

The End

THE END

End

CINE

Estrategias de guion cinematográfico

El proceso de creación
de una historia

Antonio Sánchez-Escalonilla

The End

THE END

Índice

Portada	
Prólogo	
Introducción. El guion: «película soñada» y proyecto empresarial	
Primera parte. La narración cinematográfica	
1. El guionista como escritor de imágenes	
2. ¿Cómo se hace creíble una ficción?	
3. La fuente eterna de las historias	
Segunda parte. El proceso creativo	
4. El conflicto, base del drama	
5. La idea: el reto creativo	
6. De la story line al organigrama dramático	
7. El motor de la acción	
8. Las herramientas del drama	
9. Escaleta, sinopsis y tratamiento	
Tercera parte. Estructura en tres actos	
10. Estrategias del acto primero	
11. Estrategias del acto segundo	
12. Estrategias del acto tercero	
Cuarta parte. El personaje	
13. La creación del personaje	
14. Peripencias interiores	
Bibliografía	
Créditos de películas	
Notas	
Créditos	

Te damos las gracias por adquirir este EBOOK

Visita Planetadelibros.com y descubre una nueva forma de disfrutar de la lectura

¡Regístrate y accede a contenidos exclusivos!

Próximos lanzamientos
Clubs de lectura con autores
Concursos y promociones
Áreas temáticas
Presentaciones de libros
Noticias destacadas

Comparte tu opinión en la ficha del libro
y en nuestras redes sociales:



Explora Descubre Comparte

PRÓLOGO

Quienquiera que se acerque por primera vez a Antonio Sánchez-Escalonilla notará en su actitud cierta distancia que por desconocimiento puede muy bien confundirse con frialdad o lejanía. Nada más lejos de la realidad. Es simplemente discreción y elegancia; aderezadas, eso sí, con una muy buena dosis de timidez. Sus gestos (suaves y casi imperceptibles) se manifiestan de manera muy pausada con un evidente afán de no molestar, de pasar desapercibidos. Pero su mirada es firme y sincera. Sin ocultar cierto pudor, los grandes ojos de Antonio te miran fijamente llevándote a una especie de puente de plata que invita al interlocutor a sincerarse y a compartir sus más íntimos secretos.

En esa ambigüedad de hombre honesto y amigable, con actitudes externas que pueden parecer distantes, se esconde el riguroso investigador y el dicharachero profesor que es Antonio Sánchez-Escalonilla, quien —como todos los grandes tímidos que se precian de serlo— se descocha sobre la tarima y se expande en afabilidad y alegría convirtiéndose en un excelente orador que fascina e hipnotiza a su audiencia al mismo tiempo que espectaculariza y ameniza el discurso académico.

Y ¿a qué viene —se preguntará el lector— esta descripción —tan personal como subjetiva— del autor de este libro? ¿Por qué extraña razón el prologuista de un manual sobre el guión cinematográfico considera necesario comentarnos sus impresiones personales sobre el autor, confeccionando un cursi retrato, cuando bien podríamos revisar sin esfuerzo y sin pérdidas de tiempo la fotografía de contraportada?, sigue razonando el paciente lector.

Por dos razones tan obvias como evidentes, les respondería el prologuista. La primera, porque no habrá (creo) ninguna fotografía en la contraportada del volumen que el lector está deseando comenzar a leer, por más que yo mismo, Araceli y otros buenos amigos de Antonio le hayamos insistido en ello. Su proverbial timidez parece decisiva en ese aspecto. Y su tozudez raramente se quiebra en esos asuntos tan personales. La segunda razón es debida a que cuando me decido a hablar del profesor Sánchez-Escalonilla (y no lo hago demasiadas veces), de su rigor como estudioso del guión cinematográfico, de su pasión por las películas de aventuras, de su buen hacer profesional y académico, se me hace perentorio hablar al mismo tiempo del hombre que se esconde tras ese disfraz de diligente universitario; porque su bonhomía, su amigable conversación, su placidez de gestos y su amor a la vida son precisamente las columnas que sostienen el sólido edificio académico que Antonio Sánchez ha ido construyendo poco a poco con sus múltiples publicaciones, sus investigaciones y sus clases en la Universidad Rey Juan Carlos.

