

Escola Universitària Politécnica de Mataró

Centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA

Grado en Medios Audiovisuales

**CONCEPTUALIZACIÓN DE UNA WEBSERIE DE COMEDIA
EN FORMATO ANIMACIÓN 2D:
*Días de mierda***

Memoria

**PABLO MEDINA FERNÁNDEZ
PONENTE: JORGE OTER**

OTOÑO 2016



**TecnoCampus
Mataró-Maresme**

Dedicatoria

Para mis amigos y familia. Materia prima.

Agradecimientos

A Jorge y Juan Carlos por su visión profesional e inestimable ayuda. A Sergi por la magnífica colaboración de calidad.

Resum

Aquest projecte és un treball de guió que pretén explicar el procés realitzat en la conceptualització d'una websèrie còmica en format d'animació 2D. El projecte es tradueix en la creació d'una Bíblia de venda del producte audiovisual i un *creative trailer*¹ de mostra. Aquesta Bíblia comporta el desenvolupament dels personatges, del to i del format a més de les trames de la primera temporada i el primer capítol dialogat. Durant el procés de creació del tràiler s'han desenvolupat les tres etapes de l'audiovisual: preproducció, producció i postproducció.

Resumen

El presente proyecto es un trabajo de guion que pretende explicar el proceso seguido en la conceptualización de una webserie de comedia en formato de animación 2D. El proyecto se traduce en la creación de una Biblia de venta del producto audiovisual y un *creative trailer* de muestra. Dicha Biblia conlleva el desarrollo de personajes, del tono y del formato además de las tramas de la primera temporada y el primer capítulo dialogado. Durante el proceso de creación del *trailer* se han desarrollado las tres etapas del audiovisual: preproducción, producción y posproducción.

Abstract

This screenwriting project tries to explain the process of conceptualization of a 2D animation comedy webseries. The project implies the creation of the webseries bible and of a *creative trailer*. The bible involves the development of the characters, tone, format, plot of the episodes of the first season and the script of the first chapter. As for the process of creation of the trailer, the three stages of filmmaking have been developed: pre-production, production and post-production.

¹ Nota del autor: En este documento se utiliza *trailer* (y no tráiler) en su idioma original debido a que, en muchos casos, se forman sintagmas nominales con otros anglicismos para complementarlo.

Índice.

| | |
|---|-----|
| Índice de figuras | III |
| Glosario de términos | V |
| 1. Introducción | 1 |
| 1.1. La comedia como verdad..... | 1 |
| 1.2. Motivaciones..... | 2 |
| 2. Objetivos y alcance | 5 |
| 2.1. Objetivos principales | 5 |
| 2.2. Objetivos específicos | 5 |
| 2.3. Alcance del proyecto | 6 |
| 2.4. <i>Target</i> | 6 |
| 3. Marco teórico | 7 |
| 3.1. Conceptual | 7 |
| 3.1.1. El guion | 7 |
| 3.1.2. El guion seriado..... | 9 |
| 3.1.3. La webserie. | 10 |
| 3.1.4. La comedia | 11 |
| 3.1.5. El post-humor | 14 |
| 3.2. Aspecto audiovisual..... | 16 |
| 3.2.1. Historia de la animación..... | 16 |
| 3.2.2. <i>Adult Cartoon</i> | 18 |
| 3.2.3. La narración..... | 19 |
| 4. Análisis de referentes | 21 |
| 4.1. Referentes conceptuales..... | 21 |
| 4.1.1. Louis C.K. | 21 |
| 4.1.1.1. <i>Louie</i> (Louis C.K., 2010-) | 22 |
| 4.1.1.2. <i>Louis C.K. Animation Short</i> (Augenblick Studios, 2007) | 24 |
| 4.1.1.3. Pieza de animación en <i>Comedians in Cars Getting Coffee</i> (Jerry Seinfeld, 2012).. | 25 |
| 4.1.2. <i>Arròs covat</i> (Juanjo Saez, 2009)..... | 26 |
| 4.1.3. <i>El fin de la comedia</i> (Ignatius Farray, Miguel Esteban, Raúl Navarro, 2014) | 27 |
| 4.1.4. <i>Dr. Katz, Professional Therapist</i> (Tom Snyder, 1995) | 29 |
| 4.2. Referentes estéticos o de estilo | 30 |

