



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE  
MÉXICO**  
**[Facultad de Ciencias Políticas y Sociales]**

***Rasca y huele: La esencia del mundo sin olfato.  
Propuesta de Guion Audiovisual***

**Prototipo Profesional  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTA:  
GERARDO RODRÍGUEZ VILLEDA**

**TUTOR  
EDUARDO FERNANDO AGUADO CRUZ**



**[29 de septiembre del 2022 CIUDAD UNIVERSITARIA, CD.MX]**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## Contenido

INTRODUCCIÓN .....	4
CAPÍTULO 1: El Cine Documental y el guion audiovisual .....	10
1.1 Breve historia del cine documental:.....	11
1.2 ¿Qué es el cine documental? .....	13
1.3 La lectura documentarizante: .....	16
1.4 El guion audiovisual en la planeación del documental:.....	20
1.5 La argumentación en el cine documental:.....	23
Bibliografía.....	27
Referencias .....	28
CAPÍTULO 2: LA ANOSMIA.....	30
2.1. Aspectos generales de la anosmia: .....	33
2.2. Difusión de la anosmia en los medios: .....	34
2.3. El papel del sentido del olfato a través de la historia:.....	38
2.4. El sentido del olfato y nuestras relaciones sociales: .....	41
2.5. Efectos psicológicos de la anosmia: .....	44
2.6 La anosmia y la salud mental: .....	49
2.7. El humor como mecanismo de defensa: .....	52
2.8 La anosmia y la opinión pública: .....	54
2.9 La representación del sentido del olfato en las artes: .....	60
Bibliografía.....	67
Referencias .....	70
CAPÍTULO 3: BRIEF DE PRODUCCIÓN.....	71
3.1 Definición del género: .....	72
3.2 Análisis de competencia .....	73
3.3 Propuesta:.....	74
3.4 Título: Rasca y huele: la esencia del mundo sin olfato:.....	76
3.5 Objetivos:.....	77
3.6 Público meta: .....	77
3.7 Transmisión:.....	78
3.8 Propuesta de talento:.....	79
3.9 Propuesta de vestuario y maquillaje:.....	82
3.10 Propuesta de arte:.....	83

3.11 Propuesta sonora: .....	87
3.12 Propuesta de iluminación y fotografía: .....	88
3.13 Justificación:.....	90
3.14 Metodología de producción:.....	93
3.15 Guion literario: .....	95
3.16 Storyboard: .....	114
3.17 Plantas de piso e iluminación:.....	137
Bibliografía.....	140
Referencias .....	140
CAPÍTULO 4: Carpeta de Producción .....	142
4.1 Sinopsis: .....	142
4.2 Staff de Producción: .....	142
4.3 Necesidades producción:.....	145
4.4 Cronograma: .....	147
4.5 Casting: .....	152
4.6 Scouting: .....	172
4.7 Cotización: .....	175
4.8 Presupuesto: .....	179
4.9 Marco Jurídico:.....	179
CONCLUSIONES:.....	180
Bibliografía .....	183
REFERENCIAS: .....	187



# **INTRODUCCIÓN**

Mientras una persona crece y desarrolla su propia perspectiva del mundo, descubre qué son los sentidos y cómo estos nos ayudan a percibir el mundo. Existen cinco: la vista, el oído, el gusto, el tacto y el olfato.

En realidad, el mundo actual es dominado por dos de ellos: el oído y, principalmente, la vista. Nuestra comprensión de que nos rodea radica en lo que vemos. La escritura, las imágenes y los sonidos son nuestra principal forma de comunicarnos los unos con los otros. La mayoría de las artes y actividades recreativas (películas, videojuegos, música, deporte) requieren, por lo menos en parte, de uno o ambos sentidos. No estamos acostumbrados a realizar acciones sin utilizar alguno de estos dos sentidos y de hecho nos es bastante desconcertante cuando lo intentamos. Debido a eso uno se entera eventualmente que existe gente capaz de perder esos dos sentidos. A estos padecimientos se les conoce comúnmente como sordera y ceguera, respectivamente.

Sin embargo, prácticamente a nadie se le menciona que también existe gente que puede perder el sentido del olfato. Estas personas son llamadas anósmicas y su padecimiento es la anosmia. Los términos son tan poco conocidos que en los diccionarios de varias aplicaciones actuales la palabra anósmico aparece como un error ortográfico. A partir del 2020, hubo un mayor conocimiento sobre la pérdida del olfato, debido a que uno de los principales síntomas de la COVID-19 era la anosmia temporal o de por vida.

¿Por qué la anosmia es tan desconocida? Históricamente, el sentido del olfato ha quedado relegado y se le ha visto como un sentido hasta cierto punto “salvaje” (Jaquet, 2016). El ser humano civilizado ya no necesita oler su comida o a su posible pareja de apareamiento como un animal porque tiene otras guías visuales que le facilitan el proceso. Existen detectores de humo, detectores de gas, fechas de caducidad en los productos alimenticios y procesos exhaustivos para determinar si

un alimento es dañino para la salud, los cuales son realizados por organismos oficiales en todos los países.

Básicamente, el olfato ha perdido una gran parte de sus utilidades prácticas hasta el punto de que hoy en día es el menos utilizado de los sentidos. Sin embargo, esto no significa que su pérdida no tenga efecto alguno sobre las personas anósmicas. Estudios han revelado que la anosmia puede afectar en la capacidad de socializar, provocar enfermedades mentales y afectar la vida sexual de aquellos que la padecen (Philpott & Boak, 2014).

Cabe mencionar que, también es posible que existan problemas de memoria debido a que muchos de los recuerdos que generamos a lo largo de nuestras vidas tienen una amplia relación con los olores que percibimos (Oaklander, 2016). Todo esto sin mencionar que los anósmicos no se pueden dar el lujo de desatender su comida mientras la preparan, deben revisar a la perfección fechas de caducidad y asegurarse totalmente de que su gas esté cerrado.

Las personas con anosmia tienen una percepción general de que las personas nósmicas (aquellas que sí pueden oler) no entienden en su totalidad su padecimiento. Esto podría parecer completamente ilógico para algunas personas pues la idea expresión “No puedo oler” parece bastante sencilla y directa. Para dar a entender este punto me parece relevante contar una anécdota personal, pues yo soy anósmico congénito (de nacimiento) y he tenido que lidiar varias veces con el momento en que se le debe explicar a alguien lo que es la anosmia.

Yo tenía una novia a la que ya le había explicado mi condición y sus consecuencias. Ella parecía entender perfectamente todo lo que esto implicaba y no hacía más preguntas al respecto. Un día me fue a visitar a mi departamento que compartía con otro compañero. Le comenté que él en algún momento, hacía ya varias semanas, había dejado un pescado en el refrigerador, el cual yo nunca había sacado porque no sabía si lo quería para algo.

Ahora que él se había mudado, el pescado seguía en el refrigerador y yo decidí tirarlo. Aun así, me habían comentado que el olor del pescado echado a perder era

bastante fuerte, así que le pedí a mi novia que viniera a la cocina conmigo para ver si ella notaba algún problema con el olor. En cuanto abrí el refrigerador, el hedor fue tan fuerte y desagradable que ella no pudo quedarse ni un segundo en la cocina y salió corriendo porque le dieron ganas de vomitar.

Cuando la fui a alcanzar a mi cuarto y le pregunté por su reacción, ella me volteó a ver completamente anonada de que yo no pudiera percibir absolutamente nada de ese horrible olor. Esto a pesar de que, como ya mencioné, ella sabía perfectamente que mi anosmia implicaba percibir 0% de cualquier olor. Después de eso, tuvimos una larga plática sobre mi padecimiento y ella hizo preguntas que nunca había planteado.

Esa noche me di cuenta de que, aunque ella conocía mi padecimiento, realmente nunca había caído en cuenta de todo lo que realmente implicaba y el verdadero significado de la frase: “No puedo oler nada”. La capacidad nula que tenemos las personas de comprender las posibilidades de nuestro sentido del olfato nos lleva a que no podamos vislumbrar un concepto tan simple.

Es claro que la anosmia no será comprendida hasta que se le dé una mayor importancia al sentido del olfato. Es aquí donde se llega a la pregunta de ¿cómo hacer que dos grupos (anósmicos y nósmicos) entiendan el mismo tema cuando es imposible hacer que uno comprenda al otro?

La respuesta viene en forma de un producto audiovisual. El cine ya ha intentado incorporar el sentido del olfato en algunas otras ocasiones con experimentos como el “Smell-O-Vision”, pero estos han sido considerados fracasos rotundos y catalogados como pésimas ideas en todos los sentidos (Gilbert, 2008). Sin embargo, este proyecto no plantea una incorporación total del sentido del olfato al mundo audiovisual, sino una explicación de él a través de los otros sentidos.

Una forma óptima de conseguir que estos dos grupos se entiendan es mostrar la perspectiva de ambos en un lenguaje que comprendan y dominen. Como ya se mencionó, la sociedad se rige principalmente por el sentido de la audición y el visual,

así que la combinación de ambos permitiría dar a las personas una experiencia mucho más amplia.

El objetivo general del presente trabajo de investigación es realizar el guion de un audiovisual documental sobre la anosmia para otorgar mayor difusión a un padecimiento que genera varios problemas psicológicos. A su vez, los objetivos particulares son: explicar lo que implica la realización de un guion audiovisual a nivel del cine documental, analizar cómo la opinión pública sobre el olfato ha impedido que se le otorgue una mayor difusión a la anosmia y sugerir imágenes audiovisuales que permitan tener mejor comprensión del sentido del olfato y que ayuden a los anósmicos a entenderlo.

Las preguntas iniciales para esta investigación son: ¿Cómo se realiza y utiliza un guion en el cine documental? ¿Cómo es que el sentido del olfato, o la carencia de este, influye en nuestra forma de comunicarnos y relacionarnos? Y ¿qué capacidad tiene la gente para describir y entender la información que le proporciona el olfato en su vida diaria?

Se partirá de una primera hipótesis: que el guion audiovisual es indispensable para la realización de un documental estructurado y ordenado en su argumentación. La segunda hipótesis es que el sentido del olfato ha sido relegado a un papel secundario debido a la dificultad que se tiene para comprenderlo, lo invasivo que resulta debido a que es muy difícil escapar de un olor desagradable que comparte un espacio con uno mismo y el avance de la ciencia en la mayoría de sus funciones. Por último, la tercera hipótesis es que un documental sobre la anosmia necesita considerar tanto la perspectiva de las personas anósmicas como la de las nósmicas.

Ahora que se han mencionado los objetivos de este proyecto, es importante aclarar la razón de haber elegido el formato documental. Una película dramática no serviría para la anosmia porque no es una historia llena de altibajos y emociones o un inicio y un fin que mantenga a la audiencia adherida a la pantalla.

Sin embargo, cuando la gente escucha el término o conoce a alguien que lo padece siempre hay varias preguntas que ni el mismo paciente puede responder, por

ejemplo: ¿es hereditario?, ¿cómo afecta al sentido del gusto?, ¿te puedes intoxicar con olores dañinos?, ¿cómo es que pasa?, ¿es curable?, etc.

Por tal motivo, un formato documental es la forma más adecuada de mostrar este padecimiento. No solo permite un enfoque mucho más directo, sino que también otorga la oportunidad de presentar de forma explícita diferentes experimentos y momentos que ayudarán a mucha gente a apreciar mucho más su sentido del olfato.

Aunado a esto, el cine documental se encuentra en una nueva época gloriosa gracias a que las plataformas de *streaming* permiten a las audiencias tener fácil acceso a historias y filmes que de otro modo no hubiera decidido ver. El estigma del cine documental como un medio en el que solo se narran historias aburridas sobre hechos históricos o videos de naturaleza impedía que mucha gente se diera la oportunidad de hacer el viaje al cine y pagar por explorar este lado del séptimo arte. Ahora, esas historias llegan directo al hogar y atrapan al espectador con sus premisas difíciles de creer e imágenes que no parecen haber sido sacadas de nuestro mundo.

Pero es cierto que, para planificar un filme de cualquier tipo, lo primero que se necesita es un guion que sirva como guía en el camino de la producción. Claro que en el cine documental se puede tener un falso estigma de que no hay razón para escribir un guion, debido a que se quiere captar “lo real” y eso no se puede/debe dirigir, controlar ni predecir. No obstante, a lo largo de este proyecto se dará una amplia explicación de por qué el guion es tan importante en el documental como en cualquier otro proyecto de naturaleza similar.

Debido a esto, el primer capítulo de este proyecto plantea hacer una disección total de lo que es el cine documental. Esto incluirá comprender las diferentes corrientes del cine documental y modos de presentación utilizados a lo largo de los años. El objetivo será descubrir la mejor manera de presentar el tema de la anosmia en este medio.

En segundo lugar, se abordará el guion audiovisual y su utilidad en la planeación de un proyecto audiovisual. El guion es el elemento básico con el cual se genera una

película, pues a partir de este es que todo el producto comienza a tomar forma. Asimismo, es la forma más sencilla de transmitir una visión a todos los colaboradores en la producción. Al final de este capítulo, se plantea hacer una combinación del concepto de guion con el concepto del documental para incorporarlos en la planeación del producto audiovisual.

En el segundo capítulo, se hará lo que cualquier autor que haya hablado sobre el cine documental recomienda antes de comenzar la realización de un producto propio: la investigación del tema en cuestión. Es imposible querer explicar un tema a una audiencia si no se domina por completo. Además, antes de realizar la planeación de un proyecto, se requiere conocer los hechos ya sucedidos, pues esto permitirá anticipar de forma más adecuada lo que sucederá una vez que uno esté detrás de la cámara.

La investigación previa también permite empezar a plantear un argumento que el filme intentará defender. A diferencia de lo que muchos piensan, el cine documental no siempre debe buscar una objetividad absoluta, pues en muchos casos estas películas son planteadas con la intención de presentar al espectador argumentos para persuadirlos sobre un tema en particular (Mendoza, 2010). Sin embargo, el realizador no tiene derecho a manipular lo que capta con la cámara, incluso si esto no sigue la línea de sus argumentos.

En esta investigación sobre la anosmia, no solo se abordará los efectos y consecuencias que el padecimiento tiene en los pacientes. También se plantea hacer un análisis histórico de la importancia del sentido del olfato en la historia de la humanidad. Esos datos nos permitirán entender un poco mejor cómo es que las personas perciben actualmente su sentido del olfato y el nivel de comprensión que tienen sobre él.

Tras realizar una investigación amplia y suficiente del tema, es el momento de comenzar con la planeación que nos lleve al guion audiovisual. Esta sección del proyecto se realizará en el tercer capítulo y buscará compartir toda la información requerida para una producción audiovisual. Incluido el diseño de un vestuario, iluminación, sonido y reparto.

Todos estos detalles también son importantes para la creación del guion, pues permiten tener una mejor visualización de la planeación del proyecto en sí. Sin embargo, el guion siempre será el objetivo final de una preproducción, pues es el esqueleto total del producto audiovisual. El director de cine, Akira Kurosawa, mencionó al respecto que:

*...si realmente quieres hacer películas, debes escribir guiones. Todo lo que necesitas para escribir un guion es papel y lápiz. Solo escribiendo guiones se aprenden detalles sobre la estructura del cine y qué es el cine. ("Akira Kurosawa's Advice to Aspiring Filmmakers: Write, Write, Write and Read", 2016)*

Este tercer capítulo funcionara como un brief de producción que vuelva el guion atractivo a diferentes productores y realizadores para que

Cuando un guion está completo es cuando realmente se puede empezar a crear un producto con objetivos claros. Sin embargo, para que un guion pueda realizarse debe tener una carpeta de producción que lo lleve a una realidad. Esto con la intención de mostrar cómo es que el producto que se propone es completamente viable para realizarse en una producción real y rentable.

Esta carpeta será mostrada en un cuarto y último capítulo en el que se tocaran aspectos mucho más específicos como lo son el presupuesto, scouting y casting de las diferentes personas a entrevistar. Será así como finalmente se podrá obtener una idea total y realista de cómo es que este guion se realizaría en el mundo real.

## **CAPÍTULO 1: El Cine Documental y el guion audiovisual**

Las películas documentales son una manera de contar las historias que vivimos día con día. Al ver un documental existe un acuerdo entre el espectador y el cineasta de que lo que está a punto de verse en pantalla es cierto. A pesar de ser conocido

por muchas personas como un tipo de cine aburrido reservado para videos de naturaleza o lecciones de historia, la capacidad del cine documental de contar un relato de forma atrapante ha evolucionado enormemente.

Existen documentales hoy en día sobre temas tan fascinantes que, si una persona los viera contadas como historias de ficción, no los creería (*Three Identical Strangers*, *Tickled*, *The Imposter*, *Vals Im Bashir*, *The Act of Killing* y *Dear Zachary...* por mencionar algunos)<sup>1</sup>. Ninguna de estas películas se queda atrás en suspenso, emoción, intriga y logros artísticos en comparación con películas de ficción.

El cine documental se podría considerar tan antiguo como el cine mismo. A pesar de eso, más de un siglo después parece haber cierta dificultad para crear una definición que englobe a todos los diferentes filmes que han recibido la etiqueta del documental.

Bill Nichols menciona que el documental no es un simple concepto que pueda ser definido en unas cuantas palabras, sino uno que debe ser desarrollado y está en constante evolución, pues su significado tiene más que ver con un estudio de lo que hoy en día es considerado documental que con una definición impuesta para que todo se ajuste a ella (Nichols, 2017). Por ello, para hacer una definición del documental, hay que hacer una pequeña revisión de la historia del cine y encontrar como surgió el concepto.

## 1.1 Breve historia del cine documental:

Las primeras escenas capturadas para un audiovisual fueron creadas a partir de la realidad. No había actores, guion, ni dirección; solo un aparato usado para capturar lo que estuviera enfrente. Bajo esta lógica, la primera película de la historia fue creada con 12 cámaras, una junto a la otra, para captar el movimiento de un caballo. Esto fue hace casi 150 años, en 1878 (Hardy, 2019). Aun así, sería difícil considerar

---

<sup>1</sup> La información de todas las películas mencionadas en esta investigación se encontrará al final de cada capítulo y en la bibliografía final.



esto una película tal y como la conocemos y mucho menos un filme documental, pues es más bien una foto secuencia.

Un mejor acercamiento es el mini corto creado en 1888 por Louis Le Prince, titulado *Roundhay Garden Scene*. A pesar de que la cultura popular atribuye el primer filme a los hermanos Lumière o Thomas Alba Edison, Le Prince fue el primero en crear un aparato diseñado específicamente para capturar imágenes en movimiento. Actualmente, el filme posee el récord Guinness a la película más vieja de la historia (First Surviving Film, 2020).

Años después, los hermanos Lumière empezaron a mostrar de modo público sus primeras imágenes capturadas con el cinematógrafo, siendo la primera de ellas *La sortie des ouvriers de l'usine Lumière (Obreros saliendo de la fábrica Lumière)* en 1895 (García, 2019). Este sería el invento que realmente llevaría al cine al reconocimiento mundial.

Estas primeras películas se usaban como una atracción para la burguesía ya que les permitía capturar momentos importantes de la aristocracia y no se le veía ninguna función más. La primera utilidad que se le dio al cine fue la documentación de los hechos y no la de arte o ficción.

Pasarían varios años hasta que el cine adquiriera el sentido artístico y ficticio. Curiosamente, el nacimiento del largometraje documental tomaría aún más tiempo. En 1922 aparece el documental *Nanook of the North (Nanook el esquimal)* que es considerado como el primer filme documental de la historia en la forma que se le conoce actualmente (Piault, 2000). Su director, Robert J. Flaherty es considerado el padre del cine documental.

A partir de este momento, el cine documental tomaría varias formas y corrientes que permitirían explorar una nueva forma de hacer cine, pasando por el cine-ojo de Dziga Vértov (Vértov, 1922), el cine propagandístico durante la Segunda Guerra Mundial (Sennett, 2014) y el *Cinema Verité* en la Francia de la posguerra (Goldmann, 1982) y muchos otros estilos más.

## 1.2 ¿Qué es el cine documental?

Los estilos resultan tan diferentes que es complicado obtener una definición única de cine documental. La definición más simple que se suele dar es la que otorga el crítico de cine Pare Lorentz, quien afirma: “Es una película factual que es dramática” (Dyksterhouse, s.f.). Definir los documentales de esta forma es bastante problemático en diferentes sentidos, además de reduccionista.

Una definición más concisa es la que dio el mismo creador del término “documental”, John Grierson, quien en 1926 dijo que un documental es “Un tratamiento creativo de la realidad” (Dyksterhouse, s.f.). Esta definición es más concreta, a pesar de que las diferencias sean pequeñas y sutiles. Sin embargo, se deben desarrollar estas ideas, debido que las palabras aún resultan muy vagas.

Bill Nichols menciona que un documental no es una reproducción sino una representación de la realidad (Nichols, 2017). La diferencia radica en que una reproducción se juzga con base en lo similar y fiel que es a aquello que está reproduciendo, mientras que la representación se juzga con base en la agudeza y conocimiento que ofrece de aquello que representa.

Esta definición se podría volver inútil cuando se toma en cuenta que las películas de ficción también pueden ser una representación de la realidad. Aquí es donde Nichols defiende que es necesario entender la diferencia revisando la forma en que ha cambiado el concepto de documental a lo largo de la historia (Nichols, 2017).

El primer ejemplo para el análisis del documental debe ser el primero de toda la historia; el ya mencionado *Nanook of the North*. El cual, trata sobre la vida de un esquimal llamado Nanook, así como las diferentes actividades que constituyen el estilo de vida de él y su familia. En el filme se ve cómo cazan, se transportan y sobreviven (construyendo cosas como iglús y fogatas).

Uno de los primeros aspectos a mencionar es que la historia en realidad no es muy dramática. En realidad, parece tener un objetivo mucho más periodístico y

enteramente de registro. No hay una historia como tal, solo se busca un “reflejo de la realidad”.

Sin embargo, Robert Flaherty ha sido muy criticado debido a sus formas de manipular la realidad a niveles cuestionables. El argumento que el autor siempre dio es el haber buscado que la película fuera mucho más comercial y atractiva para audiencias europeas y del primer mundo en general. Debido a esto, la película perpetúa los estereotipos que se tenían sobre los esquimales con la intención de poder comercializar la idea de lo diferentes que son.

Un ejemplo es que Flaherty le pidió a Nanook (cuyo verdadero nombre era Allakariallak) que utilizara armas rústicas para la caza, cuando él en realidad solía utilizar un arma de fuego. Su cambio de nombre se debió a que sonaba mucho más típicamente esquimal y fácil de vender. También es sabido que las supuestas esposas de Nanook eran en realidad concubinas de Flaherty (Piault, 2020).

Desde los inicios del cine documental existe un control sobre la realidad y “los hechos”, que muchos podrían calificar como manipulación injusta del espectador. Entonces: ¿Dónde termina el cine documental y empieza el cine de ficción?

La lectura más acertada en esta perspectiva es la de Roger Odin (Odin & Lyant, 1984). El primer y más importante argumento que presenta el autor es contra la falacia de que el documental es aquel que “presenta la realidad”. El autor no entra en una discusión filosófica de lo real (pues lo considera un debate innecesario para el tema) y simplemente lo toma como un sinónimo de lo verídico.

Odin argumenta que ninguna película es completamente realidad o completamente ficción. Empezando por el hecho de que todas las películas de ficción tienen un poco de realidad incrustada en ellas. De no tener algún aspecto de lo que los seres humanos conocemos en la realidad, sería imposible que los espectadores pudieran estar inmersos en su universo.

Las películas de ficción pueden dar una ventana a la realidad de la que formaban parte, debido a que muestran un poco del contexto en el que fueron filmadas y distribuidas originalmente. Los medios de comunicación, medios de transporte, el

lenguaje, los vestuarios, los peinados y muchas cosas más funcionan como una visita al pasado.

Asimismo, no se puede decir que un documental sea la forma de contar una realidad incuestionable, pues desde un principio la cámara, el sonido y el montaje ya están determinando una forma en la que se va a percibir el mundo. El director ya impone su visión y su subjetividad desde el momento en que empieza a tomar decisiones sobre la forma en que va a relatar una determinada historia.

Ya se mencionó como *Nanook of the North* ha sido criticada con el tiempo debido a sus intentos de crear escenas para controlar la realidad. Esta técnica de utilizar escenas planeadas, a pesar de haber sido rechazada por un tiempo en la creación de documentales<sup>2</sup>, ahora se ha tomado como una ventaja para contar historias de forma más completa.

Uno de los documentales más importantes de la historia, *The Thin Blue Line*, fue pionero en esta técnica. El director, Errol Morris, recrea los hechos conforme los diferentes testigos los cuentan. Cada una de las recreaciones añade o sustrae elementos de la escena debido a que cada persona tiene una percepción diferente del acto.

Curiosamente, Morris también ha sido acusado de manipular excesivamente al espectador con la intención de que este lo apoye en sus argumentos, al omitir ciertos datos o usar trucos visuales para influenciar la opinión de las personas (Williams, 2013). A pesar de esto, incluso la técnica de manipular o directamente mentirle al espectador es una con la que los documentalistas han decidido experimentar.

Dos ejemplos predominantes son los de *Lektionen in Finsternis* y *Sans Soleil*. Ambas películas utilizan un narrador ficticio (un alienígena y un camarógrafo inexistente) para agregar una descripción sobre las imágenes que se presentan en pantalla que no parecen tener relación alguna. La idea es realizar una meditación y

---

<sup>2</sup> Con el ya mencionado *Cinéma Vérité*

exploración de la percepción de las imágenes más que un intento de recrear o explicar lo real.

Por otro lado, el ya mencionado *The Imposter* es un documental cuyo principal propósito es mentirle a su espectador. La intención es que las personas creen completamente la historia del personaje principal solo para que al final se den cuenta de que han sido engañados de la misma forma que él engañaba a sus víctimas. Es un estudio de personaje que intenta que la audiencia quede inmersa completamente en un discurso subjetivo.

Incluso existen documentales como *Tower*, *Notes on Blindness* y *Vals Im Bashir* que se basan casi completamente en la recreación de testimonios sobre un hecho específico con animación o dramatizaciones. Estos documentales tienen animadores o actores pagados que crean escenas completamente ficticias pero inspiradas en lo que se sabe sobre una determinada situación.

Es por eso por lo que Odin propone no tomar en cuenta una lectura documental, sino una “lectura documentarizante” (Odin & Lyant, 1984). Con esto se refiere a que el documental se convierte en tal dependiendo del modo en que sea transmitido y recibido por su audiencia.

### 1.3 La lectura documentarizante:

Cuando una persona ve un documental, existe una presuposición de que el producto es verídico. Se tiene previamente considerado al director como un enunciador de lo verdadero, por lo que no se cuestiona si lo que está a punto de ver es real.

Odin indica que para conseguir la visión documentarizante de un filme se necesitan tres elementos importantes:

1. **Un filme que exija ser visto como un documental:** Esto aclara la razón por la que películas de ficción basadas en hechos reales, a pesar de compartir muchos elementos y técnicas con el cine documental, no son vistas como tales. Un filme biográfico o histórico, por más verídico o acertado que pueda ser, no solicita de su lector el considerar su historia como una realidad sino

como una dramatización de esta. Principalmente, se debe a que una persona sabe que la vida real no es tan dramática y llena de giros como una historia contada dentro de dos horas.

- 2. Una institución que apoye este modo de lectura:** Esto se refiere a que las distribuidoras, productoras y aquellos lugares donde la película sea exhibida al público deben respaldar este tipo de visión para predisponer al espectador y no generar un problema en el mensaje.

Así, podemos explicar que, películas como *Tower*, *Notes On Blindness*, *Vals Im Bashir* (que se constituyen enteramente de recreaciones dramáticas) pueden ser vistas como documentales. Es porque fueron vendidas al público como tales.

- 3. Un espectador que decida ver el filme con esta visión:** Por supuesto que al final de todo, el espectador tomará la decisión sobre las imágenes y sonidos que se le presentan en pantalla. Si este decide leerlas como documentales, los primeros dos elementos han logrado su cometido.

Nichols comparte estos tres puntos de vista y le añade un cuarto, el de los realizadores. Sin embargo, las explicaciones de Odin y Nichols no se plantean una pregunta importante sobre lo que es el cine documental: ¿Qué tanto se puede estirar la visión documentarizante?

Es innegable que no todas las películas se pueden ver como filmes documentales o que por lo menos sería más difícil vender una película como *Infinity War* o *Jonh Wick* como tales. Entonces, ¿qué tanta ficción se puede insertar en una película documental?

La respuesta radica en los detalles de los mismos documentales. El espectador tiene una exceptiva que Odin no menciona, y esa es que el filme debe tener por lo menos un elemento reconocible como típico del cine documental y este debe tener un peso preponderante en la estética o estilo de la obra, pues de no ser así se podría romper la ilusión con la audiencia.

Nichols menciona que las películas documentales no siguen ninguna estética o regla estricta debido a que no hay algo que se pueda encontrar en todas y cada una de ellas (Nichols, 2017). Tiene razón, sin embargo, eso no significa que no exista una determinada serie de elementos que tanto el público como las distribuidoras esperan ver y que reconocen como típicos del género.

Así como una película de terror no será vista como tal si no tiene escenas que provoquen (o tengan la intención de provocar) miedo, un documental no recibirá tal lectura si no trata de convencer a su audiencia de ella.

Tomemos por ejemplo una película como *Notes on Blindness*. La película podrá estar 100% recreada con actores pagados en sets construidos o locaciones adaptadas, pero hay un elemento que tiene un peso enorme en la forma de contar la historia: los audios. Las narraciones originales de John M. Hull (personaje principal del filme) son lo que mantiene atado al espectador a esta visión documentarizante.

Incluso un filme que se esfuerza en mentirle al espectador como *The Imposter* lo hace con elementos que llevan al espectador a tomar su ficción como verídica, pues muestra entrevistas, material de archivo y tomas obtenidas con las personas que realmente vivieron esa historia. El resultado final es una película que utiliza la mentira para que su espectador explore aquello que es real y se haga cuestionamientos propios sobre la historia que acaba de ver.

Todos los elementos tienen la intención de que el espectador crea que aquello que está viendo sucedió, sucede o sucederá en la realidad. Por eso, varios de los famosos falsos documentales<sup>3</sup> han conseguido convencer a muchos miembros de la audiencia que sus historias han sucedido, por más ridículas e incoherentes que estas puedan llegar a ser (Véase *This Is Spinal Tap* (Yabroff, 2009) y *The Blair Witch Project* (Kring-Schreifels, 2019)). El espectador está predispuesto a pensar que si se ve como un documental es porque debe ser verídico.

---

<sup>3</sup> Películas de ficción que utilizan la estética típica de los documentales para hacerse pasar como tales. Por lo general esto se utiliza en la sátira y la comedia, aunque también se ha usado en el horror y el drama.

Por esa razón, tanto los falsos documentales como los documentales reales se rehúsan a utilizar actores reconocidos en sus recreaciones de escenas (excepto si es para narración o para que se interpreten a ellos mismos). Cualquier parecido con el cine *Hollywoodense* rompería el acuerdo con el espectador de que la cámara solo está captando “lo real”.

Dado esto, no cualquier película tiene la capacidad de considerarse documentarizante. Aun así, cualquier historia podría presentarse con la estética de un documental. Los principales elementos de dicha estética que podríamos enlistar son:

- Narración en voz en off
- Entrevistas
- Recreación de hechos verídicos
- Material de stock
- Uso de inserts de una determinada locación en el montaje
- Iluminación minimalista
- Uso de documentos legales y periodísticos
- Paleta de colores no modificada en postproducción.

Como podrá darse cuenta el lector, ninguno de estos aspectos es exclusivo del cine documental y varias películas de este estilo no los utilizan todos. Lo que la vuelve un documental integro es que la totalidad de la historia está basada en hechos verídicos y la estética del filme posea los elementos para convencer al espectador de dicha veracidad.

Por lo tanto, podemos concluir que es imposible dar una definición total de lo que es el cine documental. Sin embargo, para efectos prácticos podemos definirlo como: Un filme que es presentado ante la audiencia como aquel que refleja hechos totalmente reales y que contiene elementos estéticos y narrativos que permiten a la audiencia darle esa lectura.



## 1.4 El guion audiovisual en la planeación del documental:

Como se pudo ver en los ejemplos mostrados a lo largo de este análisis del documental, incluso una película que busca expresar “lo real” necesita de una planeación previa y una intención (tanto estética como en el mensaje) clara. Ninguna de las películas hubiera logrado sus objetivos sin una dirección a seguir.

Un documental no implica simplemente llegar a una locación y empezar a grabar tratando de encontrar algo que contar. Claro que existen algunas corrientes que buscaban obtener imágenes y sonidos de la manera más pura posible, lo que implicaba una falta de planeación para presentarse a las locaciones y grabar la realidad como a uno se le presente.

Sin embargo, incluso estos documentales tenían un objetivo en mente. Tenían una ligera idea de aquello que buscaban obtener. Asimismo, había un conocimiento previo del tema, evento o suceso que planeaban grabar. Sino una investigación completa, esto implica que sí había un entendimiento de las necesidades de una producción, incluso si se buscaba limitar las mismas.

Esta investigación implica una lectura previa de cualquier tipo de textos que hagan referencia al tema en cuestión o a ideas similares al tema. Los investigadores suelen caer en la idea de que, al tener un tema novedoso, están en una investigación sobre la que nunca se ha escrito algo antes. Esto es una completa mentira en todos los casos y suele deberse a una investigación o demasiado reducida o amplia del tema.

Un ejemplo de esto es que, como se mostrara en esta investigación, no se debe investigar la anosmia directamente debido a que hay pocos textos artísticos o científicos al respecto. Sin embargo, a partir de una investigación sobre el papel del sentido del olfato en nuestra vida diaria, podemos investigar cómo es que la pérdida de este podría ser percibida.

En segundo lugar, podemos buscar referencias en otros productos audiovisuales y artísticos para obtener una idea de cómo es que el tema ha sido tratado. Esto nos permite tener mayor facilidad no solo para que la audiencia pueda ser introducida al

tema de manera sencilla, sino que también facilita que los realizadores tengan ideas novedosas sobre como presentar la información.

Aunque no es imperativo, un proyecto documental puede utilizar un guion y una planeación previa para que el proyecto esté bien desarrollado. Debido a esto, si se busca tener un buen documental, primero hay que entender qué es el guion audiovisual y para qué sirve el mismo.

La máxima autoridad a nivel mundial en la realización de guiones es el difunto guionista estadounidense Syd Field. En 1979, escribió el primer libro reconocido mundialmente como guía para la realización de guiones, titulado *Screenplay*.

En este libro, Field define al guion como “Una historia contada con imágenes, utilizando diálogo y descripción, y ubicada dentro del contexto de una estructura dramática” (Field, 2005). El guion es contar la historia antes de contar la historia.

A pesar de que Field utiliza sus métodos principalmente como guías para el cine de ficción, esto no significa que sus técnicas no nos puedan servir para esbozar qué es lo que debe contener un guion audiovisual. Al fin y al cabo, como lo hemos explicado, las películas documentales también cuentan historias. Historias reales y con una estética diferente, pero historias visuales, a fin de cuentas.

Al ser relatos, también tienen un inicio, un punto medio y un final. Este orden no tiene que seguirse a la perfección, pero es necesario que el guionista tenga una guía para saber a dónde busca llevar su película. El inicio, por lo general, es el primer acto de un filme y busca establecer la premisa de dicha historia (Field, 2005).

Podría parecer a simple vista que los documentales no se manejan bajo esta misma estructura, debido a la creencia de que son un género que solo transmite información. Sin embargo, en realidad todos los documentales se enfocan en contar una historia que el ser humano pueda entender.

Tal como lo define Daniel Peña: “Un guion para documental es un escrito pensado para reconstruir y luego exhibir, en video y audio, una historia hecha por sus protagonistas en acción, la cual servirá para argumentar y defender un tema” (Peña,

2016). Un documental siempre va a plantear contar algo para transmitir un mensaje a su audiencia. Como en cualquier historia, se busca armar un discurso coherente.

Se puede ver que la mayoría de los documentales enfocan sus primeros minutos<sup>4</sup> en que el espectador conozca a los personajes principales del suceso que trata de relatar, así como el contexto de la situación donde se encuentran. Es común que en los documentales haya muchos más personajes involucrados que en las películas de ficción, a pesar de esto, la acción suele enfocarse en una figura que observa todos los hechos.

En los casos más extremos, se trata de que sea la cámara el personaje principal o el mismo espectador. En los documentales de corte contemplativo (*Samsara*, *Baraka*, *El hombre de la cámara*) el espectador observa la acción tal como el camarógrafo la fue descubriendo. La audiencia observa la historia de la cámara en algún lugar determinado.

Incluso los documentales sobre naturaleza contienen personajes principales en los que se centra la historia presentada. La mayor diferencia radica en que el género documental existe una mayor posibilidad de que haya más de un personaje principal.

Tras esa explicación inicial, uno se encuentra con el segundo acto, que es el desarrollo de la historia. En el género documental esto puede tomar varias formas. Existen documentales que solo siguen una historia en específico (un suceso o una vida) y mantener esa linealidad en la historia es sencillo.

Sin embargo, existen documentales que tratan de explorar eventos sociales continuos, leyes, lugares o ideas. Dos ejemplos claros son *One Child Nation*, documental de Amazon que busca explorar la política de un solo hijo que fue impuesta en China durante varias décadas, y *Shoah*, el documental que analiza el holocausto al recopilar varias experiencias de diferentes víctimas o participantes.

---

<sup>4</sup> Syd Field recomienda los primeros 20 minutos en un filme de dos horas.

Ambos documentales no siguen una línea concreta en su historia, saltan de un punto a otro con diferentes estadísticas, testimonios, material de archivo y otros elementos para contar todo lo posible sobre un tema. Sin embargo, no es necesario que todos los elementos dentro de un segundo acto estén conectados entre sí, lo único importante es que hagan avanzar la historia y revelen más al respecto de la premisa planteada.

En muchos de estos casos, el segundo acto funciona dentro del documental como una forma de plantear argumentos sobre la hipótesis de la película. En el caso de *One Child Nation*, la directora Nanfu Wang busca comprobar que la política de un solo niño es una práctica opresora, patriarcal y que sencillamente no funciona. Los testimonios y eventos que vemos en el segundo acto son los diferentes argumentos de esta hipótesis.

Es por eso por lo que, el tercer acto, en muchos casos, se podría ver como la conclusión de una argumentación sobre una situación o evento. Esto se debe a que, por lo general, los documentales hablan sobre situaciones que siguen sucediendo, así que resulta imposible ofrecer a la audiencia un final cerrado y conclusivo que ate todos los cabos sueltos de la historia como en el caso de las películas de ficción.

### 1.5 La argumentación en el cine documental:

Como hemos visto, el guion documental se parece en muchas formas a una argumentación escrita o hablada. A pesar de que no todos toman exactamente la modalidad de ensayo, siempre tienen algún punto de vista que planean mostrarle a la audiencia a través de imágenes y sonidos.

Carlos Mendoza, catedrático de la UNAM y creador de la Maestría en Cine Documental de la UNAM, decide ver el proceso de realización del guion documental a través de los elementos del discurso (Mendoza, 2010):

- *Invetio*: Es el planteamiento de las ideas que formar<sup>án</sup> el discurso. En esta fase se definen los puntos de vista, el género, personajes y las estrategias del relato.

Se podría decir que esto se lleva a cabo previo a la realización del guion, pues implica la ya mencionada investigación precedente y las pocas decisiones que se deben tomar antes de redactar un guion.

