

EL CINE DEL "DESCA

COMO SE FABRICA UN "CORTO" PUBLICITARIO

Al proponernos la realización de un reportaje sobre el proceso de creación de un film publicitario, nos encontramos ante el dilema de cuál escoger para evitar la discriminación entre los de las diversas marcas comerciales. Para eludir esta molesta cuestión nos decidimos por uno que se refiere a TRIUNFO, realizado por Estudios Moro y que, precisamente, representará a la producción española en el Festival de Cine Publicitario, en Cannes.

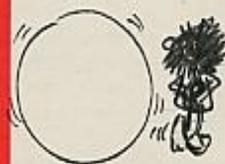
Un largo proceso es necesario para obtener como resultado uno de esos pequeños films que han logrado que el público permanezca en la butaca durante el entreacto. La primera etapa, a cargo del departamento de «creación», consiste en buscar la idea más adecuada a la puesta en valor del producto de que se trata, en este caso nuestra revista. Una vez encontrada la idea original —cuyos puntos básicos muestra la serie de dibujos reproducidos al pie de la página—, José Luis Moro —a la derecha— se ocupará de dar forma definitiva a la historia que se desarrollará en la pantalla.



(ATLANTE)
SOSTENIENDO
LA BOLA DEL
MUNDO)



(ESTRONDOS
DE MÚSICA
DE "JAZZ")

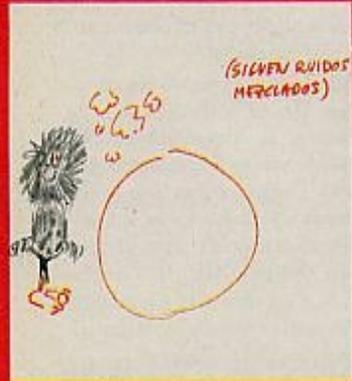
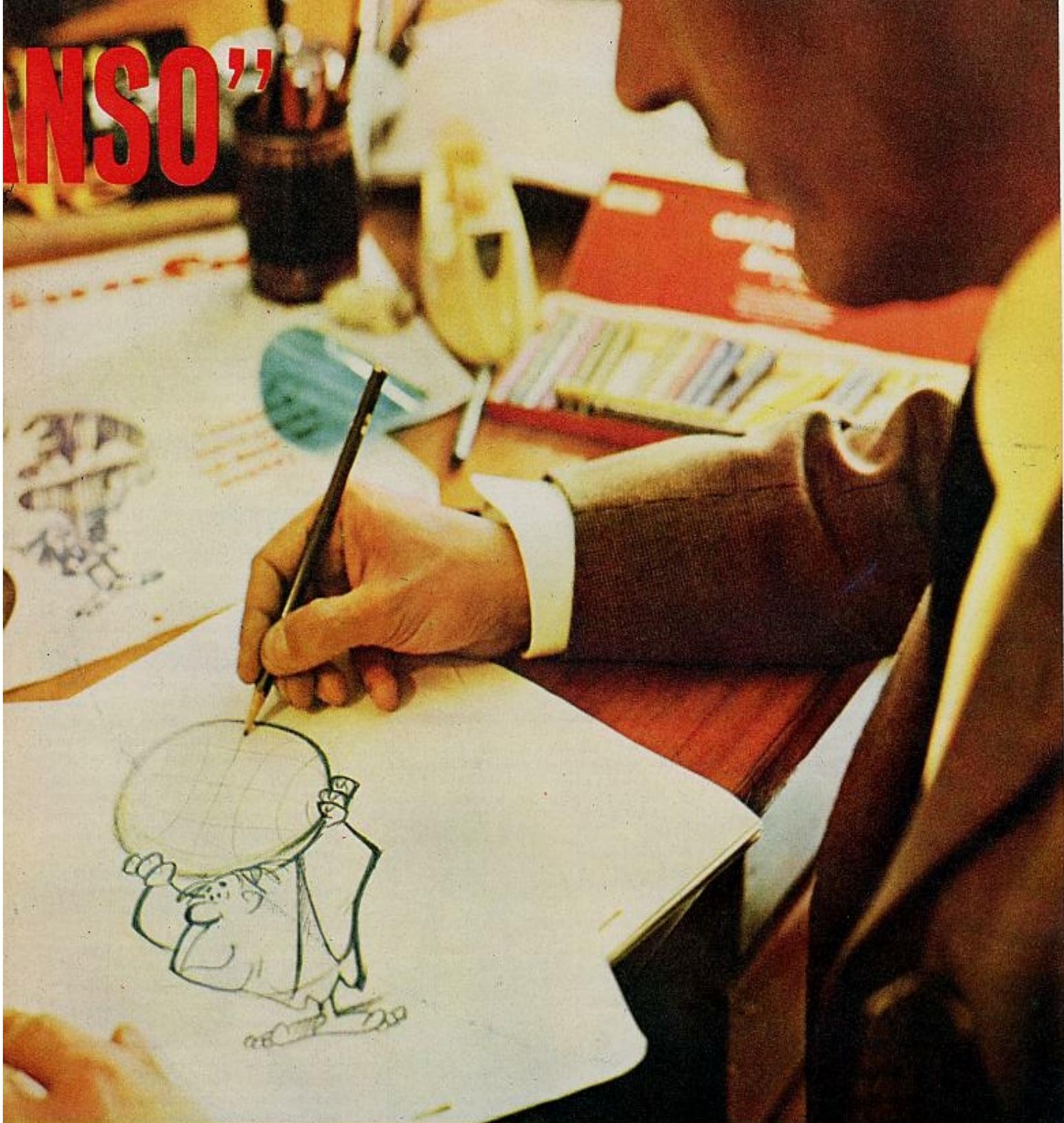