| | |
|--|----|
| 4.2.1. <i>Moderna de Pueblo</i> (Raquel Córcoles, 2010) | 30 |
| 4.2.2. <i>Querido Antonio</i> (Alberto González Vázquez, 2004) | 31 |
| 4.2.4. <i>Ellos Mismos</i> (Joaquín Reyes, 2011)..... | 32 |
| 5. Metodología..... | 35 |
| 6. Desarrollo del proyecto | 39 |
| 6.1. Biblia | 39 |
| 6.1.1. Investigación y referentes..... | 39 |
| 6.1.2. Desarrollo de la biblia | 40 |
| 6.1.2.1. Concepto..... | 40 |
| 6.1.2.2. Formato | 41 |
| 6.1.2.3. Tramas | 42 |
| 6.1.2.4. Personajes..... | 44 |
| 6.1.2.5. Primer capítulo. | 48 |
| 6.2. <i>Creative trailer</i> | 49 |
| 6.2.1. Preproducción..... | 49 |
| 6.2.1.1. Guion del <i>creative trailer</i> | 50 |
| 6.2.1.2. <i>Storyboard</i> | 54 |
| 6.2.1.3. Voz en <i>off</i> | 56 |
| 6.2.2. Producción..... | 57 |
| 6.2.3. Posproducción. | 64 |
| 7. Análisis de resultados..... | 67 |
| 8. Conclusiones | 69 |
| 9. Posibles ampliaciones | 71 |
| 10. Bibliografía..... | 73 |
| 11. Filmografía | 77 |

Índice de figuras.

| | |
|--|----|
| Fig. 3.1.1.1 : <i>South Park</i> | 9 |
| Fig. 3.1.4.1. : <i>L'arroseur arrosé</i> (Lumière, 1895)..... | 12 |
| Fig. 4.1.1.1.1. <i>A La Carte</i> (<i>Louie</i> 5x2)..... | 22 |
| Fig. 4.1.1.1.2. <i>The Subway</i> (<i>Seinfeld</i> 3x13)..... | 23 |
| Fig. 4.1.1.1.3. <i>Subway/Pamela</i> (<i>Louie</i> 2x6)..... | 24 |
| Fig. 4.1.1.2.1. <i>Louis CK Animation Short</i> | 25 |
| Fig. 4.1.1.3.1. Anécdota de Louis C.K | 26 |
| Fig. 4.1.2.1. <i>Arròs covat</i> (1x01)..... | 27 |
| Fig. 4.1.3.1. <i>El fin de la comedia</i> | 28 |
| Fig. 4.1.4.1. <i>Memoirs, Dr. Katz</i> , (4X01)..... | 29 |
| Fig. 4.2.1.1. <i>Moderna de pueblo</i> | 31 |
| Fig. 4.2.2.1. <i>Los Reyes Magos</i> | 32 |
| Fig. 4.2.3.1. Detalle de <i>Ellos mismos</i> | 33 |
| Fig. 4.1.2.4.1. Liz Greenber (<i>Man Seeking Woman</i>)..... | 47 |
| Fig. 4.1.2.4.2. Hermana..... | 47 |
| Fig. 6.2.1.1.1. Inicio de <i>Annie Hall</i> | 51 |
| Fig. 6.2.1.1.2. Plano en <i>storyboard</i> | 51 |
| Fig. 6.2.1.1.3. Plano en la animación final..... | 52 |
| Fig. 6.2.1.1.4. <i>Nymphomaniac: Vol. I</i> (plano)..... | 52 |
| Fig. 6.2.1.1.5. Fotografía del universo..... | 53 |

| | |
|---|----|
| Fig. 6.2.1.1.6. Versión 2 del guion en <i>Celtx</i> | 54 |
| Fig. 6.2.1.2.1. <i>Storyboard</i> imagen 10..... | 55 |
| Fig. 6.2.1.2.2. <i>Storyboard</i> imagen 7..... | 55 |
| Fig. 6.2.1.3.1. Anotación para el actor..... | 56 |
| Fig. 6.2.2.1. <i>Native Instruments Audio 6</i> | 57 |
| Fig. 6.2.2.2. Micrófono de condensador <i>AKG P220</i> | 57 |
| Fig. 6.2.2.3. Tableta táctil <i>Intuos Art</i> | 58 |
| Fig. 6.2.2.4. Plano final en <i>Photoshop CC 2014</i> | 58 |
| Fig. 6.2.2.5. Efecto “ruido turbulento” en <i>After Effects CS6</i> | 59 |
| Fig. 6.2.2.6. Captura de pantalla del <i>creative trailer 1</i> | 60 |
| Fig. 6.2.2.7. Captura de pantalla del <i>creative trailer 2</i> | 61 |
| Fig. 6.2.2.8. Captura de pantalla del <i>creative trailer 3</i> | 61 |
| Fig. 6.2.2.9. Captura de pantalla del <i>creative trailer 4</i> | 62 |
| Fig. 6.2.2.5. Efecto “partículas” en <i>After Effects</i> | 63 |
| Fig. 6.2.3.1. Proyecto en <i>Premier Pro CS6</i> | 63 |
| Fig. 6.2.3.2. <i>Storyboard</i> imágenes 10 y 11..... | 64 |
| Fig. 6.2.3.3. Imagen intercalada 1..... | 64 |
| Fig. 6.2.3.4. Secuencia de imágenes final..... | 65 |
| Fig. 6.2.3.5. <i>Storyboard</i> imágenes 6 (eliminada) y 8..... | 65 |
| Fig. 6.2.3.6. Imagen añadida..... | 66 |

Glosario de términos.