- *Dispositio*: Es el momento en que se ordenan las ideas propuestas en la fase de *inventio* para darle coherencia a todo el relato. Este proceso implica la realización del guion en sí. La planeación de tomas, de preguntas, la búsqueda de locaciones y la estructuración del material de archivo.
- *Elocutio*: Es el momento en que todo lo previamente planeado se presenta. Esta fase implica algunos cambios a realizar al momento de enunciar. En el caso del documental, esto se refiere a la forma en que ciertos eventos o hipótesis no se cumplirán como se tenía planteado. Asimismo, en el momento de la edición, el autor puede decidir que determinados elementos funcionan mejor en alguna otra parte del relato o que no funcionan en absoluto.

También divide la postulación y el orden en que se debe organizar el guion de esta forma (Mendoza, 2010):

- Exordio: El autor da una introducción al tema para llamar la atención de la audiencia
- Narración: Se da a conocer toda la información sobre el tema a la audiencia.
- Argumentación: El autor presenta sus puntos para defender una postura sobre el tema.
- Epílogo: Clausura y ofrece una conclusión del discurso.

Pero, aquí viene la pregunta sobre el nivel de planeación que se puede tener en el guion. Como lo especifica la definición de Peña Rodríguez, el documental debe planear el grabar sucesos que van a estar sucediendo frente a él. Incluso en el caso de que se quiera realizar un documental que sea exclusivamente con imágenes y videos de archivo, difícilmente un documentalista tendrá acceso o previa visualización de todo el material antes de empezar a realizar el montaje.

Por lo tanto, es imposible prever por completo todo aquello que vaya a suceder. No obstante, Mendoza menciona que esto no debe ser un impedimento para tener el mayor nivel de planeación posible para la producción, pues nuestra investigación debería prepararnos lo mejor posible para aquello que no se puede predecir (Mendoza, 2010).

Un ejemplo que ofrece el autor es una comparación con la transmisión de un partido de fútbol. Por supuesto, nadie sabe específicamente qué es lo que va a suceder ni los movimientos exactos, pero aun así se necesita tener una idea de aquello que se va a grabar. Se debería tener un conocimiento previo de los jugadores importantes, las condiciones atmosféricas, requerimientos especiales del estadio u otro tipo de información. Hay que estar lo mejor preparado posible.

Por obvios motivos, la improvisación será necesaria en casi todos los documentales, pero esto se debe impedir lo más que se pueda. Incluso si un cineasta está tratando de que su documental se desarrolle frente a él y que los sucesos sean completamente impredecibles, tendrá que estar preparado para que dichos eventos impredecibles no se le escapen.

Así pues, un guion de documental puede tener diálogos (ya sea preguntas o narración), descripción de escenarios (con material de archivo o previa visualización de las locaciones), personajes y hasta cortes. Claro, es difícil imaginar que un documental terminará siendo exactamente como el director o guionista lo plantean, pero eso es algo que sucede incluso en las grandes producciones. La planeación previa es para saber qué se va a decir, pero no es determinante en cómo se va a decir (Mendoza, 2010).

Un último punto para aclarar es que, como el lector podrá imaginar, muchos cineastas profesionales deciden prescindir del guion en su totalidad al momento de realizar documentales. Existen varios directores que consideran que el guion no es necesario para el cine documental debido a la imposibilidad de adivinar un evento o tal vez porque son sus deseos artísticos para un filme en específico.

Sin embargo, tal como Mendoza explica, aunque no se realice un guion siempre habrá algo en la producción que realice sus funciones (Mendoza, 2010). Ya sea una escaleta, *storyboard*, notas del director (escritas o mentales) o incluso el montaje inicial, siempre hay un método que se utiliza para dar sentido y coherencia a lo que se está filmando.

La organización de ideas siempre será necesaria. El simple hecho de colocar las imágenes en cierto lugar en el montaje ya implica una decisión consciente de organizar todo lo que se ha visto de un determinado modo para dar un mensaje.

Hablar de que el guion del documental concluye con la película, no se refiere a que el guion sea abandonado durante el proceso de posproducción y el cineasta decida retomarlo al final para realizar una transcripción de todo. Al igual que en una producción de ficción, se debe trabajar con el guion constantemente a modo de guía.

Un guion debe cambiar conforme a las decisiones que se tomen en la realización, para asegurarse de que la guía siempre esté actualizada. Por ejemplo, un documentalista puede grabar una entrevista que no esperaba obtener o que resultó de mayor peso del esperado. Si lo considera de suficiente importancia, lo ideal sería adaptar el guion para asegurarse de que pueda volver a él al momento de editar y no olvide esa sección importante de la historia y el lugar donde la quiere colocar.

Ahora que hay una mayor comprensión de lo que implica la creación de un guion documental, podemos realizar el primer paso en la creación de este, que es la investigación y comprensión del tema a tratar. Ningún documental puede ser realizado si no se conoce el tema de la manera más amplia posible.

El cineasta necesita saber cómo responder ante diferentes preguntas que se pueden presentar en la realización. Un ejemplo es que, en las entrevistas, el realizador debe conocer el tema de forma concreta para saber qué preguntas hacer con base en lo que el entrevistado responda. Si no se conoce un tema, es imposible tener dudas al respecto de este.

El siguiente capítulo se dedicará de lleno a comprender y explicar las dificultades y preguntas del objeto de estudio del documental propuesto: la anosmia.

## Bibliografía

- *Akira Kurosawa's Advice to Aspiring Filmmakers: Write, Write, Write and Read*. Open Culture. (2016). Encontrado el 16 de noviembre del 2020, en <https://www.openculture.com/2016/09/akira-kurosawas-advice-to-aspiring-filmmakers-write-write-write-and-read.html>.
- Dyksterhouse, L. *What is documentary? The genre defined. -Videomaker*. Encontrado el 3 de julio 2020, en <https://www.videomaker.com/how-to/documentary/what-is-documentary/>.
- Field, S., 2005. *Screenplay*. 4th ed. New York: Bantam Dell
- *First surviving film*. Guinness World Records. (2020). Encontrado el 6 de julio 2020, en <https://www.guinnessworldrecords.com/world-records/first-surviving-film>.
- García, P. (2019). *Lights! Camera! Action! How the Lumière brothers invented the movies*. Nationalgeographic.com. Encontrado el 3 de julio del 2020, en <https://www.nationalgeographic.com/history/magazine/2019/01-02/creation-of-the-motion-picture-lumiere-brothers/>.
- Goldmann, L. (1982). Chronique d'un été. *Cinemaction*, 17, 130-132.
- Gilbert, A. (2008). "Hollywood Psychophysics". *What the Nose Knows*
- Hardy, J. (2019). *The First Movie Ever Made: Why and when films were invented*. History Cooperative. Encontrado el 17 de julio de 2020, en <https://historycooperative.org/first-movie-ever-made/>.
- Jaquet, C. (2016). *Filosofía del Olfato* [Ebook]. Paidós. Encontrado el 25 de agosto del 2020, en Kobo.com
- Kring-Schreifels, J., 2019. 'The Blair Witch Project' at 20: Why It Can't Be Replicated. [en línea] Nytimes.com. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2019/07/30/movies/blair-witch-project-1999.html> [Encontrado el 4 de julio 2020].



- Mendoza, C. (2010). *El guion para cine documental* (pp. 138-143). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Nichols, B. (2017). *Introduction to documentary* (4ta ed.). Indiana U.P.
- Odin, R., & Lyant, J. (2020). *C.I.E.R.E.C. Cinémas et réalités Travaux XLI* (263-278). Université de Saint-Etienne CIEREC.
- Oaklander, M. (2016). *Smell Dating Matchmaking Is Now a Thing*. TIME.com. Encontrado el 30 de agosto del 2020, en <https://time.com/smell-dating-4/>.
- Peña Rodríguez, D. (2016). *Diseño De Guiones Para Audiovisual: Ficción Y Documental* (p. 65). Universidad Autónoma Metropolitana.
- Philpott, C., & Boak, D. (2014). The Impact of Olfactory Disorders in the United Kingdom. *Chemical Senses*, 39(8), 711-718. <https://doi.org/10.1093/chemse/bju043>
- Piauxt, M. (2000). *Anthropologie et Cinéma* (4ta ed., pp. 77-86). Nathan Université.
- Sennett, A. (2014). Film Propaganda: *Triumph of the Will* as a Case Study. *Framework: The Journal of Cinema and Media* 55 (1), 45-65
- Vértov, D. (1922). *WE: Variant of A Manifesto* [Ebook]. monoskop.org. Encontrado el 5 de julio del 2020, extraído de [https://monoskop.org/images/6/66/Vertov\\_Dziga\\_1922\\_1984\\_We\\_Variant\\_of\\_a\\_Manifesto.pdf](https://monoskop.org/images/6/66/Vertov_Dziga_1922_1984_We_Variant_of_a_Manifesto.pdf).
- Yabroff, J. (2009). *"Spinal Tap" and Its Influence*. Newsweek. Encontrado el 9 de julio del 2020, extraído de <https://www.newsweek.com/spinal-tap-and-its-influence-77437>.
- Williams, L. (2013). Mirrors without Memories: Truth, History, and The Thin Blue Line. In B. Keith Grant & J. Sloniowski, *Documenting the Documentary* (pp. 379-396). Wayne State University Press.

## Referencias

- Farrier, D., & Reeve, D. (2016). *Tickled* [Video]. Nueva Zelanda.
- Flaherty, R. (1922). *Nanook of the North* [Video]. Estados Unidos de América.
- Folman, A. (2008). *Vals Im Bashir* [Video]. Israel.

- Fricke, R. (1992). *Baraka* [Video]. Estados Unidos de América.
- Fricke, R. (2011). *Samsara* [Video]. Estados Unidos de América.
- Herzog, W. (1992). *Lektionen in Finsternis* [Video]. Alemania.
- Kuenne, K. (2008). *Dear Zachary: A Letter to a Son About His Father* [Video]. Estados Unidos de América.
- Lanzmann, C. (1985). *Shoah* [Video]. Francia.
- Layton, B. (2012). *The Imposter* [Video]. Estados Unidos de América.
- Le Prince, L. (1888). *Roundhay Garden Scene* [Video]. Reino Unido.
- Lumiere, L. (1895). *La Sortie de l'usine Lumière à Lyon* [Video]. Francia.
- Maitland, K. (2016). *Tower* [Video]. Estados Unidos de América.
- Marker, C. (1983). *Sans Soleil* [Video]. Francia.
- Middleton, P., & Spinney, J. (2016). *Notes on Blindness* [Video]. Reino Unido.
- Morris, E. (1988). *The Thin Blue Line* [Video]. Estados Unidos de América.
- Myrick, D., & Sánchez, E. (1999). *The Blair Witch Project* [Video]. Estados Unidos de América.
- Oppenheimer, J., & Cynn, C. (2012). *The Act of Killing* [Video]. Dinamarca.
- Reiner, R. (1984). *This Is Spinal Tap* [Video]. Estados Unidos de América.
- Russo, A., & Russo, J. (2018). *Avengers: Infinity War* [Video]. Estados Unidos de América.
- Stahelski, C., & Leitch, D. (2014). *John Wick* [Video]. Estados Unidos de América.
- Vértov, D. (1929). *Chelovek s kino-apparatom* [Video]. Unión Soviética.
- Wang, N., & Zhang, J. (2019). *One Child Nation* [Video]. Estados Unidos de América.
- Wardle, T. (2020). *Three Identical Strangers* [Video]. Estados Unidos de América; Tim Wardle.

## **CAPÍTULO 2: LA ANOSMIA**

Muchos anósmicos congénitos no son capaces de entender su padecimiento sino hasta ya entrados en la edad adulta. Al no tener información previa de lo que pueden sufrir, y no tener alguna persona a la que preguntarle, es posible que asuman que su capacidad olfativa es normal y simplemente no la saben controlar. De hecho, en algunos casos, el anósmico congénito tiene una reacción mucho más tranquila al descubrir su incapacidad que las personas nósmicas que lo rodean.

Varias personas afirman que durante algún tiempo solo siguieron la corriente de aquello que los demás hacían, como fingir asco ante ciertos olores o simplemente describirlos de la misma forma que los demás lo hacían. Incluso ha habido estudios en los que al anósmico no es capaz de recordar el momento o incidente en el que dejó de percibir los olores, si es que alguna vez lo hizo. (Temmel *et al.*, 2002).

No es hasta que la persona decide investigar por su cuenta que obtiene una respuesta al porqué es ligeramente diferente en su forma de percibir el mundo. Al comentarlo con los demás puede enfrentarse con gente que no le dará la menor importancia o personas que sentirán una gran tristeza de que se esté perdiendo una parte tan grande, pero al mismo tiempo sutil de la existencia.

A lo largo de su vida, la persona que no tiene sentido del olfato debe revisar constantemente que no haya dejado el gas abierto sin darse cuenta. Debe verificar frecuentemente la fecha de caducidad de todo lo que compra para evitar ingerir comida descompuesta. Un anósmico debe estar en la cocina todo el tiempo que prepara algo para evitar que se le quemé. Es posible que alguna parte de su hogar emita olores dañinos o simplemente repulsivos y no sea capaz de notarlo.

Un anósmico congénito nunca sabrá a lo que huelen sus familiares, amigos, mascotas, parejas o sí mismo. Puede entrar en pánico si no recuerda haberse puesto loción o desodorante antes de salir de casa, pues nunca sabrá qué tanto incomoda a la gente a su alrededor. Es posible que lave todas sus cosas excesivamente por miedo al olor que emitan.

Sin lugar a duda, uno de los más grandes problemas es la falta de empatía de otras personas hacia el padecimiento. Es por eso por lo que han surgido varios grupos de Facebook dedicados exclusivamente a que los anósmicos interactúen entre ellos. Estos grupos les proporcionan una especie de catarsis y oportunidad para expresar todos sus temores sin miedo a ser censurados por ser exagerados. Sin duda, estos grupos se volverán aún más numerosos ahora que la pandemia de la COVID-19 ha provocado que varias personas pierdan el sentido del olfato de forma temporal o permanente.

Sin embargo, la experiencia también puede ser algo deprimente para algunos. El conocer todas las cosas que el sujeto se pierde al tener anosmia y el darse cuenta de que a nadie parece importarle puede ser devastador para el anósmico. Tal como lo expresa Jack Ian:

*...a far stranger effect arrived with the suspicion that I had taken my condition too lightly – that I was in fact a member of a disabled and neglected group, not far removed from a castle of the afflicted. I was happier not to think of it.*<sup>5</sup> (Jack, 2016)

Como Jack lo expresa, cuando el anósmico comienza a investigar sobre sí mismo, se da cuenta de que esta pequeña diferencia le afecta en su vida diaria mucho más de lo que incluso él mismo llega a considerar. Sobre todo, se da cuenta de que existe muy poca información al respecto de su padecimiento.

Muchos no descubren lo que pasa gracias al diagnóstico certero de un doctor sino por investigación propia. En realidad, la mayoría se sienten frustrados debido a que muchos de ellos no parecen estar informados al respecto y en muchos casos ni siquiera sabían que algo así podía suceder (Temmel *et al.*, 2002).

El nivel de desinformación llega a tales niveles que en estos mismos estudios se han encontrado voluntarios que afirmaban tener un sentido del olfato perfectamente

---

<sup>5</sup> Traducción al español de la cita original: *...Y un efecto incluso más extraño llegó a mí con la sospecha de que me había tomado mi enfermedad muy a la ligera; que, en realidad, era miembro de un grupo discapacitado y relegado, no muy alejado de un castillo de afligidos. Era más feliz sin pensar en ello.*

funcional y, tras realizárseles algunas pruebas, se descubrió que sufrían de hiposmia<sup>6</sup> o incluso anosmia.

Un estudio realizado en el 2002 encontró que 4% de sus pacientes (todos adultos) afirmaban tener una capacidad olfativa perfecta a pesar de tener una pérdida total o parcial de la misma. También es importante aclarar que 43% de ellos eran incapaces de determinar el nivel de pérdida de olfato que tenían en una escala del 1 al 4. Este estudio concluía que por eso era muy difícil confiar en las entrevistas con anósmicos para estudiar los efectos del padecimiento, pues muchos no parecían percibir el alcance de este (Temmel *et al.*, 2002).

Al ser un padecimiento invisible, que no es considerado como importante por la mayoría de la gente, y parecer “poco común”, la gran mayoría de los anósmicos se sienten solos en sus vidas. Incluso algunos han presentado un miedo a que las personas a su alrededor tengan razón y la anosmia no sea real.

Mientras uno va creciendo, se le enseña que existen algunas enfermedades que pueden dejarnos sin nuestras capacidades sensoriales. Existe gente ciega, gente sorda; también mencionan que la gente que pierde su habilidad del habla se llama muda y hasta llegan mencionar como dato curioso que hay gente que no puede sentir con su piel.

A nadie (o a muy poca gente) le mencionan que existen quienes no pueden oler, al punto que esto le parece a la gente inimaginable, a pesar de que (viéndolo de manera lógica) tiene todo el sentido del mundo que esta gente exista. ¿Si nos parece tan comprensible que la gente pierda su tacto, su oído y su vista, por qué a todos les parece tan irreal que alguien pierda su olfato?

El objetivo de este capítulo será descubrir por qué, a pesar del enorme número de personas que la padecen, la anosmia ha sido silenciada durante tanto tiempo y cómo se podría ayudar a darle mayor visibilidad. Para esto se necesitará analizar el papel que ha jugado a lo largo de la historia y en nuestra sociedad actual.

---

<sup>6</sup> Pérdida parcial del sentido del olfato

## 2.1. Aspectos generales de la anosmia:

La anosmia es una diversidad funcional sensorial que implica la pérdida total del sentido del olfato, ya sea temporalmente o de forma crónica. Las personas que sufren anosmia pueden padecer de ella de manera congénita (al nacer) u obtenerla tiempo después<sup>7</sup>. En algunos casos no es posible determinar la razón que llevó a la pérdida del olfato. Se estima que alrededor de 5% de la población mundial padece de anosmia o algún padecimiento similar como la hiposmia.

Aquí es muy importante señalar que los números varían de publicación a publicación. Algunos estudios afirman que sus estimaciones sobre los efectos de la anosmia probablemente subestiman a los mismos debido a que no se pueden tomar en cuenta las opiniones de la gente que nunca busca atención médica (Kohli *et al.*, 2016).

A pesar de que este porcentaje estimado sea mayor al número de personas con discapacidad visual (alrededor del 4%) y similar al de la sordera (5%)<sup>8</sup>, la anosmia es una enfermedad mucho menos conocida entre la gran mayoría de las personas. Esto debido a que no se le da la misma difusión que a otras discapacidades<sup>9</sup>.

Si uno se detiene a buscar en internet, se encontrará que la anosmia incluso suele ser señalada en varios artículos como “un problema poco frecuente” (“Un 5% de la población mundial padece anosmia – SEORL-CCC”, s.f.) y no es sencillo encontrar datos estadísticos del mismo. Debido a esta percepción de la anosmia, existe una enorme cantidad de efectos y datos al respecto que nunca son mencionados a las personas anósmicas y que difícilmente harían de la enfermedad una ventaja o un problema irrelevante como se cree, puesto que afectan de manera significativa el estilo de vida de los anósmicos.

El problema que suele detectarse con más frecuencia es un intento excesivo por mantener la higiene. Esto no solo viene acompañado de una limpieza frecuente,

---

<sup>7</sup> Las causas incluyen traumas, enfermedades sino nasales, causas idiopáticas, entre otras.

<sup>8</sup> Datos extraídos de las estadísticas de la Organización Mundial de la Salud.

<sup>9</sup> Un señalamiento interesante aquí es que la palabra anósmico ni siquiera está en el diccionario de Word en español al momento de redactar este estudio.

sino que también implica un uso desmedido de perfumes o desodorante debido a la desesperación por ocultar cualquier posible olor personal (Temmel *et al.*, 2002).

Otras quejas recurrentes son la falta de interés o dificultad para cocinar, cambios de humor recurrentes, falta de apetito, consumo de comida echada a perder, problemas laborales y problemas para evitar quemar las cosas. Un dato interesante es que las personas con hiposmia suelen tener muchas más quejas respecto a su condición que las persona anósmicas (Temmel *et al.*, 2002).

Los problemas laborales pueden llegar a ser mínimos, pero existen ciertos casos en los que habría un efecto muy dañino para algunas personas:

*A uno le gustaría pensar que, por ejemplo, un electricista necesitaría saber cuándo y dónde hay cables quemándose o que los mecánicos supieran distinguir si un líquido es agua o gasolina (Temmel et al., 2002).*

## 2.2. Difusión de la anosmia en los medios:

Todos los efectos secundarios mencionados anteriormente no reciben mención alguna en los medios de periodísticos. Existen muy pocas notas o reportajes al respecto e incluso las pocas que han sido escritas no datan de más de 10 años atrás y han recibido muy poca difusión. Aunado a esto, pocos periodistas parecen tomarse la molestia de investigar más allá y por lo general leer estas notas consisten en releer los mismos datos una y otra vez.

Con la creciente pandemia del SARS-CoV-2 el número de notas periodísticas respecto a este padecimiento han crecido exponencialmente. Aun así, la información que se obtiene es muy limitada y muchos de los nuevos anósmicos se ven obligados, de nuevo, a pedir información a aquellos que llevan años con el padecimiento.

En la ficción son escasos los momentos en lo que se encuentra una persona con el padecimiento. En la serie *Star Trek: Deep Space Nine* el personaje de Odo tiene una discapacidad similar a la anosmia, pero eventualmente es capaz de recuperar su sentido del olfato por completo.

También es el caso de la película *Walk Hard: The Dewey Cox Story*, aquí el personaje principal pierde su sentido del olfato debido a un trauma de su infancia. A lo largo del filme se hacen varios chistes al respecto de su condición, como el hecho de que no se da cuenta de que sus compañeros están fumando marihuana. Sin embargo, al final de la historia, Dewey también recupera su olfato.

Otros ejemplos son los personajes que aparecen en series creadas por Matt Groening: El primero es Selma Bouvier, quien menciona en el episodio 23 de la tercera temporada de *Los Simpson* que perdió sus sentidos del olfato y gusto debido a un accidente que tuvo de niña.

El segundo es un caso mucho más prominente, pues se le dedica todo el capítulo al personaje anósmico y en cómo la construcción de relaciones afectivas recae en gran parte sobre nuestro sentido del olfato. En el episodio *Stench and Stenchibility* de la serie *Futurama* (Séptima temporada, capítulo 25) el personaje de Marianne carece totalmente del sentido del olfato desde el nacimiento y debido a eso es capaz de tener una relación con Zoidberg, que siempre es rechazado por su olor insoportable.

La relación que ambos personajes tienen y la forma en que uno percibe al otro se vincula estrictamente con el sentido del olfato. Marianne ama a Zoidberg porque es capaz de ver su hermosa personalidad, la cual no es conocida por los demás, quienes son cegados por su horrible olor.

En una escena, Marianne le pide a Zoidberg que le describa el olor de las flores y a ella le fascina. Sin embargo, al final del episodio, Marianne puede oler unas flores por primera vez y descubre que odia su olor y que el de Zoidberg en realidad no le molesta en lo absoluto porque se siente cómoda con él.

Este señalamiento, sobre cómo los seres humanos disfrutan más los olores de aquello que les trae recuerdos placenteros o pueden ver afectada su relación con algo debido a un mal olor, nos lleva a hacer varias preguntas sobre el efecto de la anosmia en los pacientes:

- ¿Cómo es que sus relaciones afectivas se verían afectadas si pudieran oler?



- ¿En las personas con olfato funcional, el gusto por un objeto determina el gusto por el olor de este o viceversa?
- ¿Sería posible describir un olor de forma acertada utilizando los demás sentidos y experiencias ajenas?

Por otro lado, en cuanto a los audiovisuales informativos, el caso más conocido es el del documental *Anosmia* producido por National Geographic (LaMendola, 2012) que recopila varios testimonios sobre la anosmia. Las personas mencionan sus experiencias más divertidas y curiosas con la enfermedad. También hablan de cómo es que descubrieron que no podían oler.

El documental muestra que hay una clara diferencia en la forma en que los anósmicos congénitos hablan y aquellos que perdieron el sentido del olfato tiempo después. La mayoría de los anósmicos congénitos que hablan al respecto suelen tener una perspectiva bastante optimista del tema. Las quejas suelen ser en relación con las preguntas que hacen las personas respecto a su padecimiento o la falta de empatía que tienen por el mismo (Philpott & Boak, 2014) y no sobre su incapacidad de oler.

A la gran mayoría de los anósmicos se les ha puesto en tela de juicio su enfermedad al contársela a otras personas. Muchos afirman que han recibido preguntas sobre si en realidad no perciben absolutamente nada o son invitados a aspirar algún olor desagradable para comprobar que en serio no pueden percibirlo.

La perspectiva entre las personas anósmicas que perdieron su sentido del olfato en una etapa posterior de su vida suele ser muy diferente. En su mayoría parecen darle un valor mucho mayor al sentido del olfato que los anósmicos congénitos o personas que todavía poseen su sentido del olfato, debido a que aquellos que lo conservan señalan las ventajas de no poder oler.

Ni siquiera las organizaciones mundiales parecen tener un interés genuino por dar a conocer la anosmia. El día Mundial de la Concientización de la Anosmia no recibe prácticamente ninguna difusión en los medios, excepto notas ocasionales que

proporcionan información básica al respecto. La Organización Mundial de la Salud tampoco tiene datos disponibles de fácil acceso en su página de internet.

Febreeze lanzó, en el año 2016, una campaña que generó molestia entre algunos anósmicos. Los comerciales consistían en una burla a las personas que eran “ciegas de nariz” (Bojovic, 2016) y mostraba como solución a este problema los productos de su marca. La compañía se disculpó debido al desagrado que ocasionó, pero hubo mucho revuelo por la controversia.

En cuanto a la literatura, el ejemplo más prominente es el de la novela escrita por Marta Tafalla, *Nunca Sabrás a que huele Bagdad*, en la que la protagonista es incapaz de oler desde su nacimiento y esto la lleva a realizar una serie de cuestionamientos y viajes en busca de ese universo que no es capaz de comprender (Tafalla, 2010). Este libro es el intento más acercado a hacer una dramatización que gire totalmente en torno a la anosmia, aunque la historia también trata otros temas para no volverse aburrida.

La lista termina ahí. Es difícil encontrar algún otro tipo de dramatización o visualización en los medios sobre este padecimiento. La mayoría de las representaciones que se realizan de la anosmia son generadas por los mismos anósmicos para otros anósmicos.

Además de los grupos de Facebook, hay numerosos casos de blogs, *podcasts* y novelas auto publicadas que son creadas por los mismos anósmicos para intentar comprender un poco de su propia enfermedad y conocer más personas que los ayuden a alzar la voz. Aun así, claramente no es un concepto que se considere importante para la agenda de los medios. ¿Por qué se da esto?

Para averiguarlo, tenemos que hacer una exploración sobre la forma en que el sentido del olfato ha sido percibido en nuestra sociedad a lo largo de la historia de la humanidad.

### 2.3. El papel del sentido del olfato a través de la historia:

En un inicio, el sentido del olfato tenía dos principales funciones en los seres humanos. La primera era de supervivencia, pues olfatear los alimentos nos ayudaba a determinar si estos serían dañinos para nuestra salud o si podían ser ingeridos. Asimismo, el olfato permitía a los humanos primitivos percibir a otros animales a pesar de que no pudieran verlos ni escucharlos, y ayudaba a determinar su distancia con respecto a la persona o si estos eran un depredador peligroso (Jaquet, 2016).

Hasta el día de hoy, todavía hay vestigios de eso en varios seres humanos, pues no solo hay mucha gente que determina si la comida le va a gustar dependiendo del olor que perciba de ella, sino que también lo utilizamos para detectar fugas de gas o incendios cercanos a nosotros.

El segundo elemento más importante era el de la sexualidad. Cuando los humanos caminaban en cuatro patas, el olfato nos permitía determinar la sexualidad de otro miembro de nuestra especie de forma eficaz (Jaquet, 2016). En general, todo se percibía con la nariz antes que con cualquier otro sentido.

Hoy en día, estas funciones se han vuelto en su mayoría obsoletas. Los trabajos que antes dependían del olfato han sido tomados por otros sentidos de forma mucho más práctica gracias a la tecnología. Ya no es necesario saber si una planta es venenosa o no, porque esa información se encuentra en un libro, además, el lugar en donde se adquieren los alimentos tiene muy baja probabilidad de ofrecer algo dañino para la salud.

Las interacciones sociales ayudan a determinar la sexualidad de los demás seres humanos. No se necesita saber el olor de un depredador puesto que ya nadie se enfrenta a uno en su vida diaria y las catástrofes naturales por lo general serán registradas por científicos o aparatos caseros que darán alerta mucho antes de que la nariz pueda percibir lo que sucede.

El instinto que otorga la nariz no tiene lugar en un mundo regido por los hechos de la ciencia. La misma ciencia ha negado la importancia de mantener el olfato, pues existen casos de enfermedades como la rinosinusitis donde la pérdida de este

sentido es un síntoma bien conocido y, sin embargo, no parece haber ningún deseo para ayudar a prevenirlo. Todo ha sido llevado a lo que fácilmente podemos ver y escuchar, los dos sentidos favoritos de los humanos.

*Los filósofos no impugnan la escala de valores del sentido común, porque poco caso hacen al olfato. Le conceden primacía a la vista y al oído, los cuales proveen sus principales modelos de conocimiento y se utilizan para comprender las operaciones espirituales. (Jaquet, 2016).*

Y no solo la filosofía, la sociedad entera ha decidido que el oído y la vista son más que suficientes para comprender el mundo que nos rodea. Esto ha llevado a que el sentido del olfato se vaya deteriorando en los seres humanos mientras evolucionamos (Jaquet, 2016). Es entonces que podemos afirmar que la debilidad actual del olfato no es algo natural, se debe a su falta de entrenamiento constante.

Sin embargo, la creencia de constante progreso ha llevado al sentido del olfato a verse como una especie de sentido primitivo al que quisiéramos poder eliminar. “¿Cuál es la utilidad de ser el perro de uno mismo, si se cuenta con un animal para cazar?” (Jaquet, 2016) es un enunciado bastante acertado para describir la forma en que se ve al olfato. Hasta cierto punto, el tratar de desarrollar un sentido obsoleto sería como si el humano se estuviera rebajando a los niveles de los animales.

Lo curioso de este rechazo al olfato, es que el humano también parece tener una cierta intimidación hacia el mismo. Como ya mencionamos, la filosofía y la ciencia tienen poco interés en experimentar con él. Esto se debe, en primer lugar, a la dificultad de describir el conocimiento abstracto que nos otorga el olor.

Por una parte, el olor es muy difícil de distinguir debido a la similitud que tiene con los sabores. Además, el sabor de un objeto suele predominar sobre la fragancia que posee y tiende a opacarlo en un examen superficial (Jaquet, 2016).

Por otra parte, no existen palabras exactas para describir lo que se percibe cuando se olfatea algo. Para la vista tenemos los colores, figuras y más. Para el oído tenemos notas musicales y niveles. Para el gusto hay sabores y para el tacto hay texturas y formas. ¿Cómo se dividen los diferentes tipos de olores de forma básica?

La mayoría de las descripciones suelen venir, de nuevo, asociadas al gusto y directamente utilizan las mismas palabras. No obstante, sabemos que hay olores que, a pesar de ser placenteros, no invitan a la degustación (el ejemplo más básico son los perfumes).

También es común relacionar la fragancia al estado en el que se encuentra el objeto que la genera (podrido, estancado, etc.) Aun así, la mayoría de la gente solo parece distinguir entre olores que generan placer y aquellos que generan disgusto. Estas relaciones no describen al olor en sí, solo describen la forma en que el olor o el objeto que lo genera se relacionan con el sujeto que los está percibiendo (Jaquet, 2016). Sería similar a describir un color como feo.

En segundo lugar, los olores son mucho más invasivos y difíciles de controlar que los objetos que observamos y escuchamos. El olfato se ha vuelto un sentido que dificulta la vida en sociedad por el disgusto que se puede presentar ante las secreciones de las personas con las que interactuamos, como el aliento, sudor y gases (Jaquet, 2016).

En estos casos, se puede distinguir que, en lugares poblados, es mucho más fácil encontrarse con objetos o personas que producen olores desagradables que con aquellas que produzcan olores placenteros. Y debido a la densidad poblacional actual, es difícil escapar de ellos cuando la persona se encuentra en público.

Por tanto, el olor también resulta ser una violación a la intimidad y al libre albedrío mucho mayor que cualquier otro de los cinco sentidos. El gusto y tacto rara vez serán forzados en una persona, pues no hay necesidad de degustar o tocar algo si no se quiere.

La vista y el oído permiten percibir posibles sonidos o imágenes dañinas mucho antes de que estas se presenten ante la persona. Incluso, ante un ruido desagradable o una representación no placentera a la vista, escapar de ellas para dejar de percibir las no resulta particularmente complicado.

Por el contrario, un olor fuerte indeseado no solo puede aparecer de forma repentina e inevitable, también tiene una permanencia mucho mayor, pues se mantiene

presente por un largo tiempo después de que aquello que lo genera se ha alejado. Los olores desagradables, al mismo tiempo, suelen ser los que se sienten con mayor intensidad.

El rechazo es, por lo tanto, un rechazo al cuerpo y a sus secreciones. En la sociedad actual, la impregnación del otro, a través de las fragancias que exterioriza, resulta completamente inmoral. El olor de una persona es su esencia más íntima y verdadera.

Y es por eso por lo que el olor personal y la censura que se ha hecho del mismo tienen la capacidad de afectar nuestras relaciones sentimentales. En nuestro olfato, percibimos a una persona a tal nivel que ni siquiera ellas mismas pueden controlar o manipular. Una persona puede controlar qué dice y cómo se ve, pero su olor personal es casi inescapable.

#### 2.4. El sentido del olfato y nuestras relaciones sociales:

En cuanto a la sexualidad, lo que siempre queda del compañero al momento de su partida, son los olores de su sudor, de su saliva, de su sexo. Es bien sabido que las fragancias que despide una persona pueden ser un enorme afrodisiaco sexual. Por tanto, el rechazo a la sexualidad libre también implicaría un deseo por ocultar los olores propios, hasta el punto de considerarlos grotescos (Jaquet, 2016).

*Al estudiar el olor y el imaginario social en los siglos XVIII y XIX, relata la prodigiosa empresa de la desodorización que ha conducido a la asepsia de nuestro entorno actual. Este relato del asco y de la purificación del hedor revela los conflictos y las representaciones sociales que oponían al burgués perfumado contra el proletario hediondo que había que desempulgar y desinfectar. (Jaquet, 2016).*

Andrés de Luna menciona que esto no necesariamente es malo, pues es un reflejo de los avances de la higiene que ha habido en nuestro aseo diario. Esto sin mencionar que tener una nariz tan sensible que nos permitiera reconocer olores a varios metros de distancia en ciudades tan concurridas y polutas como las de hoy en día (Luna, 2013). Sin embargo, se ha llegado a un extremo innecesario en el que

no solo se vuelve un asunto de higiene sino de ocultar totalmente los olores generados por uno mismo y el rechazo total a la fragancia generada naturalmente por el cuerpo humano.

La eliminación de olores fuertes y sucios del cuerpo se ha vuelto, por tanto, un esfuerzo por separarse de lo animal, lo salvaje y lo poco civilizado. El perfume, los desodorantes y los artículos de limpieza no solo cumplen la función de ayudar a la limpieza o la belleza, sino que dotan a quienes los utilizan de una distinción y superioridad social.

Podemos encontrar una referencia inmediata a esa distinción en la película ganadora del Oscar a mejor película en 2020, *Parasite*. En el filme, una familia de clase baja decide estafar a otra de clase alta al fingir que no se conocen y así, conseguir que todos sean contratados para trabajar con ellos.

En algún punto Dong Ik (padre de la familia de clase alta) afirma que lo único que no le gusta de su chofer (Ki Taek, padre de la familia de clase baja) es su olor invasivo. Esta discusión resulta ser el detonante por el que Ki Taek asesina a Dong Ik en el clímax de la historia, pues se da cuenta de que, para la clase alta, su familia no es más que un grupo de pobres, apestosos e inferiores.

Las fragancias entonces sí funcionan como un modo de atracción del otro. Lo hacen a través de la creación de olores nuevos que sí generan un gusto y atractivo, pero que no cruzan esa línea de moralidad e invasión del espacio privado que generan los olores naturales de las personas (Jaquet, 2016).

Durante la infancia, uno no siente rechazo a sus propias secreciones. El niño aprende a sentir repugnancia hacia sus defecaciones, su saliva, sus mocos y demás secreciones porque así está dictado, pero en un inicio no es capaz de verlo así. Incluso en la edad adulta, uno nunca llega a ese rechazo total de las secreciones propias, solamente de las ajenas.

Esta imposición social llega a tal punto que una persona puede llegar a percibir el olor del otro como agradable si cree que este proviene de sí mismo y viceversa, creer que un olor propio es repugnante si cree que proviene de otro. Por lo tanto,

podríamos argumentar que no existe en esos olores una fetidez natural e intrínseca, sino que, una vez más, esta reacción tiene que ver más con la relación que el objeto tiene con la persona que lo está percibiendo. El desagrado que tenemos por los olores no tiene conexión alguna con la peligrosidad de su generador. (Jaquet, 2016).

Lo lamentable de esta relación con nuestra nariz es que, más que incitar a una mayor búsqueda de la objetividad de nuestro sentido, ha llevado a una total desconfianza debido a lo subjetiva que es la información que nos proporciona. Este tipo de afirmaciones ignoran por completo el hecho de que todos nuestros sentidos tienen prejuicios al momento de ser interpretados, puesto que nuestro modo de ver el mundo no es objetivo y siempre tiene relación con nuestras experiencias de vida. Y son estos prejuicios los que deciden tomar la información que nos otorgan los demás sentidos como verdades absolutas.

Varios estudios sobre la lingüística se han enfocado en la forma en que los seres humanos jerarquizamos la importancia de nuestros sentidos (Criado, 2015). En todos ellos se ha encontrado un patrón constante: todas las culturas dan una mayor importancia al sentido de la vista, mientras que el olfato es casi unánimemente considerado como el menos importante.

La única excepción a esta regla es una tribu de los semais, que se encuentran en un pequeño pueblo de Malasia. Ellos tienen el sentido del olfato como el segundo más importante, y utilizan diferentes palabras para distinguir entre varios olores como el de hongos, una casa vieja o la sangre.

Existen otros ejemplos como el de las tribus maoríes y las tongas que todavía practican el beso esquimal y consideran este frote de narices como una forma de absorber la esencia del otro. Entre los desenas de la Colombia amazónica, cada familia posee un olor particular debido al tipo de alimento que consumen. Esto significa que el matrimonio con una pareja que posee un olor igual al propio equivale al adulterio e incluso la combinación de estos olores en los alimentos es mal vista (Jaquet, 2016). En muchos casos, por supuesto, este tipo de actos se ven como rituales de sociedades primitivas.



Pero por más que nos tratemos de alejar de este modo de comportamiento, la nariz sigue siendo una forma de relacionarnos con el otro a un nivel íntimo mucho más profundo que el que otorga cualquier otro sentido. Como lo menciona el autor Andrés de Luna en su libro *Rituales del Deseo*, no hay atracción ni afrodisiaco más fuerte que el de la persona amada, puesto que su olor captura toda su esencia (Luna, 2013).

Toda esta construcción social de la importancia del olfato nos lleva directamente a la falta de difusión de la anosmia. En un mundo en donde un sentido no es considerado como importante, la pérdida de este tampoco puede tener importancia significativa.