(MÚSICAS DE
BOLLOS DE CARRENAS)



(BOMBAS Y
ANTRÁCIMOS,
JUNTO CON LOS
"BEATLES")

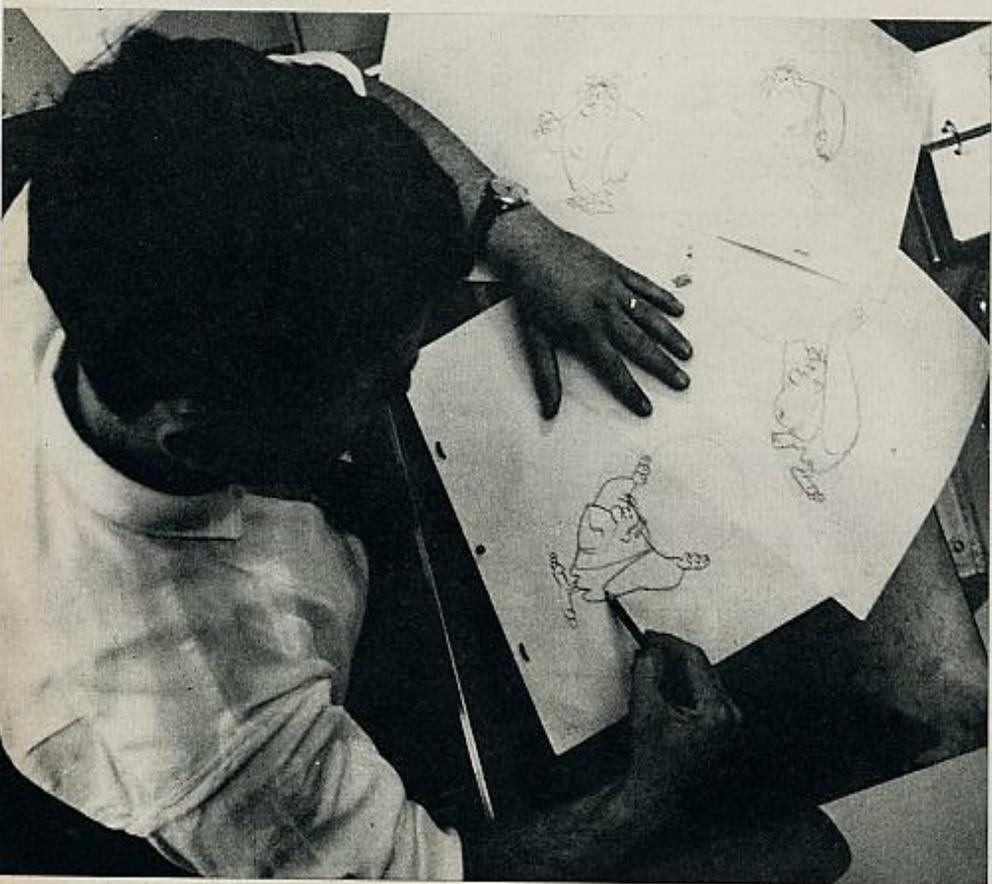
ANSO''



