

# El guió en el vídeo

Antoni Marín Amatller

PID\_00156660



Universitat Oberta  
de Catalunya

[www.uoc.edu](http://www.uoc.edu)



*Els textos i imatges publicats en aquesta obra estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada (BY-NC-ND) v.3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los i transmetre'ls públicament sempre que en citeu l'autor i la font (FUOC. Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya), no en feu un ús comercial i no en feu obra derivada. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.ca>*

## Índex

<b>1. L'escriptura del guió</b> .....	5
<b>2. Clips de no-ficció i de ficció</b> .....	7
2.1. Treballar només amb l'escaleta .....	7
2.2. Treballar amb un guió de reportatge .....	8
2.3. Treballar amb un guió de ficció .....	8
<b>3. Elements del guió</b> .....	10
3.1. La idea .....	10
3.2. El guió literari .....	15
<b>4. La capacitat de síntesi del guionista</b> .....	19

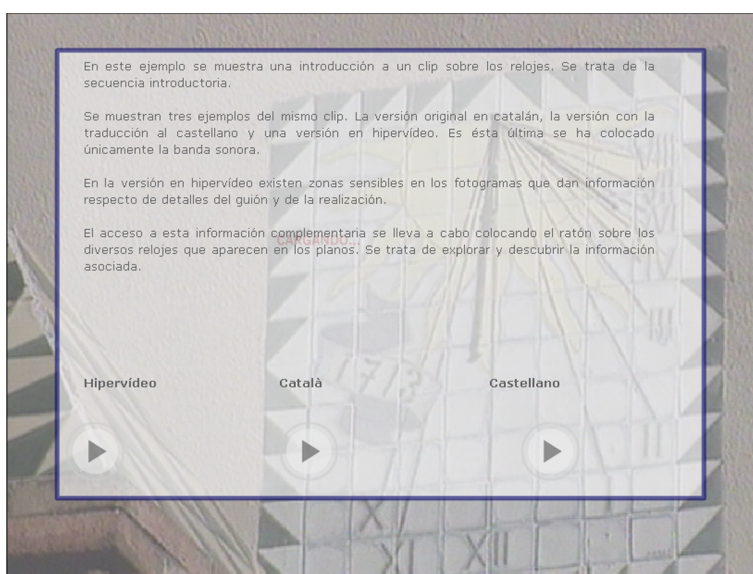




## 1. L'escriptura del guió

El guió és el punt de partida de qualsevol producció complexa. El guió consisteix en una sèrie de documents en els quals es desenvolupa la idea. El guionista és el professional que assumeix la tasca de redacció del guió. Segons la complexitat del producte, aquest pot treballar sol o en equip. I tampoc no és descartable que sigui la mateixa persona que escriu el guió, gravi les imatges i editi el vídeo. Això és una cosa que no ocurriria mai en un producte complex, però no és estrany en un entorn de producció com aquest en què ens movem. El fet de treballar en un equip multimèdia de poques persones i rebre un encàrrec d'una aplicació interactiva que, entre altres elements, conté clips de vídeo, no és gens estrany. Amb freqüència ens podem trobar que pocs professionals han d'assumir diversos papers, com el de guionista, realitzador i editor.

Si bé en una altra assignatura tractarem el guió en profunditat, aquí treballarem en el supòsit que treballem amb productes que contenen clips de vídeo i parlarem del seu guionatge suposant que no tenim guionistes professionals, sinó que hem de fer nosaltres aquesta funció.



**Exemple**

Si portem aquesta situació a un extrem, és molt possible que en casos com els que estem suposant no arribem a redactar cap guió. Podem tenir en ment el guió i treballar a partir de l'esquema que tenim en el cap. És possible que sigui així i moltes vegades ocorre, però fins i tot en aquest supòsit és important tenir clara la idea i treballar amb un guió mental clar. Si divaguem, la nostra obra també ho farà. Sigui explícit o no, és important que es prevegi tant la idea o la necessitat inicial com tot el seu desenvolupament com un procés amb una unitat i una coherència de principi a final.

De tota manera, en aquest cas, i en realitat en tota l'assignatura, treballarem amb la premissa de guionitzar tot el que fem. D'una manera sintètica però sistemàtica. Com si el consultor o la resta dels companys a qui mostrarem el nostre producte fossin el client a qui hem de convèncer del producte que desenvoluparem.