La anosmia no es una enfermedad lucrativa o llamativa. No es posible crear campañas en las que las personas anósmicas se vean diferentes o desventajadas, porque son exactamente iguales a las demás personas y aquello que las hace diferentes no solo es invisible, sino que en algunos casos es considerado una ventaja.

Aunque de igual forma, podríamos concluir que la razón por la que esto sucede es porque la anosmia no es un problema verdaderamente grave en los pacientes. También podría ser que el olfato no es más que un sentido salvaje y poco necesario para nuestra vida diaria en sociedad. En ese caso, la falta de importancia y educación del olfato no sería más que un proceso evolutivo natural y hasta cierto punto necesario.

## 2.5. Efectos psicológicos de la anosmia:

Ya se mencionó que varios de los anósmicos no parecen tener un problema con su anosmia y en realidad la suelen verla como un chiste o una bendición. Cualquier persona puede darse cuenta de que el sentido del olfato no es tan esencial como los demás para la supervivencia en nuestro día a día en la mayoría de las culturas.

Existe una enorme cantidad de problemas superficiales que la gente con anosmia enfrenta en su vida diaria que ya se mencionaron. Un ejemplo de esto serían los testimonios de anósmicos que han estado a punto de ingerir o han ingerido comida

en estado de descomposición. Otro problema común es la incapacidad de oler el fuego y el gas, lo cual es un enorme riesgo para la vida de estas personas. No obstante, pocos de estos problemas son recurrentes o terminan en tragedia.

Esto lleva a la pregunta: ¿Qué tanto afecta la anosmia en relación con la estabilidad emocional y afectiva de las personas? Estudios han revelado que los efectos secundarios son mucho más grandes de lo que uno se imaginaría. Uno de los problemas que más es invisibilizado con respecto a la anosmia es que ésta puede generar dificultades en el desarrollo emocional de las personas.

El olor que poseemos, así como el que añadimos a nosotros (a través del uso de desodorantes, lociones, perfumes, champús, detergentes) tiene una enorme influencia no solo en la forma en que otros nos perciben sino en la forma en que nos percibimos a nosotros mismos (Wilson, 2016).

El tiempo que un anósmico tarda en bañarse o asegurarse de que está limpio se ve bastante influenciado por su nariz. El enterarse de que huelen mal o que alguna de sus posesiones (ropa, mochila, bolso, etc.) huele mal puede ser muy vergonzoso debido a la reacción tan negativa que tiene la gente a las cosas con poca higiene.

Al no tener el sentido del olfato, la mayoría de los anósmicos simplemente recurren a preguntar a una persona de confianza por la fragancia que a ellos les gusta y así obtener algún modo mínimo de protección ante señalamientos. Sin embargo, esto implica una enorme pérdida en la construcción de la identidad que el anósmico tiene de sí mismo, así como una falta de control sobre la construcción de sus propias relaciones sociales.

Pero este problema también aplicaría en sentido opuesto. Si nuestro olor único tiene una enorme relación con la forma en que otros nos perciben, esto significa que los anósmicos no tienen acceso a una amplia parte de las personas con las que interactúan. Para ellos, no es posible determinar la compatibilidad entre dos sujetos debido a su olor y las personas cercanas a ellos podrían tener una imagen falaz en un inicio debido al poco control que los anósmicos tiene sobre su olor propio (Oaklander, 2016).

El olor de los demás genera un lazo con la persona que lo percibe desde el momento en que nacemos. Estudios han demostrado que los recién nacidos son capaces de identificar el seno materno a través de su olor a los pocos instantes de haber nacido. Las secreciones del seno tienen una composición química similar a las del líquido amniótico en el vientre, el cual ha sido inhalado por el bebé durante varios meses, pues el desarrollo de su olfato se produce rápidamente (Jaquet, 2016). Por tanto, el olfato podría verse como la primera guía del ser humano para afrontar el mundo que lo rodea.

Claro, esto podría verse, una vez más, como un mero instinto alimenticio que no va más allá de esa simple supervivencia. Lo interesante es que, haciendo más pruebas con recién nacidos, se descubrió que el olfato también comienza a determinar una relación afectiva entre ambas partes. Cuando los recién nacidos olfatean algodón con el olor de otra madre, suelen agitarse, mientras que el aroma de su madre los apacigua (Jaquet, 2016).

Como se mencionó, los olores tienen una capacidad como ninguna otra cosa que percibimos de penetrar y abrazar a quién los percibe. Poseer el olor de alguien resulta como tenerlo en su totalidad y al mismo tiempo, en su estado más puro. No por nada es que la palabra esencia suele usarse como sinónimo de fragancia u olor en determinados contextos. “El cuerpo humano es el paisaje supremo. El olor es lo que más se acerca al desnudamiento humano. La desnudez es una llamada.” (Quignard, 2005)

Existen expresiones tanto en francés como en español para indicar la desconfianza en una persona y hasta para insinuar un hartazgo hacia ella<sup>10</sup>. El olor también ha sido citado como apoyo en argumentos racistas y xenófobos. El terrible olor de las personas de raza negra era citado constantemente, así como el de las personas judías (Jaquet, 2016).

El olor también se utiliza como distintivo para las personas de clases bajas. El argumento clasista es que dichas personas son tontas, flojas y sucias, lo cual

---

<sup>10</sup> “Me tiene hasta la narices”, “Algo me huele mal”, “Jusqu’au nez”, “ça sent mauvais”

implica poca higiene, desorden y mal olor. Se puede decir que una persona mal oliente es indicativa de una esencia inferior.

El sentido de la vista puede ser engañoso. Muchas personas consideradas “inferiores” podrían verse idénticas a uno en todo sentido. Sin embargo, los argumentos discriminatorios siempre tienen como núcleo que la otra persona es en esencia e irremediablemente un ser inferior. ¿Y cómo tener acceso a esa esencia? Con nuestra nariz.

Un caso muy curioso es la distinción que existe entre la percepción olfativa del sexo masculino y el femenino. En algunas ocasiones, el olor masculino es percibido como varonil e impresionante. Por el contrario, la mujer está obligada en todo momento a tener un olor estable y atractivo. Esto destaca sobre todo en el deseo de que sus olores vaginales nunca se puedan percibir.

Podría verse este último dato como una contradicción con los casos anteriores, pero recordemos que en la gran mayoría de las culturas la construcción del rol de la mujer va acompañado de una pureza e inocencia ideal (Fountain, 2012). La falta de olor distintivo y abrazante, tales como los producidos naturalmente, estaría asociada a dicha pureza. La falta de olor (o por lo menos de uno generado naturalmente) está directamente asociada con la pulcritud.

*Todas estas figuras olfativas del racismo, del sexismo y de la xenofobia muestran que el olor funciona como un principio de discriminación y de exclusión a tal grado que la aceptación y la integración del otro pasan por una desodorización e incluso, una purificación. (Jaquet, 2016).*

Aun así, el olor también puede suponer una forma de atracción. “La belleza está en los ojos de quien la mira” es un dicho popular que igualmente aplica para el olfato, pues las secreciones que generan asco también pueden funcionar como forma de atracción inigualable. En ausencia del objeto de deseo, los recuerdos olfativos que nos deja (su sudor o perfume en la ropa o en las sábanas) se vuelven preciados.

No cabe duda de que las relaciones sociales se ponen a prueba con cualquiera de nuestros sentidos, incluso el olfato no suele ser el principal atrayente. Ese puesto,

en la mayoría de los casos está reservado, de nuevo, para la vista. A pesar de esto, el sentido más relevante para continuar una relación interpersonal es el olfato. La poca higiene y la falta de cuidado adecuado de la persona deseada son mucho más potentes que cualquier atractivo físico al momento de eliminar el deseo. Una vez más, la superficialidad de la vista sucumbe contra la inherencia que nos permite percibir el olfato (Jaquet, 2016).

*“El análisis de las figuras olfativas del amor y del odio revela la existencia de normas olfativas que rigen la conducta de las personas, las normas afectivas de la atracción o de la repulsión, las normas sociales de exclusión o de integración a través de la desodorización del otro y las normas estéticas del buen o mal gusto relacionadas con el uso del perfume”* (Jaquet, 2016).

Estas creencias sobre el efecto del olfato en las relaciones sentimentales han llegado al punto de que existe un servicio de citas en línea donde las personas envían ropa con su olor corporal para intentar encontrar una pareja (SmellDating). Diferentes estudios han mostrado que esto se debe a que los humanos instintivamente queremos buscar una pareja que huela saludable y con un buen sistema inmune.

Pero la relación entre el olfato y lo sentimental no termina ahí. Se han realizado estudios de que la forma de percibir los olores también tiene relación con el nivel de éxito que tiene una pareja, pues aquellos que perciben los olores de una forma similar tenían una tendencia a tener relaciones más exitosas entre ellos. (Oaklander, 2016)

No es coincidencia que existan declaraciones de anósmicos que afirman que su vida sexual se ha reducido enormemente por decisión propia debido a no poder percibir olores, esto ha vuelto la experiencia algo mucho más mundana (Philpott & Boak, 2014). El olor es una de las partes más importantes de la conexión humana.

Esta imposibilidad de construir el mundo a su alrededor y la identidad de aquellos que lo rodean parece tener un efecto mucho mayor del que podríamos pensar en un inicio. No por nada hay estudios que indican que una importante cantidad de

anósmicos ven su vida sexual, romántica y amistosa dañada de forma significativa tras la pérdida de su olfato (Temmel *et al.*, 2002)

## 2.6 La anosmia y la salud mental:

Asimismo, un estudio realizado en el Reino Unido afirma que más de la mitad de los anósmicos sufren de alguna enfermedad como la ansiedad y la depresión o simplemente estrés y enojo constantes (Philpott & Boak, 2014). La gran mayoría de ellos también se caracterizan por ser personas que prefieren el aislamiento.

A pesar de esto, la anosmia sigue siendo considerada como un problema menor en la vida de las personas. Muchos anósmicos han declarado que los doctores no parecen estar interesados en ayudarlos con los tratamientos o informarse más al respecto porque lo consideran un problema irrelevante.

En realidad, muy pocos estudios hablan de cómo la pérdida del olfato afecta a las personas que lo pierden en algún punto de su vida. Algunos de ellos afirman que necesitaron atención psicológica para lidiar con la depresión que conllevó el perder completo conocimiento de los olores (LaMendola, 2012).

Uno de los efectos secundarios que este daño psicológico suele conllevar es la fantosmia, que es cuando una persona empieza a imaginar olores que no están presentes (Swanson, 2018). Estos olores fantasmas se presentan en cualquier momento de la vida e incluso llegan a reaparecer años después de que alguien ya ha perdido el sentido del olfato.

Claro que existen argumentos señalando que la anosmia en realidad no está ligada con la depresión ni los problemas mentales. Quienes defienden esta postura afirman que una persona puede tener anosmia y estar deprimida, pero esto no significa que un padecimiento lleve al otro.

Aunque la ciencia no ha comprobado por completo la relación entre ambos padecimientos, existen varios argumentos bastante firmes sobre su intrínseca relación. En primer lugar, el sentido del olfato ayuda a desarrollar el sistema endocrino e inmune, así como la memoria (Oral *et al.*, 2013).

En segundo lugar, se ha demostrado que el sistema límbico tiene una estrecha relación con el bulbo olfatorio, debido a que, en la antigüedad, era necesario para que el ser humano pudiera escapar de peligros como otros depredadores o catástrofes naturales (Kohli *et al.*, 2016).

Ha habido varios estudios que han decidido experimentar con esta relación. En el año 2013, en Turquía, un experimento con ratas a las que se les realizó una bulbectomía olfatoria, las hizo perder su sentido del olfato por completo (Oral *et al.*, 2013).

Los resultados que se obtuvieron fueron que, aquellas ratas con la anosmia inducida tuvieron conductas depresivas, perdieron peso, sufrieron anorexia, retraso psicomotor, redujeron su libido y llegaron a comerse a sus descendientes cuando tenían hambre. Asimismo, se comprobó una disfunción de la hipófisis, la cual suele estar asociada con el estrés y la dificultad en el aprendizaje.

Muchos de estos estudios, sin embargo, no presentan una conclusión total de la relación entre la depresión y la disminución o falta del sentido del olfato, y afirman que debería realizarse una comparativa. Aquí es donde se debe mencionar el ya antes citado artículo de la revista *Chemical Senses* en el año 2016, sobre un estudio realizado en la Universidad de California (Kohli *et al.*, 2016)

En este estudio, se hizo una comparación de diferentes artículos y estudios sobre la depresión y/o la anosmia para tener un panorama amplio de la situación. Los resultados arrojaron que una condición afectaba a la otra. Se pudo observar que los pacientes con capacidades olfativas reducidas o nulas padecían de depresión y que los pacientes con un cuadro depresivo tenían una habilidad mucho menor para percibir los olores a su alrededor.

Asimismo, se ha estudiado cómo la calidad de vida que reportan tener los anósmicos no parece tener relación con el tiempo que llevan con el padecimiento, pues este se mantiene más o menos idéntico en diferentes etapas de la vida entre pacientes que tienen niveles similares de pérdida. Esto implicaría que la estrategias

y mecanismos que se utilizan para lidiar con el problema no tienen mucha efectividad (Temmel *et al.*, 2002).

Un último artículo al respecto: en el año 2017 se realizó un estudio en roedores para descubrir el efecto que la falta de sentido del olfato tenía sobre su alimentación. En el caso de los seres humanos, ya hay evidencia de que la hiposmia y la anosmia llevan a la falta de apetito, pérdida de peso y en algunos casos hasta la anorexia (Riera *et al.*, 2018).

*Observamos una disminución del tejido adiposo sin obviar la aversión alimentaria. Por lo tanto, nuestros datos respaldan la idea de que la reducción del rendimiento olfativo desencadena una respuesta metabólica que imita el cese de la alimentación y, por lo tanto, conduce a una utilización de energía catabólica necesaria para proteger a los animales de una dieta alta en calorías.* (Riera *et al.*, 2018).

En el caso de los roedores, además de la repetición de los síntomas en humanos, se encontró que los animales desarrollaron resistencia a la insulina, hiperlipidemia (aumento de lípidos) e hiperinsulinemia (aumento de insulina).

Esto significa que no podemos desacreditar el sentir de los anósmicos porque ni siquiera tienen un verdadero control de cómo es que lidian con la enfermedad. La información obtenida en esta investigación lleva a dos preguntas más sobre la anosmia:

1. ¿Por qué los anósmicos suelen hacer tantos chistes sobre su padecimiento o a no informarse sobre el mismo si la naturaleza de este les provoca una depresión sobre la que no tienen un verdadero control? Esto considerando que la anosmia congénita es incurable y que, al estar directamente relacionados con sus problemas mentales, muchos están condenados a vivir con alguna enfermedad mental durante toda su vida.
2. ¿Sería posible para los anósmicos comprender el sentido del olfato o lidiar con su pérdida con la ayuda de los demás sentidos?



## 2.7. El humor como mecanismo de defensa:

Para la primera pregunta hay que mencionar que varios estudios han revelado que la cantidad de quejas con respecto a la falta de olfato son proporcionales a las capacidades olfativas que se tenían previamente. Esto quiere decir que mientras mejor podía oler el paciente antes de su anosmia, más molestias parece tener con la misma (Temmel *et al.*, 2002). De igual forma, los pacientes hipósricos tenían mucha mayor dificultad para lidiar con su vida diaria que aquellos con anosmia.

Estos estudios incluso mencionan que no es posible hacer una verdadera estadística de cuanto afecta la anosmia a la calidad de vida de los pacientes debido a la enorme cantidad de personas que nunca buscan atención médica. Esta información, aunada a la ya mencionada, implica que debemos estudiar el uso del humor y el sarcasmo como mecanismos de defensa para lidiar con una pérdida y el trauma que genera esa misma pérdida en los anósmicos.

George E. Vaillant clasificó el humor como uno de los mecanismos de defensa maduros que aplica el ser humano (Vaillant, 1994). Esto significa que es un proceso consciente de aquellas personas saludables que les permite lidiar con experiencias poco placenteras de una manera que no les afecten tanto como podrían hacerlo.

Lo interesante aquí es que, a diferencia de muchos otros mecanismos en la misma categoría, como el altruismo o la anticipación, el humor sí tiene dentro de sí un cierto nivel de ansiedad con respecto al evento sucedido o que va a suceder. Sin embargo, la técnica radica en evadir a través del humor con sarcasmo, el autodesprecio, la burla o cualquier otra forma que permita minimizar la importancia del evento frente al sujeto. *If you can laugh at it, you can survive it* (Swaminath, 2006)

Podría decirse entonces que el intento de burlarse de algo es para volverlo benigno y que no cause dificultades en la vida diaria. Así como lo explica Pete McGraw, algo se vuelve gracioso cuando es una agresión a la normalidad, pero esta agresión no es dañina sino bien recibida (McGraw, 2010). Al hacer una burla constante de su condición, el anósmico consigue que cualquier situación en la que no es capaz de

procesar la información, que los demás sí identifican, se vuelva motivo de alegría y gusto.

Asimismo, como lo explica William Kahn, el humor nos puede servir para hacer frente, replantear, comunicar, expresar hostilidad o crear una personalidad (Kahn, 1989). Me parece interesante analizar las primera tres en el caso de la anosmia.

Cuando uno utiliza el humor para hacer frente a una situación, explica Kahn, es porque el peso de un sufrimiento se reduce cuando la persona misma se da cuenta de la incongruencia de pensar que es la única que está sufriendo. El anósmico podría hacer frente a su padecimiento al hacer chistes y darse cuenta de que en realidad no es algo tan importante. Poder reírse sobre su situación le ayuda a sentir que en realidad no es tan diferente a los demás como podría pensar.

Sobre el replantear la situación, Kahn se limita a decir que simplemente nos permite observar los fenómenos en otro modo. En este caso, el anósmico puede realizar bromas sobre su olfato para obtener otra perspectiva de lo que sufre. Cuando un anósmico realiza un chiste, puede recibir perspectivas sobre descripciones de los olores, olores que es bueno que no perciba y olores que se está perdiendo. El hacer un chiste es una forma de recibir información extra sobre un determinado tema.

Por último, la comunicación es expresar aquello que uno de verdad siente a través de un chiste. Kahn explica como este proceso ayuda a que los demás puedan identificar que la persona necesita ayuda, pero sin ahuyentarlos con demasiadas quejas. El problema radica en que hay momentos en los que el chiste puede ser demasiado constante o inocente obteniendo el efecto contrario, pues las personas pueden creer que el otro en realidad no necesita ayuda.

Aquí encontramos la relación más clara con la experiencia anósmica. Constantemente encontramos anósmicos que afirman que sienten una frustración con las personas que no entienden su padecimiento o no les muestran ayuda alguna y realizan bromas al respecto de todos modos. Quizás podríamos ver que una persona que no puede oler recurre a su sentido del humor como un modo expresar la añoranza por recuperarlo o tener aquello que nunca fue suyo.

Hay que aclarar que no se trata de decir que todos los anósmicos añoren su sentido del olfato y que este sea un pensamiento recurrente dentro de ellos. Es posible que muchos de los anósmicos en realidad nunca tengan ese tipo de pensamientos. Sin embargo, es importante hacer un pequeño esquema de cómo este modo de comunicación funciona dentro de las personas debido a lo recurrente que parece ser entre los pacientes de este síntoma en particular.

## 2.8 La anosmia y la opinión pública:

Por otro lado, para entender la construcción que hace el anósmico de sí mismo, nos podemos apoyar en la teoría de la espiral del silencio, propuesta por la politóloga Elisabeth Noelle-Neumann, en su libro homónimo (Noelle-Neumann, 1995). En este libro, la autora habla de cómo los individuos adaptan su comportamiento en sociedad a aquello que consideran será más aceptado y tiene menos posibilidades de llevar al aislamiento.

*Las mujeres tienen mentes, almas y corazones. Y tienen ambición y talento, además de belleza, y estoy harta de que la gente diga que el amor es para lo único para lo que una mujer sirve. ¡Estoy harta! Pero... estoy tan sola. (Gerwig, 2019)*

Una de las citas a las que la autora de *La Espiral del Silencio* es de Alexis de Tocqueville, en la cual menciona que la gente “teme más al aislamiento que al error” (Noelle-Neumann, 1995). La escena de la película *Mujercitas* citada en el párrafo anterior me parece una forma excelente de mostrar cómo un individuo se puede ver afectado por el aislamiento sin importar qué tan fuertes sean sus convicciones y su seguridad al respecto de la veracidad de sus afirmaciones.

Lo primero que hay que destacar al respecto de la espiral del silencio es que Neumann nunca afirma que esta lleve a un cambio de pensamiento dentro del sujeto. El libro se centra en que, ante una opinión pública adversa, el sujeto cambia de comportamiento. Esto quiere decir que una persona puede abandonar sus creencias frente a las demás personas, pero mantener esas ideas dentro de sí misma.

El silencio tiene significado dentro de la opinión pública, pues esta depende de quién decide hablar y quién decide no hacerlo. Aquellos que encuentran su bando como el mayoritariamente silenciado, llegarán a creer que su grupo es el de menor apoyo y por lo tanto no hablarán, generando así la nombrada espiral. En muchos de estos casos, puede ocurrir que el bando más ruidoso se beneficie de su voluntad de hablar, pues esto hace creer a las personas que su opinión es la más popular, incluso si son mucho menores en número.

¿Qué tiene que ver esto con la anosmia? La autora explica que esta espiral no funciona solo para las grandes elecciones políticas sino también para pequeñas creencias individuales. Menciona que, en muchos casos, las personas que suelen hacer cambios inesperados en sus opiniones también son aquellas que afirman “conocer poca gente” que esté de acuerdo con su punto de vista (Noelle-Neumann, 1995).

Esto ayudaría a entender el desinterés de los anósmicos a defender la importancia de su padecimiento. Ya se ha mencionado varias veces que una enorme queja para la gente sin sentido del olfato es no solo la apatía de las personas que los rodean sino de los mismos médicos. La anosmia no tiene un papel importante dentro de la opinión pública, ni siquiera por ser considerada irrelevante sino porque es desconocida.

El papel histórico que ha tenido el sentido del olfato ha sido el de un sentido poco confiable y que debe ser erradicado. Esto, por asociación, resta cualquier importancia a la anosmia, pues desde este punto de vista podría ser un objetivo deseable o “una ventaja”.

Los que consideran sus posibilidades de derrota como mayores tienden a callarse mientras que los que se ven a sí mismos como ganadores están dispuestos a defender sus puntos (Noelle-Neumann, 1995). Esto implica que, un anósmico siempre se percibe a sí mismo como aquel que no será tomado en cuenta y será ridiculizado o aislado en caso de que intente defender las dificultades que presenta su padecimiento.

Neumann también menciona que, debido a la importancia que tiene el defender tus ideas frente a los adversarios, hay una enorme ventaja en tener gente muy habladora en el bando propio (Noelle-Neumann, 1995). Esto nos da otro pequeño vistazo a la forma en que los anósmicos se encuentran en desventaja.

Ya he mencionado que muchas personas con anosmia también sufren enfermedades como depresión, ansiedad o una tendencia a aislarse. Por lo tanto, una enorme cantidad de personas en este bando están dispuestas a hablar en público o a entrar en debates frente a una audiencia hostil.

Así como Neumann ya había mencionado que no se puede confiar en la respuesta de un sujeto con respecto a su miedo al aislamiento (Noelle-Neumann, 1995), otro punto a considerar es que los doctores opinan que las entrevistas dirigidas a anósmicos no permiten alcanzar a vislumbrar por completo los efectos que el padecimiento tiene sobre su forma de vivir. Ambas ideas van a de la mano porque alguien que permite que sus ideas se deformen por aquello que los demás dicen, se suele ver como malo, débil, conformista y sobre todo característico de “otro” y no de uno mismo. Esto implica que un anósmico no se sentiría cómodo admitiendo en una entrevista científica las dificultades que su padecimiento le provoca y por eso sería aún más difícil medir sus problemáticas.

Es una tendencia común imaginar que uno se sentiría más cómodo en una entrevista con extraños debido a que la lógica nos indicaría que, como uno no debe volver a verlos, su opinión no es relevante. Neumann nos revela todo lo contrario. Afirma que, en una situación familiar, uno tiene una mayor oportunidad de enmendar la humillación producida por una opinión no aceptada, mientras que es más difícil para el sujeto el soportar la idea de que una persona tendrá una perspectiva negativa de él que nunca tendrá la oportunidad de enmendar. Esta preocupación aumenta conforme la cantidad de personas en anónimas aumentan (Noelle-Neumann, 1995).

La vida de un individuo no es solo la de sí mismo: “Su vida también está vuelta hacia afuera, no sólo hacia las otras personas, sino también hacia la colectividad como un todo” (Noelle-Neumann, 1995). Aquí cabe aclarar que el lector podría suponer que

esta es una característica exclusiva de los débiles o personas que no poseen una convicción personal lo suficientemente arraigada. Esto es una creencia errónea pues como menciona el libro: “Cuando una tormenta derriba los álamos y los robles, no es porque éstos hayan crecido más débiles, sino porque el viento se ha intensificado” (Noelle-Neumann, 1995).

Por ende, la espiral del silencio se construye a través de la capacidad de los seres humanos de percibir la opinión pública a su alrededor y adaptarse a ella debido a su miedo al aislamiento. La opinión resulta ser solo una construcción de las opiniones que nos rodean. Como ya sabemos, las opiniones rara vez son hechos, así que la opinión pública nunca debería ser considerada como una fuente de conocimiento y todas las ideas que propone deben ser cuestionadas.

Dentro de estos términos, la opinión pública resulta de gran ayuda en la sociedad puesto que fomenta la cohesión, aunque esta unión suele ser en el sentido más tradicionalista y conservador (Noelle-Neumann, 1995). El esfuerzo por hacer un cambio a la opinión pública implica un ataque a los valores sociales establecidos y es por eso por lo que lleva a la exclusión, pues también insinúa un “egoísmo de los individuos particulares” (Noelle-Neumann, 1995).

La imposibilidad de la opinión pública de destruir el pensamiento individual se muestra cuando un individuo se encuentra en un grupo social o con un receptor que comparte sus ideas. En ese caso, el individuo pierde el miedo al aislamiento y es capaz de expresar ideas de forma libre (Noelle-Neumann, 1995). Por esta razón, todos los seres humanos tratamos de evitar interacciones con cualquier otro sujeto que no comparta nuestros pensamientos.

Por último, la opinión pública en muchos casos parece construirse con base en las opiniones individuales que se consideran importantes y dignas de respeto (Noelle-Neumann, 1995). Esto resulta una enorme desventaja para la anosmia pues muchas de esas opiniones respetables (doctores, filósofos, anónimos famosos) no parecen tener interés alguno en darle al padecimiento un nivel de importancia.

“Lo que no se cuenta no existe” según Neumann, y si ninguna persona tiene interés en hablar de los anósmicos, es como si no existieran. Este último punto nos lleva a mencionar lo que ya se habló al respecto de la falta de interés de los medios de comunicación en la anosmia. Los medios informativos dan información repetitiva y superficial, es complicado obtener información exacta en internet y la ficción no tiene ningún interés en hablar sobre la pérdida del olfato.

Como lo explica la autora, la *agenda setting* es determinada en su totalidad por la opinión pública de un determinado segmento, pero suele ser vendida como una verdad absoluta (Noelle-Neumann, 1995) por lo menos en el caso de los medios informativos. Como no podemos ver el mundo entero al mismo tiempo, los medios son nuestra ventana al mundo externo. Ellos determinan hacia donde debe estar nuestra atención, qué es lo que es importante y lo urgente.

Un último punto para destacar sobre el libro de Neumann: cuando los individuos son extremadamente similares entre ellos, las posibilidades de contrarrestar la opinión pública se minimizan pues “Cuanto más se parecen los hombres menos fuertes son con referencia al otro” (Noelle-Neumann, 1995). Esto, de nuevo, indica una desventaja para la anosmia pues es una enfermedad invisible, la cual se considera que no tiene efecto alguno sobre la vida de los pacientes y que en realidad requiere de situaciones muy específicas para salir a la luz. La opinión pública considera a todos como iguales.

Un niño no puede entender la importancia del sentido del olfato o la carencia de este, y rara vez tendrá que lidiar con esos sentimientos de forma directa. La gente a su alrededor, por lo general, solo mencionará el olor cuando se trata de algo desagradable en exceso. Nadie le da una verdadera importancia a la idea de no sentirlo. Incluso cuando se hace la primera mención del tema, la respuesta inmediata será que probablemente solo está enfermo de gripe o algo así y no tiene por qué preocuparse.

Un momento muy importante en la vida del anósmico es cuando se encuentra con aquellas personas que sí le dan mucha importancia a sus capacidades olfativas. Aquellas personas que deciden si un alimento les va a gustar oliéndolo

profundamente y que reaccionan de forma excesiva a cada olor que se les presenta en su camino.

Ese es el momento en que el anósmico realmente descubre todo aquello que no es capaz de percibir sobre la vida. Es el momento en el que se da cuenta de que está sufriendo un problema importante. Sin embargo, incluso esa afirmación puede no ser lo suficientemente trascendental para que el anósmico considere importante su discapacidad.

Cuando el tema es mencionado, la gente no parece tardar en encontrar el lado amable. Siempre está la mención del “Bueno, si tuviera que perder un sentido, supongo que sería ese”. Esa frase puede hacer que cualquier anósmico pierda el deseo de hablar sobre el tema en absoluto.

¿Acaso la espiral del silencio indica que los antecedentes históricos del olfato y la anosmia nos impiden hacer un cambio en la perspectiva que se tiene de ambos? Claramente todos los argumentos parecen jugar en contra de poder realizar un verdadero impacto. Aquí es adecuado mencionar la cita más importante de todo el libro: *Debo aprender a soportar el ridículo y la censura cuando no me los merezca*. (Noelle-Neumann, 1995).

La anosmia tiene un efecto verdadero e importante sobre la vida de las personas que la padecen. El olfato es una parte importante y fundamental de la experiencia humana general. No existe argumento válido que compruebe que la anosmia no debería recibir mayor difusión. Sobre todo, si consideramos que debido a la pandemia de la COVID-19, ahora es un síntoma o posible secuela de una enfermedad mortal.

Noelle-Neumann menciona que para hacer un cambio se necesita estar dispuesto a enfrentar ese aislamiento a las ideas propias y más importante que todo, afirma que “Dar a conocer una conducta que viola normas sin censurarla enérgicamente la hace más adecuada socialmente, más aceptable.” (Noelle-Neumann, 1995).

Esta investigación también ha demostrado que la falta de interés por entender al otro y toda la información que este nos transmite ha sido el principal factor para



restar importancia al olfato. En resumen, la sociedad ha dado más importancia a los demás sentidos porque son más fáciles de entender y controlar. La minimización se debe a mera pereza por parte de artistas, filósofos y científicos.

En *La espiral del silencio* se hace hincapié en como la pederastia fue rechazada por la opinión pública gracias a que Platón pidió a los artistas que la atacaran en sus obras para que eventualmente toda la sociedad la atacara en conjunto (Noelle-Neumann, 1995). La solución al desconocimiento de la anosmia parece ser esa: es necesario buscar una mayor proliferación del sentido del olfato en las artes para que esta entre a la opinión pública como un tema importante.

¿Ha habido realmente una construcción del olfato en las artes? En realidad, al realizar un estudio de diferentes medios artísticos, se encontrará que el ser humano ha sido anósmico a nivel artístico durante toda su historia.

## 2.9 La representación del sentido del olfato en las artes:

Es necesario hacer una referencia al capítulo de *Futurama* mencionado anteriormente. En esa historia vemos como Marianne sueña con conocer el olor de las rosas y le pide a Zoidberg describirlas. Cuando en las últimas escenas Zoidberg realiza la operación para darle el poder de oler, Marianne pide oler unas flores y descubre que el olor le parece completamente repulsivo, mientras que el olor de Zoidberg (que todos los demás odian) le fascina y la relaja.

Cuando Zoidberg le pregunta confundido cómo es que esto es posible, ella le responde que simplemente nunca había distinguido un buen olor de uno malo, así no sabe qué debería sentir. No obstante, lo que sí sabe es que le gusta él, por lo tanto, disfruta de olerlo.

Marianne no tenía acceso a la experiencia del olfato con la que todos construían su imagen de Zoidberg y su comportamiento ante él. Lo único que ella conocía era su personalidad y toda la otra información que sus demás sentidos le otorgaban.

Cuando finalmente tiene acceso a esa parte de la experiencia, las imágenes de Marianne son determinadas por las cosas que ha vivido y pensado previamente,

ideas ya arraigadas en su cabeza. Incluso el nuevo conocimiento no fue suficiente para cambiar su pensamiento previo hacia Zoidberg.

Esto es muy interesante en el análisis de los anósmicos de la vida real. Las personas con anosmia no tienen acceso a una parte de los recuerdos que deberían generar, por eso su percepción resulta limitada en comparación con las de aquellos que sí poseen su sentido del olfato.

En caso de que un anósmico pudiera recuperar su sentido del olfato, es difícil determinar si la experiencia previa sería afectada por la nueva información o si la nueva información no cambiaría la percepción actual. Esto siempre depende de qué tan arraigada sea nuestra idea del objeto o experiencia en cuestión.

Un experimento sencillo para notar esto sería el siguiente: imaginemos que dos amigos van a comprar una bolsa de papas. El primero está acostumbrado a pagar por ella \$8, mientras que el segundo está acostumbrado a pagar \$20. Si ambos encuentran un puesto en el cual las papas cuestan \$15, uno de ellos va a considerar el precio caro y el otro lo considerará barato.

Ambos pueden decidir si tomar esta información como una regla para su próxima compra de papas o simplemente tomarla como una anomalía, lo cual depende de su nivel de experiencia con esta acción. Por ejemplo, el primer amigo puede haber comprado papas todas las semanas a \$8 durante varios años de su vida. En ese caso, él probablemente considere el precio como poco común. Por otro lado, el amigo que las compra a \$20 pesos, tal vez solo ha comprado papas un par de veces en los últimos años y decida que los precios anteriores eran caros.

Esto quiere decir que, si quisiéramos describir el olor de un objeto a una persona, necesitaríamos poder comprender todas las experiencias que esta persona tiene en relación con un objeto o haberlas vivido nosotros mismos. Este es el problema que presenta la investigación de este documental y el cual se plantea estudiar.

El ejercicio plantea a los sujetos voluntarios que describan un olor de tal forma que una persona anósmica pueda entenderlo a través de los sentidos que sí posee y demás experiencias que puedan ser implicadas en la descripción de un aroma. Para

facilitar la descripción en algo más tangible, se les pedirá a los sujetos que utilicen sonidos (tantos musicales como encontrados en la naturaleza), texturas, colores y figuras simples.

El cine como medio audiovisual ya ha intentado varias veces incluir el sentido del olfato a la experiencia. Curiosamente, el primer intento de cine olfativo vino mucho antes que el cine sonoro. Esto fue en 1906 en un cine de Pennsylvania, Estados Unidos, cuando Samuel Roxy Rothafel colgó algodón en la parte superior de su cine tras haberlo mojado con aceite de rosas. Su pequeño intento fue replicado en 1929 cuando el gerente de *Boston's Fenway Theatre* decidió lanzar perfume de lila en la sala de cine a través de la ventilación mientras aparecía el texto del título de la película *Lilac Time* (Gilbert, 2008).

A partir de este momento, se realizaron numerosos intentos con similares propósitos. En 1933, el productor Arthur Meyer intentó esparcir perfume en la sala durante la proyección de varias películas, pero esto no tuvo buenos resultados. El problema de este experimento era que un olor, a diferencia de la imagen y el sonido, no abandona un espacio determinado de inmediato. Esto significa que muchas veces los olores se combinaban entre ellos y generaban una sensación desagradable. Se pensó en generar máquinas que ayudaran a absorber el olor, pero ninguna de ellas alcanzaba la velocidad necesaria para ir acorde con la imagen (Gilbert, 2008).

Asimismo, debido a que se necesitaba de salas enormes para realizar estos experimentos, el costo resultaba demasiado alto. En muchos casos, los cines terminaban apestando por varias horas o días debido a que las fragancias habían sido demasiado fuertes y costaba mucho poder ventilar correctamente los espacios. El problema en el otro extremo era que, si los olores eran muy débiles, los espectadores estarían haciendo sonidos fuertes durante toda la película para intentar captar los olores.

De igual forma, todos estos intentos tenían en común que eran realizados por los dueños de los cines, no por los creadores de las obras. Esto provocaba que muchas veces hubiera una falta de conexión entre la intención del filme y lo que los olores

transmitían, haciendo que la audiencia lo considerara más como un distractor que una nueva forma de sumergirse en la experiencia.

El primer cineasta que intentó incorporar el sentido del olfato como una parte intrínseca de su película fue Walt Disney, quien lo quiso realizar como parte de la obra *Fantasia* (1954). Finalmente, el productor decidió abandonar la idea debido a los enormes costos que implicaba (Gilbert, 2008). Aun así, la empresa ha mantenido parte de su idea original, pues los olores son utilizados para dar ambientación a varios de los audiovisuales que se presentan actualmente en las atracciones de *Walt Disney World*.

El intento más popular que se llevó a cabo fue el de Hans Laube, cuando inventó en 1953 el “Smell-O-Vision”. Laube afirmaba que su aparato era capaz de producir y eliminar los olores tan rápido como un sistema de audio podía eliminar y reproducir los sonidos que se proyectaban en la sala. Lamentablemente, los inversionistas no vieron las posibilidades que tenía su creación y no logró conseguir dinero para financiar su proyecto y desarrollarlo a profundidad.

Hubo algunos intentos que le siguieron como el “Scentovision” de Mike Todd “AromaRama” de Walter Reade Jr. Pero nunca lograron obtener suficiente atracción debido a que las críticas decían que los olores que generaban no eran agradables o tan sencillos de distinguir como decían serlo. Lamentablemente, todos estos inventos se encuentran colectivamente entre las listas de hoy en día sobre las peores ideas de la historia del cine.

Pero el cine no es el único medio artístico que ha intentado replicar las sensaciones que la nariz produce. En primer lugar, habría que mencionar que muchos de las fragancias creadas para su consumo comercial se podrían considerar como obras de arte a nivel olfativo, pues su metodología y belleza estética no le queda a deber a las demás obras de arte.

Además de esto, existe una forma de interpretarlas, que se presenta en la forma de los contenedores que son creados para cada una de ellas. Muchos de los artistas, que crean botellas para perfumes que la gente consume a diario, consideran que

debe haber más respeto por el arte de tratar de transmitir un olor a través de un medio visual.

Con base en esto, se puede decir que sí existe por lo menos una pequeña forma de transmitir un olor a través de un medio visual, y que es algo que lleva realizándose desde hace ya varios años. Pero ese es un ejemplo mucho más sencillo y directo en cuanto a su objetivo.

Como una forma más sutil de considerar el olor dentro del arte, podemos tomar la conocida obra de Patrick Süskind, *Das Parfüm*, publicada en 1985. La cual lleva las fragancias humanas a un nivel completamente diferente al de cualquier otra obra.

El personaje principal de la obra, Grenouille descubre que la principal razón por la que siempre es rechazado en sociedad es porque no posee un olor propio. Por eso empieza a guardar los olores de mujeres jóvenes y atractivas, para poder conservar la belleza que no puede poseer.