Sus libros son como él: amables e interesantes; divertidos y sorprendentes; sesudos y livianos; rigurosos y profundos, pero sin estridencias ni alharacas. Humildes de aspecto pero llenos de sabiduría y de propuestas enriquecedoras. Y estoy seguro de lo que digo, pues lo digo con auténtico conocimiento de causa y sin ninguna necesidad de «dorar la píldora a nadie». Mis años, mis canas y mi posición profesional y académica, cercana ya a la jubilación, me permiten decir lo que pienso sin compromisos ni ataduras. Y además, como decía, mi conocimiento de Antonio y de sus cuitas académicas viene de lejos. Quizá ya desde su primer libro, en el que me invitó a participar sin casi conocerme. Desde sus primeros contratos en el Centro Universitario Villanueva. Desde su primera pugna por lograr una plaza de profesor titular en aquella célebre, dura y afortunadamente ya lejana Habilitación Nacional que duró varios me-

ses en las aulas de la Universidad Carlos III de Madrid y en la que «pasó lo que pasó»... aunque el tiempo lo pone todo en su sitio.

Y este libro que ahora estamos a punto de comenzar a leer es buen ejemplo de cómo las cosas van colocándose donde deben. Pues no resulta demasiado habitual que un manual universitario sobre guión cinematográfico (compiendo en un mercado tan saturado como el actual) llegue a su décima reimpresión con éxito, ni que sea utilizado tanto por los estudiantes del autor como por otros varios miles en diversas universidades españolas. Aunque quizá en este particular caso, la grandeza del libro parecía evidente incluso desde sus comienzos, pues ya en su primera edición el manual preparado por el profesor Sánchez-Escalonilla era (y es en esta actualización revisada) un excelente texto tanto en su estructura como en sus propuestas. Como se señala en la introducción, «escribir para la gran pantalla es adentrarse en el mundo de los sueños». Y quizá ésa sea la mejor actitud para enfrentarse a la lectura de este manual: dejándose transportar mansamente por la prosa del autor a ese mundo onírico (pero al mismo tiempo tan real como la vida misma) en el que la *película soñada* va a ir convirtiéndose poco a poco en un proyecto empresarial y en una *película realizada*.

El cine, ya lo decían tanto Orson Welles como anteriormente Serguei M. Eisenstein, es el mayor y más divertido tren eléctrico que pueda soñar nunca un niño grande. Y el guión es, en la mayoría de los casos, el pistoletazo de salida de ese maravilloso viaje por el mundo de los sueños y de las más austeras realidades. Para ayudarnos a entender lo que es (y ha sido) un guión de cine, Sánchez-Escalonilla nos sumerge en un texto amable y fascinante que nos desvela las interioridades de la escritura cinematográfica. Con ejemplos clásicos, muy bien seleccionados y que además tienen la virtud de su «casi» conocimiento universal (*Misterioso asesinato en Manhattan*, *El Padrino*, *Billy Elliot*, *Ca-*

mino a la Perdición, Braveheart, Toy Story, Terminator, Amadeus o Los intocables, entre otros), el autor nos invita a caminar con él entre la teoría y la práctica y en la excelente compañía de nombres esenciales en la historia del oficio de escribir para el cine.

Como señalaba al comienzo, Antonio Sánchez-Escalonilla es un hombre bueno. Tras leer o estudiar su libro, el joven interesado en el guión de cine o el profesional avezado que hojee su libro por curiosidad advertirán complacidos que también es un hombre sabio. Y que su trabajo es tan meritorio como divertido.

No todos los hombres buenos hacen buenos libros, pero en este caso, querido lector, si usted ha tenido la suerte de que este texto caiga en sus manos... no desaproveche la ocasión. Es un excelente libro que muestra de manera fehaciente el estupendo trabajo que el profesor Sánchez-Escalonilla desarrolla en su actividad académica cotidiana.

EDUARDO RODRÍGUEZ MERCHÁN

Catedrático de la Universidad Complutense de Madrid

INTRODUCCIÓN

EL GUION: «PELÍCULA SOÑADA» Y PROYECTO EMPRESARIAL

Cuando se echa un vistazo por primera vez a un guion literario en formato profesional, la reacción inicial suele ser una mezcla de decepción y extrañeza. Cuesta trabajo creer que realmente se haya invertido tanto en ese frágil borrador de 120 páginas, mal encuadernadas y que casi nadie conserva tras el rodaje. Quizás los ojos profanos esperan encontrarse un flamante vademécum repleto de tecnicismos cinematográficos, movimientos de cámara, ángulos, lentes, efectos especiales, referencias estéticas...

Desde ese punto de vista, un guion literario es en efecto mucho más decepcionante que un guion técnico, ese libretto de rodaje que el director redacta para su equipo de realización.

Sin embargo, el guion literario, el *guion* por antonomasia, es el comienzo de todo.