## 2. Clips de no-ficció i de ficció

El títol de l'apartat intenta resumir situacions de treball en les quals previsiblement ens podem trobar en un entorn professional de petita empresa o autònom dedicat al multimèdia. Suposarem que no ens arribarà un client amb l'encàrrec d'un producte audiovisual complex, sinó amb una proposta de producció multimèdia que inclourà vídeo. I també suposarem que aquest vídeo serà un element que assumirem nosaltres.

Situats en aquest entorn, distingirem tres tipus d'encàrrecs possibles, o tres tipus de feines amb què previsiblement ens trobarem.

### 2.1. Treballar només amb l'escaleta

El primer d'aquests casos és el de la necessitat de gravar un acte o un fet. No hi ha un guió previ detallat i no tenim possibilitats excessives de modificar la realitat. En el cas d'haver de filmar persones, aquestes no són actors a qui podem demanar que repeteixin les accions. Hem de treballar adaptant-nos a la realitat i buscar-hi el tipus d'imatges que necessitem per al nostre treball.

Però som en l'apartat de guió. Tenim un document previ en aquesta situació?, treballem amb una improvisació total? La resposta a la segona pregunta és que no. Sempre hem reflexionat sobre el que farem abans de començar. Ho podem haver posat per escrit o simplement podem haver revisat i organitzat mentalment la situació. Després podrem improvisar, però arribem a la situació que cal filmar amb una idea del que volem explicar o fer. I sí, tindrem un document previ. Una escaleta de les situacions que es filmaran i del que cal explicar en cada una.

Es pot tractar d'un document que contingui els apartats que cal filmar i el que necessitem reflectir en cada un. Aquest document és el que denominem una *escaleta*. Tenim una descripció de les situacions. Els blocs en què està dividit el document es corresponen amb les localitzacions. Filmem per l'ordre de producció, que no necessàriament és el mateix que el del producte acabat.

L'ordre en el qual filmem depèn de la disponibilitat de les persones implicades i dels seus horaris. Posteriorment, durant la fase d'edició, reorganitzarem les seqüències en funció del clip audiovisual final.

## 2.2. Treballar amb un guió de reportatge

Passem ara a la segona situació. Tenim un guió bastant detallat del que hem de fer. Aquí l'encàrrec és l'elaboració d'un vídeo promocional per a una agrupació d'empreses. Hem tingut diverses entrevistes per a concretar el tema, hem llegit documentació i hem arribat a pactar un guió previ. Disposem d'una veu en off que, si bé encara és provisional, ens resulta molt orientativa.

La veu en off és determinant durant la filmació, ja que segons la seva durada necessitarem més imatges o menys de cada situació. Sempre partim de la lectura i el minutació del text. Calculem la seva durada a un ritme de lectura pausat i doblem el temps per a calcular els plans que necessitem. És convenient deixar pauses i no omplir tot l'off amb imatges; cal deixar respirar i confiar en el ritme visual i en l'interès de les imatges. Després potser escurcem i no deixarem el doble de temps al vídeo respecte de la veu en off, però en principi filmem pensant a disposar de suficients plans per a doblar el temps del text que tenim.

Posteriorment, durant l'edició, construirem el clip final. Probablement farem ajustos per a la veu en off final. Potser aquests canvis vénen de canvis que hem detectat durant la filmació (haviem suposat que una situació es podia explicar en un temps determinat i hem descobert que era insuficient. Hem filmat més del previst i el material nou ha de formar part de la producció final), o potser també poden provenir d'observacions o modificacions que ens demana el client durant el procés. En aquest cas, no obstant això, treballem sempre amb un guió previ bastant detallat.

## 2.3. Treballar amb un guió de ficció

En els dos supòsits anteriors plantegem situacions que, d'una manera o una altra, tenen a veure amb el reportatge. Descrivim una situació o donem a conèixer una informació; podríem il·lustrar una notícia, relatar un fet o donar publicitat a un producte, però en tots aquests casos ho fem des de la no-ficció. No hem creat un personatge, trames, històries ni ambients de ficció. Però ho podríem fer clar, i de fet aquest és el tema principal de l'assignatura de narrativa. Sense entrar aquí en la complexitat de la creació de guions de ficció, suposarem un tercer cas en el qual creem un clip de vídeo amb un cert component de ficció. Conté personatges, relata una història i intenta captivar l'espectador. Ateses les característiques de l'assignatura, serà simplement un gag audiovisual o pel cap alt un curt.

Vegem-ne un exemple.

### **Que macos són els nens!**

Un exemple que podríem situar en aquesta categoria de curt de ficció és aquest anunci.