Lo interesante aquí es la capacidad de Süskind para comprender cómo los olores son la esencia de un ser humano. Grenouille no es amado por las personas debido a que su falta de olor lo hace parecer un ser sin alma, un humano que no es humano. Muchos de ellos no pueden notar cuál es su problema, pero lo perciben de forma inconsciente. Grenouille no les agrada desde el primer momento en que lo ven y nunca son capaces de cambiar esa opinión.

Así mismo, el personaje principal es capaz de percibir a sus víctimas no por cualquier atributo físico o sonoro como la mayoría de la gente suele pensar. Él es capaz de distinguir que su poderosa atracción radica en la esencia de quien son, en los olores que transmiten a las demás personas. Esto llega a tal punto que Grenouille no necesita ver a sus víctimas antes de elegir las, lo único que necesita es percibir su fragancia para saber que es la indicada.

También ha habido esfuerzos menos directos que no centran la totalidad de su obra en experiencias olfativas. No podemos ignorar el poder que el olfato tiene en obras como *À la recherche du tempsperdu* de Marcel Proust y *Les Fleurs du mal* de

Charles Baudelaire. Ambos libros hacen uso constante de los olores para hacer referencia a recuerdos, seres queridos, momentos u objetos.

¿Y, en cuanto a la música? Una de las primeras referencias y la más importante sería la obra más conocida de Antonio Vivaldi, *Las Cuatro Estaciones*. Las piezas claramente evocan momentos de su estación homónima que fácilmente podrían traducirse en fragancias para una persona nósmica.

Los sonetos que acompañan las obras musicales ayudan a descifrar un poco las sensaciones que cada pieza pretende transmitir. Se mencionan momentos como el calor de las fogatas en el invierno y el caminar sobre el hielo, las tormentas del verano o el cantar de los pájaros en invierno. Si uno pone atención a cada pieza, encontrará todos esos momentos transmitidos claramente en la obra de Vivaldi.

Existe cierto debate al respecto de si los sonetos fueron escritos después o antes de la música. Incluso, no se sabe si fue el propio Vivaldi el que escribió dichos sonetos, pero debido a la forma en que su división se acopla perfectamente a sus creaciones, la teoría es que así fue (Everett, 2008).

Actualmente, también existen experimentos que plantean hacer una combinación del sonido y el olfato. En particular, se ha encontrado algo llamado *cross modal perception*, lo cual se refiere a la forma en que nuestros sentidos trabajan en conjunto (Barton, 2020).

Estos estudios han encontrado que el sonido de un objeto en particular puede hacer que se activen las sensaciones olfativas que ese objeto produce. Un ejemplo sería el sonido de una taza de café haciendo que se perciba ese olor. También se ha descubierto que la música de un restaurante afecta el sabor de los platillos para aquellos que los están degustando, pero esto no tienen necesariamente relación con la opinión que se tenga sobre la música, sino la sensación que esta genera.

Claro que esta sensación se puede llevar un poco más allá con la sinestesia, que es cuando un ser humano es capaz de percibir una sensación con la activación de una vía sensorial adicional (Cytowic, 2002). Esto quiere decir que una persona con sinestesia puede ver sonidos, escuchar texturas, etc. La sinestesia no es una

patología ni un producto de la imaginación, es un padecimiento completamente real en el que un ser humano mentalmente sano en realidad consigue estas sensaciones.

Por eso, ha habido experimentos que tratan de llevar la experiencia de la sinestesia a la vida de los demás. En el año 2014, los artistas Ben Frost, Tim Hecker y Kode9 crearon una instalación que planeaba combinar la experiencia audiovisual y olfativa a la experiencia musical (Wray, 2014). De igual forma, en el año 2018, la exposición *The Senses: Design Beyond Vision* experimentó con una forma de diseño artístico que explorara no solo la vista (como lo hacen la mayoría de obras de arte en los museos) sino todo el espectro sensorial en igual equilibrio (Bucknell, 2018).

Así que no se puede decir que el arte nunca haya experimentado con el olfato. Intentos hay muchos y podrían seguir enumerándose. Sin embargo, es imposible afirmar que el olfato tenga el mismo alcance y relevancia en el arte que la vista o el sonido. Los experimentos no han sido más que casos aislados y en algunos de los ejemplos (*Las Cuatro Estaciones* o *À la recherche du temps perdu*) se puede ver que, aunque se consigue hacer una evocación a las sensaciones olfativas, estas no eran el objetivo central y tienen más que ver con la forma en que nuestros sentidos trabajan en conjunto.

Sin duda, el arte es en gran parte anósmica. Nuestra cultura artística se ha perdido en general de todo lo que este sentido puede ofrecer. Si se quiere que la anosmia sea reconocida entre la opinión pública, se necesita primero que la gente entienda la importancia del olfato y, sobre todo, que sean capaces de reconocer lo poco que entienden del mismo.

El sentido del olfato no parece tener un lugar práctico en una sociedad que cada vez se enfoca más en buscar lo absolutamente funcional. Sin embargo, esto no significa que no siga siendo una parte importante de nuestra vida diaria. Aquí hemos mostrado cómo, por más que el ser humano se haya querido alejar de su nariz, esta no se ha alejado de nosotros.

Para conseguir que las personas entiendan la importancia de la anosmia, también se necesita que aprendan a apreciar su sentido del olfato. La opinión pública rara vez tiene intenciones de cambiar y es necesario un número mucho mayor de personas informadas para conseguir ese cambio.

Y como se ha visto aquí, una de las mejores formas es a través del arte. Gracias al auge del cine documental en los últimos años, es mucho más sencillo llegar a nuevas audiencias y contarles historias que antes no hubieran querido explorar.

En el siguiente capítulo se verá en conjunto todo lo que ha sido investigado en los primeros dos. La intención es proponer una forma en que los problemas de la anosmia que aquí han sido revelados se puedan mostrar de manera convincente y entretenida en el formato del cine documental.

## Bibliografía

- Barton, C. (2020). *How sound and smell can create perfect harmony*. The Guardian. Encontrado el 3 de septiembre del 2020, en <https://www.theguardian.com/science/2012/oct/22/sound-and-smell-create-harmony>.
- Bojovic, N. (2016). *Anosmia, the disability of being 'noseblind', is no laughing matter*. The Conversation. Encontrado el 30 de agosto del 2020, en <https://theconversation.com/anosmia-the-disability-of-being-noseblind-is-no-laughing-matter-67813>.
- Bucknell, A. (2018). *Architecture You Can Smell? A Brief History of Multisensory Design*. Metropolis. Encontrado el 3 de septiembre del 2020, en <https://www.metropolismag.com/architecture/multisensory-architecture-design-history/>.
- Criado, M. (2015). *Una jerarquía casi universal de los cinco sentidos*. EL PAÍS. Encontrado el 30 de agosto del 2020, encontrado en [https://elpais.com/elpais/2015/01/24/ciencia/1422086221\\_322820.html](https://elpais.com/elpais/2015/01/24/ciencia/1422086221_322820.html).
- Cytowic, R. (2002). *Synesthesia* (2da ed.). Cambridge.



- Everett, P. (2008). *Vivaldi The Four Seasons and Other Concertos, Op. 8* (1st ed.). Cambridge University Press.
- Fountain, L. (2012). *We all sweat – get over it, women* | Laura Fountain. The Guardian. Encontrado el 9 de febrero del 2021, en <https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/may/02/sweat-women-sport-gym>.
- Gilbert, A. (2008). "Hollywood Psychophysics". *What the Nose Knows*
- Jack, I. (2016). Anosmia: a life without smell. *The Guardian*. Encontrado el 23 de agosto del 2020, en <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/apr/02/anosmia-a-life-without-smell>.
- Jaquet, C. (2016). *Filosofía del Olfato* [Ebook]. Paidós. Encontrado el 25 de agosto del 2020, en Kobo.com
- Kahn, W. (1989). Toward a Sense of Organizational Humor: Implications for Organizational Diagnosis and Change. *The Journal Of Applied Behavioral Science*, 25(1), 45-63. <https://doi.org/10.1177/0021886389251004>
- Kohli, P., Soler, Z., Nguyen, S., Muus, J., & Schlosser, R. (2016). The Association Between Olfaction and Depression: A Systematic Review. *Chemical Senses*, 41(6), 479-486. <https://doi.org/10.1093/chemse/bjw061>
- Luna, A., 2013. *Rituales del deseo*. Mexico: Ediciones B.
- McGraw, P. (2010) *What makes things funny* | Peter McGraw | TEDxBoulder [Video file]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ysSgG5V-R3U&t=233s>
- Oaklander, M. (2016). *Smell Dating Matchmaking Is Now a Thing*. TIME.com. encontrado el 30 de Agosto del 2020, en <https://time.com/smell-dating-4/>.
- Oral, E., Aydin, M., Aydin, N., Ozcan, H., Hacimuftuoglu, A., Sipal, S., & Demirci, E. (2013). How can olfaction disorders cause depression? The role of habenular degeneration. *Neuroscience*, 240, 63-69. <https://doi.org/10.1016/j.neuroscience.2013.02.026>

- Philpott, C., & Boak, D. (2014). The Impact of Olfactory Disorders in the United Kingdom. *Chemical Senses*, 39(8), 711-718. <https://doi.org/10.1093/chemse/bju043>
- Quignard, P., 2005. *Vida secreta*. Madrid: Espasa.
- Riera, C., Tsaousidou, E., Halloran, J., Follet, P., Hahn, O., & Pereira, M. *et al.* (2018). The Sense of Smell Impacts Metabolic Health and Obesity. *Yearbook Of Paediatric Endocrinology*, 26, 198-211. <https://doi.org/10.1530/ey.15.11.10>
- Swaminath, G. (2006). 'Joke's A Part': *In defence of humour*. National Center for Biotechnology Information. Encontrado el 1 de septiembre del 2020, en <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2932988/>.
- Swanson, J. (2018). *Fantosmia: ¿qué provoca las alucinaciones olfativas?* Mayo Clinic. Encontrado el 30 de agosto del 2020, en <https://www.mayoclinic.org/es-es/diseases-conditions/temporal-lobe-seizure/expert-answers/phantosmia/faq-20058131>.
- Tafalla, M. (2010). *Nunca sabrás a qué huele Bagdad* (1st ed.). Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions.
- Temmel, A., Quint, C., Schickinger-Fischer, B., Klimek, L., Stoller, E., & Hummel, T. (2002). Characteristics of Olfactory Disorders in Relation to Major Causes of Olfactory Loss. *Archives Of Otolaryngology–Head & Neck Surgery*, 128(6), 635. <https://doi.org/10.1001/archotol.128.6.635>
- *Un 5% de la población mundial padece anosmia – SEORL-CCC*. Seorl.net. Encontrado el 23 de agosto del 2020, en <https://seorl.net/poblacion-mundial-anosmia/>.
- Vaillant, G. (1994). Ego mechanisms of defense and personality psychopathology. *Journal Of Abnormal Psychology*, 103(1), 44-50. <https://doi.org/10.1037/0021-843x.103.1.44>
- Wilson, B. (2016). 'I've been told bacon smells lovely' – life without a sense of smell. The Guardian. Encontrado el 30 de agosto 2020, en <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/mar/26/ive-been-told-bacon-smells-lovely-life-without-sense-smell>.

- Wray, D. (2014). *This is What Electronic Music Smells Like*. Vice. Encontrado el 3 de septiembre del 2020, en [https://www.vice.com/en\\_us/article/wnyeex/unsound-ephemera-scent-installation-kode9-ben-frost-interview](https://www.vice.com/en_us/article/wnyeex/unsound-ephemera-scent-installation-kode9-ben-frost-interview)

## Referencias

- Armstrong, S., Algar, J., Roberts, B., Satterfield, P., Sharpsteen, B., & Hand, D. et al. (1940). *Fantasia* [Video]. Estados Unidos de América.
- Brooks, J. Groening M. (1989-2020). *The Simpsons* [Video]. Estados Unidos de América.
- Cohen, D. Groening, M. (1999-2013). *The Simpsons* [Video]. Estados Unidos de América.
- Gerwig, G. (2019). *Little Women* [DVD]. E.U. Columbia Pictures
- Joon Ho, B. (2019). *Gisaengchung* [Filme]. Corea del Sur.
- Kasdan, J. (2007). *Walk Hard: The Dewey Cox Story* [Video]. Estados Unidos de América.
- LaMendola, J. (2012). *Anosmia* [Video].
- Piller, M. Behr, I. (1993-1999) *Star Trek: Deep Space Nine* [Video] Paramount Domestic Television

## **CAPÍTULO 3: BRIEF DE PRODUCCIÓN**

Tras una exhaustiva investigación del cine documental y la anosmia, es momento de unir ambos proyectos para generar la propuesta de un producto audiovisual que permita transmitir todas las problemáticas de la anosmia de la forma más efectiva posible. Para eso, es necesario realizar una planeación de todo lo que este documental requiere.

En un principio, antes de desarrollar de forma técnica como se hará la producción paso por paso, realizaré un brief de producción sobre un documental. El objetivo de este es explicar de forma mucho más concreta a los posibles productores que expectativas se tienen del producto audiovisual, así como la visión que se tiene del mismo.

Hay que justificar la elección del cine documental como el medio de comunicación para esta tarea, puesto que de otra forma no se puede respaldar ninguna de las acciones o inversiones dentro de la producción. A partir de esto, se realizará un análisis de competencia (películas o programas de mismo género, temática o formato) que dará una mejor idea de aquello que este documental necesita para sobresalir y llegar a su público objetivo.

Esto lleva a la propuesta del documental en sí, en la que se hablará más a detalle de las escenas, imágenes y sonidos que se planea presentar en pantalla. Es hasta este punto que se puede elegir un título que refleje de forma acertada la esencia del producto mismo y que permita venderlo de forma más sencilla.

A partir de aquí se determinan los objetivos del producto audiovisual, el público meta al que se quiere llegar con dichos objetivos y el canal de transmisión por el que se llegará a dicho público meta. Como se puede observar, cada paso de esta producción lleva al siguiente y no puede hacerse un salto en el orden de dichos pasos.

Cuando ya se tenga explicada toda esta planeación previa, finalmente se realizará una sinopsis del producto. Es después de esto que se harán las propuestas ya no

del qué, sino del cómo se realizará este documental, con las propuestas de talento, maquillaje, iluminación, sonido y arte.

La metodología de producción se utilizará para dar una explicación amplia de cómo es que cada uno de estos elementos se llevará a cabo dentro de la producción y como trabajarán en conjunto para generar el documental.

Por último, una vez que se tengan todos los elementos de la realización perfectamente claros, se pasará a la redacción del guion audiovisual que dará un orden a todas las operaciones realizadas anteriormente. La intención es que aquí ya se pueda ver el esqueleto total del producto audiovisual a presentar y se tenga claro a dónde se quiere llegar con esta producción.

### 3.1 Definición del género:

En el capítulo 2, se describe que es imposible definir el género documental en unas cuantas oraciones, pues es un concepto que evoluciona conforme cambia su uso.

Sin embargo, la forma más sencilla de definirlo es que el documental es una técnica cinematográfica en la que un audiovisual es presentado de tal forma que la audiencia considere aquello que ve en pantalla como verídico. Un documental implica un acuerdo previo entre la audiencia y sus creadores de que todo lo que está a punto de mostrarse en pantalla sucedió en el mundo real y no fue creado a través de la ficción.

En este caso, el proyecto constará de un solo largometraje documental con una duración de entre una hora y una hora con veinte minutos.

La razón por la que se eligió realizar un solo largometraje es porque, a pesar de que el tema de la anosmia es muy extenso, realmente no es un tema que permita una narrativa muy dramática. Esto impide hacer un formato de miniserie, pues no existe verdaderos *plotpoints* o giros de tuerca que se puedan incluir al final de cada capítulo para invitar al espectador a continuar.

Asimismo, se planea dividir el documental en varias secciones. El formato documental permitiría hacer una historia más dinámica y cambiar de un punto a otro

con facilidad, para evitar que la historia se vuelva repetitiva o tediosa para la audiencia.

Por otro lado, el documental nos permite que el espectador se adentre mucho más en la realidad del anósmico. Al captar las imágenes y sonidos del mundo real con la intención de evocar olores, el público afrontará la realidad de no percibir ningún olor de estas imágenes. Los ejemplos de la vida cotidiana serán, por tanto, mucho más útiles para generar empatía por las personas anósmicas.

### 3.2 Análisis de competencia

En la actualidad, las principales casas productoras de cine documental son los servicios de *streaming*, tales como Netflix, Prime Video, HBO, Hulu o incluso Vimeo y YouTube, los cuales transmiten decenas de documentales anualmente y que se mantienen en la plataforma por siempre.

A pesar de que, durante un tiempo, los servicios de *streaming* mostraban solo documentales creados por otras casas productoras, hoy en día han decidido cambiar a un modelo que apuesta por las producciones creadas con inversión propia o que son adquiridos a través de festivales internacionales de cine. En particular, Netflix ha tomado ventaja en este campo, pues con documentales como *American Factory*, *The Edge of Democracy*, e *Icarus* ha conseguido la ovación internacional y ha dominado los premios en los últimos años.

Aunque esto se podría ver como un monopolio en camino, la realidad es que el *streaming* ha ayudado a que las películas internacionales hoy en día tengan un mayor alcance. Las películas documentales en idiomas distintos al inglés ya tienen un espacio amplio para obtener reconocimiento internacional. Películas como *Visages Villages*, *من أجل سما*, *Fuocoammare*, *Senyap*, *Меденаземјано* fueron distribuidas por una de estas empresas, sin embargo, es difícil imaginar que hubieran tenido el nivel de alcance que obtuvieron de no ser por el *boom* actual del cine documental.

El cine mexicano no se ha quedado atrás, la película *Tempestad*, dirigida por Tatiana Huezo, obtuvo reconocimiento a nivel internacional en los premios al ser nominada en los premios Goya. También fue la primera ocasión en que una película documental fue seleccionada para representar a México en los premios Óscar. Incluso llegó a obtener reconocimiento en la Asociación Americana de Cinematográficos en Estados Unidos.

Pese a ser el más galardonado, no es el único que ha conseguido prestigio en los últimos años. El 9 de junio del 2020, Sector Cine actualizó su lista sobre las 100 mejores películas mexicanas y, además de *Tempestad*, hicieron su aparición otros documentales recientes como *Titixe* (2018), *La Libertad del Diablo* (2017), *Intimidaciones de Shakespeare* y *Víctor Hugo* (2009) y *Quebranto* (2013). Sin duda hoy en día existe una mayor proliferación del cine documental en este país y muchas más plataformas para distribuirlo.

En cuanto a películas con temáticas similares a la propuesta, ha habido unas cuantas en los últimos años que han tenido cierto éxito. *Notes on Blindness* (2016) es un filme en el que se trata de reflejar cómo es que una persona sufre la pérdida de la vista a través de imágenes que son recreadas con sus propias grabaciones. Asimismo, el documental *Life Animated* (2016) habla sobre como un niño autista experimenta la vida a través de las imágenes que las películas de Disney le muestran y consigue entablar una relación con su padre a través de ellas.

Sin embargo, el cine documental no ha explorado mucho los olores, y es por eso por lo que este sería un tema novedoso para la mayoría de las audiencias.

### **3.3 Propuesta:**

El largometraje consistirá en un estudio de lo que significa la anosmia para los pacientes, así como en un estudio del contexto que ha llevado al sentido del olfato a ser tan ignorado e incomprendido en nuestra sociedad actual.

Se utilizarán entrevistas a personas anósmicas y sus familiares, personas nósmicas, expertos de la salud, personas cuya labor consista en tener un alto conocimiento de las fragancias (chefs, perfumistas, etc.) y al propio director, que también sufre del

mismo padecimiento. Asimismo, se haría una investigación sobre la historia del sentido del olfato y un intento de recrear una explicación de este.

En primer lugar, se explicará la vida de las personas anósmicas: sus sufrimientos, preocupaciones y problemas, cómo es que perdieron el sentido del olfato, qué cosas desearían poder oler o (en caso de no ser congénitos) qué cosas quisieran poder volver a oler.

Asimismo, se tendrán pláticas con familiares y amigos cercanos para que hablen al respecto de cómo es la personalidad de la persona anósmica y si cambió al momento de perder su sentido del olfato. También se planteará a los anósmicos no congénitos el intentar recrear el recuerdo de un olor que le venga a la mente. Esto podría ser el olor de un familiar, un lugar o algún momento en específico de sus vidas.

En segundo lugar, se platicaría con expertos de la salud que permitirían entender cómo es que la anosmia se genera, qué efectos tiene y cualquier otra duda que una persona que no conoce el padecimiento pueda tener (¿es curable?, ¿es hereditaria?, ¿implica algún daño cerebral?, etc.). Es aquí donde entraría la sección del director.

El director del filme nunca se ha realizado estudios a fondo para definir las causas de su anosmia o su posible curación. Al momento de comenzar las entrevistas con especialistas, se comenzaría a seguir, de modo paralelo, cualquier estudio que sea realizado en el director para comprender mejor cómo es el procedimiento para un paciente con anosmia. Esto último debido a que se sabe que muchos anósmicos nunca buscan atención médica y la experiencia les será útil en caso de que hayan pensado en hacerlo o quieran realizarlo en un futuro.

En tercer lugar, se mostraría la investigación de cómo es que el sentido del olfato llegó a tener un nivel de importancia tan bajo en la sociedad actual y por qué la gente no tiene una comprensión de todo lo que implica el olfato. En este apartado, también sería el momento de entrevistar a personas más reconocidas que entienden la importancia que tiene el olfato en sus vidas diarias.



Al mostrar que el olfato tiene un nivel de importancia tan bajo entre las prioridades de las personas, se realizará un experimento para descubrir cómo es que ellos entienden las fragancias y si tienen la capacidad de describirlas para una persona anósmica. El experimento consistiría en hacer que varias personas nósmicas traten de describir olores a través de colores, texturas, sonidos o alguna otra técnica que tengan para describir sonidos o imágenes. Aquí se incluirá una entrevista con personas sinestéticas (personas que perciben un sentido con la ayuda de otro) para entender más sobre la combinación de los sentidos.

Por último, se utilizarán estas descripciones para generar piezas sonoras, animaciones o fotografías, con el objetivo de traer las descripciones a la vida de la manera más perceptible posible para una persona anósmica. Claro, todas estas secciones no se mostrarán de forma 100% cronológica como es aquí descrito, pues se sabe que una sección podría estar progresando al mismo tiempo y el montaje podría cambiar debido a eso.

### **3.4 Título: Rasca y huele: la esencia del mundo sin olfato:**

El título hace referencia a la popular tecnología que permite esconder olores debajo de estampillas o sobres, los cuales son revelados cuando una persona decide rascarlos y así eliminar la capa exterior.

La razón por la que se eligió este título es porque hace referencia a la forma en que la investigación, que se realizará durante la película misma, permitirá a los espectadores descubrir un mundo más allá de esa idea superficial que tienen de lo que es la anosmia y el sentido del olfato en general.

Asimismo, la razón por la que se decidió dividir el título en dos partes para agregar un subtítulo es el hecho de que la palabra anosmia no es muy conocida entre la mayoría de las personas y esto podría provocar que el documental no fuera muy

atrayente o simplemente no diera a los espectadores una idea clara de qué verán en la película.

Aunado a esto, hay que aclarar que el documental no busca ser un mero medio informativo sobre lo que es la anosmia, sino ofrecer una visión que vaya mucho más allá de eso. Es un producto para anósmicos sí, pero también se enfocará en darle a las personas nósmicas una mayor comprensión y apreciación de su sentido del olfato.

### 3.5 Objetivos:

- Objetivo general: Demostrar la importancia del sentido del olfato o la pérdida de este en la vida de las personas.
  - Objetivos particulares:
    - Entrevistar a personas anósmicas para conocer su forma de lidiar con el padecimiento.
    - Investigar la historia y perspectiva del olfato en nuestra sociedad (a nivel científico, artístico y cultural).
    - A través de entrevistas, demostrar la capacidad que tienen las personas para comprender y expresar los olores que perciben.
    - Generar imágenes audiovisuales comprensibles para las personas anósmicas.

### 3.6 Público meta:

Mujeres y hombres de entre 20 y 30 años con nivel socioeconómico C y C+ hispanoparlantes.

Se decidió ese sector de la población debido a que la anosmia afecta a hombres y mujeres por igual. Aunque los anósmicos descubren su enfermedad en la adolescencia o pubertad, se podría decir que no es hasta la adultez que son

realmente conscientes de las pequeñas dificultades que pueden enfrentar en su vida, pues ya tienen independencia y deben valerse por sí mismos en muchas situaciones.

El objetivo es llegar a personas que tengan un entendimiento mayor de las capacidades olfativas pero que todavía estén en riesgo de perderlas o de ver su vida afectada de forma severa por la falta de ellas. Asimismo, las personas de entre 20 y 30 años tienen un mayor consumo de plataformas de *streaming* debido a lo adaptados que están a las nuevas tecnologías.

El nivel socioeconómico tampoco es un factor que tenga importancia al momento de saber si una persona tendrá anosmia o no. Sin embargo, al igual que al momento de decidir la edad, se consideró que las personas de un nivel C tendrían más probabilidades de enfrentarse a los problemas de la anosmia de forma independiente.

Asimismo, es importante señalar que, debido a que se usarán plataformas de *streaming* para la transmisión, el objetivo será que las personas con acceso a dichas plataformas de *streaming* se vean identificadas en el filme y, por lo tanto, sientan más atracción hacia él.

Como ya se ha comentado, el objetivo del documental no es hablar única y específicamente a las personas anósmicas, debido a que también se busca ofrecer algo a las personas nósmicas. Es por eso por lo que en el público meta no se especifica si la persona padece el síntoma o no.

### **3.7 Transmisión:**

La intención es que el documental sea transmitido a través de una plataforma de *streaming*. En particular, el interés es atraer una plataforma como Netflix.

Se eligió Netflix porque es la plataforma de *streaming* con mayor reconocimiento en cuanto a sus apuestas por documentales de temas nuevos y fascinantes para las audiencias. A pesar de que otras plataformas han conseguido tener documentales exitosos, ninguna ha alcanzado el nivel de prestigio y aclamación que tiene Netflix.

De igual forma, a pesar de que Netflix apoya las producciones internacionales, su enfoque también radica en las historias que tienen un valor universal. Los festivales de cine mexicanos suelen favorecer historias que tiene un enfoque hacia temas sociales o problemas culturales 100% mexicanos. Por eso, también se buscaría incluir la película en festivales internacionales y no solo nacionales.

El problema de una plataforma como YouTube o Vimeo es que esas plataformas suelen favorecer contenidos de menor duración, pues la intención es que el espectador consuma la mayor cantidad de anuncios posibles y reproduzca varios contenidos, no mantenerlo en uno solo durante un tiempo. Mientras tanto, los servicios de *streaming* como Netflix o Amazon buscan generar contenidos de calidad que hagan que sus clientes mantengan la suscripción.

### **3.8 Propuesta de talento:**

En este caso, la propuesta de talento solo especifica las características generales de las personas que se buscarán para realizar las entrevistas durante el documental, en particular, las personas anónimas que serán entrevistadas. El único talento en cámara que se tiene confirmado en esta fase es la participación del director.

#### **Plantilla 1:**

##### **Información personal**

**Nombre y Apellidos:** Gerardo Rodríguez Villeda

**Fecha de nacimiento:** 1 de julio de 1997

**Edad:** 23 años

**Estado Civil:** Soltero

**Nacionalidad:** mexicano

**Dirección:** Unidad Santa Fe IMSS, Manzana 2, Grupo1, Casa 20.

**Teléfono celular:** 55 6113 3627

**E-mail:** gerardorodzvi@gmail.com

### DATOS FÍSICOS

**Estatura:** 1.72m

**Peso:** 62kg

**Calzado:** 6½-7

**Color del cabello:** castaño claro

**Color de ojos:** cafés

**Tez:** morena clara

**Observaciones (marcas, cicatrices, tatuajes, *piercing*):** Cicatriz en el brazo derecho de tres centímetros de largo.

### **ESTUDIOS:**

- Egresado de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México.
- Estudió durante un semestre la carrera de comunicación en la Universidad de Lieja en Bélgica.

### **EXPERIENCIA LABORAL:**

- Fotógrafo y editor para la empresa Ziroelo, productora de audiovisuales, durante un año
- Fotógrafo y guionista en el Instituto Mexicano de la Radio, durante seis meses.
- Fotógrafo y editor de la empresa Kadenco durante 3 meses.

**¿Trabaja actualmente? No**

### **DISPONIBILIDAD DE TIEMPO**

Entre semana: Tiempo completo

Fines de semana: Tiempo completo

## APTITUDES

Soy una persona que disfruta trabajar en equipo y liderar a una producción para obtener los mejores resultados posibles. Tengo la capacidad de iluminar una escenografía y dirigir la fotografía de una producción. Asimismo, tengo capacidad para realizar un montaje de forma rápida y efectiva con diferentes transiciones y efectos especiales que añaden personalidad a cada producción.

## INDICAR LA RAZÓN POR LA QUE DESEA PARTICIPAR EN EL PROGRAMA

He sufrido anosmia desde que tengo memoria y tengo un enorme interés en explorar el padecimiento a profundidad debido a que he descubierto que el sentido del olfato no recibe la atención que debería. Asimismo, me interesa explorar el cine documental, debido a que he sido fanático de este estilo cinematográfico desde hace varios años.

### Perfil del anósmico a entrevistar:

Se buscan personas de edad, sexo, raza y orientación sexual indistintos que padezcan o hayan padecido anosmia en alguna etapa de su vida. Se requiere que haya variedad en la cantidad de tiempo que las personas entrevistadas tengan con el padecimiento, desde unos cuantos meses hasta años.

Asimismo, habrá una amplia variedad de edades para que el espectador pueda apreciar cómo es que la anosmia afecta a diferentes personas en diferentes etapas de vida. De ser posible, se buscarán personas que hayan sufrido algún accidente relacionado con el padecimiento o que deban afrontarse a esta limitante de forma prominente cada día de su vida.

### Perfil del experto en anosmia a entrevistar:

Se buscan personas de sexo, raza y orientación sexual indistintos que hayan tratado a nivel médico con personas anósmicas por un periodo de mínimo tres años. Se requiere que las personas sean mayores de 30 años debido a que, en muchos casos, la edad del experto ayuda a darle más seriedad a sus argumentos frente a la audiencia.

### Perfil de la persona nómica experta en olfato a entrevistar:

Se buscan personas de edad, sexo, raza y orientación sexual indistintos que tengan experiencia laboral o en su vida diaria que les permita haya permitido desarrollar sus capacidades olfativas a un nivel más alto que el de las demás personas. Ejemplos de esto serían perfumistas o chefs.

### 3.9 Propuesta de vestuario y maquillaje:

El vestuario de *Rasca y huele* se enfocará en que las personas se sientan cómodas en su ambiente. No se les dará dirección a las personas entrevistadas con algún propósito en específico, pues el objetivo es que las personas se muestren como viven en su día a día.

El único caso en el que habrá una dirección un poco más específica será en el supuesto de que las personas sean entrevistadas en su área de trabajo. En caso de no utilizar algún uniforme en específico, se les pedirá a los entrevistados una vestimenta que refleje su área de trabajo (bata de doctor, filipina de chef, etc.).

Asimismo, el maquillaje no buscará ningún propósito estético más que el de eliminar brillos de la cara o cualquier otro detalle que se pueda ver mal en la toma. El propósito aquí también es que las personas se vean lo más naturales posibles. El documental debe evitar en todo lo posible verse artificial. Es decir, la iluminación no debe parecer generada por luces profesionales sino aparentar que proviene de la locación misma, tal como se muestra en los siguientes ejemplos:



(Wardle, 2018)



(Cowperwaithe, 2013)



(Dick, 2015)

### 3.10 Propuesta de arte:

En primer lugar, se plantea que la paleta de colores del documental sea lo más verídica posible, en las secciones de entrevistas. Esto significa que los colores no deben apreciarse como exageradamente alterados o modificados en postproducción o con gelatinas de color. El estilo al que se debe aproximar es a ser lo más realista posible para las audiencias, como ya se vio en los ejemplos anteriores que se mostraron para el maquillaje.

La paleta de colores para las personas anósmicas utilizará colores más fríos. El objetivo sería reflejar la falta de vivacidad que tiene como efecto la anosmia y la incapacidad de relacionarse de los sujetos. Se intentará que el cambio no sea bastante notorio, como se muestra en estos ejemplos:





(Kohs, 2017)

(Kohs, 2017)

La paleta de colores es fría pero en ningún momento llama la atención hacia sí misma y se ve completamente placentera y normal ante el ojo humano. El cambio para las personas nómicas será igual de ligero hacia los colores más cálidos, como se observa en estos ejemplos:



(Dick, 2015)

(Pajot & Swisky, 2012)

Como se puede ver, la diferencia en la temperatura de color es muy notoria cuando se comparan uno tras otros, pero es tan sutil que dentro de una película no causará disrupción alguna en la audiencia.

La intención de las entrevistas también sería que se pueda ver un poco del ambiente en el que se encuentra la persona y el tipo de personalidad que tiene (basándose en trabajos, hobbies, etc.). Por eso los fondos deben estar bien iluminados y sin sombras, para que sea posible observar a la persona dentro de su espacio natural.

La paleta de colores tendría un ligero cambio en caso de que se trate de recrear un recuerdo de alguno de los anómicos no congénitos. El objetivo es exagerar el sentimiento de nostalgia detrás de las cosas que expresan.

Esto se conseguirá al utilizar un mayor contraste, con blancos y negros exagerados. Asimismo, se utilizarán colores desaturados que muestren la falta de especificidad

que tiene un recuerdo y revelará como estas imágenes poco a poco desaparecen de la mente de los entrevistados, como se observa en los siguientes ejemplos:

Cabe aclarar que el diseño de los sets o locaciones que se requieran para estas secuencias depende de la descripción de cada anósmico, pero aun así deben tener una cierta uniformidad en cuanto a su estética.



(Middleton & Spinney, 2016)



(Middleton & Spinney, 2016)

Por último, en el caso de las entrevistas en las que se realizarán los experimentos del olfato, se buscará que las personas nósmicas se coloquen frente a un fondo de estudio de un color neutro para que el espectador se concentre completamente en su rostro y sus movimientos.



(Cooper & Canepari, 2019)

(Wardle, 2018)

Para la forma en que se presentarán los olores que los anósmicos desean oler, estos se mostraran dentro de su ambiente o la imagen que suelen evocar. Por ejemplo, una fresa en jardín, un café con un sol de amanecer o un perro corriendo en un parque.

La intención será que los colores sean lo más vivos y brillantes posibles para que generen ese deseo y atractivo en el espectador. Se permitirá que el fondo esté visible, lo cual se asociará con la imagen típica y placentera que evoque. Se trata de buscar evocar el recuerdo de ese olor de la forma más vivida posible.





### 3.11 Propuesta sonora:

El diseño sonoro del documental acentuará todos los sonidos que son generados por los diferentes objetos olfativos como los de las imágenes anteriores. Por ejemplo, acentuar no solo el ladrido del perro mientras corre, sino el sonido del viento, de su lengua, de su cuerpo rozando el pasto y de su pelaje mientras se sacude. Al igual que con los escenarios, el objetivo es que cada aspecto de esa memoria destaque para que los olores que estas generen sean lo más vividos posible.

En caso de que sea un anósmico el que esté narrando el recuerdo, ambos sonidos se mezclarán para que el espectador sea capaz de escucharlos al mismo tiempo sin problemas. Por otro lado, las entrevistas individuales (expertos, personas nósticas, etc.) en interiores resaltarán el sonido de las voces y eliminarán los sonidos del ambiente para que el espectador se enfoque en las voces de las personas.

Esto significa que lo más conveniente será utilizar en todo momento un micrófono de solapa lavalier para el director y otro para el entrevistado, al igual que un micrófono omnidireccional que capte todos los sonidos y estos se mezclen en postproducción.

En el caso de la generación de recuerdos u olores que el anósmico desea, se utilizarán micrófonos omnidireccionales que capturen el sonido ambiente y micrófonos unidireccionales que consigan captar sonidos más específicos. Un ejemplo sería que tal vez un anósmico haga referencia a un arroyo. Se podría utilizar un micrófono

omnidireccional para captar el ambiente entero pero el unidireccional para captar con más atención el sonido del agua, de los pasos en el agua o de insectos.

La parte más importante del diseño sonoro será la orquesta. Esta será diseñada a partir de las descripciones generadas por las personas anósmicas y nósmicas sobre los olores que perciben, extrañan o desean oler. Durante el documental no solo se mostrará la orquesta durante las descripciones de las personas, también en los momentos más importantes de la trama.

Así cada persona entrevistada será asociada con algún olor y ese olor será representado a través de la orquesta. Por ejemplo, un anósmico que desea oler la leche no solo tendrá una banda sonora con relación a leche dulce, también podría ser leche echada a perder, leche caliente o diferentes emociones que variarían de acuerdo con la emoción de cada escena.

Los instrumentos musicales utilizados para esta parte de la producción sonora dependerán de las declaraciones que las personas den durante el documental. Sin embargo, se planteará que ese diseño sonoro sea realizado en un pequeño estudio durante postproducción.

Asimismo, es bien sabido que muchos de los sonidos que hoy se utilizan en producciones audiovisuales no son muy baratos para producirse totalmente desde un inicio para cada producción específica. Por lo tanto, en caso de ser necesario, se recurrirá a bancos sonoros en línea como Artlist or Storyblocks que nos permitirán obtener sonidos complicados para la producción.

### **3.12 Propuesta de iluminación y fotografía:**

Se planteará de inicio un modelo de iluminación a tres luces para las entrevistas: luz principal, luz de relleno y luz de fondo. En caso de necesitar más luces para iluminar fondos de locaciones estas se colocarán dependiendo de las necesidades.

Los encuadres en las entrevistas en espacios cerrados y controlados se realizarán a dos cámaras. La primera cámara será un plano medio de los sujetos en la entrevista, pues esto permitirá ver sus movimientos corporales. La segunda hará un

primer plano desde otro ángulo, con la intención de captar de forma más viva las expresiones faciales.

Este tipo de iluminación y fotografía serán posibles porque en ese tipo de entrevistas los sujetos serán informados de forma previa a la entrevista que se va a realizar, sin embargo, también se tomará en cuenta la posibilidad de tener que hacer una entrevista a una sola cámara y sin iluminación extra.

En caso de que las entrevistas se deban hacer en áreas donde no haya un control del espacio (exterior, oficinas, etc.) se optará por el estilo del cine de guerrilla. De ser posible colocar el trípode se optará por una fotografía fija, sin embargo, también será necesario optar por la opción de la cámara en estabilizador para poder seguir a los sujetos en su día a día.

Los colores (como se mostró y explicó en la propuesta de arte) no serán altamente contrastados ni saturados durante las entrevistas. Se trata de que todo en la escena se vea completamente real.

Para las escenas de recreación de olores, la fotografía mostrará la sensación de un recuerdo lejano y poco lúcido. Por eso, la fotografía estará inspirada en la imagen que uno ve al realizar videos caseros. Movimientos de cámara rápidos al usar cámara en mano y colores no saturados.

El principal ejemplo de esto serían las imágenes utilizadas por Jonas Mekas en su película *As I Was Moving Ahead Occasionally I Saw Brief Glimpses of Beauty* la cual utiliza videos caseros para contar toda su historia y reflejar los recuerdos de una vida. El efecto que se obtendrá es el de un recuerdo íntimo y fugaz en el espectador.





(Mekas, 2000)



(Mekas, 2000)



(Mekas, 2000)



(Mekas, 2000)

### 3.13 Justificación:

La anosmia es una diversidad funcional de tipo sensorial que consiste en la pérdida total del sentido del olfato. A pesar de ser un padecimiento que posee más del 5% de la población, existe muy poca información en los medios sobre ella. Esto se debe a que el olfato ha sido históricamente un sentido sin importancia para la vida diaria, o por lo menos no la misma que la vista, el gusto o el oído.