CGI *Computer Generated Images* (Imágenes generadas por ordenador)

fps *frames per second* (fotogramas por segundo)

TFG Trabajo Final de Grado

1. Introducción.

El presente TFG (Trabajo final de grado) es un trabajo de guion consistente en la conceptualización de una webserie de comedia y animación 2D. Dicha conceptualización se traduce en la creación de una biblia audiovisual de venta y un *creative trailer* de muestra. El proyecto de guion se sitúa en un contexto de comedia y con la intención de ser distribuido a través de la red.

Este trabajo se sitúa en el plano de un producto audiovisual creado especialmente para la web. El papel de estos contenidos es cada vez más importante y absorben, con el tiempo, más y más parte de la industria audiovisual. En un mundo como el actual donde el audiovisual es cada vez más consumido, pero por diferentes plataformas (móvil, *tablet*, etc.), el alcance de una propuesta de webserie de poco presupuesto puede ser enorme.

La serie llamada *Días de mierda* funciona como puro entretenimiento, no existe un discurso artístico como objetivo final y necesario en la propuesta. Bastante más que eso, se trata de hecho de hacer entretenimiento y humor, la risa que se intenta provocar a través de la identificación del público funciona como relajante colectivo, las situaciones comunes que se trabajan en el guion sirven como punto común en la sociedad, y la red, Internet, como el medio perfecto para su emisión.

Días de mierda aporta al audiovisual un tono de humor situado en la nueva comedia o post-humor² (término acuñado por el crítico Jordi Costa), al igual que algunas propuestas audiovisuales actuales, con un nuevo formato (hecho para la web) y una visión más adecuada al público joven, en constante contacto con las redes sociales.

1.1. La comedia como verdad.

Como se ha dicho el humor es el pilar sobre el que se sustenta la serie y por ello es necesario explicar de dónde nace esta propuesta y qué camino sigue.

² Nota del autor: En este documento se usa el término *post-humor* en vez de *poshumor* (actualmente aceptado por la RAE) puesto que es la forma que utiliza su creador, el crítico, Jordi Costa.

Quizás la premisa cómica que más relación tiene con *Días de mierda* y que exista como pilar sobre el que gira la escritura de la serie sea la que hace el guionista cómico John Vorhaus para introducir su primera obra, *The Comic Toolbox* (1994): “La comedia es verdad y es dolor” (Vorhaus, 1994, p. 22).

Para ejemplificar este “mantra”, repetido a lo largo de todo el libro, se pone a sí mismo como víctima ridiculizada contando una anécdota sobre sus años en el colegio y una chica de la cual estaba enamorado. Cuando Vorhaus expresa sus sentimientos hacia esta chica, la clase entera, incluido el profesor, estalla en una terrible carcajada, la primera gran risa conseguida por el cómico.

La verdad del amor, ahora expresada frente a todos, y el dolor de no tenerlo. Por eso temas tan universales como la muerte, el amor, la religión o el sexo es siempre motivo de comedia, porque esconden verdad (los tabúes solo hacen que la risa conseguida sea más fuerte) y dolor o miedo. Cuando un cómico expresa estas verdades y evidencia el dolor creado la risa se convierte en una especie de catarsis personal y no es solo la identificación por parte del público, sino también y más importante, la distancia que poseen lo que hace posible la risa (Vorhaus, 1994).

El primer autor audiovisual en probar suerte con una comedia tan profunda fue Woody Allen (ver punto 3.3.5. El post-humor), que intentaba, además de hacer reír, crear un “discurso reflexivo, [una] indagación incómoda y el desciframiento de lo humano” (Costa, 2010).

El sexo, la política, la religión, la muerte, el psicoanálisis y el fracaso sentimental pueden parecer hoy en día temáticas normales en una comedia, pero fue Allen el primero en tratarlos de manera cómica, unos temas tan en las antípodas de los asuntos recurrentes en la comedia tradicional. Por eso muchos de los grandes creativos cómicos hoy en día, sobre todo de la escuela estadounidense, como Louis C.K., Jill Soloway, Simon Rich o Asis Ansari siguen su legado y en sus propuestas audiovisuales en forma de ficción seriada muestran y exploran estos miedos tan cotidianos, tratando de, una vez más, exorcizarlos junto al gran público.