Es tracta d'un clip publicitari amb un grau de realització complex. Però aquí el referenciem únicament com a exemple d'un factor central i d'una necessitat que hem de tenir en compte sempre. Es tracta de la importància de la idea central.

El nucli de la història orbita entorn de la mala dicció del nen, amb la conseqüent confusió entre *castor* i *pastor*. A més, gran part de la força del clip arrela en el fet que no arribem a veure la reacció de la mare. Simplement la frenada ens fa suposar la reacció de la mare quan sent la cançó del nen i s'adona de la magnitud de l'error.

El clip funciona, té gràcia i impacta en l'espectador. És un clip la història del qual es pot resumir en una frase. És un clip inspirat en una idea clara i concisa.

## 3. Elements del guió

### 3.1. La idea

La idea és l'element unificador del guió. Si n'hi ha, la seva presència estructura el guió de principi a final. Tot orbita entorn de les coses essencials que es volen transmetre. Quan no n'hi ha, el desenvolupament del vídeo divaga. En cert sentit, el guió, la realització i l'edició són moments del procés de treball que haurien d'estar al servei del tema central, que és la idea unificadora.

La recerca de la idea central constitueix una necessitat comuna a qualsevol producte comunicatiu o artístic. És necessària per a l'escriptor, per al guionista, per al fotògraf, per al pintor o el dibuixant i per a l'animador. L'existència d'una idea central és essencial i necessària per a un bon treball. Però no totes les idees són aplicables a totes les situacions. En les produccions audiovisuals es requereixen idees que resultin idònies per a un llenguatge basat en la imatge i el so. Una idea pot funcionar per a un relat, però no per a un vídeo. Uns plantejaments idonis per a una novel·la poden resultar poc apropiats per a una pel·lícula. Per desgràcia, els exemples de novel·les excel·lents convertides en pel·lícules mediocres abunden.

Tenir una idea forma part del procés creatiu; és una cosa incerta i inespecífica. Una anècdota de la vida quotidiana, una cosa que veiem d'un personatge, una situació interessant amb què ens topem o fins i tot un recurs tècnic poden originar una idea.

Els components que poden donar lloc a una idea concreta són tan variats com inespecífics. En una definició de la idea, aquesta es pot veure com la intenció nuclear o el motiu principal que inspira el guió. La resta d'elements de la història es mouen al seu voltant. Té, per tant, un caràcter sintètic. Una bona idea s'hauria de poder expressar en poques paraules, en una frase que expliqués de què va el producte audiovisual.

L'exemple següent és d'un clip publicitari difós a YouTube. En realitat, es tracta d'una campanya d'una casa comercial de productes de surf i és un encàrrec publicitari que es va difondre pel web sense que inicialment quedés clar que es tractava de publicitat. La idea és clara. Un grup de joves amb aires de guerrilla urbana llancen dinamita a les aigües calmades de Copenhaguen per crear ones i poder fer surf. La campanya va tenir èxit i la casa comercial va incrementar les seves vendes.



La publicitat és un mitjà que basa la seva efectivitat en el llançament de missatges audiovisuals que transmeten clarament una idea. I no sempre es tracta d'enaltir les qualitats del producte. En conegut anunci de BMV de "T'agrada conduir?" no es publiciten les qualitats del producte. Es dóna per fet que l'espectador les coneix i es dóna relleu a una experiència de plaer i a una sensació agradable. L'aire al braç, la mà que vola, etc. Són experiències que, qui més qui menys, ha dut a terme alguna vegada. És una idea clara i sintètica que es va fer famosa.



Si bé la idea és sintètica i nuclear, el seu procés de gestació pot molt bé no ser lineal en el temps. Podem conviure bastant temps amb una nebulosa d'idees que no s'acaba de concretar. Intuïm que anem en una direcció però no sabem el que busquem. Fins que un dia, un moment, se'ns encén la bombeta. El típic gag dels còmics mai millor emprat.

És probable que a partir d'un moment comencem a concretar a partir d'una idea més o menys vaga i que el desenvolupament mateix del procés ens porti a una concreció progressiva. Probablement la idea inicial variarà, la qual cosa és lògica, ja que estem en un procés creatiu. Ens trobem en una interacció entre

les persones implicades o entre els diferents moments d'un desenvolupament que és enriquidor. Un procés que acabarà conduint cap a una força comunicativa major de l'obra.

És possible parlar de tres tipus d'idees, que són les que fan referència al drama o la història, al tema i a l'estètica.