SIGUE



Cuando la planificación está ultimada, se procede, antes de dar forma definitiva a la imagen, a la grabación de la banda sonora, a la que aquélla se adaptará fielmente para conseguir el ritmo previsto con anterioridad.



El animador se encarga de dibujar, con arreglo al plan establecido, las fases principales del movimiento de los personajes en cada momento o secuencia de los que, una vez sumados, compondrán la película.

DESDE hace unos años, las salas cinematográficas están conociendo un curioso fenómeno. Durante el descanso, el público permanece en sus butacas. Sólo los fumadores empedernidos — incluso muchos de ellos esperan— se precipitan al vestíbulo. Los que llegaban después del entreacto, llegan ahora a tiempo, a pesar del adelanto de horarios. Ello se debe a la publicidad. Los anuncios, que antes expulsaban a la gente de las salas, ahora la retienen. Y, naturalmente, su eficacia sale ganando, además de los propios espectadores.

La revolución se ha producido en un corto espacio de tiempo. Del paso de la diapositiva fija al pequeño film, frecuentemente lleno de inventiva, el salto ha sido rápido. Y España ha logrado situarse a la cabeza de la producción mundial en este tipo de cine. Durante tres años consecutivos ha obtenido el Gran Premio en el Festival de la especialidad que se celebra alternativamente en Cannes y Venecia.

Este género de films —la película publicitaria—, frecuentemente brevísimos, al que muchas veces no damos importancia, lleva emparejadas una serie de dificultades que hacen que se trate de una de las ramas más desconocidas y más dignas de estudio. Por otra parte, el cine publicitario se ha convertido prácticamente en el último reducto de la experimentación. Mientras el cine de ficción y largometraje se encuentra cada vez más constreñido, en sus búsquedas estéticas, por los enormes presupuestos y la consiguiente necesidad de una rápida y mundial amortización, el cine publicitario, sin más trabas que las que, en ocasiones, ponen los anunciantes que hacen el encargo, permite —y exige— una gran variedad y un esfuerzo imaginativo que muchas veces no caben en la producción normal.

La propia dimensión de los films —que oscila entre los quince segundos y el minuto— obliga a una concentración de hallazgos y a una riqueza de invención prodigiosas. Y el elemento sorpresivo que cada film debe tener, así como la necesidad de expresar en tan corto tiempo las características principales que quieran hacerse resaltar en el producto anunciado, deben coexistir con una continua renovación de temas y fórmulas, dada la gran cantidad de films que se producen y exhiben. Queda, por último, el fabuloso trabajo que —especialmente cuando se trata de una película en dibujos animados— se necesita para poner a punto esas que son a veces pequeñas obras maestras.

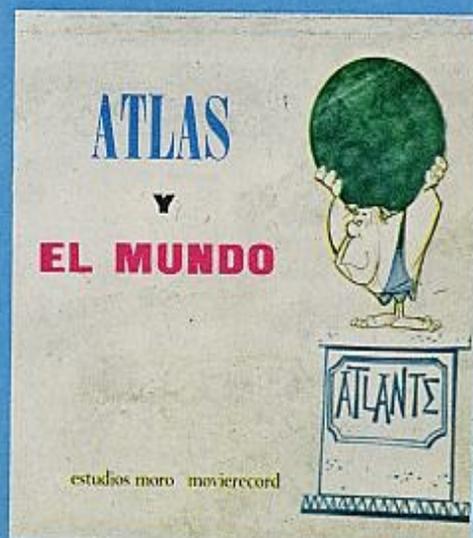
En España, donde la proyección de cortometrajes, a pesar de su obligatoriedad, es cosa poco frecuente, el dibujo animado ha estado representado, casi exclusivamente, por los largos de Walt Disney. Ahora que la decadencia del «mago de Burbank» es innegable, sigue siendo desconocida para el gran público la un día próspera escuela americana de la U. P. A., así como la escuela de animación de los países socialistas, especialmente Checoslovaquia. Sólo «Popeye» y «Tom y Jerry» gozan de una cierta **SIGUE**



