaras empiecen a grabar. Según el tamaño de tu película, hay cientos o incluso miles de decisiones que hay que tomar.

En la preproducción eliges a los actores.

#### «CASTING»

Tanto si convences a tu familia y amigos para que actúen para ti como si trabajas con un director de casting y viendo las audiciones, vas a necesitar una persona para cada personaje. Eso implica actores principales, actores secundarios y extras (peatones en la calle, comensales en un restaurante o público en un partido de béisbol).

También necesitas formar un equipo.

#### «EQUIPO»

Los artistas, los técnicos y los trabajadores que harán la película, desde el director de fotografía, que supervisará el departamento de cámaras, al auxiliar de dirección, que se asegurará de que sigues el horario y cumples con el presupuesto.

#### «DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA»

#### «AUXILIAR DE DIRECCIÓN»

Hay un montón de gente que puede formar parte del equipo. Hablaremos más detalladamente sobre el papel que juega cada uno en otros capítulos.

Y además de formar un equipo de primera, necesitarás diseñar la imagen de la película.

#### «LA IMAGEN»

Tienes que decidir cosas como el esquema de colores, la iluminación y el momento en que se desarrolla la película. Para contar tu historia, ¿necesitarás vestuario y accesorios especiales? ¿Habrá efectos especiales? ¿Cómo vas a introducirlos en el actual plan de rodaje? Además, necesitas averiguar y asegurar todas las localizaciones durante la preproducción, tanto si necesitas construir escenarios con naves espaciales futuristas como si vas a rodar en el sótano de tu madre.

#### «LOCALIZACIONES»

Y éstas son solo algunas de las preguntas que deberías considerar:

- ¿Necesita tu actor principal un profesor que le enseñe a hablar con acento alemán?
- ¿Necesitas un coordinador de dobles para planificar las escenas peligrosas?
- ¿Cuántos bocadillos vas a necesitar cada día para alimentar a los actores y al equipo?

La preproducción puede ser un proceso agotador pero también muy estimulante. Aunque aún no hayas rodado ni un solo *frame*, ya estás trabajando en tu película. Y una de las mayores ventajas de trabajar en la toma de todas estas decisiones es que puedes el guión hasta que está perfecto.

Tú o tu gerente de producción debéis hacer un informe del guión.

#### «INFORME»

Esto consiste, básicamente, en una gran lista de personajes, localizaciones, accesorios, vestuario, vehículos y cualquier necesidad que requiera la película. Si lo haces tú mismo, un truco muy útil es coger un rotulador y señalar todos y cada uno de los nombres que haya en el guión. De esta manera, te aseguras de que has considerado todas las cosas que necesitarás reunir para hacer la película, aunque parezcan insignificantes.

Una vez tengas el informe, puedes diseñar el calendario de rodaje, que recoge qué escenas vas a rodar y cuándo.

#### «CALENDARIO DE RODAJE»

Imaginémonos que estás rodando una película basada en el juego de mesa Cluedo. Armado con el informe y el calendario de rodaje, ya puedes saber cosas como que el día cinco rodarás la escena 14. Puedes planificarte a qué hora y dónde tendrán que acudir los actores y el equipo; las pausas para la comida y la hora del transporte. Necesitarás a los actores principales: el coronel Mustard, la señora Peacock, la señora White y el señor Boddy. Necesitarás que los actores vayan vestidos y algunos accesorios: un candelabro, una tubería y un cuchillo. También necesitarás sangre de mentira porque esta es la escena en la que apuñalan al señor Boddy. Y todo se desarrollará en la localización “estudio”, así que ha de estar preparada.

Toda esa información estará recogida en la hoja de rodaje.

#### «HOJA DE RODAJE»

Es un documento que se da a todos los actores y miembros del equipo antes del siguiente día de rodaje para que tengan preparado todo lo que necesitan para trabajar. Las hojas de rodaje también incluyen la predicción meteorológica para cada localización, la hora de salida y puesta de sol, la dirección de los servicios de urgencias más cercanos y mapas de la localización con cosas como dónde está

peluquería, maquillaje o la sala de descanso. Por último, la hoja de rodaje tiene la información de contacto de casi todos los miembros del equipo. Este documento tan completo es la culminación de todo el trabajo de preproducción. Con él, ya estás listo para ir al grano y empezar la película.

Hoy hemos hablado sobre lo que es un *pitch* y con quién deberías compartirlo.

«CRASH COURSE: HOY HEMOS APRENDIDO

PITCH DE UNA PELÍCULA

PREPRODUCCIÓN»

Hemos aprendido los pasos básicos de la preproducción, desde la formación del equipo a la confección de un calendario, de manera que te prepares de la mejor manera posible para empezar tu película.

El próximo día visitaremos las localizaciones y descubriremos lo que hace el equipo una vez las cámaras empiezan a grabar.

«PRÓXIMO DÍA  
LOCALIZACIÓN Y EQUIPO»

Crash Course Film Production se produce en colaboración con los PBS Digital Studios. Puedes visitar su canal y ver la *playlist* de sus últimos programas, como PBS Idea Channel, Indy America y Gross Science.

Este capítulo de Crash Course se rodó en el estudio de Crash Course de Doctor Cheryl C. Kinney con la ayuda de esta gente tan simpática y nuestro alucinante equipo de grafismo, Thought café.

SUSCRÍBETE