Antes de que existan actores y actrices, directores de fotografía, jefes de producción, responsables de *marketing*... Antes de que entren en acción ingenieros de sonido y de efectos especiales, diseñadores de producción, montadores y, por supuesto, un director, solo existe el guion. Y sin guion, o *película soñada* según Carrière y Bonitzer, no existe *película realizada*.¹ Sin película de papel no existe película de celuloide.

Escribir para la gran pantalla exige adentrarse en el mundo de los sueños. Allí se conciben las fantasías cinematográficas, antes de ser trasladadas a la danza luminosa de

los fotogramas. Toda reflexión sobre el guion remite a las técnicas narrativas que informan el caos dramático, y que nada tienen que ver con unas plantillas estructurales vacías. Ninguna fórmula mecánica puede reemplazar la capacidad creativa de un narrador, aunque las guías técnicas resultan imprescindibles. Después de trabajar con ellas, los guionistas aseguran que los patrones narrativos, algunos tan antiguos como la propia literatura, facilitan su trabajo dentro de un amplio margen de libertad artística.

Un guion literario solo son 120 páginas. Es frágil, no está terminado y siempre estará sujeto a las modificaciones que imponga la realización. Es una primera narración de la historia, que aguarda la segunda y definitiva narración del director. Por eso, sería impensable conceder al guion el rango de género literario, aunque, paradójicamente, contenga elementos artísticos y evoque lugares comunes. El guion es, por encima de todo, un instrumento de trabajo y debe someterse a una metodología profesional que condiciona la labor del escritor.

El guionista sabe que la mayoría de los guiones que se escriben no llegan jamás a realizarse. Los archivos de las *majors* de Hollywood están repletos de guiones que duermen el sueño de los justos, algunos desde tiempo inmemorial. Entre ellos se encuentran auténticas obras maestras que perdieron su oportunidad de llegar a las pantallas, quizá porque los criterios de un productor impidieron su realización en un momento dado. El cine es un arte, pero también es una industria. Se trata del mayor tren eléctrico jamás soñado por un niño, como lo definió Orson Welles, pero es un juguete demasiado caro. Por eso, el guionista sabe muy bien que su trabajo puede ser objeto de injusticias artísticas, y que su historia soñada depende de las posibilidades económicas y de las modas del momento.

Protagonismo del guion en el mercado cinematográfico

A comienzos de los 90, se calculaba en torno a mil quinientos el número medio de guiones que llegaban cada año a los departamentos de análisis de las *majors* californianas; de ellos, tan solo diez o doce alcanzarían la fase de producción. Por entonces se registraban anualmente cerca de 25.000 guiones literarios en la Writers Guild of America, el gremio de escritores estadounidenses, de los cuales menos de ochenta se convertirían finalmente en películas. Dicho de otro modo: a principio de los 90 un guion contaba con un 0,32 por ciento de posibilidades de llegar a realizarse. Dos décadas más tarde, el panorama no ha cambiado mucho. Aunque la cifra de guiones registrados en la WGA llegó a duplicarse (cerca de 50.000 en 2012), la proporción entre historias soñadas y producciones realizadas sigue arrojando un resultado idéntico.

Ante la avalancha anual de relatos, la preocupación de los productores por no desperdiciar los guiones más prometedores ha llegado a provocar curiosas pero rentables iniciativas. En el ambiente de los ejecutivos de Hollywood circulaba desde 2005 una *Lista Negra* de guiones que — pese a su engañoso nombre—, reunía cada año los mejores borradores no producidos por los estudios. La idea de divulgar este listado de diamantes en bruto sin salida al mercado fue de un productor de Universal, encargado exclusivamente de buscar guiones excelentes olvidados por los estudios. El listado alcanzaba los 168 títulos en 2011, de los cuales más de un 40 por ciento llegó finalmente a producirse. Por este honorable ranking han pasado títulos como *Slumdog Millionaire* que, tras su estreno en 2008, ganó el Óscar al mejor guion adaptado, a la mejor dirección y a la mejor producción. Entre otros guiones rescatados finalmente de esa lista destacan los de *Juno*, *Los juegos del hambre*, *Blancanieves*, *Zombieland*, *La conspiración del pánico*

y *La red social* (por extraño que resulte encontrar a Aaron Sorkin en esta *Lista Negra*). En los años 80, cuando ni siquiera existía un elenco tan sistematizado, se hablaba entre los ejecutivos de Hollywood de un guion mítico jamás producido y que llevaba por título *La princesa prometida*.