Sin embargo, el olfato tiene una mayor importancia de la que muchas de las personas son capaces de percibir. El olfato determina nuestras relaciones sociales a nivel amoroso, social, profesional o amistoso. La esencia de las cosas en muchos casos determina nuestra actitud con relación a ellas desde mucho antes de que las veamos o escuchemos.

Asimismo, la pérdida del sentido del olfato tiene un enorme efecto en la salud mental de las personas. Aquellos que se convierten en anósmicos durante la adultez sufren con la pérdida de una enorme parte de la experiencia humana, mientras que aquellos que nunca la tuvieron carecen de varias capacidades para interactuar con el mundo a su alrededor. Esto lleva a padecer enfermedades como la depresión y la ansiedad.

Hoy en día, el cine documental tiene un enorme auge debido a lo sencillo que se ha vuelto encontrar información y productos audiovisuales sobre temas que interesan un determinado grupo o individuo. Basta con que la historia que el documental cuente sea lo suficiente atractiva o extraña para que una persona decida darle una oportunidad una tarde de domingo en la que no tiene algo que hacer en su casa.

Sin embargo, este exceso y variedad de información hace que las películas documentales se enfrenten a un nuevo adversario. En la actualidad, ya no tiene sentido pasar años recolectando información y luego hacer una producción sobre un tema conocido que las personas bien podrían *googlear* desde su silla y obtener solo la información que le interesa, al contrario de la que el documentalista le impone. Es por eso por lo que documentales como los de Michael Moore han perdido tanta fuerza entre las audiencias.

¿Cuál es la solución? El documentalista debe explorar más allá. Hacerse preguntas y buscar historias que la audiencia no podría hacerse ni ahora que tienen acceso a toda la información del mundo. Sobre todo, el documentalista debe buscar una aproximación diferente a los temas que la audiencia ya conoce.

Por un lado, hay documentales como *Three Identical Strangers*, *Free Solo*, *Tickled* y *Dear Zachary*, los cuales cuentan historias impactantes, pero completamente desconocidas. El espectador es atraído por ver un pequeño rincón de la realidad que podría estar sacado de una película de ficción, pero que ocurrió en el mismo mundo que él habita.

Por otro lado, existen películas y series documentales como *O.J. Made in America*, *I am not your Negro*, *Nostalgia de la Luz*, *Making a Murderer* y *Fuocoammare* los



cuales cuentan historias actuales o historias bien conocidas por el público, pero deciden hacer una exploración mucho más profunda o le dan un enfoque completamente distinto para decir algo sobre la sociedad del presente. Un simple recuento de los hechos con un montón de información no da el ancho hoy en día.

Es necesario encontrar historias que la gente no conozca, pero con una aproximación humana que les permita tener una conexión más allá de un medio informativo. La anosmia y la propuesta del documental *Rasca y huele: la esencia del mundo sin olfato* encaja a la perfección en el modelo que se busca para el documental actual.

El documental no solo buscará ofrecer algo para las personas anósmicas, sino una forma nueva de comprender el olfato para las personas nósmicas. El objetivo es que todos puedan encontrar algo de su interés en el documental.

La información científica y médica estará presente para darle coherencia y forma al filme en su totalidad y para difundirlo correctamente. Sin embargo, el enfoque del documental será ver el problema con un enfoque humano. El filme busca que todo el que lo vea tenga una nueva apreciación por el olfato y todo lo que significa la pérdida de este.

De igual forma, debido a las estadísticas, sabemos que existen millones de seres humanos que sufren de la anosmia y nunca han visto un contenido audiovisual que aborde el tema en su totalidad. La única aproximación es *Anosmia* (LaMendola, 2012) que muestra pequeños testimonios sobre la vida de algunos anósmicos. No obstante, hay mucho más que explorar al respecto del sentido del olfato que nunca ha sido explorado en el cine.

Por otro lado, las personas nósmicas fácilmente se sentirán atraídas al tema por la cercanía que sienten con él y lo irreal que parece. La anosmia es un padecimiento perfectamente lógico y común, pero como las personas nunca son instruidas sobre su existencia, lo consideran algo totalmente imposible y, por lo tanto, muy curioso cuando lo encuentran.

Es por eso que la propuesta no tendrá dificultades encontrando una audiencia. Es un tema universal que recibe poca atención y nunca ha sido contado en formato audiovisual. La idea resulta novedosa desde el momento en que se menciona.

### 3.14 Metodología de producción:

En primer lugar, el director y guionista realizará un primer borrador del guion del filme. Debido a las limitantes que tiene el guion documental, este no establecerá diálogos o por lo menos no muchos, pues estos se irán formando conforme se desarrolle el proyecto. Lo que el guion mostrará será el orden planteado de las secuencias y las intenciones dramáticas que cada una de ellas tendrá.

En segundo lugar, se realizará una búsqueda de sujetos que estén dispuestos a participar en el documental y algunas entrevistas previas para conocer a cada uno de ellos. Cada uno de estos servirá a modo de audición para reducir el número de sujetos en los que el documental se centrará, el cual será de entre 3 y 6 anósmicos.

Se necesitará de un productor, asistente de producción y director de fotografía que decidirán el presupuesto con base en la información que se ya se haya planteado con lo sujetos y la primera versión del guion. En este presupuesto se decidirán las necesidades técnicas y humanas de la producción, pues esto ya dará una idea de aquello que es necesario y los cambios solo se ajustarán a lo que cada entrevistado requiera. Debido a que una gran parte del documental consta de entrevistas en espacios cerrados a una sola persona, se necesitará de un equipo humano y técnico reducido.

La primera parte de la producción consistirá en hacer pequeñas entrevistas introductorias a los anósmicos con los que se vaya a participar durante todo el documental. Esto es porque, en gran parte, el resto del guion girará en torno a lo que estas personas declaren sobre anosmia y sentimientos.

El equipo de iluminación se encargará de decidir cuanta iluminación artificial es necesaria para ellos. Se llevará más luz de respaldo a las locaciones por si el modelo de tres luces no es suficiente para iluminar toda la escena. Se necesitará de un técnico de iluminación para colocar todas las luces. El director podrá fungir

como ayuda en cámara junto a un camarógrafo asistente para lograr el modelo de entrevista a dos cámaras.

En caso del equipo de audio se necesitará de dos microfonistas encargados de los micrófonos lavalier y el micrófono omnidireccional. El audio de las entrevistas será el más sencillo de grabar porque se podrá controlar y habrá pocos elementos a mantener controlados.

No se utilizará dirección de vestuario, pero sí será necesario tener un maquillista que se asegure de que los sujetos se vean mejor en cámara. El maquillaje será limitado y estará a cargo solo del maquillista principal.

Tras esto se comenzará a trabajar en las entrevistas a las personas nósmicas, a los expertos en temas de olfato y los familiares de las personas anósmicas. Estas entrevistas requerirán del mismo equipo humano y técnico para realizarse. La única diferencia será que es necesario tener un *gorillapod* o estabilizador para mover la cámara en algunos de los espacios dependiendo de la situación a la que se enfrente la producción.

En algunos de estos casos no se requerirá de un equipo de iluminación complejo, pues se busca retratar a las personas en su modo de vida natural. A partir de que estas entrevistas iniciales se hayan realizado, se empezará a trabajar con el montaje y la actualización del guion, pues la información de cada una de las entrevistas alterará el orden previamente planteado.

Una vez que se decida qué momentos y qué entrevistas se utilizarán para recrear olores y recuerdos, se realizará la búsqueda de locaciones y se adaptarán las necesidades técnicas. Estas escenas serán grabadas a dos cámaras. Se necesitará del mismo equipo humano para el audio y la fotografía, pues uno se enfocará en capturar la escena principal mientras que el otro captará *inserts* que sirvan para el montaje.

Aquí es donde finalmente se hará la última revisión del guion y dará comienzo el montaje final. Durante el montaje, se trabajará en conjunto con el mezclador de sonido y el compositor para que las escenas recreadas tengan coherencia entre la

orquesta, la mezcla de audio y la imagen con lo que se quiere decir o mostrar en cada toma.

Debido a que la naturaleza del documental nos impide determinar con total exactitud como sucederá cada evento, se tiene previsto que el orden de la grabación de cada momento pueda intercambiarse o entrelazarse, pero lo ideal sería mantener esta metodología planteada. Se estima que el tiempo total de grabación será de aproximadamente tres meses, más un mes extra dedicado al montaje

### 3.15 Guion literario:

DESDE NEGRO ESCUCHAMOS:

GERADO (V.O.)  
Si pudieras oler solo una cosa  
¿Cuál sería?

CORTE A:

INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN - DÍA

Vemos a una persona sentada frente a un fondo de tela en el fondo. Hace una pausa para pensar y continua con su respuesta a la pregunta que se le hizo anteriormente.

En un montaje se observa a varias personas responder a la pregunta anteriormente mencionada. Todas se encuentran en el mismo estudio, pero en diferentes momentos. Mientras dicen sus respuestas, se ve en pantalla diferentes videos en cámara lenta de cada una de las cosas que están describiendo.

El diseño sonoro elevará los sonidos generados por las imágenes (*por ejemplo, el sonido de las palomitas calentándose*) para generar una recreación más vivida en el espectador. Se escuchará música dramática y nostálgica en segundo plano para acompañar las imágenes.

Finalmente, vemos al director de la película dejar el puesto de la cámara para sentarse en el mismo lugar de todos los entrevistados y ver directamente a la pantalla.

GERARDO  
Si pudiera oler solamente una

cosa, creo que sería el olor de mi madre o mi padre. Ellos me criaron, me han dado amor incondicional y hasta el día de hoy no me puedo creer que no tenga ni idea de a qué huelen. Es como si ignorara por completo una parte de quienes son.

## FADE A NEGROS:

### TÍTULO:

*RASCA Y HUELE: La esencia del mundo sin olfato*

**FADE IN:** INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN - DÍA

*Las preguntas del director no necesariamente aparecerán en el filme y sirven solo como una guía para el montaje y la filmación.*

GERARDO

(V.O.)

¿Podrías presentarte saludando a la cámara, diciendo tu nombre completo y diciendo cuánto tiempo llevas siendo anósmico?

ENTREVISTADO

Hola, soy NOMBRE DEL SUJETO  
Tengo EDAD DEL SUJETO y soy  
anósmico cantidad de tiempo.

Tras la presentación de cada entrevistado se muestra a GERARDO en pantalla.

GERARDO

La anosmia es una diversidad funcional de tipo sensorial que implica la pérdida total del sentido. Básicamente significa que no puedes oler nada.

Se genera de varias formas. Puede producirse de forma congénita, o sea al nacer, perderse a raíz de accidentes o como un efecto

secundario de alguna enfermedad.  
Recientemente, resultó ser un  
síntoma del virus SARS-CoV-2 o  
COVID-19.

Mientras GERARDO explica cada uno de los datos sobre la anosmia, se hace un montaje con las declaraciones de los anósmicos entrevistados en las que hablan sobre cómo cada uno de estos síntomas o efectos secundarios han afectado sus vidas.

ANÓSMICO ENTREVISTADO  
(Da una explicación de cómo es que  
perdió el sentido del olfato)

GERARDO  
Cuando una persona tiene este  
padecimiento, está más expuesto a  
riesgos como alimentos putrefactos  
o fugas de gas.

Conforme GERARDO habla, comienzan a aparecer en pantalla diferentes artículos y textos sobre las enfermedades y problemas de salud a los que se enfrentan los anósmicos.

GERARDO (CONT'D)  
Asimismo, se sabe que los  
anósmicos tiene una mayor  
tendencia a padecer enfermedades  
mentales, tener dificultad para  
relacionarse o disfrutar en menor  
proporción de las relaciones  
sexuales.

Aparecen en pantalla diferentes familiares y amigos de los anósmicos para hablar de la personalidad de su conocido. Se habla de diferentes experiencias o anécdotas chistosas al respecto del padecimiento.

GERARDO  
Lo que siempre me pareció extraño  
es que ninguno de nosotros fue  
informado sobre esta situación  
desde pequeños.  
Tuvimos que descubrirlo todo por  
nosotros mismos. ¿Por qué?

Diferentes anósmicos (o sus familiares) cuentan la experiencia sobre cómo fue el proceso de descubrir que tenían un problema. En qué momento se dieron cuenta de

que no podían oler, quiénes fueron las primeras personas con las que hablaron y cómo lo abordaron.

GERARDO

Desde el momento en que empecé a investigar este documental me fue bastante obvio que a la gente en realidad no le interesa lo que nosotros padecemos. Digo, ya es común que todos recibamos comentarios sobre como tenemos un don y no deberíamos quejarnos.

Mostrar a diferentes anósmicos hablando sobre sus experiencias platicando con otras personas sobre su anosmia.

GERARDO

Eso me hizo hacerme una pregunta.  
¿Realmente tenemos un don?  
¿Realmente el olfato tiene tan poca importancia? Digo, ¿Qué tanto saben ustedes sobre su propio sentido del olfato?

EXT.LOCACIÓN

Se muestra la primera secuencia de recuerdos de un olor relacionada con la experiencia de uno de los anósmicos (no congénitos) entrevistados. Se escuchan los sonidos que él/ella menciona y se muestran las imágenes que va describiendo.

ANÓSMICO (V.O.)

(Narra lo que se ve en pantalla y los sonidos que recrean su memoria junto con los olores a los que los atribuye)

INT. CARRO DE GERARDO - DÍA

Se ve a GERARDO manejando y hablando a la cámara. La cámara es sostenida por una segunda persona. *Los diálogos de GERARDO o de cualquier otro personaje aquí mostrado no serán exactos en el día de grabación y solo se encuentran como una guía para el montaje y a la grabación.*

GERARDO

Pues hoy lo que vamos a hacer es ir a visitar un par de doctores para que nos expliquen un poco de esto, porque yo no nunca en mi vida me he hecho estudios sobre mi anosmia. No sé las causas, no sé si el mío es uno de esos casos que es curable, solo sé que lo tengo.

INT. CONSULTORIO - DÍA

Se ven diferentes escenas con diferentes otorrinolaringólogos y neurólogos que se presentan con GERARDO ante la cámara. GERARDO entra junto con el camarógrafo a los consultorios y comienza a hacer preguntas y platicar con cada uno de ellos sobre los diferentes síntomas del padecimiento. Se puede escuchar claramente el sonido de las voces, se elimina la mayoría del ruido ambiente de la escena.

GERARDO

¿Cuáles son las causas conocidas de la anosmia?

¿Cuáles son algunos síntomas secundarios de la anosmia que usted conozca?

¿Cómo es que se podrían hacer estudios para descubrir que alguien efectivamente es anósmico?

¿Cuáles son los posibles tratamientos para una persona anósmica?

¿Cómo es que la falta del sentido del olfato afecta la salud?

¿Una persona anósmica aun así puede ser afectada por las sustancias a su alrededor?

DOCTORES

(Respuesta a las diferentes preguntas)

INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN - DÍA

Se ven los rostros de los anósmicos entrevistados viendo



hacia la persona detrás de la cámara en un montaje mientras GERARDO realiza su pregunta. El sonido ambiente es prácticamente eliminado para que el espectador se concentre en las voces las personas.

GERARDO (V.O.)  
(Dirigiéndose a los anósmicos entrevistados)

Una de las cosas que he notado al respecto de los anósmicos congénitos es que la mayoría no parece tener un interés por realizar estudios médicos a profundidad sobre el padecimiento. Simplemente es algo con lo que aceptamos vivir. Por el contrario, muchos de los anósmicos que perdieron su sentido del olfato por enfermedades o accidentes a lo largo de su vida sí intentan tener un contacto con la medicina, pero se ven frustrados debido a la poca información y en general falta de interés respecto a la anosmia.  
¿Cuál dirías que ha sido tu experiencia en general en relación con la medicina y los doctores?

Cada anósmico otorga, uno por uno, su respuesta sobre la pregunta anteriormente realizada.

INT. CONSULTORIO - DÍA

GERARDO continúa en su plática con los doctores en cada uno de sus consultorios.

GERARDO  
En mis interacciones previas con los anósmicos me parece haber notado que el sentimiento general es que la medicina es inútil en este caso y que interactuar con los doctores no es más que frustrante. ¿Por qué cree usted que eso pasa y qué le diría a los anósmicos para convencerlos de que sí deberían realizarse estudios y sí deberían acercarse a una opinión experta?

Cada uno de los doctores da su propia respuesta a la

pregunta.

GERARDO

Honestamente, ¿usted considera que perder o carecer totalmente del sentido del olfato es algo importante o considera que es algo a lo que no le daría mucha importancia si le pasara?

¿Si tuviera que perder un sentido cuál de ellos sería?

Una vez más se hace un montaje de diferentes doctores respondiendo a ambas preguntas uno por uno.

EXT. LOCACIÓN

Se muestra una segunda secuencia de recuerdos de un olor relacionado con la experiencia de uno de los anósmicos entrevistados. Se escuchan los sonidos que describe y se muestran las imágenes que va describiendo.

ANÓSMICO (V.O.)  
(Narración de lo visto en pantalla)

INT. CONSULTORIO - DÍA

Se ve a GERARDO hablándole a la cámara en el mismo fondo de las escenas anteriores.

*Las reacciones de GERARDO están basadas en la investigación previa que se ha hecho antes de comenzar la realización del documental.*

GERARDO

Me ha quedado claro que para muchas personas este problema no es más que una simple anécdota sin mucha importancia. Pero creo que mucha gente no entiende todo lo que implica que una persona se pierda de una parte tan importante de su vida.

Tras esto se ven las declaraciones de diferentes anósmicos que hablan sobre experiencias de riesgo que han tenido por su falta del sentido del olfato.

GERARDO

Pero esto no solo nos afecta por fuera,  
¿cierto? También es muy común que  
nos afecte por dentro.

INT. CONSULTORIO PSQUIÁTRICO - DÍA

Se ve a GERARDO ingresar a un consultorio (la cámara es sostenida por un camarógrafo) y saludar a un psiquiatra que también lo saluda a él. Finalmente se sientan y acomodan en algún asiento de la oficina para comenzar la entrevista.

GERARDO

¿Cómo es que la pérdida del  
sentido del olfato afecta a la  
salud mental de las personas?

¿Los estados de ánimo tienen mucha  
relación con los olores que  
percibimos?

PSIQUIATRA

(Da su respuesta a cada una de las  
preguntas.)

GERARDO

¿Y cómo es que nuestro sentido del  
olfato afecta nuestro modo de  
relacionarnos?

PSIQUIATRA

(Da su respuesta a la  
pregunta antes propuesta.)

INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN - DÍA

Se ve de nuevo un montaje de los anósmicos hablando sobre cómo padecimiento afecta en su forma de relacionarse con las demás personas.

INT. CONSULTORIO DE SEXOLOGÍA

Se ve la toma del sexólogo sentado en su oficina hablando directamente hacia GERARDO que está fuera de cuadro.

SEXÓLOGO

(Da una explicación de cómo  
la anosmia podría llegar a  
afectar a las personas en su

desarrollo sexual.)

INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN - DÍA

Se ve de nuevo un montaje de los anósmicos hablando sobre cómo su padecimiento les afecta en su vida sexual.

EXT.LOCACIÓN

Se muestra la tercera secuencia de recuerdos de un olor relacionada con la experiencia de uno de los anósmicos (no congénitos) entrevistados. Se escuchan los sonidos que él/ella menciona y se muestran las imágenes que va describiendo.

ANÓSMICO (V.O.)  
(Narra lo que se ve en pantalla y los sonidos que recrean su memoria junto con los olores a los que los atribuye)

INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN - DÍA

Vemos a GERARDO en el mismo estudio con el mismo fondo de las escenas anteriores.

GERARDO  
A pesar de todas las cosas que estamos contando aquí, tenemos que dejar en claro que este padecimiento también tiene su lado amable.

Empieza un montaje de varios anósmicos que hablan sobre cómo es que la anosmia les ha traído experiencias divertidas, chistosas o como lo utilizan para realizar bromas.

GERARDO  
Creo que la explicación radica en que simplemente los que nacemos con ello no podemos extrañar algo que nunca poseímos, lamentablemente no es el caso de todos los que padecemos la anosmia.

EXT. LOCACIÓN

Se muestra un montaje en el que se habla con sus familiares o amigos para preguntar respecto a la personalidad de ellos. En el caso específico de los anósmicos no congénitos, las preguntas se enfocarán en si alguno de ellos notó un cambio de personalidad en el anósmico después de perder su sentido del olfato.

INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN - DÍA

Se muestran las declaraciones de diferentes anósmicos no congénitos hablando de cómo era su vida mientras podían oler. Asimismo, cada uno cuenta su experiencia sobre el accidente, enfermedad o momento que lo llevo a perder su sentido del olfato.

Tras esto, GERARDO comienza a hacer preguntas sobre cómo se ven a sí mismos ahora que han perdido su sentido del olfato.

GERARDO

¿Por qué perdiste tu sentido del olfato?

¿Qué es lo que más extrañas sobre oler?

¿Cuál es un olor que quisieras volver a oler?

¿Sientes que tu vida ha cambiado para bien o para mal desde que perdiste tu sentido del olfato?

¿Qué tanto esfuerzo has hecho por recuperar tu sentido del olfato?

Cada uno de los entrevistados da su respuesta, uno por uno, de las preguntas que se realizaron.

EXT. LOCACIÓN

Se ven unas últimas declaraciones sobre los familiares y amigos de los anósmicos sobre cómo es que han ayudado a su conocido a lidiar con la falta de olores a su alrededor.

GERARDO

(V.O.)

¿Qué tanto crees que le afecta a

NOMBRE DEL ANÓSMICO?

¿Es algo que menciona muy a menudo?

¿Qué es lo que más extrañarías tú  
si perdieras el sentido del  
olfato?

¿Qué es lo que más quisieras que  
NOMBRE DEL ANÓSMICO pudiera volver  
a oler?

INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN - DÍA

Aparece GERARDO en el mismo estudio y con la misma  
iluminación.

GERARDO

Curiosamente también existen casos  
en los que la anosmia se vuelve un  
asunto familiar.

Vemos a diferentes anósmicos con sus hijos (o nietos), que  
también padecen anosmia, en pantalla.

GERARDO

¿Usted sabía que la anosmia podía  
heredarse?

¿Cómo es que descubrieron que  
él/ella también padecía anosmia?

Cada uno de los anósmicos da su respuesta con relación a  
su experiencia.

EXT. LOCACIÓN

Se muestra una cuarta secuencia de recuerdos de un olor  
relacionada con la experiencia de uno de los anósmicos  
entrevistados. Se escuchan los sonidos que describe y se  
muestran las imágenes de las que habla.

ANÓSMICO (V.O.)

(Narración de lo visto en pantalla)

INT. CARRO DE GERARDO -DÍA

Se ve GERARDO manejando dentro de su coche, la cámara es  
sostenida por otra persona.

GERARDO

Bueno pues hoy vamos a empezar este proceso de averiguar cómo es que llegamos aquí y más que nada si tenemos una oportunidad de salir. Hoy voy a hacerme estudios sobre mi anosmia por primera vez y vamos a descubrir si yo soy uno de esos milagrosos casos en los que esto es curable.

INT. CONSULTORIO DE OTORRINOLARINGOLOGÍA

Se muestra a GERARDO realizando una rinoscopia para comenzar sus estudios sobre la anosmia y obteniendo los resultados para tomar medidas sobre su padecimiento.

GERARDO (V.O.)

Supongo que siempre hay un poco de miedo ¿saben? Incluso hoy en día que ya sé que es algo que de verdad existe, que le pasa a otras personas, que es un problema; sigo pensando en que probablemente solo soy tonto y no sé oler. O que me van a decir algo como que solamente debería aprender a sonarme la nariz y que por eso los olores no me entran.

*Debido a que estos estudios se realizarán a lo largo del documental no es posible saber qué tanto o cuáles estudios mostrar en el montaje final, sin embargo, se establece que a partir de este punto se mostrará todo ese procedimiento.*

INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN - DÍA

Se ve a GERARDO frente al mismo fondo de siempre y hablando directamente

GERARDO

A veces no sé si realmente quisiera tener un sentido del olfato. Creo que podría ser un poco abrumador. Además, con toda mi investigación me he hecho demasiado consciente de todo aquello que afecta nuestro olfato y creo que me daría un poco

de miedo averiguar que ciertas cosas ya no me gustan tanto o incluso ver cuántas cosas me gustan más ahora.

Vemos a diferentes anósmicos en pantalla.

GERARDO (V.O.)

¿Acaso es algo que continuamente te causa dudas?

¿Si pudieras dejar de tener alguno de tus sentidos a cambio de poder oler, lo harías?

Cada uno de los anósmicos da su respuesta a estas preguntas.

Se ve a GERARDO frente al mismo fondo de siempre y hablando directamente.

GERARDO (CONT'D)

Una parte que también es importante para mí son mis amigos y familia. Me pregunto quién de ellos me agradaría o tal vez hasta dejaría de agradarme por su olor.

Se muestra a diferentes amigos y familiares de GERARDO entrar al estudio para responder las preguntas.

GERARDO (V.O.)

¿Consideras que mi olor fue determinante para la relación que tenemos actualmente?

Cada uno de los amigos da su respuesta a la pregunta anterior.

Se vuelve a mostrar en pantalla a GERARDO.

GERARDO

Creo que lo más extraño es saber que la gran mayoría de los que lo poseen ni siquiera alcanza a entender qué es lo que perderían si dejaran de tenerlo. Es un poco frustrante pensar en tanta gente que tiene esto y no alcanza a apreciar toda la belleza que hay



detrás de un simple olor.  
EXT. LOCACIÓN

Aquí se muestra una secuencia de entrevistas a personas que utilicen el olfato en su vida diaria y sea una parte importante de sus vidas como chefs y perfumistas. Las entrevistas serán realizadas en los ambientes laborales de dicha persona y se obtendrá *b-roll* de cómo es su día a día para combinar con el montaje.

GERARDO  
¿Cómo utilizas tu sentido del  
olfato en tu día a día?

¿Cómo es que tu olfato se ha  
desarrollado desde que empezaste a  
utilizarlo dentro de tu ambiente  
laboral?

¿Sientes una mayor fijación por tu  
sentido del olfato que por tus  
otros sentidos?

¿Cómo cambiaría tu vida si un día  
perdieras tu sentido del olfato?

¿Qué harías diferente para que tu  
trabajo pudiera ser apreciado por  
personas que no tienen o han  
perdido su sentido del olfato?

Se muestra a cada uno de los entrevistados respondiendo las preguntas que les hace el director.

INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN - DÍA

Volvemos a ver a GERARDO viendo hacia la cámara.

GERARDO  
Algo que yo he notado con este  
documental es que sin lugar a duda  
el uso del olfato puede ser un  
arte.

Mientras GERARDO habla del arte en el olfato se ve a los entrevistados anteriores realizando sus labores.

GERARDO (CONT'D)  
Y creo que sin lugar a duda todavía  
hay mucho que explorar en ese

aspecto. Creo que la forma de transmitir lo que un olor significa para nosotros no se ha llevado al límite y es bastante necesario que se explote a fondo porque significa que toda la humanidad se está perdiendo de una enorme parte de nuestras capacidades artísticas.

Por supuesto que hemos visto varios intentos a lo largo de los años.

Existen novelas maravillosas como *Nunca Sabrás a qué huele Bagdad* de Marta Tafalla o *El Perfume* de Patrick Süskind e incluso el cine intentó en algún momento incorporar el olfato a su experiencia. Aunque claro, hoy en día el "Smell-O-Vision" y todos los intentos similares son colectivamente considerados como una de las peores ideas e inventos de la historia.

Mientras GERARDO habla del arte en el olfato se muestran los ejemplos de diferentes intentos artísticos que se han intentado crear sobre la anosmia.

EXT. LOCACIÓN - DÍA

Se ve a los profesionistas del sentido del olfato de nuevo en sus áreas de trabajo.

GERARDO

¿Usted cree que el sentido del olfato puede crear arte por sí mismo? No solo ser representado, sino que existan obras de arte que sean puramente olfativas.

Cada uno de los expertos da su opinión sobre lo que el sentido del olfato representa para ellos a nivel artístico y expresivo.

INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN - DÍA

GERARDO se encuentra con sus amigos y familiares de nuevo en el estudio.

GERARDO (V.O.)

¿Si yo te pidiera que me  
describieras un olor ahorita  
mismo, crees que podrías hacerlo?

Cada familiar responde cómo intentaría describir un olfato  
a una persona anósmica.

GERADO (V.O.)

Pues mira, tendrás que practicarlo  
porque es el ejercicio que te voy  
a pedir que hagas a continuación.

EXT. LOCACIÓN - DÍA

Se muestra una quinta secuencia de recuerdos de un olor  
relacionada con la experiencia de uno de los anósmicos  
entrevistados. Se escuchan los sonidos que describe y se  
muestran las imágenes de las que habla.

ANÓSMICO (V.O.)

(Narración de lo visto en pantalla)

INT. CASA - DÍA

Se muestra a GERARDO en la casa de un diseñador de  
botellas de perfume. Se hará captura de *b-roll* para  
mostrar su trabajo. GERARDO y el diseñador se sientan en  
alguna parte de su casa para tener una conversación.

GERARDO

¿Cuál es el proceso que usted  
sigue para crear una botella de  
perfume?

¿Cómo se puede conseguir que una  
persona perciba un olor a través  
de un contenedor?

¿Considera que su trabajo tiene  
algún valor artístico?

El diseñador responde a cada una de las preguntas que se  
le van haciendo.

INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN - DÍA

Se muestra de nuevo a los amigos y familiares de GERARDO  
en el estudio. Esta vez, GERARDO está sentado junto a  
cada uno y tienen una mesa enfrente.

GERARDO

(Dirigiéndose a su amigo o familiar sentado junto a él)  
El ejercicio funciona de la siguiente manera, le he pedido a NOMBRE DE PERSONA QUE AYUDARÁ CON EL EXPERIMENTO que seleccione varias fragancias para cada uno de ustedes. Yo no sé cuál es ninguna de las fragancias que ustedes van a oler. Ustedes tienen que hacer su mejor esfuerzo para intentar describírmelo. Trata de describir una escena con ello, no solo con características regulares.

Cada uno de los participantes trata de dar su explicación de un olor para que GERARDO lo entienda.

GERARDO

(Dirigiéndose a su amigo o familiar sentado junto a él)  
Ahora haremos un experimento diferente. En este caso tendremos un olor el cual yo sí voy a conocer y quiero que intentes describirme ese olor lo mejor que puedas. Igualmente puedes usar sonidos, texturas imágenes para tratar de crear un concepto en mi cabeza.

Cada uno de los participantes trata de dar su explicación de un olor para que GERARDO lo entienda.

INT. LOCACIÓN

GERARDO se encuentra detrás de la cámara. Se entrevista a un antropólogo para descubrir las causas de que el sentido del olfato hoy en día sea tan poco comprendido entre las personas.

GERARDO

¿Qué es lo que ha llevado al sentido del olfato a quedar relegado por el ser humano?

¿Cuál ha sido la importancia del sentido del olfato a lo largo de la historia?

¿Existen culturas que le den mayor importancia al sentido del olfato?

El antropólogo otorgará sus respuestas a cada una de las preguntas que se le ofrezcan.

EXT. LOCACIÓN - DÍA

Se muestra una sexta secuencia de recuerdos de un olor relacionada con la experiencia de uno de los anósmicos entrevistados. Se escuchan los sonidos que describe y se muestran las imágenes que menciona.

ANÓSMICO (V.O.)

(Narración de lo visto en pantalla)

INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN - DÍA

Vemos a GERARDO en el estudio con el mismo fondo ya utilizado.

GERARDO

Lo que siempre me ha interesado más es mi propio aroma. No es casualidad que la palabra esencia sea sinónimo de olor en tantos idiomas. La forma en que percibimos a las personas tiene una relación tan estrecha con como huelen, esto nos permite conocerlos a un nivel profundo inigualable. Una persona puede controlar el cómo se ve y lo que dicen, pero controlar la forma en que los demás nos huelen es mucho más complicado. Incluso si utilizamos productos que nos ayudan a ocultar nuestro olor natural, estamos mostrando una parte de nosotros con ese olor que queremos que el otro perciba.

Se muestra a cada uno de los anósmicos con algunos de sus familiares y amigos en el estudio.

GERARDO (V.O.)

Hoy vamos a hacer un experimento ligeramente diferente. Primero que

nada, necesito que tú, NOMBRE DEL ANÓSMICO, Te coloques este antifaz. Ahora lo que quiero que hagas tú, NOMBRE DEL FAMILIAR, es que intentes describir el olor de NOMBRE DEL ANÓSMICO de la mejor manera posible.

Recuerda que necesitas hacerlo de una forma de que él entienda de qué estás hablando. Puedes usar figuras, sonidos, música, imágenes o texturas para tratar de hacer esto lo más sencillo posible.

Cada uno de los acompañantes de los anósmicos dará su perspectiva y su intento por describir el olor de la persona que acompañan. En pantalla también se ve la percepción de los anósmicos al recibir las descripciones de su olor.

INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN - DÍA

Vemos a GERARDO solo en pantalla y viendo hacia la cámara.

GERARDO

Recuerdo que cuando era pequeño vendían en todos lados unas calcomanías de rasca y huele en las que venían dibujitos de frutas o diferentes cosas y una vez que rascabas la parte de arriba podías percibir el olor que venía descrito en la calcomanía. Por supuesto que de pequeño nunca pude percibir esos olores y solo fingía con las demás personas, pero la idea siempre me pareció fascinante. Me agrada que, de forma tan simple, una pequeña estampa nos enseña que hay mucho que descubrir debajo de la superficie. Que por más que nos den una descripción de lo que vamos a encontrar, los humanos tenemos esa necesidad de rascar de todos modos y averiguar qué es lo que es lo que realmente hay detrás de una simple apariencia. Y en muchos casos, lo que encontramos debajo de la superficie nos ayuda

a entender mucho más sobre  
nosotros mismos.

INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN - DÍA

Vemos un montaje de todos los anósmicos cuando llegaron a su primer día de grabación en el estudio. Vemos como se sientan para un poco de maquillaje y se colocan un micrófono para el audio mientras GERARDO les hace una pregunta:

GERARDO (V.O.)  
¿Por qué aceptaste realizar la  
entrevista para este documental?

¿Qué es lo que esperas que logre  
este documental con la gente que  
lo vea?

Cada uno de los anósmicos da su respuesta a las preguntas.

EXT. LOCACIÓN - DÍA

Se muestra una última secuencia, en este caso narrada por un anósmico que pudo recuperar su sentido del olfato. En esta secuencia, el anósmico habla de su experiencia con algún recuerdo que tenga después de que recuperó su sentido del olfato.

ANÓSMICO  
(V.O.)  
(Narración de lo visto en pantalla)

FADE TO BLACK:

### 3.16 Storyboard:

Pag. 1

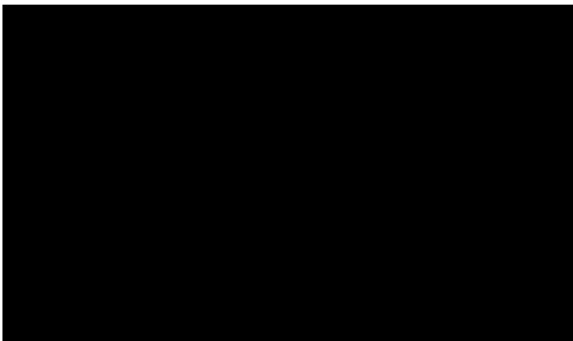


Imagen: Fade desde negros

Audio: Escuchamos las primeras líneas del guion.

INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN - DÍA

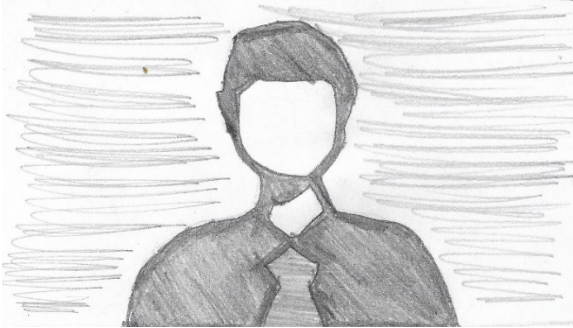


Imagen: Plano medio corto del primer anónimo a entrevistar. Fondo de tela ligeramente iluminado.

Audio: Se escucha solo la respuesta del anónimo sin la pregunta del director.

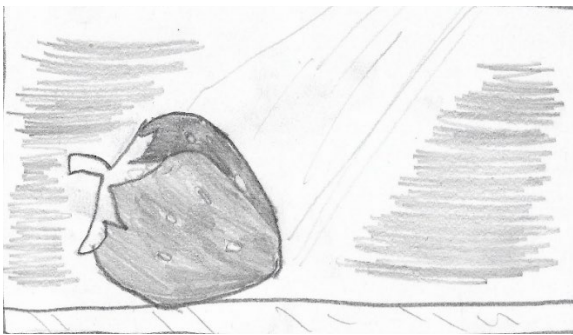


Imagen: Se entrelaza cada respuesta a un plano detalle del objeto del que cada anónimo habla sobre una mesa de cristal y con un fondo negro que permita ver los detalles.

Audio: Voz en off del anónimo. Empieza orquesta de fondo.

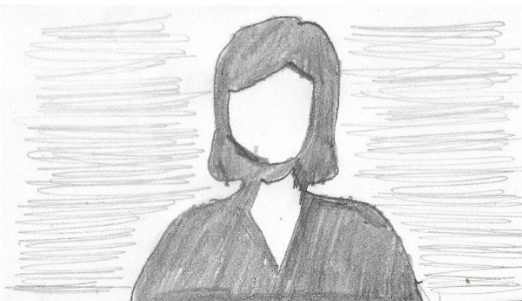


Imagen: Con cada escena se ve primero el plano del anónimo contestando la pregunta y dando una ligera descripción

Audio: Se escucha solo la respuesta del anónimo sin la pregunta del director.



Imagen: Se intercalan cortes entre cada respuesta con el objeto mencionado.

Audio: Se escucha la respuesta de anónimo y la orquesta. En caso de que el objeto tenga algún sonido característico también se escucha.



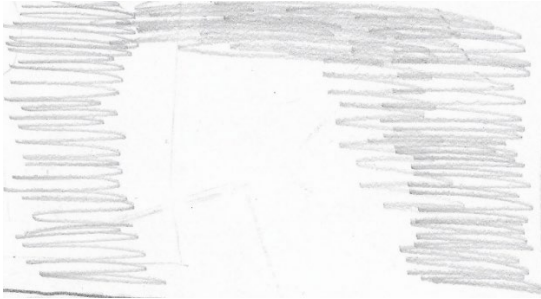


Imagen: Tras escuchar unas cuantas respuestas, se hace un corte al fondo de tela sin nadie frente a él

Audio: Se elimina el sonido.



Imagen: Vemos al director tomar asiento frente a la tela mientras da su respuesta. No hay un corte para enfatizar que tal vez nunca pueda percibir los olores.

Audio: Solo se escucha la voz del director.

## Rasca y Huele: La esencia de mundo sin olfato

Imagen: Fade a negro y aparece el título

Audio: sin audio.