- **Idea dramàtica** o història. Es tracta de la idea que es pot concretar amb més facilitat. Consisteix en el desenvolupament bàsic de l'acció, el que ocorre als integrants de la història. A partir d'aquí es defineixen les situacions en les quals es troben els personatges. Es creen les accions i interaccions en què aquests es fiquen. Una acció dramàtica es pot convertir en el nucli sobre el qual s'estructuri tota una història o tot un clip.



Clip promocional de la Marató de TV3 de l'any 2007. Es tracta d'una refosa de *La finestra indiscreta* de Hitchcock, però aquí l'acció canvia. El nen està a punt de caure i la trucada de James Steward li salva la vida. El nucli temàtic és una acció simple que va servir per a destacar la importància i la necessitat de trucar per a fer aportacions a la marató sobre les malalties del cor.



Una idea d'acció que s'ha fet famosa en el Web. No es tracta d'una història de ficció d'una narració. Simplement és una idea sobre una acció que ha inspirat una saga de clips en el Web.

- **Idea temàtica.** Sol ser menys concreta que l'anterior i no sempre resulta fàcil de posar en poques paraules. Amb freqüència, aquesta idea s'assimila a la noció d'*idea nuclear* o *central*, o simplement *idea*. Constitueix el nu-



cli a partir del qual es genera la història i aquesta evoluciona. Si la idea temàtica és clara i està ben definida, totes les situacions i els personatges s'estructuren al seu voltant i la història funciona. En canvi, la seva falta de definició provoca que la història divagui i sigui inconcreta i indefinida. Si bé es tracta d'un concepte de caràcter genèric, universal i inespecífic, la idea temàtica s'acostuma a concretar en una situació més quotidiana o menys. Es presenta una realitat particular que pot resultar molt bé la plasmació d'un arquetip o d'una idea universal pròpia d'un entorn cultural determinat. En el seu caràcter nuclear i sintètic, hauria de ser possible transmetre el tema en unes quantes idees.

L'anunci d'Estrella Damm transmet l'ambient vital de la Mediterrània en l'estiu, la calidesa, l'amistat, les relacions i viure la vida. En certa manera, és un clip entorn d'una idea temàtica.



L'anunci d'Estrella Damm transmet l'ambient vital de la Mediterrània en estiu, la calidesa, l'amistat, les relacions i viure la vida. En certa manera, és un clip entorn d'una idea temàtica.



L'anunci d'Intermón Oxfam utilitza el motiu del Nadal per a afavorir col·laboracions per a un món més just.

- **Idea estètica.** Tradicionalment, en el cinema la idea estètica que pot configurar un tema és una cosa que no es troba en una fase inicial del projecte; la definició estètica es treballa únicament després que es defineixin la idea temàtica i la dramàtica. La realitat del vídeo ha incorporat components

diferents al procés clàssic, i no és estrany que una idea estètica es converteixi en el nucli inspirador d'un videoclip musical, per exemple. L'interès estètic pot prevaler perfectament sobre l'interès informatiu en la selecció de les imatges. De la mateixa manera que els criteris estètics no són una condició suficient per a un film o una producció dramàtica televisiva, en altres productes audiovisuals –com els videoclips, els recursos videogràfics per a exposicions o els fragments de vídeo que formen part de produccions multimèdia– l'estètica pot resultar perfectament un element clau.



En l'anunci de San Miguel s'utilitza la composició digital en múltiples finestres i el text subratlla la veu en off com a idea que estructura el discurs.



El videoclip de Quimi Portet utilitza directament imatges de YouTube i insereix la cara del cantant. La idea estètica es nodreix directament de la realitat del Web.



Un videoclip de *Hope there's someone* d'Antony and the Johnsons. Els fragments de text es van construir a mesura que avança la cançó sobre una estètica determinada d'imatges de fons. Un tractament estètic determinat inspira tot el videoclip.

Malgrat que hem separat les idees en tipologies, en realitat unes i altres es barregen. Quan estem en procés de generar una idea barregem processos i idees i combinem experiències i sensacions. La creació de la idea no és una cosa independent i aïllada. Hi ha una interrelació o retroacció constant de moments i idees. Però malgrat la confusió i el possible caos, es tracta de no caure en la indefinició o el desconcert. El resultat del procés de creació és la definició d'una idea clara. Si no es concreta, el producte que sorgirà no serà impactant ni coherent.