Ni las cifras mencionadas ni semejante volumen de talento malgastado resultan alentadores para la labor de los guionistas norteamericanos, aunque se encuentren en el mercado cinematográfico más desarrollado del planeta y, por tanto, las posibilidades creativas parezcan mayores.

La situación no es muy diferente para el guionista español, pese a hallarse en un mercado todavía en desarrollo, en régimen de estrecha subvención y donde el ratio guion/película producida no resulta tan bajo. Entre 2000 y 2011, los largometrajes producidos o coproducidos en España pasaron de 98 a 199, lo cual supone una duplicación del volumen de producción. Sin embargo, las cifras de audiencia del cine español no experimentaron un incremento proporcional al cabo de la década, pues pasaron de 19 millones de espectadores a 15,5 entre 2002 y 2011 (es decir, del 17 por ciento de la audiencia global al 15 por ciento).

Por otro lado, junto al escaso desarrollo del mercado, la profesionalización del escritor de guiones continúa pendiente de solución. Entre 1995 y 2000, de las 373 películas realizadas en ese intervalo, tan solo 59 habían sido escritas por un guionista ajeno al proyecto (el 16 por ciento), y en trescientas de ellas coincidían guionista y director. A la vuelta de quince años, las proporciones se mantenían casi inalteradas: de los 182 largometrajes producidos durante 2012, 153 habían sido escritos por su realizador y solo 29 presentaban un guionista ajeno al proyecto (de nuevo el 16 por ciento). De todo ello se deduce que en la producción cinematográfica española se consolida una tendencia poco favorable a la diversificación de las tareas creativas: una minoría de escritores trabaja sabiendo que otro rodará su his-

toria mientras que los realizadores, más ligados a los empresarios, prefieren rodar sus propios guiones antes que interesarse por los ajenos.

Desde una perspectiva empresarial, un guion es una propuesta para el lanzamiento comercial de un producto. Los aspectos artísticos pueden resultar decisivos *a priori*, pero siempre se imponen las posibilidades económicas a la hora de aprobar los proyectos.

Para conocer mejor este condicionamiento, establezcamos una comparación de mercados. En España, el presupuesto medio de una película no llegaba en 2013 al millón y medio de euros. En Estados Unidos, sin embargo, se considera medio un presupuesto entre los 30 y los 150 millones de dólares (de 23 a 114 millones de euros). *Blockbusters* como *Solo en casa* y *E.T. El extraterrestre*, que costaron respectivamente 18 y 10,8 millones de dólares, en su momento se consideraron producciones ejemplares de bajo presupuesto y alta rentabilidad. Otro tanto sucede con fórmulas independientes como las mencionadas *Juno* y *Slumdog Millionaire* que, con presupuestos respectivos de 6,5 y 15 millones de dólares, recaudaron 231 y 377 millones de dólares. Casos como el de Robert Rodríguez y su mítico *Mariachi*, que contó con la limitada inversión de 7.000 dólares, siguen estudiándose como casos de producción modélica.

En uno y otro mercado, tan diferentes en magnitudes y proporciones, un guion presenta el mismo aspecto frágil y puede provocar inversiones modestas o astronómicas, bien para beneficio del estudio o para su ruina. Los dos títulos considerados en 2013 como los más caros de la historia del cine, *John Carter* y *Piratas del Caribe: En el fin del mundo*, contaban con un presupuesto similar que rondaba los 300 millones de dólares. Sin embargo, la primera perdió 172 millones y se convirtió en uno de los mayores fracasos de Hollywood, mientras que la segunda triplicó su inversión en la taquilla. Una inversión como la de los dos títulos mencio-

nados resulta inalcanzable para los parámetros del cine español, donde se estima como presupuesto alto lo que en Hollywood se estima como un presupuesto medio-bajo: éste es el caso de las tres películas consideradas en 2013 como las más caras de la historia del cine español, *Ágora*, *Planet 51* y *Lo imposible*, que costaron respectivamente 50, 45 y 30 millones de euros (65, 59 y 39 millones de dólares), y alcanzaron éxitos de audiencia desiguales. El filme de Bayona sextuplicó su inversión en menos de un año y consiguió un récord nacional de audiencia, mientras la película escrita y dirigida por Amenábar distaba mucho de cubrir gastos cuatro años después de su estreno. *Lo imposible*, por cierto, pertenece a ese 16 por ciento de producciones españolas cuyo guionista (Sergio G. Sánchez) no coincide con su director.