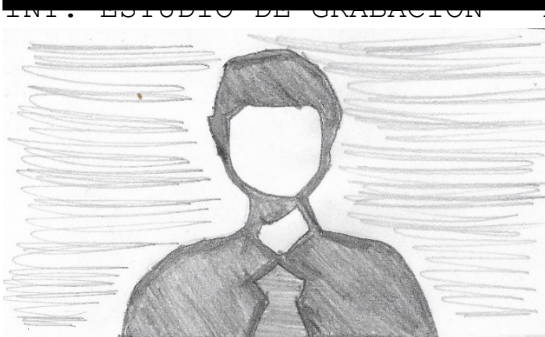


Imagen: Se muestra un montaje de cada uno de los anósmicos presentándose y explicando como perdieron el sentido del olfato

Audio: Voz de los anósmicos



Imagen: Tras la presentación se muestra al director dando la exposición sobre los datos más específicos y científicos sobre la anosmia

Audio: Voz del director

### Pag. 3

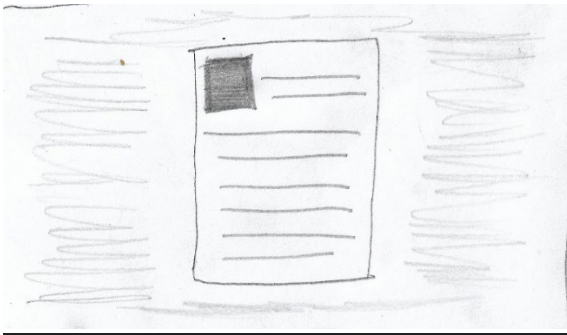


Imagen: Mientras el director habla, vemos aparecer imágenes con los artículos científicos que respaldan sus datos.

Audio: Voz del director

### INT. LOCACIÓN - DÍA



Imagen: plano medio o americano. Vemos a amigos y familiares contar sus anécdotas sobre la anosmia. El fondo debe alcanzar a mostrar parte del ambiente en donde se realice la entrevista (casa, oficina, cuarto, etc.)

Audio: Voz del entrevistado

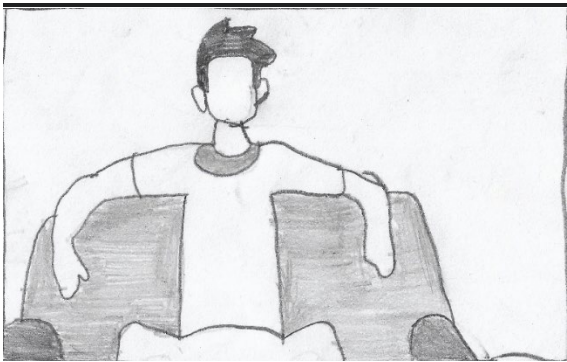


Imagen: Corte a los anósmicos contando su experiencia de cómo es que descubrieron que no tenían sentido del olfato.

Audio: Voz del entrevistado

### INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN - DÍA

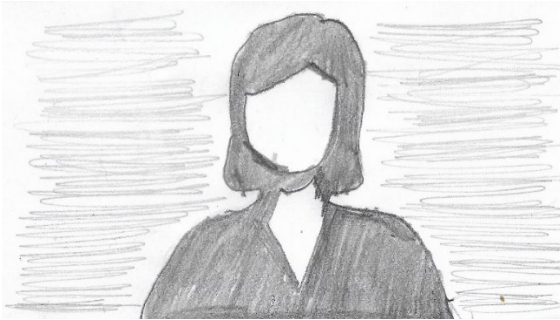


Imagen: El objeto es mostrar el ambiente en el que interactúan con el anósmico. Asimismo, el contraste con el set de la tela acentúa la soledad del anósmico. Los entrevistados no deben estar al centro sino al tercio de la imagen

Audio: Voz del entrevistado



Imagen: Corte al director en el set de grabación para dar algo más de exposición, la escena termina en un fade a negros. En caso de ser necesario la película cortara de regreso al director en varias ocasiones

Audio: Voz del entrevistado

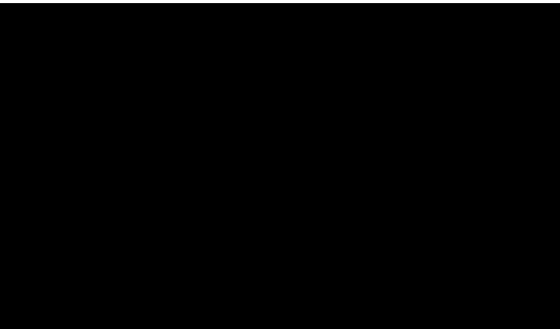


Imagen: Desde comenzamos a escuchar la narración del anósmico sobre su recuerdo del olfato.

Audio: Voz del entrevistado y orquesta original del filme.

#### **Pág. 4**

##### EXT. LOCACIÓN

Debido a que estas escenas no se tienen descritas ahora y no se obtendrán sino hasta la producción, en este momento solo se recreará una idea de aquello que se necesitará para el montaje y como se generarían dichas escenas. Esto se hará con ejemplos generales basados en lo que, gracias a la investigación previa, se sabe que es lo más probable que respondan los anósmicos. Estos ejemplos serán: Un bosque, una comida hogareña, un hijo y una pareja.



Imagen: Se empieza con tomas de establecimiento. Solo movimientos suaves y como el gimbal. La escena debe estar ligeramente sobre saturada.

Audio: Voz del entrevistado. Comienza des un fade la orquesta de la película y el sonido ambiente de la escena.

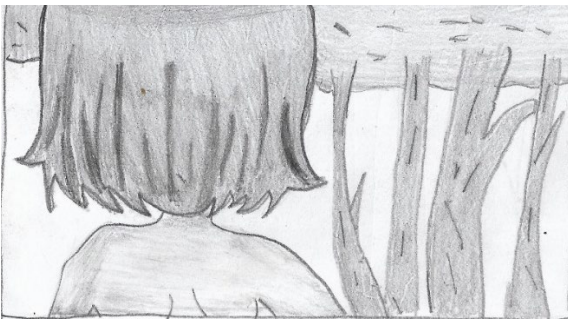


Imagen: No se mostrará la cara completa del personaje, solo detalles como ojos o boca. Habrá muy poca profundidad de campo pero que se permita entender el lugar donde se encuentra.

Audio: Voz en primer plano, sonido ambiente en segundo plano y orquesta en tercer plano.



Imagen: También se mostrarán detalles del cuerpo dentro de la escena en caso de ser necesario.

Audio: Voz en primer plano, sonido ambiente en segundo plano y orquesta en tercer plano.

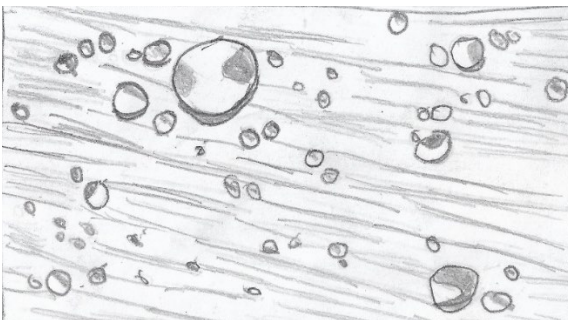


Imagen: De igual forma, es importante hacer planos detalle del ambiente en si para comprender la historia

Audio: Voz en primer plano, sonido ambiente en segundo plano y orquesta en tercer plano.

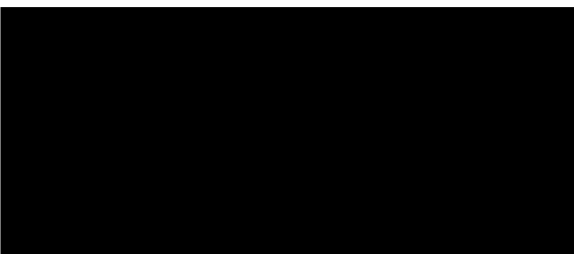


Imagen: Las escenas terminaran con un fade a negros

Audio: Todos los planos hacen fade hasta el silencio total.

Desde negros escuchamos la voz o el



INT. CARRO DE GERARDO - DÍA



Imagen: Las escenas del carro incluirán detalles de Gerardo manejando o de la calle en el exterior para establecer la acción.

Audio: Sonido ambiente y narración de Gerardo.



Imagen: La cámara será sostenida por otro camarógrafo y no se utilizará ningún tipo de estabilización para mantener el movimiento del vehículo.

Audio: Sonido ambiente y narración de Gerardo.

**Pág. 5**

INT. CONSULTORIO - DÍA



Imagen: Plano general para establecer la oficina de los doctores entrevistados, en caso de que haya espacio suficiente.

Audio: Sonido ambiente y narración de Gerardo.

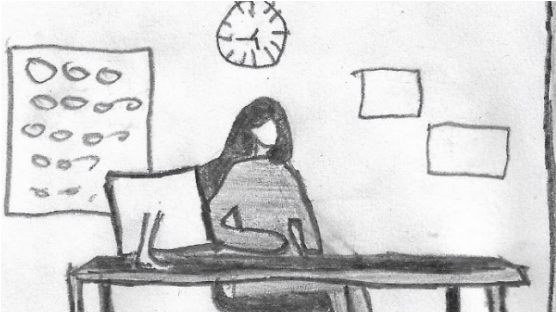


Imagen: Durante la entrevista los doctores se quedarán encuadrados a la mitad del encuadre en un plano medio o plano americanos.

Audio: Respuesta del entrevistado.

INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN - DÍA

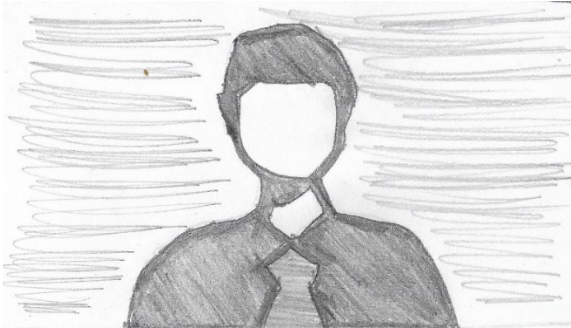


Imagen: Se muestra a los anósmicos en el estudio hablando sobre sus experiencias médicas.

Audio: Respuesta del entrevistado.

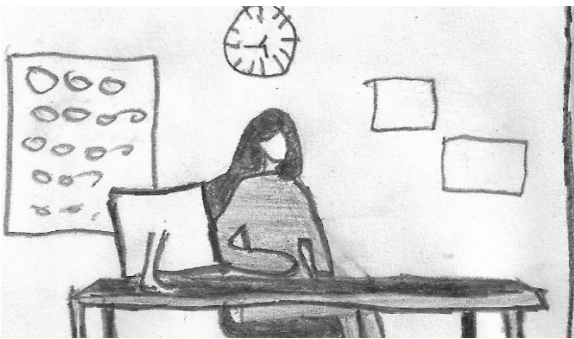


Imagen: Regreso a las escenas de los médicos respondiendo más preguntas.

Audio: Respuesta del entrevistado.

## Pág. 6

EXT/INT. LOCACIÓN

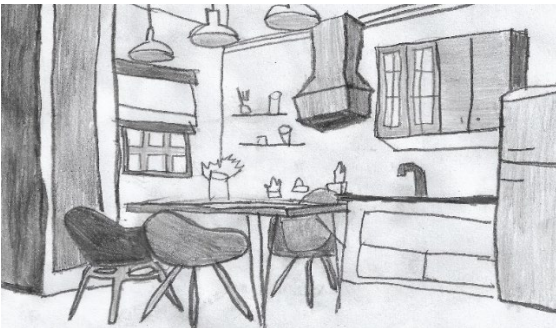


Imagen: Se empieza con tomas de establecimiento. Solo movimientos suaves y con el gimbal. La escena debe estar ligeramente sobre saturada.

Audio: Voz del entrevistado. Comienza des un fade la orquesta de la película y el sonido ambiente de la escena.

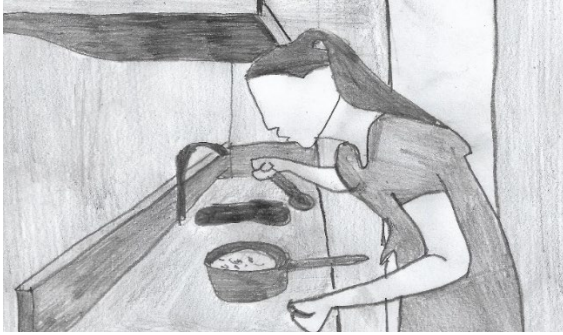


Imagen: En caso de que haya más personas involucradas en el recuerdo, sí se mostrarán sus caras, pero por pocos segundos y ligeramente fuera de foco y en una velocidad de obturación menor a 1/50 para hacer que se vean más borrosas.

Audio: Voz en primer plano, sonido ambiente en segundo plano y orquesta en tercer plano.

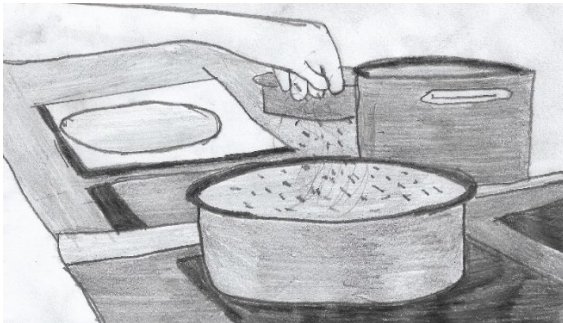


Imagen: También se mostrarán detalles del cuerpo dentro de la escena en caso de ser necesario.

Audio: Voz en primer plano, sonido ambiente en segundo plano y orquesta en tercer plano.

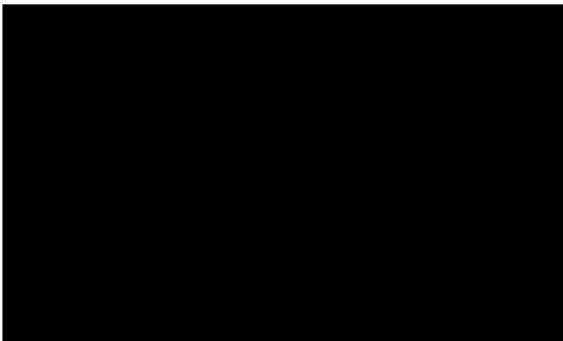


Imagen: Las escenas terminaran con un fade a negros.

Audio: Todos los planos hacen fade hasta el silencio total.

Desde negros escuchamos la voz o el sonido ambiente de la siguiente escena.

## Pág. 7

### INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN



Imagen: Corte al director en el set de grabación para dar algo más de exposición sobre los efectos psicológicos de la anosmia.

Audio: Voz del entrevistado.



INT. CONSULTORIO



Imagen: La entrevistas con psicólogos y sexólogos serán grabadas ligeramente diferente a la de los otorrinolaringólogos. De ser posible, se mantendrá tanto a Gerardo como al entrevistado en el mismo encuadre. En caso de no ser posible, se mantendrá el formato anterior.

Audio: Respuesta del entrevistado.

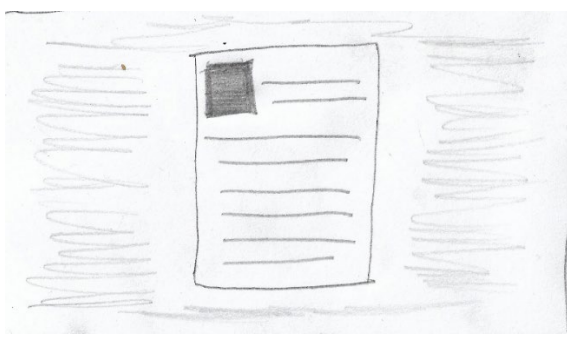


Imagen: En caso de haber algún estudio para respaldar estas entrevistas también se mostrará en pantalla.

Audio: Respuesta del entrevistado.



Imagen: Se muestra montaje de cómo a los anósmicos les afecta el padecimiento en cuanto a sus relaciones interpersonales.

Audio: Voz del entrevistado.

**Pág. 8**

EXT/INT. LOCACIÓN



Imagen: Se empieza con tomas de establecimiento. Solo movimientos suaves y como el gimbal. La escena debe estar ligeramente sobre saturada.

Audio: Voz del entrevistado. Comienza des un fade la orquesta de la película y el sonido ambiente de la escena.



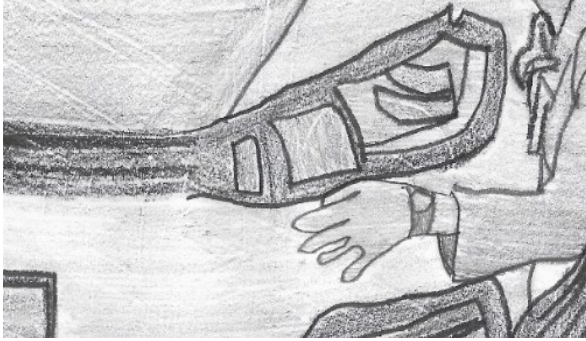


Imagen: También se mostrarán detalles del cuerpo dentro de la escena en caso de ser necesario.

Audio: Voz en primer plano, sonido ambiente en segundo plano y orquesta en tercer plano.

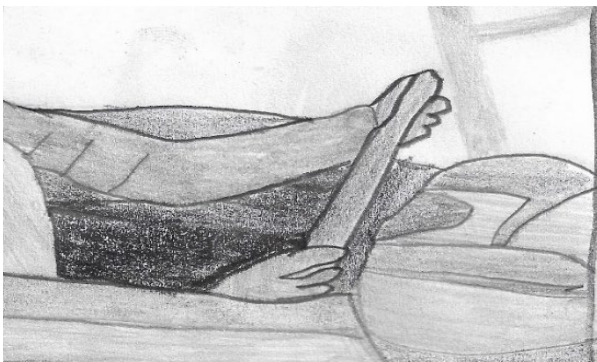


Imagen: No se mostrará la cara completa del personaje, solo detalles como ojos o boca. Habrá muy poca profundidad de campo pero que se permita entender el lugar donde se encuentra.

Audio: Voz en primer plano, sonido ambiente en segundo plano y orquesta en tercer plano.



Imagen: Las escenas terminaran con un fade a negros.

Audio: Todos los planos hacen fade hasta el silencio total.

Desde negros escuchamos la voz o el sonido ambiente de la siguiente escena

## Pág. 9

INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN



Imagen: Corte al director en el set de grabación para introducir un montaje en el que se hablará más sobre el lado humorístico de la anosmia.

Audio: Voz del entrevistado y orquesta del documental.

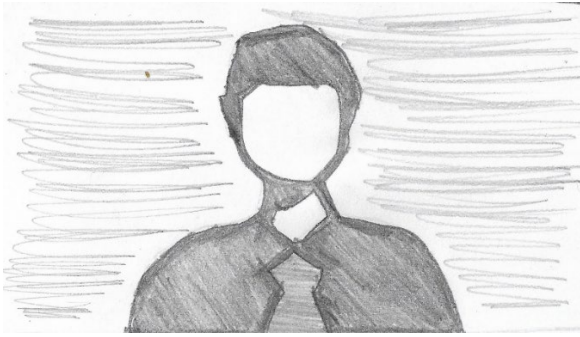


Imagen: Corte a los entrevistados hablando sobre sus experiencias más chistosas con su anosmia.

Audio: Voz del entrevistado y orquesta del documental.

EXT/INT. LOCACIÓN

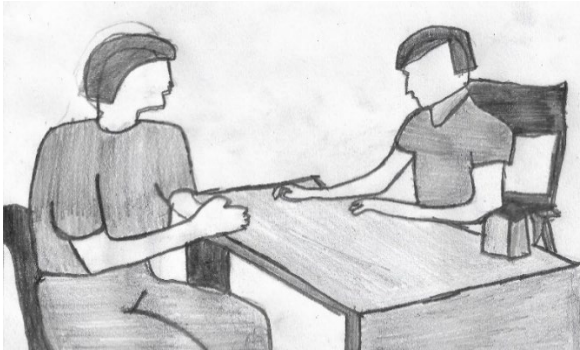


Imagen: En caso de poder interactuar con los entrevistados en locación para que cuenten las historias en el lugar donde sucedió, también se tratará de tenerlos a ambos en el mismo cuadro.

Audio: Voz del entrevistado y orquesta del documental.

INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN



Imagen: Corte al director en el set de grabación para introducir la sección dedicada a los anósmicos que no nacieron sin sentido del olfato y lo perdieron tiempo después.

Audio: Voz del entrevistado.

INT. LOCACIÓN

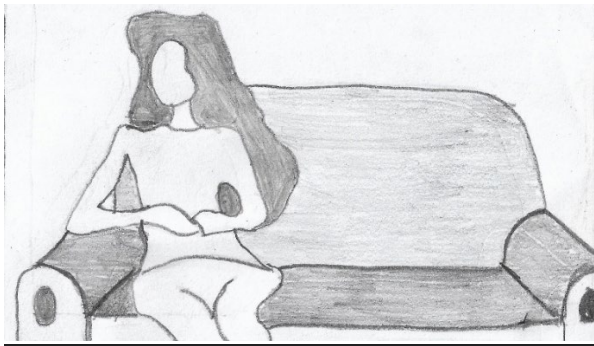


Imagen: Se mostrará de nuevo a los familiares de los anósmicos hablando sobre las personalidades de ellos y como cambiaron con la anosmia.

Audio: Voz del entrevistado.

INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN

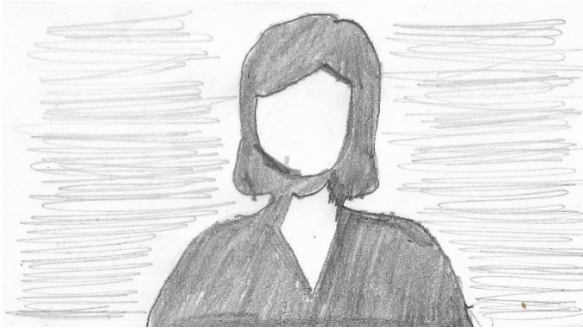


Imagen: Se muestra de nuevo el encuadre de los anósmicos no congénitos para hablar de sus experiencias.

Audio: Voz del entrevistado.

## Pág. 10

### INT. LOCACIÓN

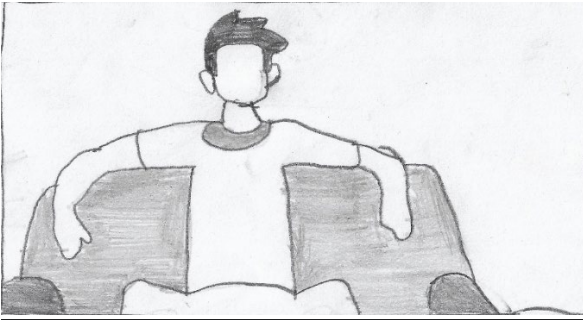


Imagen: Últimas entrevistas a los familiares para hablar sobre como ayudan a sus conocidos anósmicos.

Audio: Voz del entrevistado.

### INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN



Imagen: Se muestra a anósmicos cuyos hijos también son anósmicos dando una entrevista en pantalla.

Audio: Voz del entrevistado.

### EXT/INT. LOCACIÓN



Imagen: Se empieza con tomas de establecimiento. Solo movimientos suaves y con el gimbal. La escena debe estar ligeramente sobre saturada.

Audio: Voz del entrevistado. Comienza des un fade la orquesta de la película y el sonido ambiente de la escena.

Imagen: En caso de que haya más personas involucradas en el recuerdo, sí se mostrarán sus caras, pero por pocos segundos y ligeramente fuera de foco y en una velocidad de obturación menor a 1/50 para hacer que se vean más



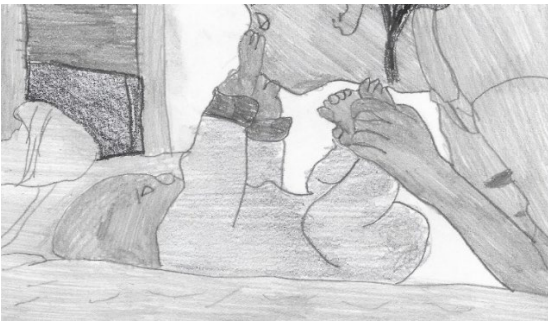


Imagen: No se mostrará la cara completa del personaje, solo detalles como ojos o boca. Habrá muy poca profundidad de campo pero que se permita entender el lugar donde se encuentra.

Audio: Voz en primer plano, sonido ambiente en segundo plano y orquesta en tercer plano.

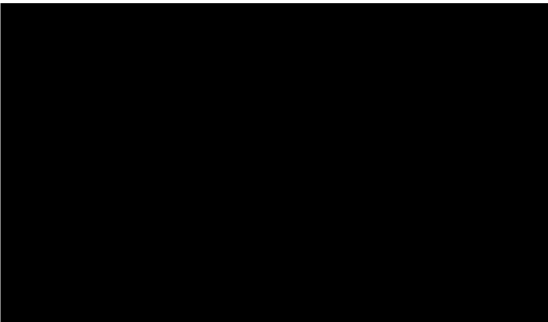


Imagen: Las escenas terminaran con un fade a negros.

Audio: Todos los planos hacen fade hasta el silencio total.

Desde negros escuchamos la voz o el sonido ambiente de la siguiente escena.

## **Pág. 11**

INT. CARRO DE GERARDO - DÍA



Imagen: Las escenas del carro incluirán detalles de Gerardo manejando o de la calle en el exterior para establecer la acción.

Audio: Sonido ambiente y narración de Gerardo.

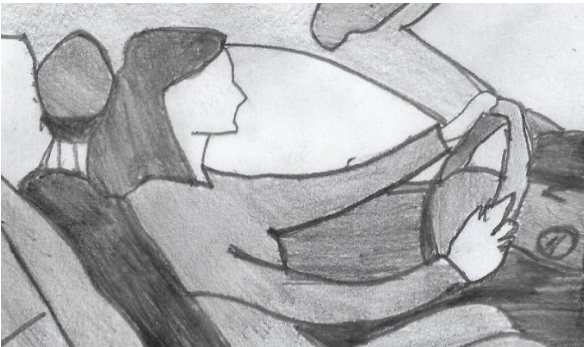


Imagen: La cámara será sostenida por otro camarógrafo y no se utilizará ningún tipo de estabilización para mantener el movimiento del vehículo

Audio: Sonido ambiente y narración de Gerardo.

#### INT. CONSULTORIO

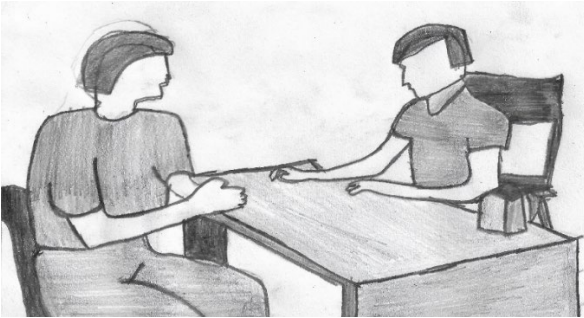


Imagen: En caso de poder colocar a Gerardo junto con el doctor para explicar el proceso, la toma se realizará con ambos sujetos en el mismo encuadre.

Audio: Voz del entrevistado y orquesta del documental.

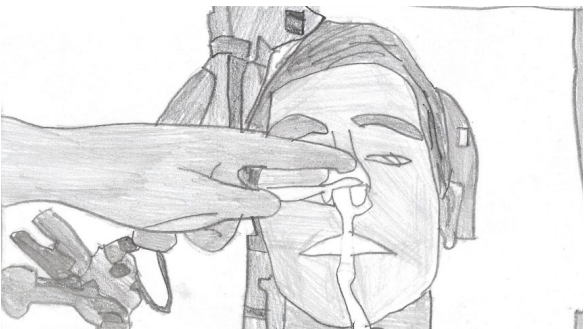


Imagen: Se filmará lo mayor posible de los análisis. Las tomas serán lo más cerradas a expresiones faciales o movimientos corporales.

Audio: Orquesta del documental y sonido ambiente.

#### **Pág. 12**

#### INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN



Imagen: Corte al director en el set de grabación para introducir la sección dedicada a sus inseguridades sobre la anosmia.

Audio: Voz del entrevistado



Imagen: Corte a los entrevistados hablando sobre sus experiencias de la misma pregunta.

Audio: Voz del entrevistado.



Imagen: Corte al director en el set de grabación para platicar sobre sus familiares y amigos propios.

Audio: Voz del entrevistado.

INT. LOCACIÓN

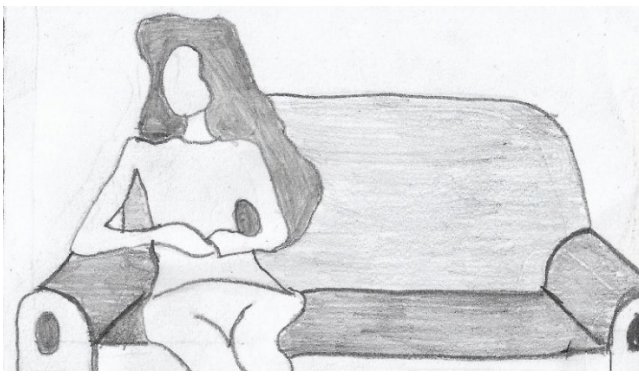


Imagen: Se mostrará de nuevo a los familiares de Gerardo hablando sobre sus relaciones y si el olor ha afectado en esto.

Audio: Voz del entrevistado.

INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN





Imagen: Gerardo habla sobre cómo la gente no tiene conocimiento sobre su sentido del olfato.

Audio: Voz del entrevistado.

## Pág. 13

INT. /EXT. LOCACIÓN



Imagen: Mostrar diferentes tomas con cortes rápidos para establecer el lugar de trabajo del sujeto a entrevistar.

Audio: El sonido ambiente empezará desde la escena anterior para introducir a la audiencia. Si hay personas alrededor por ser un lugar concurrido, también se permitirá que ellos se escuchen.



Imagen: De preferencia entrevistar al sujeto en su mismo espacio de trabajo y con amplia profundidad de campo para que el fondo se vea con claridad.

Audio: En primer plano estará la voz del entrevistado, pero se escuchará un audio de fondo del sonido ambiente.

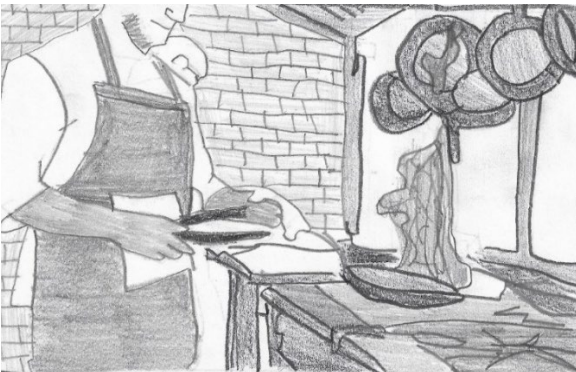


Imagen: Se intercalará las sesiones de entrevistas con las tomas del sujeto trabajando. Algunas tomas serán grabadas a 120 fps para hacer cámara lenta.

Audio: En primer plano estará la voz del entrevistado como voz en off, pero se escuchará un audio de fondo del sonido ambiente y la orquesta del filme.

Imagen: Se tratará de que las entrevistas con los diferentes expertos queden intercaladas. La intención es que la cantidad de color sature al espectador con los olores para que note lo mucho que están presentes en cada trabajo.

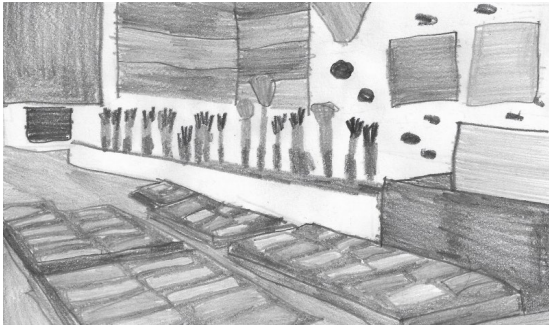


Imagen: También se mostrará como en el ambiente la gente necesita usar su sentido del olfato para apreciar el trabajo del experto.

Audio: En primer plano estará la voz del entrevistado como voz en off, pero se escuchará un audio de fondo del sonido ambiente y la orquesta del filme.



Imagen: La entrevista se realizará con el mismo encuadre en todos los sujetos.

Audio: En primer plano estará la voz del entrevistado como voz en off, pero se escuchará un audio de fondo del sonido ambiente y la orquesta del filme.

#### INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN



Imagen: Durante las entrevistas también se podrá cortar de regreso al director.

Audio: Orquesta de la película y voz del entrevistado.



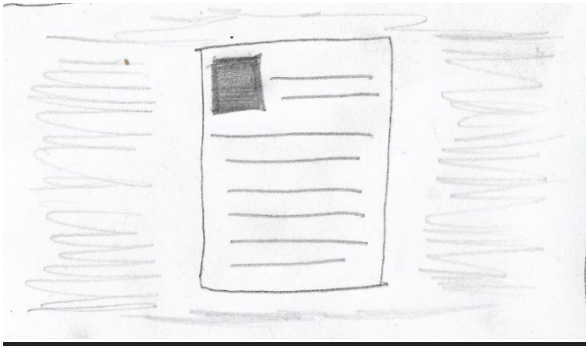


Imagen: Mientras el director habla de ejemplos artísticos sobre la anosmia, se mostrará material de stock sobre estos proyectos.

Audio: Orquesta de la película y voz del entrevistado. Y audio de los proyectos en caso de tenerlo.

INT. /EXT. LOCACIÓN



Imagen: Se corta de nuevo a los expertos para hablar un poco sobre su experiencia con el olfato.

Audio: Voz del entrevistado y ruido ambiente.

INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN



Imagen: Se corta de nuevo a los expertos para hablar un poco sobre su experiencia con el olfato.

Audio: Voz del entrevistado y ruido ambiente.

**Pág. 15**

INT. /EXT. LOCACIÓN



Imagen: Se empieza con tomas de establecimiento. Solo movimientos suaves y con el gimbal. La escena debe estar ligeramente sobre saturada.

Audio: Voz del entrevistado. Comienza des un fade la orquesta de la película y el sonido ambiente de la escena.



Imagen: De igual forma, es importante hacer planos detalle del ambiente en si para comprender la historia

Audio: Voz en primer plano, sonido ambiente en segundo plano y orquesta en tercer plano.

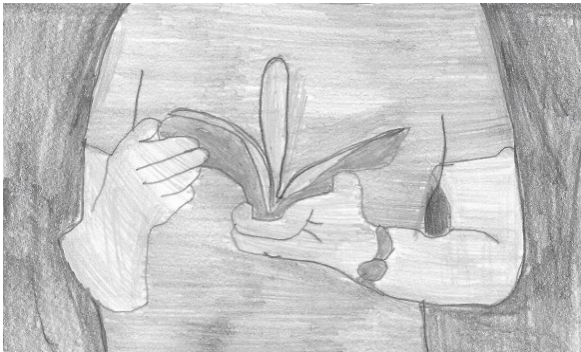


Imagen: También se mostrarán detalles del cuerpo dentro de la escena en caso de ser necesario.

Audio: Voz en primer plano, sonido ambiente en segundo plano y orquesta en tercer plano.

## Pág. 16

### INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN



Imagen: Dos personas en el estudio con una mesa frente a ellas preparadas para realizar el experimento del olfato.

Audio: Las voces quedarán en primer plan. En segundo plano se escuchará una pieza musical que refleje el olor que están descifrando.



Imagen: Las entrevistas con los antropólogos se realizarán del mismo modo que las que se realizaron con los doctores.

Audio: Voz del entrevistado y ruido ambiente.

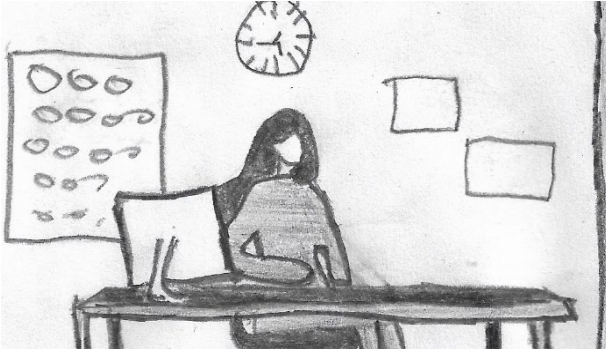


Imagen: El encuadre será cerrado en caso de no tener espacio en las oficinas.

Audio: Voz del entrevistado y ruido ambiente.

## Pág. 17

INT. /EXT. LOCACIÓN



Imagen: Se empieza con tomas de establecimiento. Solo movimientos suaves y con el gimbal. La escena debe estar ligeramente sobre saturada.

Audio: Voz del entrevistado. Comienza desde un fade la orquesta de la película y el sonido ambiente de la escena.



Imagen: También se mostrarán detalles del cuerpo y los movimientos del personaje dentro de la escena en caso de ser necesario.

Audio: Voz en primer plano, sonido ambiente en segundo plano y orquesta en tercer plano.



Imagen: De igual forma, es importante hacer planos detalle del ambiente en si para comprender la historia.

Audio: Voz en primer plano, sonido ambiente en segundo plano y orquesta en tercer plano.



INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN



Imagen: Se ve de nuevo al director en el mismo estudio hablando sobre su propia esencia.

Audio: Voz del entrevistado.

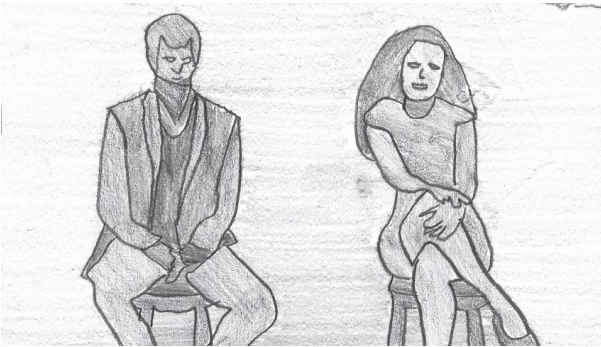


Imagen: Se verán dos personas en el estudio. Ahora el encuadre será más abierto en un plano americano.

Audio: Voz de las personas siendo entrevistadas. El Audio se enfocará completamente en las voces para hacer que el espectador se pueda imaginar todo él mismo.

**PÁG. 18**

INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN



Imagen: Se ve de nuevo al director dando unas conclusiones sobre el sentido del olfato.

Audio: Voz del entrevistado y orquesta de la película.

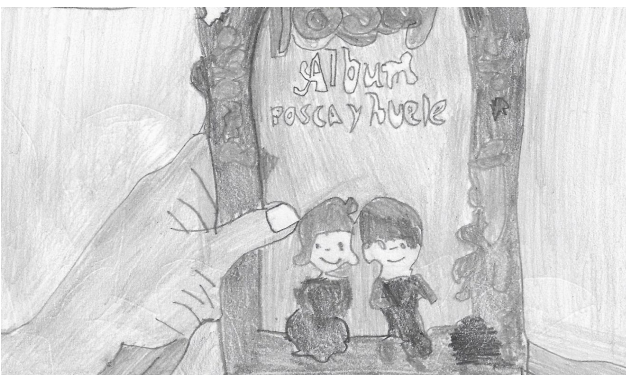


Imagen: Mientras el director habla, se ve un montaje de las pequeñas tarjetas de rasca y huele.

Audio: Voz del entrevistado en off y orquesta de la película.