### 3.2. El guió literari

Una vegada s'ha definit la idea, i tenint en compte el procés de retroacció que s'ha apuntat anteriorment, la fase següent és la de redacció del guió. Aquí es presenta un ventall considerable de documents possibles que es poden desenvolupar. Sempre en funció de la complexitat del producte, del volum de la producció i del nombre de figures professionals implicades, el grau del missatge explícit i de desenvolupament del guió pot variar notablement. Com sempre, aquí no pretenem plantejar un desenvolupament extens del procés del guió, sinó simplement comentar l'adaptació a produccions no excessivament complexes com les que estem plantejant.

El guió consta d'una sèrie de parts.

- **L'*story line*.** És un primer esquema que exposa de manera sintètica la idea inicial. Si el producte és de ficció, l'*story line* contindrà el plantejament, el nus i el desenllaç; si es tracta d'un producte documental o educatiu, serà una descripció breu dels continguts bàsics que es tractaran. L'*story line* és útil per a presentar la idea als possibles clients, o bé en un grup de treball per a donar una primera aproximació al que es pretén amb el producte audiovisual. Pot ser un resum d'unes quantes línies, o fins i tot un paràgraf.

En les sèries de televisió periòdiques, o en les sèries de dibuixos animats, el desenvolupament dels diferents capítols es construeix sobre un *story line* comú. L'esquema repetitiu en què es basen els capítols es manifesta clarament en aquest document.

- **La sinopsi.** Segons la complexitat i l'extensió de la producció, pot ser convenient la realització de la sinopsi, encara que en productes de curta durada no resulta imprescindible. En la sinopsi es descriu la història o el reportatge en alguns folis. Respecte als audiovisuals de ficció, en aquest document es concreten els personatges principals, el conflicte, la línia d'acció principal i les trames secundàries; en els informatius presenta un desenvolupament temàtic i de continguts ordenat i estructurat.

La redacció de la sinopsi preveu un desenvolupament complet del que ocorre en un capítol de manera sintetitzada i breu. El guionista pensa i escriu, ja des d'un bon inici, en termes visuals.

- **El guió literari.** El guió literari, malgrat el seu nom, és un document poc literari. Més que estructurar-se com una novel·la, presenta una descripció de les escenes que constituïran el producte audiovisual.

La descripció que fa el guió literari està pensada en bona mesura en termes visuals, ja que en cas contrari resultaria difícilment realitzable; constitueix un document bàsic per a la producció, ja que a partir d'aquest document es desenvolupen les tasques de la realització i es planifiquen els processos de la producció.

La redacció d'un guió és un procés que s'estructura seguint les necessitats de desenvolupament de l'obra audiovisual final. Exceptuant les situacions en les quals es parteix d'una novel·la o una obra literària prèvia de la qual cal fer l'adaptació, els guions literaris es conceben des del començament a partir de l'estructura de seqüències i plans que formaran l'obra final. El guionista té constantment en ment l'estructura de plans, seqüències, trames i argument. Parteix de l'argument bàsic i desenvolupa la trama principal i les secundàries o les esbossa, les quals ja té en ment en desenvolupar o escriure les escenes concretes. L'esquema de treball pot variar segons el volum i la complexitat de l'obra i, per tant, segons el nombre de professionals implicats. Si es tracta d'un guionista o pel cap alt dos o tres que estan en contacte, el que és explícit de tot el procés serà potser menor; els guionistes poden comentar, discutir i pactar les característiques del desenvolupament en l'intercanvi personal. Al contrari, si l'equip està format per un gran nombre de persones, la necessitat de consignar per escrit tot el procés s'incrementa.

En els productes de ficció, els guionistes treballen normalment sobre unes estructures narratives típiques i conegudes normalment. En el fons, no hi ha tants arguments diferents com a primera vista podria semblar i, en general,

la major part de les històries s'estructuren sobre unes idees centrals que les unifiquen. Tant en ficció com en documentals, és fàcil trobar unes mateixes estructures temàtiques i narratives que es repeteixen.

Tal com ja hem dit, és important que hi hagi una idea central a partir de la qual s'estructuri la història o es desenvolupin els continguts. El guió literari està al servei d'aquesta idea unificadora. Tant en les produccions dramàtiques com en els documentals, la presència d'un nucli temàtic central contribueix a unificar la producció.

En el cas que es tracti de ficció i hi hagi protagonistes, en el guió literari es concreten les seves característiques i es descriu l'evolució que presenten. Això es fa a terme sobretot mitjançant els diàlegs, encara que especialment la descripció de les característiques pot requerir especificacions o comentaris en el guió mateix.