1.2. Motivaciones.

La creación de una serie de humor nace de una motivación personal por compartir los miedos, penurias y miserias de la vida de un joven en un contexto urbano del siglo XXI.

El guion del proyecto funciona poco más o menos como catarsis psicológica por parte del autor intentando buscar y crear empatía por parte del público, relacionando y reforzando por medio del humor las bases sobre las que se sustenta la conciencia colectiva occidental en cuanto a temas tan mundanos y rutinarios como el trabajo, el amor, la música, la familia, el deporte, etc.

Aparte, también subyacen las ganas de aprender y desarrollar las habilidades de escritura de comedia (para el autor el género más difícil de todos los existentes) haciendo un estudio y análisis de la misma y poniendo después en práctica los conceptos aprendidos.

Está prevista, además, una visión extendida o ampliada del producto como tal en cuanto a la posible realización de, por lo menos, la primera temporada de la serie y su difusión en las redes sociales. *Días de mierda*, como en el caso de todo proyecto audiovisual, sirve también como ejemplo de trabajo y de creatividad del autor y pasa a formar parte del porfolio personal.

4. *Conceptualización de una webserie de comedia en formato animación 2D: Días de mierda - Memoria*

2. Objetivos y alcance.

2.1. Objetivos principales.

El objetivo principal de este TFG es la conceptualización de una webserie cómica de animación 2D, refiriéndose a conceptualización como una parte de la etapa de preproducción de cualquier producto audiovisual antes de ser mostrado a una productora, es decir, la realización de la biblia. Además de la creación de dicha biblia también se trabaja en la creación de un *creative trailer* como muestra visual, ya que intenta mostrar de forma breve el aspecto y las características de la versión final del producto.

La incorporación de un *creative trailer* a dicha biblia supone casi un proyecto aparte. El proyecto de realización de un *trailer* está dotado de las tres fases básicas del audiovisual: preproducción, producción y posproducción.

2.2. Objetivos específicos.

Los objetivos secundarios se dividen en las tareas concretas que se tienen que realizar para la creación de este proyecto. Para ordenarlos y mostrarlos de la manera más clara posible se utilizará una lista con definiciones precisas y concretas:

1. Investigar y estudiar los referentes y definir un marco teórico donde situar el proyecto.
2. Conceptualizar el tono, el formato y la estética de la serie.
3. Crear los personajes tanto visual como narrativamente.
4. Escribir las tramas de los 10 primeros capítulos y el guion definitivo del *creative trailer* y del primer episodio.
5. Realizar el *creative trailer* (consta de las tres fases del audiovisual: preproducción, producción y posproducción).
6. Analizar el proyecto, es decir, el proceso llevado a cabo, y sacar conclusiones.

2.3. Alcance del proyecto.

El proyecto nace con unos objetivos, pero también con unos límites claros. Dejando aparte las posibles ampliaciones del mismo (*a posteriori*) el proyecto llega hasta donde marcan las convenciones de una biblia audiovisual (ver punto 3.1.2. El guion seriado). Se escriben las tramas de la primera temporada, los personajes, el tono, el formato, y el guion del capítulo piloto. Además, también se define el aspecto visual tanto de la serie en general cómo de los personajes en concreto.

Es un proyecto que trabaja la idea más que su desarrollo, hablando en términos generales, aunque también en la conceptualización de la serie se tengan que desarrollar puntos como el tono, los personajes y el formato. La realización del *creative trailer* sirve para crear una pieza visual y atractiva y tener una parte más práctica con tal de redondear el proyecto.

2.4. Target.

Los intereses latentes en el público objetivo son: la comedia, o el humor como tal, aparte de una atracción por el mundo de las series, ya sean de televisión o Internet. También sería un público muy conectado la actualidad, a la información, a las novedades tecnológicas, a las tendencias, etc. con una amplitud de miras que le permita reírse de sí mismo y del mundo que le rodea. Es un público urbanita que entiende referencias a la cultura popular, con intereses por el arte, la música o el cine.

En cuanto a edades y sexo cualquiera con los intereses anteriormente explicados podría apreciar el proyecto, aunque posiblemente una persona de entre 20 y 40 años vive más actualizada y conectada a la juventud, independientemente del género, está claro que cualquiera que se sitúe en el nicho demográfico donde se sitúan los personajes principales se verá más identificado con la serie.