Los intercaladores complementan el movimiento esbozado por el animador, realizando los dibujos que corresponden a las fases intermedias de los movimientos, de modo que no existan saltos bruscos. Una vez terminada esta tarea, los departamentos de línea —abajo, a la izquierda— y color —abajo, a la derecha—, van calcando en celuloide los dibujos, labor que se complementa con la llevada a cabo por el departamento de fondos, que pone a punto lo que equivaldría el decorado.



DURANTE UN MINUTO DE PROYECCION, Y EN 1.440 IMAGENES, LA PELICULA



Atlante jugando con el mundo es el tema central de la película publicitaria realizada para nuestra revista. En una sucesión ininterrumpida de hallazgos ingeniosos, el actua

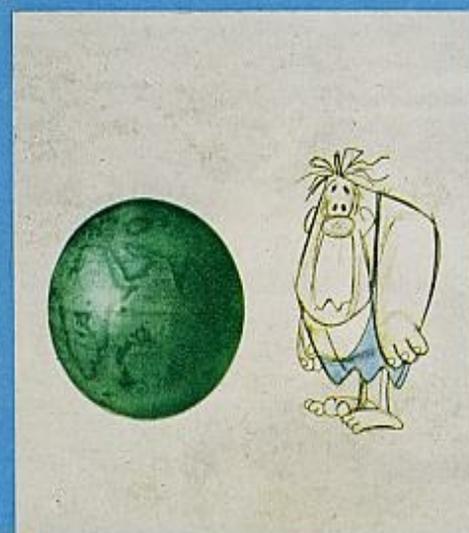
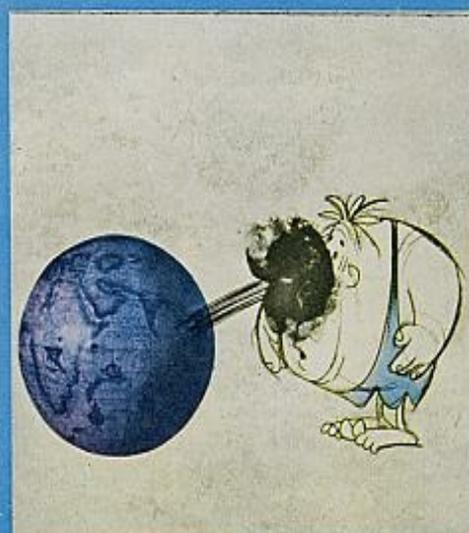
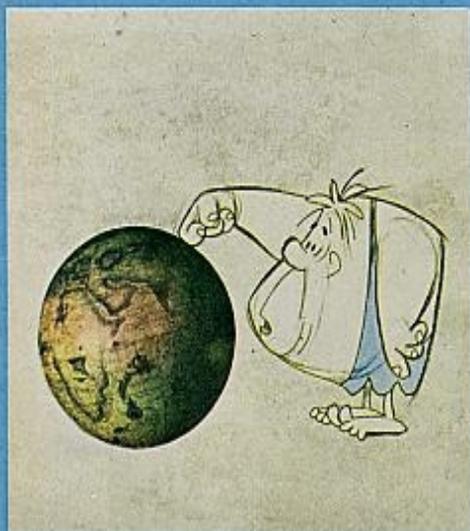
popularidad. Y en este panorama resulta tanto más sorprendente que se haya logrado una madurez como la que es habitual en la mayoría de los films publicitarios que se proyectan en nuestros cines.