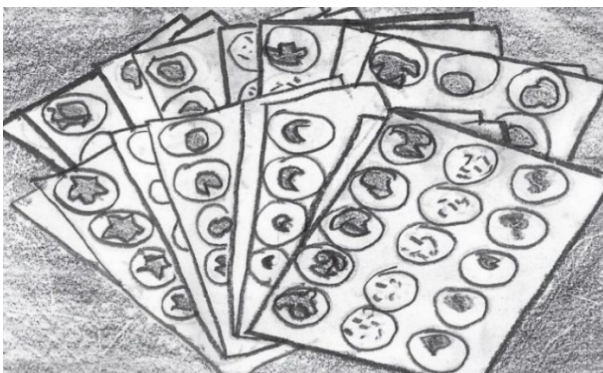


Imagen: Mientras el director habla, se ve un montaje de las pequeñas tarjetas de rasca y huele.

Audio: Voz del entrevistado en off y orquesta de la película. De igual forma se tratará de imitar algunos de los sonidos que presentan los olores que aparecen en pantalla.

## PÁG. 19

### INT. ESTUDIO DE GRABACIÓN



Imagen: Se mostrarán tomas en primer plano y con cámara en mano de la persona antes de ser entrevistada.

Audio: Se utilizará la orquesta de la película junto con una mezcla de las voces de cada entrevistado.

### INT. /EXT. LOCACIÓN



Imagen: Se empieza con tomas de establecimiento. Solo movimientos suaves y con el gimbal. La escena debe estar ligeramente sobre saturada.

Audio: Voz del entrevistado. Comienza des un fade la orquesta de la película y el sonido ambiente de la escena.



Imagen: La aparición del personaje principal se hará de forma lenta, en un inicio se mostrará de espaldas como en todas las demás escenas de recuerdo.

Audio: Voz del entrevistado. Comienza desde un fade la orquesta de la película y el sonido ambiente de la escena.





Imagen: De igual forma, es importante hacer planos detalle del ambiente en si para comprender la historia.

Audio: Voz en primer plano, sonido ambiente en segundo plano y orquesta en tercer plano.

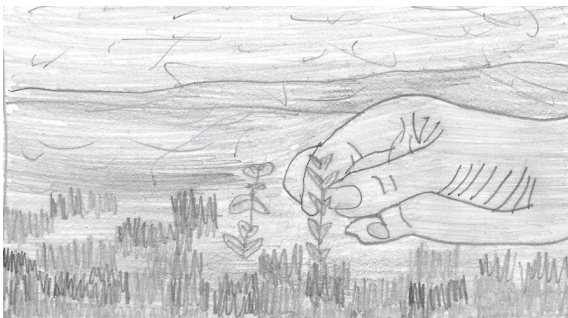


Imagen: Es importante que uno de los últimos planos se de la mano del personaje interactuando con el ambiente.

Audio: Voz del entrevistado y orquesta.

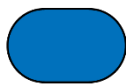


Imagen: El último plano será del personaje finalmente enfocado y viendo su cara clara en la imagen. Después de eso se hará un fade a negros.

Audio: Voz del entrevistado y orquesta y terminan en un fade a silencio total.

### 3.17 Plantas de piso e iluminación:

En la sección de propuesta de iluminación, ya se explicó que para los sets de esta producción se utilizará el octabox para la iluminación de los sujetos, pero aquí se mostrará de forma visual como se realizará eso dentro de un espacio. En el caso de las entrevistas frente a la tela solo se requerirá una luz.



Tela de fondo



Cámara con lente



Octabox

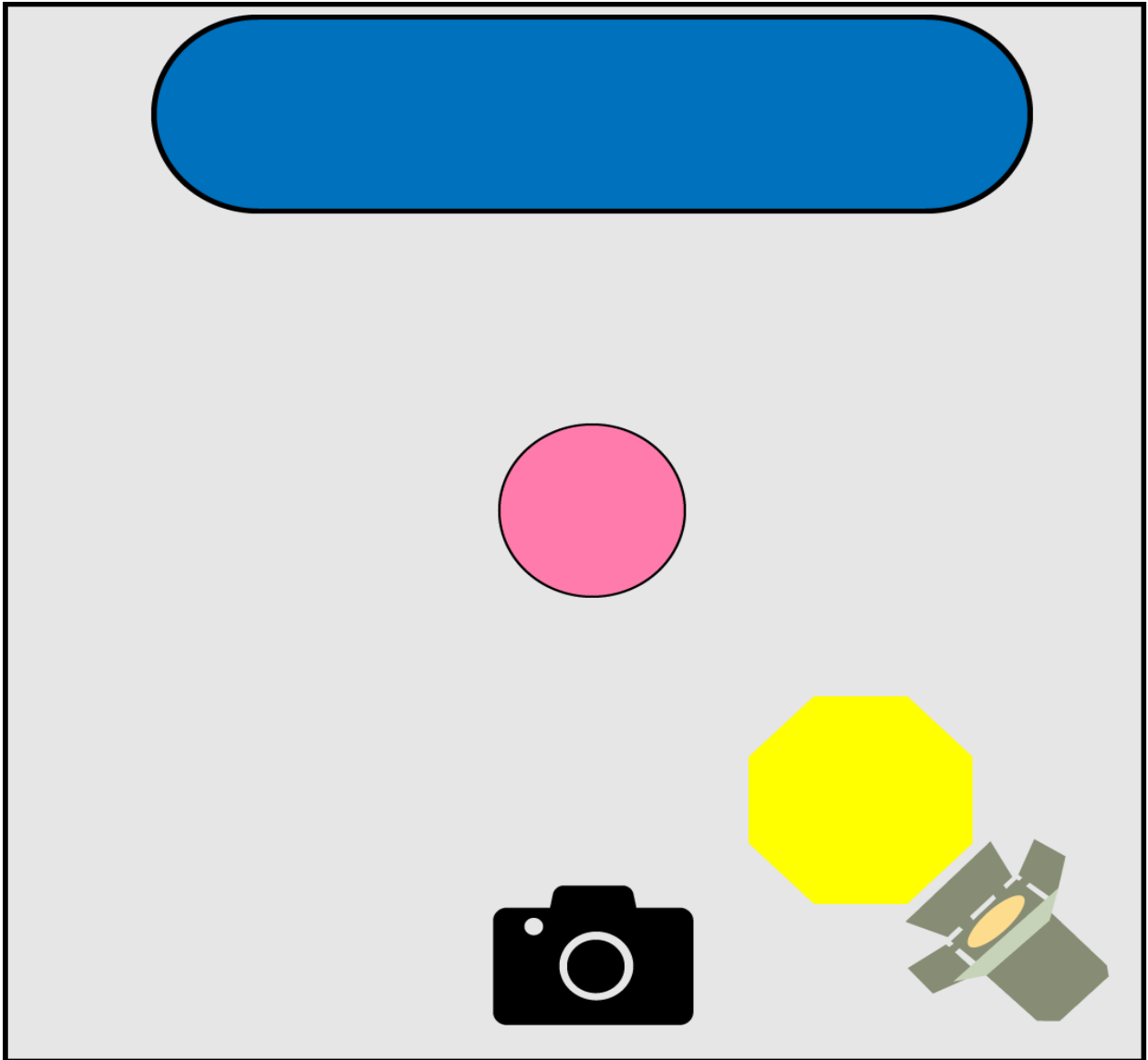


Sujeto de entrevista




Luz Aputure Lightstorm

15 centímetros = 4 metros



Para el caso de las entrevistas en espacios reales como casa o restaurants, la intención será permitir que la luz ambiente, como una ventana en una casa, sea la que ilumine el fondo de la escena. Se utilizará el octabox como relleno para equalizar las luces en caso de necesario.

 Ventanas o luces de la locación



Cámara con lente



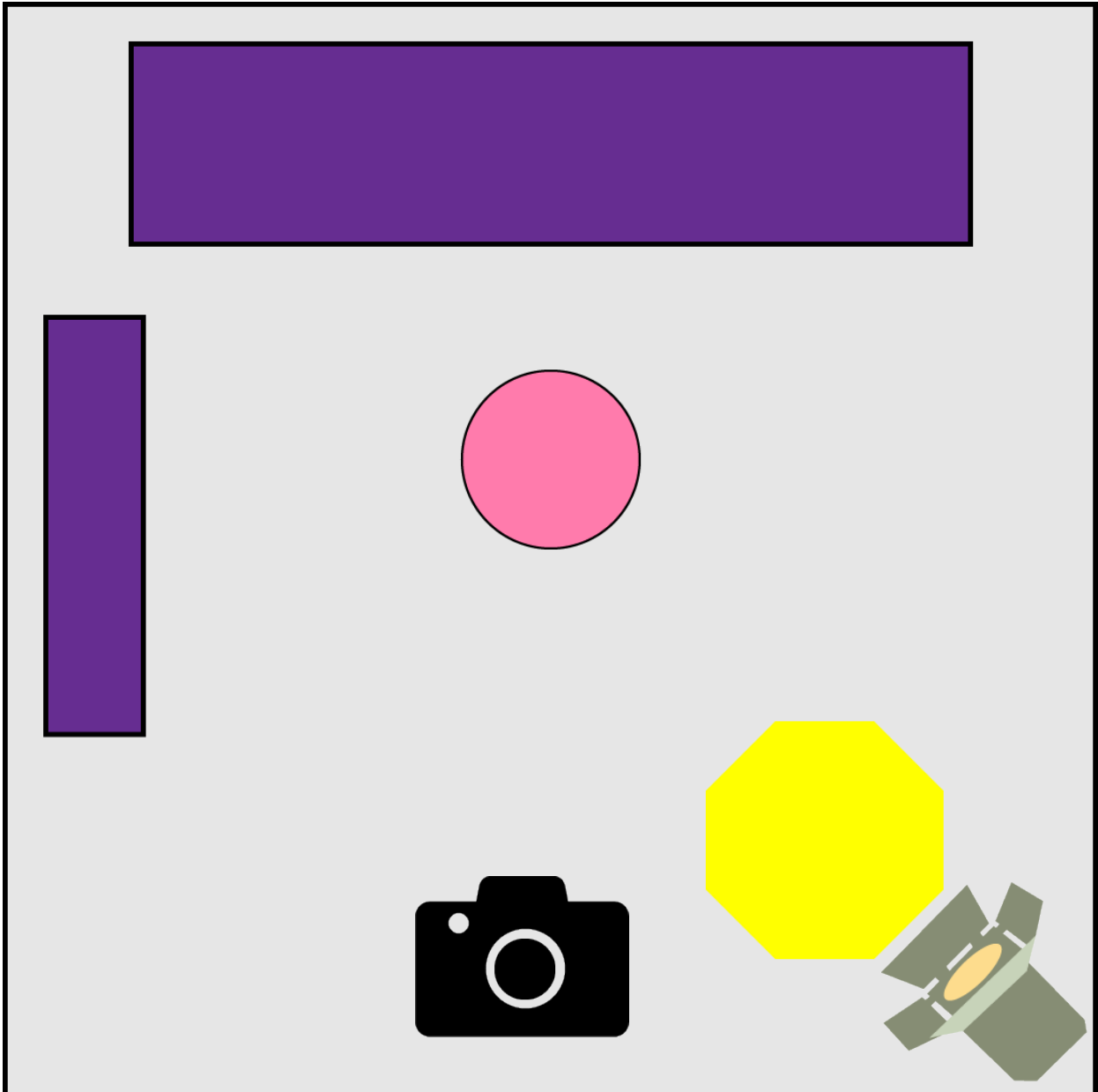
Octabox



Sujeto de entrevista



Luz Aputure Lightstorm



Por último, en el caso de las recreaciones, se utilizará principalmente luz ambiente con rebotadores y difusores de luz, de ser necesario se añadirá una luz de relleno con ayuda de las Lightstorm pero lo ideal sería evitarlo. Como las locaciones no se



definirán hasta hacer las entrevistas, no se puede realizar una planta de luz específica.

Una carpeta de producción es de gran ayuda durante la creación de un guion realista, pues permite que el guionista entienda las limitantes y posibilidades de su producción. Esta carpeta nos ha permitido crear un guion que entre dentro de nuestras posibilidades económicas y temporales.

Además de esto, la carpeta ha generado ejemplos de cómo es que el guion cobraría vida en pantalla, lo cual permitirá a cualquier productor interesado tener una visión mucho más clara de aquello que se busca obtener con este documental. El guion cobra aún más vida cuando se tiene claro el cómo, cuándo, dónde y qué.

Las imágenes aquí propuestas sin duda tendrán un efecto en los espectadores debido a que son ejemplos de la vida diaria que muy poca gente se cuestiona, pero que tienen un valor importante en su forma de ver el mundo. Claro que no se puede abarcar y reducir todo pero este documento servirá de excelente guía para la realización del documental.

## Bibliografía

- *Las 100 mejores películas mexicanas de la historia*. Sector Cine. (2020). Encontrado el 5 de septiembre del 2020, en <https://www.sectorcine.com/noticias-nota/las-100-mejores-peliculas-mexicanas/>.
- *Tempestad - Awards*. IMDb. Encontrado el 5 de septiembre del 2020, en [https://www.imdb.com/title/tt3800560/awards?ref\\_=tt\\_awd](https://www.imdb.com/title/tt3800560/awards?ref_=tt_awd).

## Referencias

- Al-Katead, W. & Watts, E. (2019). *مناجسما*. [Video]. Siria.
- Canepari, Z. & Cooper, D. (2019) *Fire in Paradise*. [Video]. Estados Unidos de América.
- Cowperwaithe, G. (2013). *Blackfish*. [Video]. Estados Unidos de América.
- Dick, K. (2015). *The Hunting Ground*. [Video]. Estados Unidos de América.

- Edelman, E. (2016). *O.J.: Made in America*. [Video]. Estados Unidos de América.
- Farrier, D. & Reeve, D. (2016). *Tickled*. [Video]. Nueva Zelanda.
- Fiesco, R. (2013). *Quebranto*. [Video]. México.
- González, E. (2017). *La Libertad del Diablo*. [Video]. México.
- Guzmán, P. (2010). *Nostalgia de la Luz*. [Video]. Chile.
- Hernández, T. (2018). *Titixe*. [Video]. México.
- Huezco, T. (2016). *Tempestad* [Video]. México.
- Kohs, G. (2017) *AlphaGo* [Video]. Estados Unidos de América.
- Kuenne, K. (2008) *Dear Zachary: A Letter to a Son About his Father*. [Video]. Estados Unidos de América.
- LaMendola, J. (2012). *Anosmia*. [Video]
- Mekas, J. (2000). *As I Was Moving Ahead Occasionally I Saw Brief Glimpses of Beauty*. [Video]. Estados Unidos de América.
- Middleton, P. & Spinney, J. (2016). *Notes on Blindness* [Video]. Reino Unido.
- Olaizola, Y. (2008). *Intimidades de Shakespeare y Víctor Hugo*. [Video]. México.
- Oppenheimer, J. (2014). *Senyap*. [Video]. Indonesia.
- Pajot, L. & Swirsky, J. (2012). *Indie Game: The Movie*. [Video]. Canadá.
- Peck, R. (2016) *I Am Not Your Negro* [Video]. Estados Unidos de América.
- Ricciardi, R. & Demos, M. (2015). *Making a Murderer*. [Video]. Estados Unidos de América.
- Rosi, G. (2016). *Fuocoammare*. [Video]. Italia.
- Varda, A. & JR. (2017). *Visages Villages*. [Video]. Francia.
- Vasarhelyi, E. & Chin, J. (2018). *Free Solo*. [Video]. Estados Unidos de América.
- Wardle, T. (2018). *Three Identical Strangers*. [Video]. Estados Unidos de América.
- Williams, R. (2016). *Life, Animated*. [Video]. Estados Unidos de América.

## **CAPÍTULO 4: Carpeta de Producción**

Finalmente, llegamos al último capítulo en el que llevaremos nuestro producto a un nivel completamente real de realización. Al desglosar el staff de producción, la duración planeada para el proyecto, las necesidades técnicas, las locaciones y el cronograma de producción podremos visualizar de forma mucho más concreta como es que esta producción será llevada a cabo.

Asimismo, esta carpeta forma parte del guion pues nos permite mostrar a futuros realizadores o productores interesados que la producción es completamente viable dentro de un presupuesto determinado. Es por eso que es importante que toda la información encontrada en ella está basada en información obtenida de producciones reales.

### **4.1 Sinopsis:**

El director, Gerardo Rodríguez Villeda, decide investigar a fondo la anosmia, una diversidad funcional de tipo sensorial que lleva a la pérdida total del sentido del olfato, la cual ha padecido desde su nacimiento. A lo largo del documental buscará explorar las razones que han provocado que la anosmia y el sentido del olfato en general hayan sido tan relegados en la sociedad actual.

La investigación conllevará entrevistas a otras personas con su mismo padecimiento para entender más la vida sin olores, así como diálogos con expertos en el olfato para tratar de visualizar un poco mejor como es la vida con él. Este documental tendrá una duración de una hora con 20 minutos.

### **4.2 Staff de Producción:**

Esta sección incluye cada una de las personas que serán necesarias para la realización de esta película documental. Para facilitar la lectura y comprensión de cada uno de los miembros del staff, esta sección se dividirá en preproducción, producción y postproducción.

#### **Preproducción:**

- Director: Será el encargado de discutir con todos los jefes de áreas para darle una visión general al guion al documental en general, para asegurarse que la intención estética y el ritmo se mantenga.
- Asistente de dirección: Puesto que su apoyo será necesario durante la producción, es necesario que el asistente esté al tanto de toda la planeación hecha durante la preproducción para asegurarse de que pueda tomar decisiones y dirigir en caso de ser necesario.
- Guionista: Al haber realizado el guion, se encargará de hacer adaptaciones en su momento dependiendo de cómo vaya evolucionado el documental. Hay muchos momentos imprevistos que no se pueden tener en cuenta en la planeación, así que todo el guion se puede modificar en su estructura por diferentes motivos.
- Director de fotografía: Es el encargado de resolver los problemas de iluminación en el set. Debido a que esta propuesta utilizara en muchos momentos luz natural para las escenas de exterior, será importante que el director de fotografía realice la búsqueda de locaciones necesaria y planee todas las tomas para evitar retrasos y/o problemas de continuidad.
- Diseñador de audio: Su función es planear como es que la película se presentara en su versión final a nivel de audio. Es el que planea la mezcla de sonidos y la captura de estos para utilizarse en la versión final. Así mismo, contempla en que plano estará cada sonido para cada escena.
- Compositor: Es el encargado de realizar la orquesta del filme. Debido a que esta película plantea utilizar la historias de los anósmicos y nósmicos para generar piezas musicales únicas, su participación es necesaria desde un inicio para que se tenga contemplada a lo largo de toda la realización.
- Director artístico: Será la persona que apoye en la búsqueda de sets y arreglo de locaciones para todas las escenas que se realicen fuera de un estudio.
- Colorista: Debido a que se tiene una idea muy particular sobre la estética que debe tener cada una de las escenas de recreación deben tener, sería importante tener al colorista desde un inicio considerando la palta de colores

disponible para cada escena para que la filmación facilite llegar a este resultado.

- Gerente de locaciones: No será hasta que se obtenga las narraciones de cada uno de los entrevistados que se pueda definir las locaciones necesarias para las escenas de exterior. Durante dichas entrevistas, él/ella deberá hacer anotaciones para ir las considerando durante el scouting de cada una.

### Producción:

- Director: Durante las entrevistas realizadas en interior, el director no solo estará al mando de todo el staff y de mantener todo en orden, también será el encargado de realizar las preguntas a cada uno de los entrevistados. Es también importante señalar que, debido a limitantes de la producción, serán el director o el director de fotografía los encargados de manejar la cámara durante las grabaciones.
- Asistente de dirección: Debido a que es posible que el director se ocupe con otros aspectos de las entrevistas, será importante tener presente al asistente de dirección para que se encargue de verificar tiempos en el cronograma y asistir al director cuando él esté ocupado en otros aspectos.
- Director de fotografía: Será el encargado de verificar la iluminación de los sets de entrevistas de cada una de las escenas que se realicen en estudio o en el hogar del entrevistado.
- Gafer: Incluso en una producción pequeña en la que se busca tener el menor número de involucrados, es importante y conveniente tener a una persona que sea hábil al colocar luces o modificadores en el set para poder invertir el menor tiempo posible en ese tipo de cambios.
- Guionista: Su presencia será necesaria para hacer anotaciones y modificaciones al guion conforme avance la producción.
- Diseñador de audio: Será el principal encargado de colocar los micrófonos lavalier para cada uno de los entrevistados y el director, así como verificar que las condiciones para la grabación sean lo óptimas posibles.

- Maquillista: A pesar de ser una producción que busca acercarse al realismo, es importante tener un maquillista para que se asegure que los tonos de piel se vean lo más presentables posible en la imagen.

#### Postproducción:

- Director: Será el encargado de mantener la visión del filme durante las etapas finales de montaje y posproducción. Trabajando junto con el editor y el colorista, es capaz de conseguir que todo lo que planeó y realizó durante la producción y preproducción sea reflejado en la edición final.
- Editor: Es el encargado de unir y da sentido a todo lo que se ha grabado durante la producción con ayuda del guion actualizado. Aunque el director también tiene control sobre el resultado final de la película, es el editor quien realiza el montaje general con su apoyo.
- Colorista: Este miembro del equipo realizará los cambios y ajustes necesarios en temperaturas de color, contraste y demás filtros sobre la imagen para ayudar a conseguir esa visión única para la película.
- Editor de audio: Será el encargado de dar los últimos retoques ya hacer las mezclas de audio necesarias a todos lo que se haya realizado durante la producción.

#### 4.3 Necesidades producción:

Del mismo modo que hizo en la sección de preproducción, para esta sesión se dividirá en dos partes los procesos, las escenas en interior y las escenas en exterior.

#### Necesidades de captura de imagen:

- Canon C300 Mk II: Se eligió este modelo debido a que es el modelo más accesible que es aprobado por casas productoras y servicios de streaming como Netflix para la realización de sus producciones.
- Luces Aputure Lightstorm C120D II: Debido a que se plantea que en las escenas de exterior se utilice luz natural y la iluminación de interior solo

utilizará un modificador, la principal función de esta luz será la de rellenar cualquier escena en caso de ser necesaria.

- Modificador Lightdome: Sete modificador servirá para iluminar la escenografía de forma sencilla y con una sola luz. Asimismo, permite obtener sombras suaves en el rostro que permiten verlo con claridad.
- Trípodes para luces: Su función es mantener todas las luces en posición durante su grabación.
- Trípode para cámara Manfrotto 509HD: Será el trípode utilizado para sostener la cámara en las entrevistas
- DJI MX: El seguimiento de las personas en escenas de exterior se hará con cámara en mano. Sin embargo, en las escenas de recreación de recuerdos se buscará un seguimiento un poco más fluido y por eso se utilizará el estabilizador.

#### Necesidad para captura de audio:

- Grabadoras Rode Wireless Go: Estas grabadoras van directamente a un lavalier y permiten que el audio de dicho micrófono se conecte directamente a la cámara, lo cual permite evitar tener que hacer una sincronización de audio posterior.
- Micrófono boom Sennheiser MKH416: Será utilizado para grabar sonido ambiente durante entrevistas en exterior o las escenas de recreaciones realizadas en exterior.
- Grabadora Zoom H6: Es donde se capturará el audio ambiente.

#### Necesidades de escenografía:

- Tela de fondos: El fondo que se utilizará para las entrevistas de anónimos será de color negro, mientras que el fondo utilizado para las personas nómicas será de color azul.
- Portería de fondo: Se utilizará para mantener un fondo idéntico entre cada entrevista.

#### Necesidades de postproducción:

- Computadora con procesador para edición de video:
- Programa de edición DaVinci Resolve 17:

#### 4.4 Cronograma:

Debido a que no se tienen fechas específicas para el inicio de producción, éstas dependerán de cuando la carpeta sea aprobada para su realización, en este momento solo se utilizará un cronograma detallado en el que se especificará en que tiempo se planea realizar cada una de las actividades que se necesitan para la producción. De tal modo, se dividirá cada semana en sus siete días y se enlistará cada actividad dependiendo cuantos días utilizará.

Se debe considerar que el calendario es solo una guía de la estructura y orden deseado para las entrevistas, pero que está sujeto a los cambios de la agenda de cada una de las personas que se vayan a entrevistar. Es por eso que el cronograma considera varios días para una actividad, pero eso no significa que necesariamente se vaya a trabajar todos esos días.

<b>Primera semana de producción (enlistado por 7 días)</b>	1	2	3	4	5	6	7
<b>Actividad</b>							
Revisión final del guion para definir necesidades de producción							
Se publica hoja de audición para buscar anónimos interesados en participar.							
Entrevistas en línea con anónimos para definir quienes participaran en el documental (sin grabar)							
Grabación de primera entrevista del director del filme.							
Junta para decidir con quien se trabajará en el documental.							



<b>Segunda semana de producción</b>	8	9	10	11	12	13	14
<b>Actividad</b>							
Entrevistas en persona con anósmicos seleccionados (sin grabar)							
Búsqueda de expertos para entrevistar.							
Platica en línea con anósmicos para especificar temas de grabación.							

<b>Tercera semana de producción</b>	15	16	17	18	19	20	21
<b>Actividad</b>							
Se realiza planeación para grabación con anósmicos y nósmicos seleccionados.							
Platica en línea con anósmicos para especificar temas de grabación.							
Primeras entrevistas grabadas con personas anósmicas.							

<b>Cuarta semana de producción</b>	22	23	24	25	26	27	28
<b>Actividad</b>							
Se realiza planeación para grabación con familiares y amigos de las personas anósmicas.							
Entrevistas en línea con primeros candidatos a expertos dentro del documental.							
Primeras entrevistas con familiares y amigos de los anósmicos (sin grabar)							

<b>Quinta semana de producción</b>	29	30	31	32	33	34	35
<b>Actividad</b>							
Entrevistas en línea con expertos							
Primeras entrevistas con familiares y amigos de anósmicos							

<b>Sexta semana de producción</b>	36	37	38	39	40	41	42
<b>Actividad</b>							
Estudios del director para diagnosticar su anosmia							
Entrevistas con personas nósmicas (sin grabar)							

<b>Séptima semana de producción</b>	43	44	45	46	47	48	49
<b>Actividad</b>							
Estudios del director para diagnosticar su anosmia							
Entrevistas con personas nósmicas grabadas							

<b>Octava semana de producción</b>	50	51	52	53	54	55	56
<b>Actividad</b>							
Estudios del director para diagnosticar su anosmia							
Segundas entrevistas grabadas con personas anósmicas							

<b>Novena semana de producción</b>	57	58	59	60	61	62	63
Actividad							
Estudios del director para diagnosticar su anosmia							
Segundas entrevistas con familiares a amigos de anósmicos							

<b>Décima semana de producción</b>	64	65	66	67	68	69	70
Actividad							
Estudios del director para diagnosticar su anosmia							
Segundas entrevistas con familiares y amigos de anósmicos							

<b>Onceava semana de producción</b>	71	72	73	74	75	76	77
Actividad							
Terceras entrevistas con anósmicos							

<b>Doceava semana de producción</b>	78	79	80	81	82	83	84
Actividad							
Finalizar entrevistas pendientes de segmentos anteriores							
Actualización del guion							
Scouting para grabaciones de recuerdos							

Comienza búsqueda a actores para escenas de recuerdos							
Comienza montaje preliminar para el filme final con los que se ha capturado							

<b>Treceava semana de producción</b>	85	86	87	88	89	90	91
<b>Actividad</b>							
Casting para diferentes actores en escenas de recreación							
Scouting de escenas de recuerdos							

<b>Catorceava semana de producción</b>	92	93	94	95	96	97	98
<b>Actividad</b>							
Comienza creación de orquesta para el filme							
Junta para definir el equipo humano y técnico para escenas de recreación							
Grabación de secuencias de recuerdos							

<b>Quinceava semana de producción</b>	99	100	101	102	103	104	105
<b>Actividad</b>							
Grabación de secuencias de recuerdos en caso de ser necesario							

<b>Dieciseisava semana de producción</b>	106	107	108	109	110	111	112
Actividad							
Continuo montaje de filme							
Finaliza creación de orquesta							

<b>Diecisieteava semana de producción</b>	113	114	115	116	117	118	119
Actividad							
Junta preliminar con montaje previo							

<b>Dieciochoava semana de producción</b>	120	121	122	123	124	125	126
Actividad							
Finaliza montaje con revisión final							

#### 4.5 Casting:

En primer lugar, se considera al director del documental Gerardo Rodríguez, quien será el encargado de llevar la narrativa de la historia y guiar a la audiencia en todo momento:

## Hoja de casting del director y personaje principal

### **Hoja 1**



#### **Información personal**

**Nombre y Apellidos:** Gerardo Rodríguez Villeda

**Fecha de nacimiento:** 1 de julio de 1997

**Edad:** 23 años

**Estado Civil:** Soltero

**Nacionalidad:** mexicano

**Dirección:** Unidad Santa Fe IMSS, Manzana 2, Grupo 1, Casa 20.

**Teléfono celular:** 55 6113 3627

**E-mail:** geradorodzvi@gmail.com

#### DATOS FÍSICOS

**Estatura:** 1.72m

**Peso:** 62kg

**Calzado:** 6½-7

**Color del cabello:** castaño claro

**Color de ojos:** cafés

**Tez:** morena clara

**Observaciones (marcas, cicatrices, tatuajes, *piercing*):** Cicatriz en el brazo derecho de tres centímetros de largo.

#### **ESTUDIOS:**

- Egresado de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México.

- Estudió durante un semestre la carrera de comunicación en la Universidad de Lieja en Bélgica.

### **EXPERIENCIA LABORAL:**

- Fotógrafo y editor para la empresa Ziroelo, productora de audiovisuales, durante un año
- Fotógrafo y guionista en el Instituto Mexicano de la Radio, durante seis meses.
- Fotógrafo y editor de la empresa Kadenco durante 3 meses.

**¿Trabaja actualmente? No**

### **DISPONIBILIDAD DE TIEMPO**

Entre semana: Tiempo completo

Fines de semana: Tiempo completo

### **APTITUDES:**

Soy una persona que disfruta trabajar en equipo y liderar a una producción para obtener los mejores resultados posibles. Tengo la capacidad de iluminar una escenografía y dirigir la fotografía de una producción. Asimismo, tengo capacidad para realizar un montaje de forma rápida y efectiva con diferentes transiciones y efectos especiales que añaden personalidad a cada producción.

### **INDICAR LA RAZÓN POR LA QUE DESEA PARTICIPAR EN EL PROGRAMA:**

He sufrido anosmia desde que tengo memoria y tengo un enorme interés en explorar el padecimiento a profundidad debido a que he descubierto que el sentido del olfato no recibe la atención que debería. Asimismo, me interesa explorar el cine documental, debido a que he sido fanático de este estilo cinematográfico desde hace varios años.

## Hojas de casting de amigos y familiares

En segundo lugar, se considerará a algunos de sus amigos y familiares cercanos pues también llevarán una gran parte de la narrativa del documental.

### **Hoja 1**



#### **Información personal**

**Nombre y Apellidos:** Bianca Alessandra Guilbert Olvera

**Fecha de nacimiento:** 22 de marzo de 1993

**Edad:** 28 años

**Estado Civil:** Soltera

**Nacionalidad:** mexicana

**Dirección:** Calz. Candelaria 50b, Los Reyes, Coyoacán, 04380 Ciudad de México, CDMX

**Teléfono celular:** 55 4449 7649

**E-mail:** biancaguilbert@gmail.com

#### DATOS FÍSICOS

**Estatura:** 1.55m

**Peso:** 57 kg

**Calzado:** 3 1/2

**Color del cabello:** castaño oscuro

**Color de ojos:** cafés

**Tez:** blanca

**Observaciones (marcas, cicatrices, tatuajes, *piercing*):** Piercing en la nariz, orificio izquierdo.

#### **DISPONIBILIDAD DE TIEMPO**

Entre semana: No



Fines de semana: Tiempo completo

### APTITUDES

Capacidad de descripción de objetos y de redacción debido a su experiencia en trabajos de periodismo y publicidad. Asimismo, su experiencia le permite mayor facilidad para llevar ideas abstractas a objetos visuales atractivos.

### INDICAR LA RAZÓN POR LA QUE DESEA PARTICIPAR EN EL PROGRAMA

Conozco al director del filme y me gustaría poder apoyar en la exploración de su persona para entender más sobre su padecimiento. Además, creo que puedo ofrecer una perspectiva un poco más relajada y diferente en cada experimento.

### **Hoja 2**

#### **Información personal**



**Nombre y Apellidos:** Luis Contreras

**Fecha de nacimiento:** 25 de noviembre de 1996

**Edad:** 25 años

**Estado Civil:** Soltero

**Nacionalidad:** mexicano

**Dirección:** Calz. Candelaria 50b, Los Reyes, Coyoacán, 04380 Ciudad de México, CDMX

**Teléfono celular:** 56 1062 3114

**E-mail:** luisdcf1@gmail.com

### DATOS FÍSICOS

**Estatura:** 1.70m

**Peso:** 64 kg      **Calzado:** 7

**Color del cabello:** castaño oscuro

**Color de ojos:** cafés

**Tez:** morena

## **DISPONIBILIDAD DE TIEMPO**

Entre semana: Tiempo Completo

Fines de semana: Tiempo completo

## APTITUDES

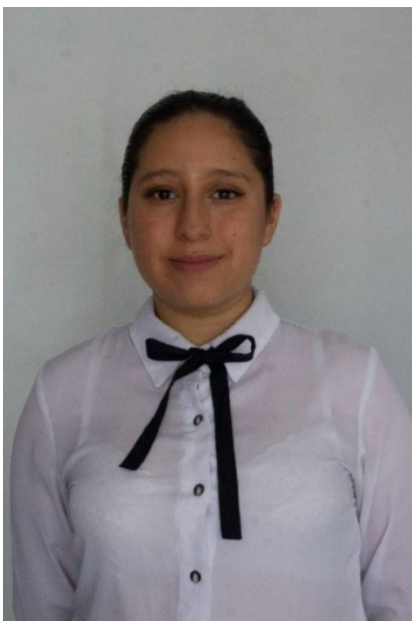
Experiencia como profesor de semiótica en la facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), además de estar titulado en ciencias de la comunicación por la misma facultad.

## INDICAR LA RAZÓN POR LA QUE DESEA PARTICIPAR EN EL PROGRAMA

El tema me parece una forma muy práctica y original para entender como es que se generan imágenes en nuestra mente gracias a nuestros sentidos y como es que nos permitimos entenderlas y transmitirlos. Considero que participar en el documental me ayudara mucho a saber cómo entender mejor la comunicación.

## ***Hoja 3***

### **Información personal**



**Nombre y Apellidos:** Rosa Lizbeth Solano Hernández

**Fecha de nacimiento:** 25 de julio de 1997

**Edad:** 24 años

**Estado Civil:** Soltera

**Nacionalidad:** mexicana

**Dirección:** Av. Morelos 181 Col. San Miguel Amantla, Alcaldía Azcapotzalco

**Teléfono celular:** 55 3430 4913

**E-mail:** rosalizbethsh@gmail.com

**DATOS FÍSICOS**

**Estatura:** 1.58m

**Peso:** 60 kg

**Calzado:** 4

**Color del cabello:** castaño oscuro

**Color de ojos:** cafés

**Tez:** morena

**DISPONIBILIDAD DE TIEMPO**

Entre semana: No

Fines de semana: Tiempo completo

**APTITUDES**

Egresada de la FCPyS de la UNAM, tiene experiencia en diferentes ámbitos de la comunicación como el periodismo, el diseño gráfico y el manejo de redes sociales.

**INDICAR LA RAZÓN POR LA QUE DESEA PARTICIPAR EN EL PROGRAMA**

Me parece una forma de comprender más a un amigo que padece del mismo problema y ayudarlo un poco a que sepa cómo manejar la falta de un sentido del olfato.

## Hoja 4



### Información personal

**Nombre y Apellidos:** María Belén Ávila Cascajares

**Fecha de nacimiento:** 28 de octubre de 1997

**Edad:** 24 años

**Estado Civil:** Soltera

**Nacionalidad:** mexicana

**Dirección:** M Lopez Costilla 1810, int. 104 col. Del Valle Sur, Benito Juárez. Cp. 03104

**Teléfono celular:** 55 2655 8868

**E-mail:** belrock@live.com.mx

### DATOS FÍSICOS

**Estatura:** 1.58m

**Peso:** 50 kg

**Calzado:** 4

**Color del cabello:** castaño oscuro

**Color de ojos:** cafés

**Tez:** blanca

### **DISPONIBILIDAD DE TIEMPO**

Entre semana: No

Fines de semana: Tiempo completo

### APTITUDES

Editora y realizadora de varios proyectos audiovisuales, incluidos videos corporativos, deportivos y educativos. Tiene una comprensión sobre como transmitir un mensaje de forma sonora pero también con las imágenes en movimiento.

## INDICAR LA RAZÓN POR LA QUE DESEA PARTICIPAR EN EL PROGRAMA

El proyecto me llamó la atención porque cuando escuché el concepto, me pareció una idea novedosa. Nunca había oído hablar sobre la anosmia y todos los efectos secundarios. Considero que hay muchas personas que tampoco están informadas sobre ello.

### **Hoja 5**



#### **Información personal**

**Nombre y Apellidos:** Daniel Serrano Merlos

**Fecha de nacimiento:** 23 de diciembre de 1996

**Edad:** 25 años

**Estado Civil:** Soltera

**Nacionalidad:** mexicana

**Dirección:** Froylán C. Manjarrez 110, Constitución de 1917, Iztapalapa

**Teléfono celular:** 55 4967 5848

**E-mail:** danielmerlosserrano1@gmail.com

#### DATOS FÍSICOS

**Estatura:** 1.74m

**Peso:** 70 kg

**Calzado:** 7

**Color del cabello:** castaño oscuro

**Color de ojos:** cafés

**Tez:** morena

#### **DISPONIBILIDAD DE TIEMPO**

Entre semana: Tiempo completo

Fines de semana: Tiempo completo

## APTITUDES

Egresado de la carrera de comunicación de en la FCPyS, se especializa en la creación de contenidos de animación e investigación, lo cual le permite tener un mejor entendimiento de la transmisión de ideas a través de imágenes en movimiento.

## INDICAR LA RAZÓN POR LA QUE DESEA PARTICIPAR EN EL PROGRAMA

Creo que los documentales hoy en día son muy ignorados y que la gente tiene una idea de que son películas solo para asesinos seriales, clases de historia o video de naturaleza. Me intriga que este documental tenga una aproximación que parezca tan entretenida y fresca.

### **Hoja 6**



#### **Información personal**

**Nombre y Apellidos:** Ximena Rodriguez Villeda

**Fecha de nacimiento:** 8 de diciembre de 1995

**Edad:** 26 años

**Estado Civil:** Soltera

**Nacionalidad:** mexicana

**Dirección:** Manzana 2, Grupo 1, Casa 20.  
Unidad Habitacional Santa Fe IMSS, Del Álvaro  
Obregón. CP 01170

**Teléfono celular:** 55 9164 4391

**E-mail:** ximenardzv@gmail.com

## DATOS FÍSICOS

**Estatura:** 1.58m

**Peso:** 50 kg

**Calzado:** 3 1/2

**Color del cabello:** castaño oscuro

**Color de ojos:** cafés

**Tez:** morena

## **DISPONIBILIDAD DE TIEMPO**

Entre semana: A partir de las 4:00 pm

Fines de semana: Tiempo completo

## APTITUDES

Licenciada en Médico cirujano. Es hermana del director y ha entregado convivido con su anosmia durante toda su vida, lo cual le un gran conocimiento sobre su personalidad y su estilo de vida.

## INDICAR LA RAZÓN POR LA QUE DESEA PARTICIPAR EN EL PROGRAMA

Después de platicar con mi hermano sobre las repercusiones de la anosmia, me di cuenta de que había mucho sobre el tema que no me había detenido a pensar. Como médico, me interesa mucho conocer sobre los efectos psicológicos que un padecimiento puede tener en las personas y saber qué puedo hacer al respecto.

