

DELIRIO CARNAVALERO

Detrás de escenas



El set

Una imagen dice más que mil palabras, en este caso el dicho, aplica tanto a la esencia de la producción audiovisual, como a la fotografía sobre la que se plasma este texto. Nada menos que un hangar capaz de albergar a un avión Hércules, fue el set de filmación de una ambiciosa producción destinada a cubrir la

promoción para este carnaval 2009 de una de las empresas líderes en telecomunicación de Bolivia. Durante 4 días, el hangar de aerofotogrametría de la Fuerza Aérea Boliviana albergó a decenas de actores, al personal de la productora Cine Nómada y una multitud de profesionales relacionados con la producción.

Los Personajes

Conocidos ya del anterior spot que tiene a estos tres viajeros en carretera y el Salar de Uyuni, este entusiasta y alocado trío de amigos, son la esencia y la personalidad de esta ya serie que muestra a grosso modo los distintos matices de la juventud boliviana.

En este caso específico, ellos improvisan toda clase de argumentos para transmitir la emoción de la fiesta del carnaval y la impor-



tancia que tiene esta para la juventud nacional, a la vez que al parecer imaginan como sería cada episodio de su futura aventura carnalera a través de Bolivia.

Como se puede apreciar en los diálogos tanto del spot completo como en las cápsulas previas, la dinámica entre estos tres muchachos es tremendamente fluida y creativa, transmitiendo una naturalidad y encanto que envuelve inmediatamente al público tanto joven como adulto en una escena que podría ser tan cotidiana como una charla que se acaba de tener con amigos en el colegio o en la calle.

En resumen los "personajes" de esta serie son indiscutiblemente el alma y carácter en esta producción.

Dirección

Juan Carlos Valdivia, director de mucha trayectoria con películas como Jonás y la Ballena Rosada y American Visa, a través de su productora Cine Nómada, desencadena a las musas y se lanzan a la conquista de esta espectacular producción, que por sus características, no es ni mucho menos un spot más, es en realidad una osada puesta en escena de la imagen que podría ser fácilmente el "Delirio

Carnalero" de cualquiera de nuestros ya citados héroes.

La producción de este spot llevó consigo un sin número de desafíos tanto logísticos como técnicos, al tener que coordinar escenas con coreografías complejas e incluso actos acrobáticos como es el caso de las cholitas voladoras o los diablos aéreos, mismos que contaron con la colaboración de un grupo de las fuerzas armadas especializado en rescate, más de una treintena de

uniformados participaron en dicha actividad coordinando las escenas de manera cercana con el director y el resto del equipo.

También fue necesaria una coordinación muy activa con el equipo encargado de post producción y efectos especiales, ya que el producto final sería plasmado en un spot altamente trabajado y post producido, haciendo indispensable la actuación de todo el equipo durante el proceso de rodaje.





La ejecución de algunas de las escenas requirió la participación de decenas de personas detrás de cámara incluso para lograr la toma de algo que parecería tan sencillo como las cholitas voladoras.