El año pasado, la película anunciadora de nuestra revista fue premiada en Vene-

cia. Para este año, «Estudios Moro» ha realizado un nuevo film que prestigie a TRIUNFO y que será exhibido igualmente en el Festival de inmediata celebración, con Cannes como marco. Nada mejor para dar a conocer el procedimiento de creación de estas películas que seguir paso a paso la elaboración de «la nuestra».

Todo comienza a partir del encargo por la empresa a la entidad elaboradora del film. Si por parte de aquella no ha habido unas exigencias concretas respecto del tono o el contenido del film, el departamento de creación de los Estudios prepara una serie de proyectos de entre los cuales, una vez que

DE "TRIUNFO" DEBE MANTENER LA ATENCION DEL ESPECTADOR-LECTOR

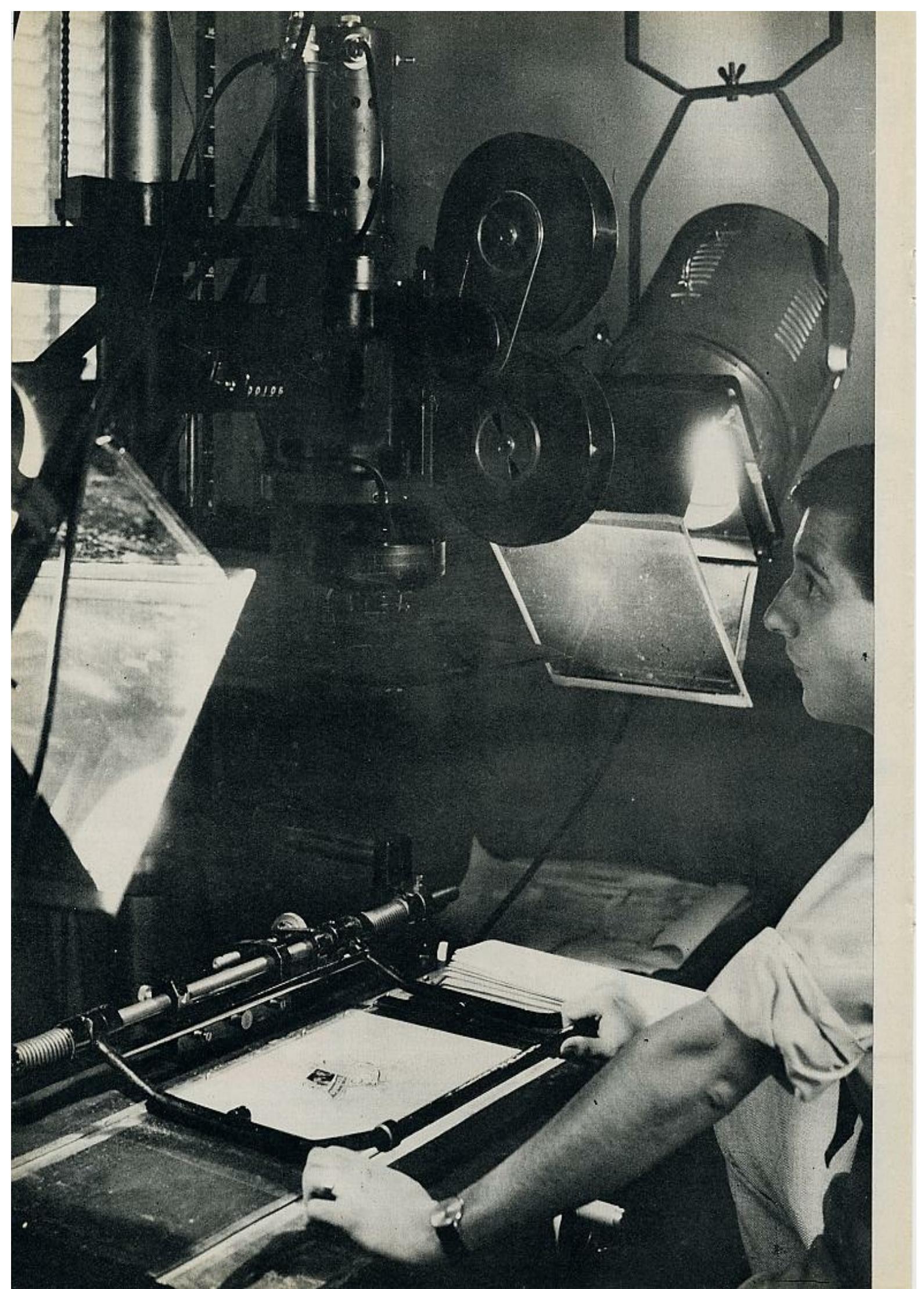


lidad va haciendo eclosión. Y cuando Atlante, inquieto, llegue a introducir la enorme bola en una moderna «Turmix», el resultado de la compresión será «TRIUNFO».

se haya decidido cuál es la idea que mejor conviene al producto —en este caso nuestra revista— que el film ha de presentar, se elige uno o varios que se someten a la aceptación del cliente. Elegido el proyecto base de la realización del film, pasa al estudio de creación del personaje definitivo, y, en el

caso concreto de nuestro film, José Luis Moro se encarga de darle su forma exacta, de estudiar las diferentes expresiones que tendrá a lo largo del film y de preparar, en unión de sus colaboradores y ayudantes, la planificación definitiva, con expresión de los momentos fundamentales y estudio de la

duración de cada uno de ellos, así como del ritmo del conjunto. Una vez que está ultimado, y mientras todo lo referente a imagen pasa a los correspondientes departamentos, de los que hablaremos a continuación, se procede a la grabación de la banda sonora, con el fin de que el ritmo de **SIGUE**



EL CINE DEL "DESCANSO"

la imagen se vea apoyado con exactitud por el del sonido y evitar cualquier bache o cualquier tiempo muerto, nefasto en esta clase de films. El procedimiento ofrece grandes ventajas sobre el tradicional de doblar una vez que está terminada la filmación de la imagen, en el sentido de que de este modo puede garantizarse que el ritmo será exactamente el previsto, al hacerse coincidir cada imagen con el ruido exacto que debe acompañarla, y sin que en ningún momento pueda existir el peligro de que aquella quede «corta» o «larga» para el sonido correspondiente.

Con total sometimiento a lo planeado, el departamento de animación se encarga de desarrollar las diferentes actitudes de los personajes y de los momentos de la acción. Los animadores dibujan los momentos claves de cada movimiento, y los intercaladores se encargan de crear, en el número de imágenes calculado, los movimientos intermedios que permitirán pasar de uno a otro de los principales sin brusquedad.