## ***Hoja 7***



### **Información personal**

**Nombre y Apellidos:** Gabriela Rodriguez Villeda

**Fecha de nacimiento:** 11 de diciembre de 1992

**Edad:** 29 años

**Estado Civil:** Soltera

**Nacionalidad:** mexicana

**Dirección:** Manzana 3, Grupo 2, Casa 3. Unidad Habitacional Santa Fe IMSS, Del Álvaro Obregón. CP 01170

**Teléfono celular:** 55 3107 4029

**E-mail:** gabzrdz@gmail.com

DATOS FÍSICOS

**Estatura:** 1.58m

**Peso:** 60 kg

**Calzado:** 3 1/2

**Color del cabello:** castaño oscuro

**Color de ojos:** cafés

**Tez:** morena

**DISPONIBILIDAD DE TIEMPO**

Entre semana: No

Fines de semana: Tiempo completo

APTITUDES

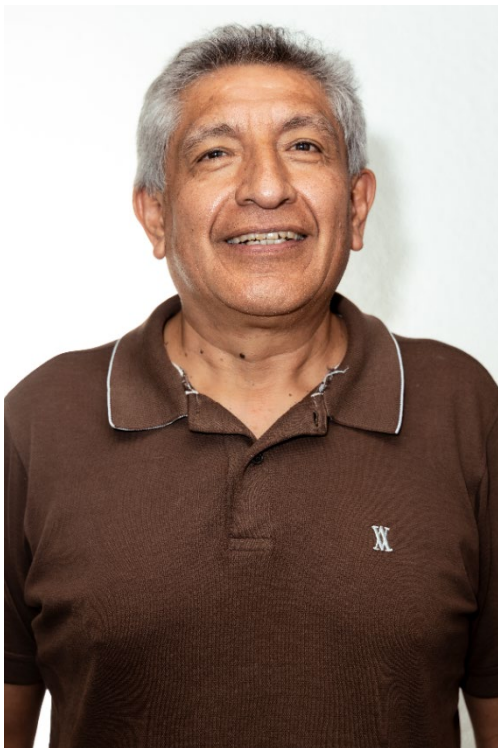
Familiar del director que ha experimentado la anosmia de él desde pequeño.

INDICAR LA RAZÓN POR LA QUE DESEA PARTICIPAR EN EL PROGRAMA

Cuando escuché sobre la idea de hacer un documental sobre la anosmia, de inmediato me llamó la atención. No solo porque fuera un tema interesante sino por todo lo que esta película quiere adaptar respecto al tema, es algo que a mí nunca se me habría ocurrido.



## Hoja 8



### Información personal

**Nombre y Apellidos:** Héctor Rodríguez Ramírez

**Fecha de nacimiento:** 11 de julio de 1961

**Edad:** 51 años

**Estado Civil:** Casado

**Nacionalidad:** mexicana

**Dirección:** Manzana 2, Grupo 1, Casa 20.  
Unidad Habitacional Santa Fe IMSS, Del  
Álvaro Obregón. CP 01170

**Teléfono celular:** 55 3050 7104

**E-mail:** lhgaxigema@gmail.com

### DATOS FÍSICOS

**Estatura:** 1.74m

**Peso:** 85 kg

**Calzado:** 7

**Color del cabello:** castaño oscuro

**Color de ojos:** cafés

**Tez:** morena

### **DISPONIBILIDAD DE TIEMPO**

Entre semana: Tiempo completo

Fines de semana: Tiempo completo

### APTITUDES

Familiar del director que ha experimentado la anosmia de él desde que nació.

## INDICAR LA RAZÓN POR LA QUE DESEA PARTICIPAR EN EL PROGRAMA

Cuando escuché sobre la idea de hacer un documental sobre la anosmia, de inmediato me llamó la atención. No solo porque fuera un tema interesante sino por todo lo que esta película quiere adaptar respecto al tema, es algo que a mí nunca se me habría ocurrido.

### **Hoja 8**



#### **Información personal**

**Nombre y Apellidos:** Luz María Villeda Sandoval

**Fecha de nacimiento:** 2 de junio de 1962

**Edad:** 50 años

**Estado Civil:** Casado

**Nacionalidad:** mexicana

**Dirección:** Manzana 2, Grupo 1, Casa 20. Unidad Habitacional Santa Fe IMSS, Del Álvaro Obregón. CP 01170

**Teléfono celular:** 55 3400 7240

**E-mail:** luz\_villeda5@hotmail.com

#### DATOS FÍSICOS

**Estatura:** 1.55m

**Peso:** 55 kg

**Calzado:** 2 1/2

**Color del cabello:** castaño oscuro

**Color de ojos:** cafés

**Tez:** blanca

## DISPONIBILIDAD DE TIEMPO

Entre semana: Tiempo completo

Fines de semana: Tiempo completo

## APTITUDES:

Familiar del director que ha experimentado la anosmia de él desde que nació.

## INDICAR LA RAZÓN POR LA QUE DESEA PARTICIPAR EN EL PROGRAMA:

Es un documental que suena muy interesante a pesar de que no veo muchas películas de ese tipo. Creo que me serviría mucho aprender y explorar sobre diferentes temas para poder acercarme más a mí hijo y entender su padecimiento.

## Hoja de casting de las personas que utilizan el olfato en su vida diaria:

En tercer lugar, se necesita la hoja de audición de los expertos que utilizan el sentido del olfato en su vida diaria.

### ***Hoja 1***



#### **Información personal**

**Nombre y Apellidos:** Edgar Rodrigo León Maldonado

**Fecha de nacimiento:** 7 de noviembre de 1992

**Edad:** 28 años

**Estado Civil:** Soltero

**Nacionalidad:** mexicana

**Telefono celular:** 55 3243 5215

## DISPONIBILIDAD DE TIEMPO

Entre semana: A partir de las 6:00pm

Fines de semana: Tiempo completo

## APTITUDES:

Chef de comida japonesa independiente con 12 años de experiencia cocinando diferentes tipos de platillos en toda la república mexicana.

## INDICAR LA RAZÓN POR LA QUE DESEA PARTICIPAR EN EL PROGRAMA:

Cuando me platicaron sobre el documental, me pareció muy interesante que hubiera una intención no solo de explicar la anosmia, sino también de mostrarle al mundo la enorme capacidad que tiene nuestro sentido del olfato para hacernos entender el mundo. El mundo de la anosmia es uno que no me puedo imaginar debido a mi trabajo y creo que es un lindo propósito el que tiene.

## Hoja 2



### Información personal

**Nombre y Apellidos:** Luis Montero Álvarez

**Fecha de nacimiento:** 22 de julio de 1997

**Edad:** 24 años

**Estado Civil:** Soltero

**Nacionalidad:** mexicana

**Dirección:** Mesta 20 Amp Águilas, Álvaro Obregón, CP 01710 Ciudad de México, CDMX

**Telefono celular:** 55 4071 7079

**E-mail:** luis.1alvarez20@gmail.com

## DISPONIBILIDAD DE TIEMPO

Entre semana: A partir de las 6:00pm

Fines de semana: Tiempo completo

## APTITUDES:

Chef de comida japonesa y mexicana independiente con 6 años de experiencia cocinando diferentes tipos de platillos en sus diferentes restaurantes en los que se presentan sus creaciones originales.

## INDICAR LA RAZÓN POR LA QUE DESEA PARTICIPAR EN EL PROGRAMA:

Tengo una amistad de varios años con un anósmico y siempre me ha dado curiosidad entender un poco más de su mundo. Creo que con mi profesión podría ayudar un poco a darle importancia a este padecimiento.

## Hoja de casting de doctores:

Después de esto, se necesita que las personas con experiencia médica en el tema tengan una participación para explorar la enfermedad con datos más claros.

### ***Hoja 1***



#### **Información personal**

**Nombre y Apellidos:** Vicente Gijón Mitre

**Edad:** 41 años

**Estado Civil:** Casado

**Nacionalidad:** mexicana

**Consultorio:** Centro Médico Naval. Av. H. Escuela Naval Militar 745, Coapa, presidentes Ejidales 1ra Secc, Coyoacán, 04470 Ciudad de México, CDMX

**Telefono celular:** 55 4352 3175

**E-mail:** drvicentegijonm@yahoo.com

### **DISPONIBILIDAD DE TIEMPO**

Entre semana: A partir de las 6:00 pm

Fines de semana: A partir de las 3:00 pm

### **APTITUDES:**

Médico cirujano especializado en el área de neurología con más de 10 años de experiencia. Ha tratado con diferentes padecimientos que causan anosmia como el Parkinson, tumores y traumatismo craneoencefálico.

### **INDICAR LA RAZÓN POR LA QUE DESEA PARTICIPAR EN EL PROGRAMA:**

Con la pandemia de la Covid-19 me encontré con muchos más casos de anosmia que antes y me di cuenta de que es un problema que realmente les afecta a las personas en su estilo de vida. Considero que es un tema muy interesante y muy poco tratado.

## ***Hoja 2***

### **Información personal**

**Nombre y Apellidos:** Ofelia Natsuko Taniyama López

**Edad:** 36 años

**Estado Civil:** Soltera

**Nacionalidad:** mexicana

**Consultorio:** Instituto Nacional de Rehabilitación. Calz México-Xochimilco 289, Coapa, Guadalupe Tlalpan, Tlalpan, 14389 Ciudad de México, CDMX

**Telefono celular:** 55 5947 6156

**E-mail:** drvicentegijonm@yahoo.com

### **DISPONIBILIDAD DE TIEMPO**



Entre semana: A partir de las 6:00 pm

Fines de semana: A partir de las 3:00 pm

#### APTITUDES:

Médico cirujano especializada en otorrinolaringología con 7 años de experiencia. Ha tratado con una gran cantidad de personas con anosmia a quienes ha ayudado a recuperarse con diferentes tratamientos.

#### INDICAR LA RAZÓN POR LA QUE DESEA PARTICIPAR EN EL PROGRAMA:

Me interesaría que las personas busquen encontrar una solución a su anosmia y no simplemente la acepten como su realidad. Es posible encontrar una cura en la mayoría de los casos y se pueden hacer más investigaciones para aquellos en los que no.

#### **Hoja 3**



#### Información personal

**Nombre completo:** Alejandra Ruiz Shuayre

**Edad:** 26 años

**Estado Civil:** Soltera

**Nacionalidad:** mexicana

**Fecha de nacimiento:** 18 de julio 1996

**Dirección del consultorio:** Unique Locations, ubicado en Paseo de los Tamarindos #384, piso 9, consultorio 963. Bosques de las Lomas, CDMX.

**Correo:** aruizshuayre@hotmail.com

**Celular:** 5532077872

#### DISPONIBILIDAD DE TIEMPO

Entre semana: A partir de las 6:00 pm

Fines de semana: A partir de las 3:00 pm

#### APTITUDES:

Maestra en psicología con tres años de experiencia, ha publicado investigaciones en revistas de alto renombre, como el Journal of Eating Disorder. Actualmente ve pacientes y es docente de Orientación Vocacional y Salud Socioemocional en una preparatoria.

#### INDICAR LA RAZÓN POR LA QUE DESEA PARTICIPAR EN EL PROGRAMA:

Me parece maravilloso que se busque una alternativa a la anosmia pues en mi experiencia como psicóloga he notado que varias personas tienen una relación entre sus capacidades olfatorias y sus problemas alimenticios. Creo que es un documental que podría ofrecer una perspectiva nueva y bella para poder entendernos.

#### Hoja de casting de los anósmicos:

Por último, se necesita de otros anósmicos dispuestos a ser entrevistados para este documental y que van a compartir sus experiencias.

#### **Hoja 1**



#### **Información personal**

**Nombre y Apellidos:** Marcos Alan Barona Cornejo

**Fecha de nacimiento:** 9 de mayo de 1997

**Edad:** 24 años

**Estado Civil:** Soltero

**Nacionalidad:** mexicana

**Dirección:** Calle Gitana Número 26 Mz 76 Lt 12  
Barrio Las Arboledas CP 13219 Tláhuac CDMX



**Telefono celular:** 55 4071 7079

**E-mail** baronacornejomarcosalan@gmail.com

## **DISPONIBILIDAD DE TIEMPO**

Entre semana: A partir de las 6:00pm

Fines de semana: Tiempo completo

## APTITUDES

Hombre anósmico desde nacimiento. Actualmente es un músico que experimenta con diferentes tipos de géneros musicales y diferentes estilos audiovisuales para sus videos.

## INDICAR LA RAZÓN POR LA QUE DESEA PARTICIPAR EN EL PROGRAMA

Nunca había escuchado a gente que estuviera interesada en mi padecimiento. Cuando se me comentó sobre las intenciones de este documental, me hizo pensar en muchas cosas de mi propia experiencia con la anosmia que jamás me había preguntado.

## 4.6 Scouting:

Las locaciones en esta carpeta son provisionales y las opciones elegidas provienen de entrevistas previas hechas a anósmicos en las que detallaron cuales son las memorias principales que tienen con su olfato o que les gustaría tener.

## **Bosque de Tláhuac**

Ubicación: Miguel Hidalgo, Tláhuac, 13200 Ciudad de México, CDMX

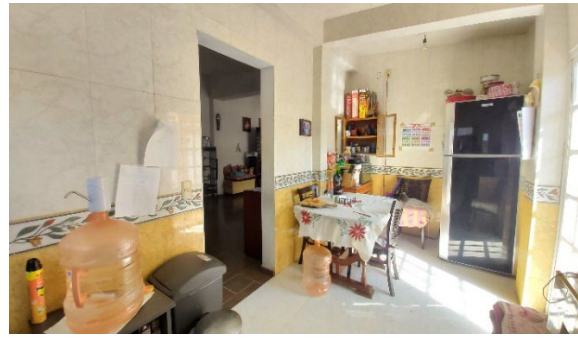
Esta pequeña área verde funcionaría para las escenas a realizar en exterior. Debido a que es un área pública, se necesitará obtener un permiso el cual ya está considerado dentro del presupuesto.



## Escenas de interior

Ubicación: Álvaro Obregón, Unidad Habitacional, Sta Fé IMSS, Manzana 2, Grupo 1, Casa 20, 01170 Ciudad de México.





La mayoría de los recuerdos y deseos de los anósmicos están relacionados o con la naturaleza accesible en su región o a la intimidad de su hogar o personas queridas. Es por eso que para las recreaciones solo será necesario conseguir estos dos espacios de inicio.

Esta casa contiene suficientes espacios para recrear las escenas con actores y suficiente iluminación natural como para no requerir mucha iluminación externas. Así mismo, no es preocupante a nivel sonoro pues la mayoría de los sonidos se añadirán en posproducción.



## Segundas escenas de interior

Ubicación: Álvaro Obregón, Unidad Habitacional, Sta Fé IMSS, Manzana 4, Grupo 3, Casa 3, 01170 Ciudad de México.



Esta locación será más útil para grabar recreaciones que requieran un ambiente mucho más familiar y unido, así como cualquier situación que requiera la participación de cosas infantiles.

### 4.7 Cotización:

#### Equipo humano:

Debido a que, en el caso de varios miembros de la producción no se puede tener total claridad en el número de días exactos que se van a trabajar, se les otorgara un trabajo por quincena que está basado en el cronograma previamente hecho.

<b>Puesto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Salario</b>	<b>Días</b>	<b>Total</b>
Director	1	\$10,000 por quincena	8 quincenas	\$80,000

Asistente de dirección	1	\$6,000 por quincena	8 quincenas	\$48,000
Guionista	1	\$25,000 por proyecto	-----	\$25,000
Director de fotografía	1	\$8,000 por quincena	7 quincenas	\$56,000
Diseñador de audio	1	\$6,000 por quincena	5 quincenas	\$30,000
Compositor	1	\$25,000 por proyecto	-----	\$25,000
Director artístico	1	\$5,000 por quincena	4 quincenas	\$20,000
Gerente de locaciones	1	\$25,000 por proyecto	-----	\$25,000
Gafer	1	\$500 por día	20 días	\$10,000
Maquillista	1	\$1,000 por día	20 días	\$20,000
Editor/montajista	1	\$25,000 por proyecto	-----	\$25,000
Colorista	1	\$18,000 por proyecto	-----	\$18,000
Editor de audio	1	\$20,000 por proyecto	-----	\$20,000
Presupuesto para actores	-----	-----	-----	\$30,000
TOTAL	-----	-----	-----	\$432,000

#### Equipo técnico:

La renta de equipo se realizará con la empresa Renta una 7D. Es importante señalar que este presupuesto considera los días que se tienen destinados para la grabación en producción debido al cronograma. Sin embargo, como ya es explicó antes, estos

días de grabación pueden fluctuar debido a la disponibilidad de los entrevistados y se tiene la expectativa de que el tiempo y costos sean mucho menores. Esta cotización solo considera el capital que sería necesario para terminar la película en tiempo en forma sin problemas económicos.

<b>Equipo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio de renta por día o compra</b>	<b>Días</b>	<b>Precio total</b>	<b>Precios con IVA</b>
Canon C300 MKII con lente 24-105mm F4 IS	1	Renta: \$5,000	40	\$200,000	\$232,000
Luces Aputure II Lightstorm C120D II	2	Renta: \$300	20	\$12,000	\$13,920
Lightdome	1	Renta: \$250	20	\$5,000	\$5,800
Tripodes para luces con contra pesos	2	Incluidos en la renta de las luces	-----	-----	-----
Tripode Manfrotto 509HD	1	Renta: \$800	40	\$32,000	\$37,120
Ronin MX	1	Renta: \$1,800	10	\$18,000	\$20,880
Grabadoras Wireless Go	2 transmisores 1 receptor	Renta: \$600 (todo incluido)	30	\$18,000	\$20,880
Micrófono Boom Seinheiser MKH416	1	Renta: \$600	20	\$12,000	\$13,920
Grabadora Zoom H6	1	Renta: \$500	20	\$10,000	\$11,600
<b>TOTAL:</b>	-----	-----	-----	\$307,000	\$356,120

Escenografía y maquillaje:

<b>Equipo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio por renta o compra</b>	<b>Días</b>	<b>Precio total</b>
Portería de fondos	1	Compra: \$2,100	-----	\$2,100
Fondo de tela	1	Compra: \$447	-----	\$447
Utilería	-----	Presupuesto por día: \$250	10	\$2,500
Maquillaje	-----	Presupuesto por día: \$250	20	\$5,000
<b>Total</b>	-----	-----	-----	<b>\$10,047</b>

Edición:

<b>Equipo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio por renta o compra</b>	<b>Días</b>	<b>Precio total</b>
Computadora con procesador AMD Ryzen 9 5950X 16 Core	1	Renta de \$1,150 por día	25 días	\$28,750

Subtotales:

<b>Área</b>	<b>Cantidad</b>
Equipo humano	\$432,000
Equipo técnico	\$356,304
Escenografía y maquillaje	\$10,047
Edición	\$28,750

#### 4.8 Presupuesto:

En total, el presupuesto estimado para esta producción sería de un total de \$827,101 (pesos mexicanos con precios considerados en septiembre del 2021). Cabe aclarar que se espera que muchos de los días de filmación se vean reducidos y solo se están considerando el presupuesto total que se necesitaría par hacer la filmación en cualquiera de los días considerados.

#### 4.9 Marco Jurídico:

- Ley de Filmaciones del Distrito Federal 1, 2, 4 Fracción VIII, 5, 10 fracción III, 19 fracciones VI, VII, X, XIX, 20, 23, 25, 26, 27, 28, 39, 40, 40 BIS, 41 y 42.
- Reglamento de la Ley de Filmaciones del Distrito Federal 25 y 26.
- Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal 39 fracción VI.



## **CONCLUSIONES:**

El objetivo general de este proyecto, realizar un guion audiovisual que dé mayor difusión a la anosmia, fue cumplido. La investigación logró encontrar todos los elementos que serían necesarios de cubrir para que el tema de la pérdida del sentido del olfato quede cubierto en todos sus aspectos.

En cuanto los objetivos particulares, en primer lugar, se pudo desarrollar de manera clara y concisa cómo es que un guion audiovisual se desarrolla para la creación de una película documental. Debido a que este tipo de cine es mucho más libre que el cine de ficción es imposible determinar claramente qué debe y qué no debe incluir un guion de este tipo.

Un ejemplo de esto es que para este documental se podrían utilizar diferentes métodos en su realización. No hay duda de que muchos productores preferirían tener un equipo humano mucho mayor pero la realidad es que un equipo de tal magnitud no es necesario y solo aumentaría el costo de forma innecesaria.

Sin embargo, la amplia investigación logró sentar las bases para la creación de guiones que ayuden a los realizadores a tener una guía para sus proyectos. Se determinó claramente qué está permitido incluir durante la preproducción y cómo es que dichos elementos se deben utilizar durante una producción y posproducción.

En segundo lugar, se consiguió analizar cómo es que la opinión pública altera la percepción de la anosmia. El padecimiento fue analizado desde diferentes puntos para realmente otorgar al lector una visión completa de la percepción que la sociedad actual tiene del sentido del olfato y la pérdida de este.

Por último, se consiguió generar un guion audiovisual, respaldado por una carpeta de producción, que planteara imágenes que permitan entender la anosmia como un padecimiento que en verdad afecta la vida las personas y que necesita mayor difusión.

Las imágenes aquí propuestas, conseguirán que el espectador nósmico tenga una mayor apreciación de las posibilidades de su sentido del olfato. De la misma forma,

el espectador anósmico sentirá empatía por las historias mostradas en pantalla, pues están basadas en las experiencias de varios estudios y entrevistas hechas a personas como él.

Cabe aclarar que la carpeta es solo un extra para que el guion se vuelva mucho más realista de realizar. La carpeta funciona como un argumento más para el guion. El objetivo de este proyecto no es la carpeta de producción como tal.

En cuanto a las preguntas de investigación, podemos concluir que, un guion de cine documental se realiza a través de la investigación previa del tema a analizar y el planteamiento de argumentos coherentes a través de una narrativa. Esto nos llevará a poder generar propuestas e ideas previas de aquello que podría pasar durante la realización y cómo dichos eventos nos ayudarán a defender nuestros argumentos.

Acerca de la pregunta ¿Cómo es que el sentido del olfato, o la carencia de este, influyen en nuestra forma de comunicarnos y relacionarnos? La conclusión es que nuestro olor y el de aquellos que nos rodean es un factor muy determinante en nuestra forma de interactuar. Es importante en cuanto a relaciones amorosas, amistosas y de clases sociales. Es un factor determinante en cómo las demás personas nos perciben y nuestra posibilidad de entablar una relación cordial con ellos.

Por último, para la pregunta de ¿Qué capacidad tiene la gente para describir y entender la información que le proporciona el olfato en su vida diaria? Podemos concluir que esta es exageradamente limitada. Los seres humanos son incapaces de describir y apreciar toda la información que el olfato nos ofrece. No existen medios en los que se ofrezca una experimentación con el olfato y no parece que esto vaya a cambiar pronto.

Esta investigación presentó grandes dificultades para entender el sentir de los pacientes debido a lo complicado que es medir cuánto les afecta un padecimiento que tal vez ni siquiera saben que tienen. En entrevistas realizadas a anósmicos se descubrió que había muy poca información de la que ellos eran conscientes y en muchos casos el investigador estaba más informado que el entrevistado. Se requirió

mucha verificación de los datos pues, como hay muy poca información sobre la anosmia era muy difícil saber si la información de algunas fuentes era completamente cierta y verificada.

El otro gran problema que se tuvo fue el tono con el que se manejó el texto. La anosmia no es una enfermedad mortal y terrible que arruina por completo la vida de una persona, y no era la intención de esta investigación el hacerla parecer como tal. Por eso, era importante que el tono de esta investigación nunca cayera en algo que hiciera al lector deslindarse por lo exagerado o trágico que le pudiera parecer.

Esta investigación sin duda obtuvo resultados contundentes sobre la importancia de la anosmia y las posibilidades de difundirla ante mayores audiencias. El análisis que se hizo sobre el guion audiovisual y la producción del cine documental nos permitió obtener una amplia gama de herramientas para hacer el documental lo más entretenido e informativo posible para aquellos que están desinformados sobre el tema.

Asimismo, la investigación que se hizo sobre la enfermedad y sobre los olores en general nos dio una base perfecta para continuar con una investigación más profunda y especializada. Existe mucho que explorar todavía sobre la forma en que nos relacionamos y cómo captamos el mundo a través de la nariz.

Por último, la creación de una carpeta de producción nos permitió entender de mejor forma las posibilidades y limitantes de un documental sobre la anosmia, así como los requerimientos para tener una producción enfocada y bien organizada. No obstante, sin duda se podrían hacer un mayor número de entrevistas a personas de diferentes culturas y partes del mundo para saber cómo es que el olfato los afecta y obtener un panorama más amplio para el documental.

## **Bibliografía**

- *Akira Kurosawa's Advice to Aspiring Filmmakers: Write, Write, Write and Read*. Open Culture. (2016). Encontrado el 16 de noviembre del 2020, en <https://www.openculture.com/2016/09/akira-kurosawas-advice-to-aspiring-filmmakers-write-write-write-and-read.html>.
- Barton, C. (2020). *How sound and smell can create perfect harmony*. The Guardian. Encontrado el 3 de septiembre del 2020, en <https://www.theguardian.com/science/2012/oct/22/sound-and-smell-create-harmony>.
- Bojovic, N. (2016). *Anosmia, the disability of being 'noseblind', is no laughing matter*. The Conversation. Encontrado el 30 de agosto del 2020, en <https://theconversation.com/anosmia-the-disability-of-being-noseblind-is-no-laughing-matter-67813>.
- Bucknell, A. (2018). *Architecture You Can Smell? A Brief History of Multisensory Design*. Metropolis. Encontrado el 3 de septiembre del 2020, en <https://www.metropolismag.com/architecture/multisensory-architecture-design-history/>.
- Criado, M. (2015). *Una jerarquía casi universal de los cinco sentidos*. EL PAÍS. Encontrado el 30 de agosto del 2020, encontrado en [https://elpais.com/elpais/2015/01/24/ciencia/1422086221\\_322820.html](https://elpais.com/elpais/2015/01/24/ciencia/1422086221_322820.html).
- Cytowic, R. (2002). *Synesthesia* (2da ed.). Cambridge.
- Dyksterhouse, L. *What is documentary? The genre defined. – Videomaker*. Encontrado el 3 de julio 2020, from <https://www.videomaker.com/how-to/documentary/what-is-documentary/>.
- Everett, P. (2008). *Vivaldi The Four Seasons and Other Concertos, Op. 8* (1st ed.). Cambridge University Press.
- Field, S., 2005. *Screenplay*. 4th ed. New York: Bantam Dell
- *First surviving film*. Guinness World Records. (2020). Encontrado el 6 de julio 2020, en <https://www.guinnessworldrecords.com/world-records/first-surviving-film>.

- Fountain, L. (2012). *We all sweat – get over it, women* | Laura Fountain. The Guardian. Encontrado el 9 de febrero del 2021, en <https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/may/02/sweat-women-sport-gym>.
- García, P. (2019). *Lights! Camera! Action! How the Lumière brothers invented the movies*. Nationalgeographic.com. Encontrado el 3 de julio del 2020, en <https://www.nationalgeographic.com/history/magazine/2019/01-02/creation-of-the-motion-picture-lumiere-brothers/>.
- Gilbert, Avery (2008). "Hollywood Psychophysics". *What the Nose Knows*
- Goldmann, L. (1982). Chronique d'un été. *Cinemaction*, 17, 130-132.
- Hardy, J. (2019). *The First Movie Ever Made: Why and when films were invented*. History Cooperative. Encontrado 17 de julio de 2020, en <https://historycooperative.org/first-movie-ever-made/>.
- Jack, I. (2016). Anosmia: a life without smell. *The Guardian*. Encontrado el 23 de agosto del 2020, en <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/apr/02/anosmia-a-life-without-smell>.
- Jaquet, C. (2016). *Filosofía del Olfato* [Ebook]. Paidós. Encontrado el 25 de agosto del 2020, en Kobo.com
- Kahn, W. (1989). Toward a Sense of Organizational Humor: Implications for Organizational Diagnosis and Change. *The Journal Of Applied Behavioral Science*, 25(1), 45-63. <https://doi.org/10.1177/0021886389251004>
- Kring-Schreifels, J., 2019. 'The Blair Witch Project' At 20: Why It Can't Be Replicated. [en línea] Nytimes.com. Disponible en: <<https://www.nytimes.com/2019/07/30/movies/blair-witch-project-1999.html>> [Encontrado el 4 de julio 2020].
- Kohli, P., Soler, Z., Nguyen, S., Muus, J., & Schlosser, R. (2016). The Association Between Olfaction and Depression: A Systematic Review. *Chemical Senses*, 41(6), 479-486. <https://doi.org/10.1093/chemse/bjw061>

- *Las 100 mejores películas mexicanas de la historia*. Sector Cine. (2020). Encontrado el 5 de septiembre del 2020, en <https://www.sectorcine.com/noticias-nota/las-100-mejores-peliculas-mexicanas/>.
- McGraw, P. (2010) *What makes things funny* | Peter McGraw | TEDxBoulder [Video file]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ysSgG5V-R3U&t=233s>
- Mendoza, C. (2010). *El guion para cine documental* (pp. 138-143). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Nichols, B. (2017). *Introduction to documentary* (4ta ed.). Indiana U.P.
- Oaklander, M. (2016). *Smell Dating Matchmaking Is Now a Thing*. TIME.com. Encontrado el 30 de agosto del 2020, en <https://time.com/smell-dating-4/>.
- Philpott, C., & Boak, D. (2014). The Impact of Olfactory Disorders in the United Kingdom. *Chemical Senses*, 39(8), 711-718. <https://doi.org/10.1093/chemse/bju043>
- Oaklander, M. (2016). *Smell Dating Matchmaking Is Now a Thing*. TIME.com. Retrieved 30 August 2020, from <https://time.com/smell-dating-4/>.
- Odin, R., & Lyant, J. (2020). *C.I.E.R.E.C. Cinémas et réalités Travaux XLI* (263-278). Université de Saint-Etienne CIEREC.
- Oral, E., Aydin, M., Aydin, N., Ozcan, H., Hacimuftuoglu, A., Sipal, S., & Demirci, E. (2013). How can olfaction disorders cause depression? The role of habenular degeneration. *Neuroscience*, 240, 63-69. <https://doi.org/10.1016/j.neuroscience.2013.02.026>
- Peña Rodríguez, D. (2016). *Diseño De Guiones Para Audiovisual: Ficción Y Documental* (p. 65). Universidad Autónoma Metropolitana.
- Philpott, C., & Boak, D. (2014). The Impact of Olfactory Disorders in the United Kingdom. *Chemical Senses*, 39(8), 711-718. <https://doi.org/10.1093/chemse/bju043>
- Piauxt, M. (2000). *Anthropologie et Cinéma* (4ta ed., pp. 77-86). Nathan Université.

- Riera, C., Tsaousidou, E., Halloran, J., Follet, P., Hahn, O., & Pereira, M. et al. (2018). The Sense of Smell Impacts Metabolic Health and Obesity. *Yearbook Of Paediatric Endocrinology*, 26, 198-211. <https://doi.org/10.1530/ey.15.11.10>
- Sennett, A. (2014). Film Propaganda: *Triumph of the Will* as a Case Study. *Framework: The Journal of Cinema and Media* 55(1), 45-65
- Swaminath, G. (2006). 'Joke's A Part': In defence of humour. National Center for Biotechnology Information. Encontrado el 1 de septiembre del 2020, en <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2932988/>.
- Swanson, J. (2018). *Fantasmia: ¿qué provoca las alucinaciones olfativas?* Mayo Clinic. Encontrado el 30 de agosto del 2020, en <https://www.mayoclinic.org/es-es/diseases-conditions/temporal-lobe-seizure/expert-answers/phantosmia/faq-20058131>.
- Tafalla, M. (2010). *Nunca sabrás a qué huele Bagdad* (1st ed.). Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions.
- Temmel, A., Quint, C., Schickinger-Fischer, B., Klimek, L., Stoller, E., & Hummel, T. (2002). Characteristics of Olfactory Disorders in Relation to Major Causes of Olfactory Loss. *Archives Of Otolaryngology–Head & Neck Surgery*, 128(6), 635. <https://doi.org/10.1001/archotol.128.6.635>.
- *Tempestad - Awards*. IMDb. Encontrado el 5 de septiembre del 2020, en [https://www.imdb.com/title/tt3800560/awards?ref\\_=tt\\_awd](https://www.imdb.com/title/tt3800560/awards?ref_=tt_awd).
- *Un 5% de la población mundial padece anosmia – SEORL-CCC*. Seorl.net. Encontrado el 23 de agosto del 2020, from <https://seorl.net/poblacion-mundial-anosmia/>.
- Vaillant, G. (1994). Ego mechanisms of defense and personality psychopathology. *Journal Of Abnormal Psychology*, 103(1), 44-50. <https://doi.org/10.1037/0021-843x.103.1.44>
- Vértov, D. (1922). *WE: Variant of A Manifesto* [Ebook]. monoskop.org. Encontrado el 5 de julio del 2020, extraído de [https://monoskop.org/images/6/66/Vertov\\_Dziga\\_1922\\_1984\\_We\\_Variant\\_of\\_a\\_Manifesto.pdf](https://monoskop.org/images/6/66/Vertov_Dziga_1922_1984_We_Variant_of_a_Manifesto.pdf).

- Williams, L. (2013). Mirrors without Memories: Truth, History, and The Thin Blue Line. In B. Keith Grant & J. Sloniowski, *Documenting the Documentary* (pp. 379-396). Wayne State University Press.
- Wilson, B. (2016). 'I've been told bacon smells lovely' – life without a sense of smell. The Guardian. Encontrado el 30 de agosto 2020, en <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/mar/26/ive-been-told-bacon-smells-lovely-life-without-sense-smell>.
- Wray, D. (2014). *This is What Electronic Music Smells Like*. Vice. Encontrado el 3 de septiembre del 2020, en [https://www.vice.com/en\\_us/article/wnyeex/unsound-ephemera-scent-installation-kode9-ben-frost-interview](https://www.vice.com/en_us/article/wnyeex/unsound-ephemera-scent-installation-kode9-ben-frost-interview)
- Yabroff, J. (2009). "Spinal Tap" and Its Influence. Newsweek. Encontrado el 9 de julio del 2020, extraído de <https://www.newsweek.com/spinal-tap-and-its-influence-77437>.

## REFERENCIAS:

- Al-Katead, W. & Watts, E. (2019). مناقسما. [Video]. Siria.
- Armstrong, S., Algar, J., Roberts, B., Satterfield, P., Sharpsteen, B., & Hand, D. et al. (1940). *Fantasia* [Video]. Estados Unidos de América.
- Brooks, J. Groening M. (1989-2020). *The Simpsons* [Video]. Estados Unidos de América.
- Canepari, Z. & Cooper, D. (2019) *Fire in Paradise*. [Video]. Estados Unidos de América.
- Cohen, D. Groening, M. (1999-2013). *Futurama* [Video]. Estados Unidos de América.
- Cowperwaithe, G. (2013). *Blackfish*. [Video]. Estados Unidos de América.
- Dick, K. (2015). *The Hunting Ground*. [Video]. Estado Unidos de América.
- Edelman, E. (2016). *O.J.: Made in America*. [Video]. Estados Unidos de América.
- Farrier, D., & Reeve, D. (2016). *Tickled* [Video]. Nueva Zelanda.
- Fiasco, R. (2013). *Quebranto*. [Video]. México.



- Flaherty, R. (1922). *Nanook of the North* [Video]. Estados Unidos de América.
- Folman, A. (2008). *Vals Im Bashir* [Video]. Israel.
- Fricke, R. (1992). *Baraka* [Video]. Estados Unidos de América.
- Fricke, R. (2011). *Samsara* [Video]. Estados Unidos de América.
- Gerwig, G. (2019). *Little Women* [DVD]. E.U. Columbia Pictures
- González, E. (2017). *La Libertad del Diablo*. [Video]. México.
- Guzmán, P. (2010). *Nostalgia de la Luz*. [Video]. Chile.
- Hernández, T. (2018). *Titixe*. [Video]. México.
- Herzog, W. (1992). *Lektionen in Finsternis* [Video]. Alemania.
- Huez, T. (2016). *Tempestad* [Video]. México.
- Joon Ho, B. (2019). *Gisaengchung* [Filme]. Corea del Sur.
- Kasdan, J. (2007). *Walk Hard: The Dewey Cox Story* [Video]. Estados Unidos de América.
- Kohs, G. (2017) *AlphaGo* [Video]. Estados Unidos de América.
- Kuenne, K. (2008). *Dear Zachary: A Letter to a Son About His Father* [Video]. Estados Unidos de América.
- LaMendola, J. (2012). *Anosmia*. [Video].
- Lanzmann, C. (1985). *Shoah* [Video]. Francia.
- Layton, B. (2012). *The Imposter* [Video]. Estados Unidos de América.
- Le Prince, L. (1888). *Roundhay Garden Scene* [Video]. Reino Unido.
- Lumiere, L. (1895). *La Sortie de l'usine Lumière à Lyon* [Video]. Francia.
- Maitland, K. (2016). *Tower* [Video]. Estados Unidos de América.
- Marker, C. (1983). *Sans Soleil* [Video]. Francia.
- Mekas, J. (2000). *As I Was Moving Ahead Occasionally I Saw Brief Glimpses of Beauty*. [Video]. Estados Unidos de América
- Middleton, P., & Spinney, J. (2016). *Notes on Blindness* [Video]. Reino Unido.
- Morris, E. (1988). *The Thin Blue Line* [Video]. Estados Unidos de América.
- Myrick, D., & Sánchez, E. (1999). *The Blair Witch Project* [Video]. Estados Unidos de América.
- Olaizola, Y. (2008). *Intimidaciones de Shakespeare y Víctor Hugo*. [Video]. México.

- Oppenheimer, J. (2014). *Senyap*. [Video]. Indonesia.
- Oppenheimer, J., & Cynn, C. (2012). *The Act of Killing* [Video]. Dinamarca.
- Pajot, L. & Swirsky, J. (2012). *Indie Game: The Movie*. [Video]. Canadá.
- Peck, R. (2016) *I Am Not Your Negro* [Video]. Estados Unidos de América.
- Piller, M. Behr, I. (1993-1999) *Star Trek: Deep Space Nine* [Video] Paramount Domestic Television
- Reiner, R. (1984). *This Is Spinal Tap* [Video]. Estados Unidos de América.
- Ricciardi, R. & Demos, M. (2015). *Making a Murderer*. [Video]. Estados Unidos de América.
- Rosi, G. (2016). *Fuocoammare*. [Video]. Italia
- Russo, A., & Russo, J. (2018). *Avengers: Infinity War* [Video]. Estados Unidos de América.
- Stahelski, C., & Leitch, D. (2014). *John Wick* [Video]. Estados Unidos de América.
- Varda, A. & JR. (2017). *Visages Villages*. [Video]. Francia.
- Vasarhelyi, E. & Chin, J. (2018). *Free Solo*. [Video]. Estados Unidos de América.
- Vertov, D. (1929). *Chelovek s kino-apparatom* [Video]. Unión Soviética.
- Wang, N., & Zhang, J. (2019). *One Child Nation* [Video]. Estados Unidos de América.
- Wardle, T. (2020). *Three Identical Strangers* [Video]. Estados Unidos de América; Tim Wardle.
- Williams, R. (2016). *Life, Animated*. [Video]. Estados Unidos de América.