El Rodaje

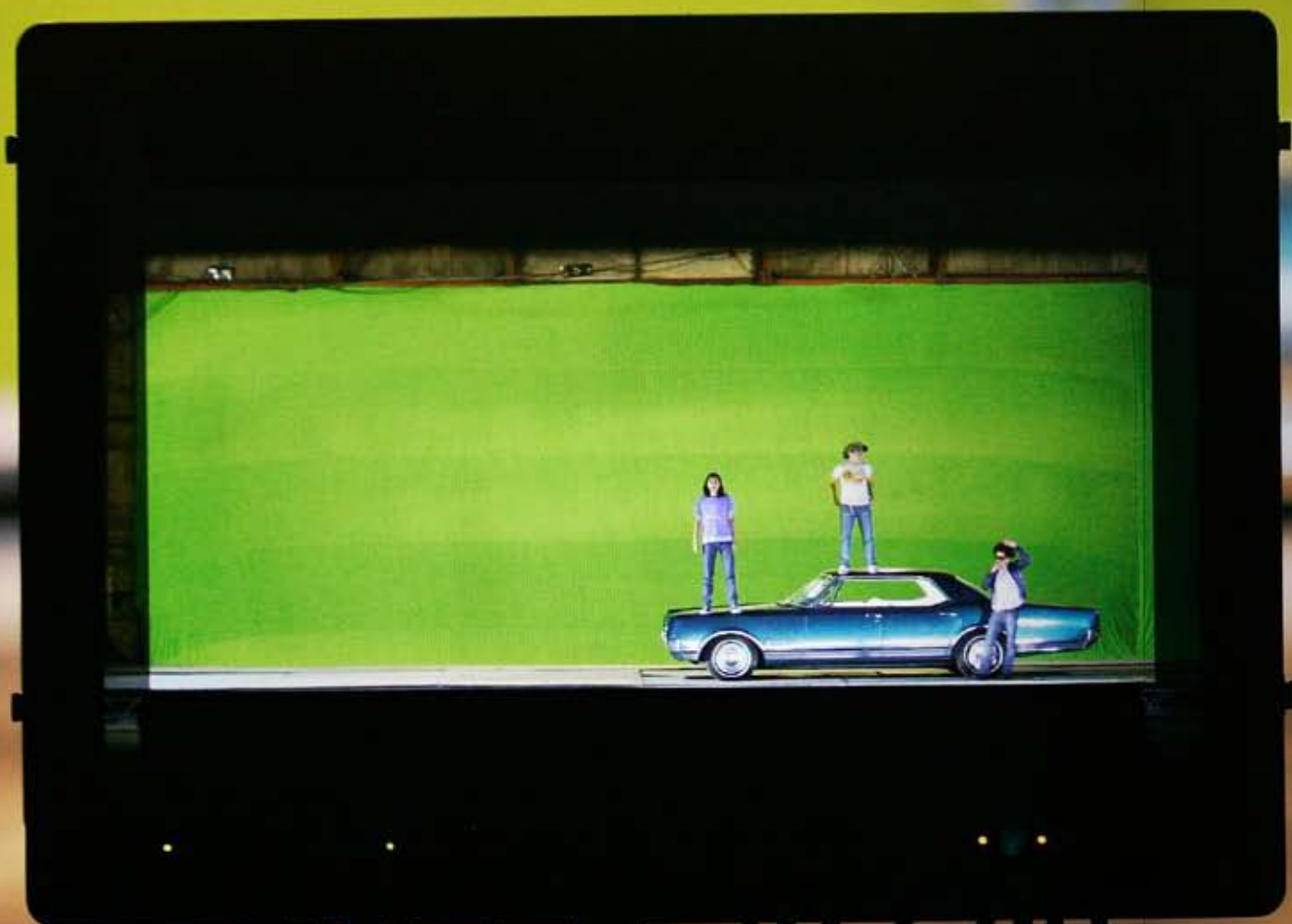
Como era de esperarse, el rodaje de este comercial utilizó la más alta tecnología en equipos, ópticas e instrumentos relacionados, logrando estándares de calidad internacional en el aspecto técnico.

Si bien las técnicas utilizadas no fueron desconocidas para el común denominador de la producción nacional incluso el uso de los cromas y demás trucos ya es un tema cotidiano para la televisión. Lo que consti-

tuyo un verdadero desafío en este caso, son las proporciones. El tamaño del escenario que tenía que ser iluminado, el despliegue de gente, utilería y actores, tanto animados como inanimados, que participaban en cada escena, fue el verdadero meollo del asunto.

Todo el equipo de la productora, el equipo de producción, iluminación, maquillajes, arte, etc. todo un enorme conjunto de profesionales de primer nivel enfocados a la resolución de innumerables problemas y detalles que debían ser resueltos durante 4 días de rodaje.





Solo para dar una idea del tamaño y espacio en el que "se estaban jugando" los personajes, presentamos esta fotografía. La cámara estaba posiblemente a 30 metros de distancia del escenario, el famoso Oldsmobile parecería un juguete ahí metido, cuando en realidad hablamos de un consabido buque.

Como en el caso de las cholitas voladoras, los diablos, también fueron sujetos a distintos tipos de manipulación, cuelgue y descuelgue. En un momento se tenían 2 diablos volando al mismo tiempo y mas de una treintena de militares jalando los arneses en suelo, colgados del techo del inmenso hangar controlando las poleas o desplegados al rededor de los diablos controlando líneas y guías.



Para concluir esta pequeña reseña sobre uno de los spots publicitarios más ambiciosos y osados que he visto en mucho tiempo, los dejo con unas cuantas fotos más, quizá la mas importante de ellas es la última, en la que vemos al equipo que participo directamente en este proyecto, quizá falta alguien o sobra alguien, pero aun así, considero que este equipo realizo un gran esfuerzo y merece ser destacado.

Sin más, espero que cada vez que vean el susodicho spot sientan, la intención detrás del comercial, la de presentar el "delirio carnavalero" de nuestros héroes viajeros, bajo una ambientación teatral surrealista y colorida. No es, ni mucho menos, otro spot, es una osada apuesta.

Vlad Steinverg
Fotografía: Luis Fernández S.



[Ver spot completo aquí](#)