Mentre que, en els gèneres dramàtics, els personatges són un element imprescindible, en els documentals la seva existència és variable. Encara que es trobin en l'obra, el seu paper pot respondre a especificacions del guió i representar en pantalla un personatge real (o suposadament real), o bé poden ser protagonistes del tema que aporten informació per mitjà d'entrevistes o de comentaris en veu alta.

Una mateixa història o tema es pot plantejar amb la posada en joc de gèneres diferents.

De la mateixa manera, els elements del llenguatge audiovisual es poden conjugar en múltiples combinacions. En el guió literari, es concreta el tractament i es descriuen les escenes; el guionista el redacta i l'usa com el producte que reflecteix el seu treball. En part, el guió és el resultat de la creativitat i la inspiració i, en part, el resultat d'uns procediments de treball i d'unes tècniques.

Una vegada s'ha redactat el guió, arriba el moment en què el guionista ha finalitzat una part de la seva tasca i el document passa a les mans del realitzador. És important que es mantingui constantment la coordinació entre el guionista i el realitzador.

El guió literari es presenta en dos formats bàsics:

1) En el **model a dues columnes**, la pàgina es divideix en dues meitats verticals i es redacta separant la informació visual de la part sonora. En la columna de l'esquerra es descriuen les accions i les imatges que integren l'escena. En la de la dreta s'indiquen els diàlegs, els sons, la música i els efectes sonors.

2) En el **model a una columna**, cada escena es descriu de manera narrativa. Els diàlegs se separen de les descripcions amb la tabulació del text.

Les unitats de redacció del guió literari són les escenes. Aquestes constitueixen els elements de construcció bàsics a partir dels quals es desenvolupa la trama. El guió literari és un document de treball a partir del qual es redacta el guió tècnic, es calcula el pressupost i es prenen, per tant, decisions relatives a la realització i a la producció.

El guió literari, malgrat el seu nom, és un document poc literari. Més que estructurar-se com una novel·la, presenta una descripció de les escenes que constituïran el producte audiovisual.

Les descripcions del guió literari estan pensades en termes visuals. En cas contrari, resultaria difícilment realitzable. El guió constitueix un document bàsic per a la producció, ja que a partir d'aquí es desenvolupen les tasques de la realització i es planifiquen els processos de la producció.

## 4. La capacitat de síntesi del guionista

Una capacitat bàsica que ha d'adquirir qualsevol guionista és la de sintetitzar. Bé es tracti d'una obra literària que s'hagi de plasmar en un film, o bé d'un tema científic o històric que s'hagi de convertir en un documental televisiu, l'habilitat per a aïllar l'essencial i sintetitzar-ho és fonamental. Amb freqüència, el temps dedicat a dur a terme una investigació exhaustiva del tema supera el temps de redacció del guió per si mateix. L'elaboració del guió és, de fet, un pas posterior a la tasca de documentació sobre els continguts.

La necessitat de síntesi s'evidencia si la comparem amb la del tractament que es pot donar d'un tema en un llibre o en un vídeo. En el primer es poden incloure de manera exhaustiva els continguts que es considerin necessaris. El lector serà qui decidirà el ritme de lectura, podrà anar directament als capítols que vulgui o podrà rellegir en qualsevol moment un paràgraf. En una obra audiovisual clàssica, el ritme era fins ara un element sobre el qual l'espectador no tenia control. L'espectador d'una sala de cinema no pot fragmentar la projecció del film. El cinema és el paradigma de l'obra audiovisual en la qual allò que es conta es relaciona íntimament amb el ritme de la producció.

Actualment, la manera de veure un producte audiovisual està canviant. L'usuari no solament pot veure un clip de vídeo en el moment que vulgui, sinó que també pot accedir a qualsevol punt del contingut en qualsevol moment. Fins i tot és com més va més freqüent veure de manera simultània diversos clips. D'altra banda, els formats interactius com l'hipervídeo poden modificar substancialment la concepció clàssica de l'obra audiovisual.

De tota manera, malgrat aquests canvis, és important recordar que un vídeo pot aportar aspectes dinàmics o motivadors al coneixement d'un tema. La seva força comunicativa és mostrar simulacions o testimonis en viu dels personatges. No hauria de pretendre tractar els continguts en la forma de discurs profunda i exhaustiva que és més pròpia del text escrit.

Seleccionar allò que és essencial és una competència bàsica del guionista.