Si dejamos atrás la órbita de los 50 millones de euros, techo del cine español donde se alcanza el coste de *Parque Jurásico*, aparecen títulos como *Terminator 2* (94 millones de dólares), *Origen* (160) o *Up* (175), ya rebasada la frontera de la inversión media para entrar en el presupuesto alto. En esta dimensión se hallan producciones de coste inimaginable para el mercado español: *Titanic* (200), *Superman Returns* (232), *Avatar* (237), *El caballero oscuro: La leyenda renace* (250), *Spiderman 3* (258), *Harry Potter y el misterio del príncipe* (250), *El Hobbit: Un viaje inesperado* (270)... Para recuperar el sentido de la proporción, consideremos que con el presupuesto de *Piratas del Caribe: En el fin del mundo* se podría haber producido siete veces *Lo imposible*, diez veces *Alatriste*, diecisiete veces *El laberinto del fauno*, cincuenta veces *El orfanato*, y también se hubiera cubierto de sobra el volumen de producción de todo el cine español de presupuesto medio realizado en un solo año: es decir, el 90 por ciento de la producción global durante un ejercicio.

Todas estas películas de inversiones astronómicas fueron simples historias mal encuadradas antes de provocar espirales humanas en torno a los cines. Fajos de 120 pági-

nas que un día aparecieron sobre la mesa de un productor.

En función de un guion literario, la productora puede estimar el coste de un filme y elaborar un estudio de mercado que asegure su acogida como producto. Y si la apuesta del ejecutivo es elevada, un solo guion podría variar el presupuesto total del estudio. Las productoras deben sus mayores éxitos a historias brillantes, pero detrás de un fracaso catastrófico también puede encontrarse un guion. Los ejecutivos saben muy bien que deben contar con un buen borrador literario, con una buena historia, antes de tomar ninguna decisión. Cuando comienzan a pensar en valores de producción como un actor, una moda, una localización o un buen compositor, siempre toman el guion como punto de referencia. Y cuando buscan la financiación necesaria para la futura película, solo pueden ofrecer una cosa: la historia.

Todos los años, hacia el mes de noviembre, se reúne en Los Ángeles la American Film Market: la feria comercial más importante del sector cinematográfico, donde se dan cita vendedores y compradores de licencias audiovisuales de setenta países del mundo. Allí acuden productores dispuestos a ceder o compartir los derechos de cine, vídeo y televisión de sus películas al mejor postor. En ocasiones, estos filmes no existen o aún se encuentran en fase de producción, y los representantes de los estudios solo pueden ofrecer el guion literario, con el conveniente aderezo publicitario.

El guion en el proceso de pre-producción

En toda producción cinematográfica pueden distinguirse tres fases fundamentales.

Pre-producción, que encierra las tareas previas al rodaje: desde el desarrollo del primer borrador hasta el plan de rodaje, pasando por la elección del *casting* y las localizacio-

nes, los trabajos del diseño de producción, las labores del departamento de publicidad y *marketing*, etc.

Producción, propiamente dicha, que equivale a la fase de rodaje. En esta etapa, que no suele superar las cuatro o cinco semanas, se filma de manera intensa e ininterrumpida toda la fotografía principal de la película.

Post-producción. Comprende los trabajos de montaje, sonorización, laboratorio, corte de negativo, etalonaje, edición final de las copias... hasta que la película se estrena y llega al público. También incluye las labores de promoción y distribución.

La vida de un guion literario transcurre durante la primera fase, la pre-producción, que tiene como protagonistas fundamentales al productor y al guionista. Las relaciones básicas se establecen entre estos dos profesionales, con independencia de que existan o no actores, directores de fotografía, diseñadores o incluso director. No es el momento de discutir sobre elementos artísticos, sino sobre la viabilidad de una historia prometedora. De hecho, en muchas ocasiones los ejecutivos de las productoras piensan en los proyectos como «un guion para tal director o para tal actor o actriz», entendidos estos profesionales como valores de producción.

Una historia puede convertirse en guion gracias a dos iniciativas: la del guionista o la del productor. En el primer caso, la decisión parte de un narrador de historias, un creativo que somete su idea a las etapas del desarrollo: la *sinopsis (outline)*, síntesis del argumento en tres o cinco páginas; el *tratamiento (treatment)*, que amplía la historia a unas treinta páginas; y por último el *guion literario*. En este primer supuesto, la idea surge del guionista con independencia de que alguien esté interesado en la historia. El creativo goza de libertad ilimitada para construir y contar su relato, pero tarde o temprano deberá lanzarse a la búsqueda de un productor. Se trata de una escritura *a ciegas* que