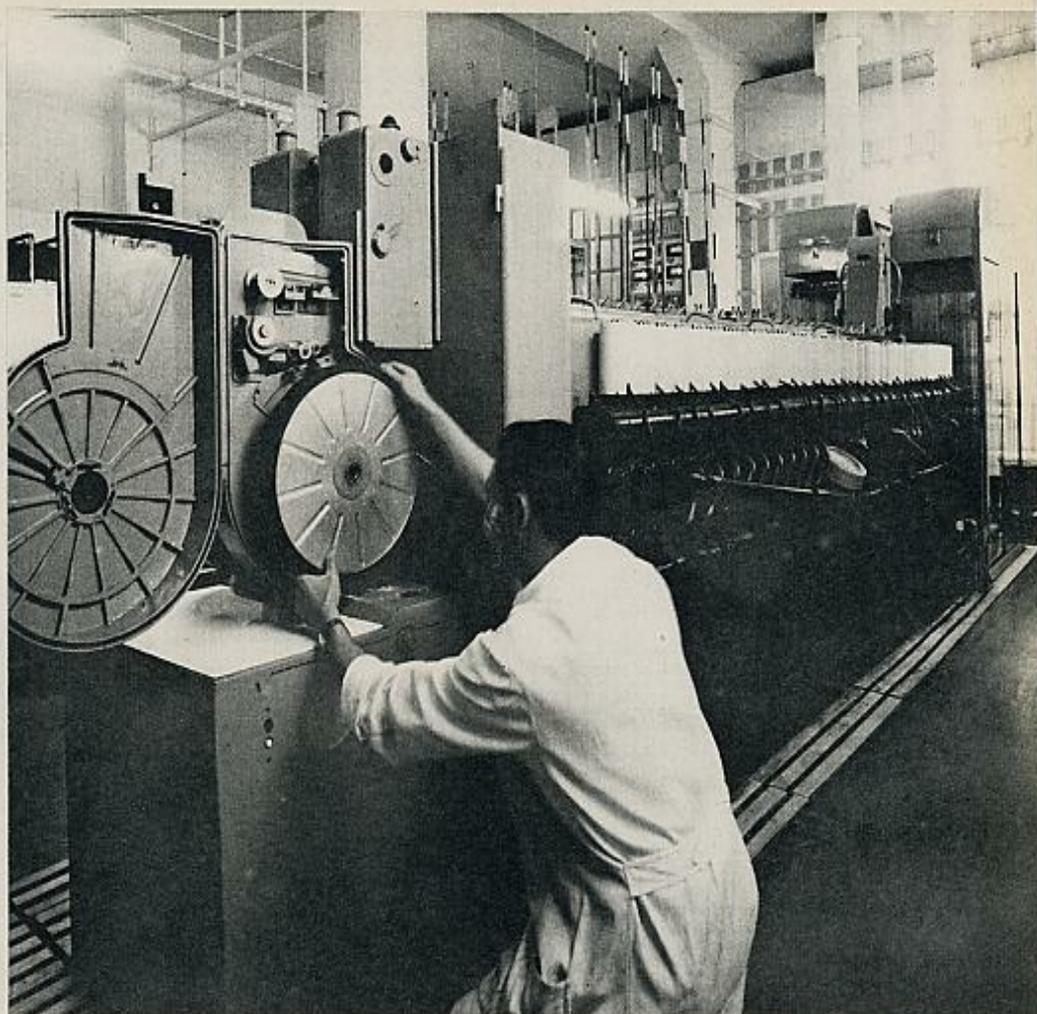
Una vez realizada la serie completa de dibujos, el trabajo se desdobra de nuevo. El departamento de línea calca sobre celuloide todas y cada una de las figuras, y el de color se encarga de colocar el que corresponde, mientras el de fondos realiza, con arreglo a los bocetos previamente preparados, lo que pudiéramos llamar «el decorado». A esta altura se realiza una primera filmación de prueba, utilizando solamente fondos y línea, para verificar que todo concuerda exactamente. Esta filmación se realiza en blanco y negro. Una vez confirmados los resultados, o realizadas las reformas necesarias, se pasa a la etapa de rodaje.

Cámaras especiales proceden a la filmación, imagen por imagen, de la serie de complejos formados por fondos, línea y color. El número de imágenes que ha sido preciso realizar para la versión definitiva —sin contar toda la etapa de preparación y los dibujos que no son seleccionados— puede calcularse fácilmente, sin más que hacer una sencilla multiplicación. Puesto que se proyecta a veinticuatro imágenes por segundo y el film dura un minuto se habrán requerido 1.440 imágenes definitivas.

Una vez llevada a cabo la filmación, el proceso comprenderá las etapas propias de una película normal: montaje, adaptación de la banda sonora a la de imagen, repicado de sonido magnético al óptico, proceso de laboratorio y tiraje de copias...

Todo este trabajo es, pues, necesario para conseguir sesenta segundos de proyección, sesenta segundos en los que el ingenio no debe fallar ni un instante, en los que el ritmo debe mantenerse sin un solo bache, en los que la atención del espectador no sólo no debe apartarse de la pantalla, sino que debe ir orientándose hacia la espera de lo que llegará en último término: el resumen —en este caso la presentación de TRIUNFO— del significado de todas las pistas que la película ha ido proponiendo.

(Fotos SANCHEZ MARTINEZ)



Una cámara especial —a la izquierda— rueda, imagen por imagen, cada uno de los dibujos que compondrán el film, hasta un total de 1.440. Luego, el proceso a seguir es el de toda película: montaje en la moviola —arriba— con sincronización de imagen y sonido, y todo lo referente al laboratorio. Abajo vemos el tren de revelado.