3. El marco teórico.

3.1. Conceptual.

El marco teórico conceptual sobre el que se articula este proyecto no tiene una estructura simple o sencilla, sino que más bien los conceptos a continuación descritos forman un mapa mental de puntos totalmente individuales y descentralizados que sin embargo se relacionan entre sí por grandes o pequeños motivos. Por eso la forma en que se estructura este apartado no sigue un orden rígido, simplemente se intenta ir de conceptos más generales a conceptos más específicos. Aunque, sin poder evitarlo, existen referencias y puntos que se repiten y relacionan indudablemente entre ideas que pudieran parecer en un principio totalmente alejadas.

3.1.1. El guion

Dado que es un proyecto donde el trabajo principal reside en la importancia del guion se pasará a definir algunas de las terminologías más importantes dentro de este mundo y por supuesto las que se hayan llevado a cabo en el proyecto entre manos.

Primeramente, tendremos que definir la palabra *guion*. Según Syd Field el guion es “una historia contada en imágenes. Es como un *nombre*: trata de una *persona* o personas en un *lugar* o lugares, haciendo una *cosa*” (Field, 2001, p. 16). Eugene Vale concibe el guion a partir de una visión más literaria e incluso teatral del relato es por eso por lo que nos dice que simplemente es una forma de contarlo, privándonos de las herramientas de la técnica escrita y utilizando las posibilidades que nos brinda el cine (“el diálogo, el ruido, la acción, los decorados, los accesorios, los objetos y la música”). En el guion toda la información tiene que estar claramente acotada visual y sonoramente, puesto que no hay manera de que el espectador entienda de otro modo los pensamientos, intenciones o emociones de los personajes (Vale, 1996).

Eugene Vale también muestra la necesidad, impuesta por el medio, de no ser reiterativo y utilizar la economía de palabras. Además de todo esto el guion tiene un componente básico como es el *ritmo*. El ritmo se podría definir como el contraste o cambio de emoción transmitida al espectador, es decir, variar de la comedia al drama, a la tragedia, a la violencia,

etc. Incluso aunque lo que escribamos sea puramente comedia el cambio de ritmo es necesario para el alivio del espectador (Vale, 1996).

Syd Field y Eugene Vale tienen opiniones opuestas a como tendría que ser la estructura básica del guion y mientras que el primero defiende el paradigma clásico de tres actos el segundo cree innecesaria esa división en actos dada la versatilidad del cine.

El guion como tal es, sin embargo, uno de los últimos pasos a dar puesto que antes están la idea y el tema a tratar. Estos dos conceptos ligan formalmente con el de sinopsis. Sinopsis es una palabra de origen griego que vendría a significar etimológicamente: “que se puede recorrer de un vistazo” (Chion, 1989, p. 456). Por ello utilizaremos la acepción más americana de la palabra y no la europea, ya que en estados unidos una sinopsis es “un resumen muy corto, de unas pocas líneas o, dicho de otro modo, un «brief outline», un «outline» reducido”. (Chion, 1989, p. 456). Con esta descripción de la palabra entre manos podemos relacionar fácilmente la idea y el tema. El tema es la acción y el personaje, “qué ocurre” y “a quien le ocurre”. El tema, “aquello de lo que trata el guion”, es una reducción a lo básico de la historia total y es también algo fundamental en el entendimiento de su globalidad. La idea por lo tanto es la que provoca el tema, pero la idea surge (de un incidente personal, de una noticia de televisión, de un artículo leído, etc.) y es el trabajo del guionista el de convertirla en tema para un guion. (Field, 2001)

Por último, existe el concepto utilizado en el proyecto de *storyboard*. El *storyboard* es una primera forma visual de representar el guion. Es mucho más técnico y “supone la utilización de determinadas convenciones para indicar los movimientos (movimientos de personajes, movimientos de óptica y de cámara), los cambios de ángulo de toma de vista, etc. Estas convenciones son verbales (términos abreviados, siglas) o bien visuales (flechas, puntos, etc.). (Chion, 1989 p.460). Los *storyboards* se utilizan principalmente en escenas técnicamente complicadas o que requieren mucha precisión (películas con efectos especiales o de mucha acción) aunque en el mundo de la animación el “*story*” pasa a convertirse en un elemento básico y necesario en cualquier producción puesto que es la primera muestra visual de aquello que posteriormente se va a animar (Marx, 2007). Por ejemplo en South Park, una serie de animación para adultos, la técnica utilizada y el dinamismo de la imagen es más bien escaso, no obstante es imprescindible siempre que se trate de animación preparar un *storyboard* (Fig.: 3.1.1. South Park.).

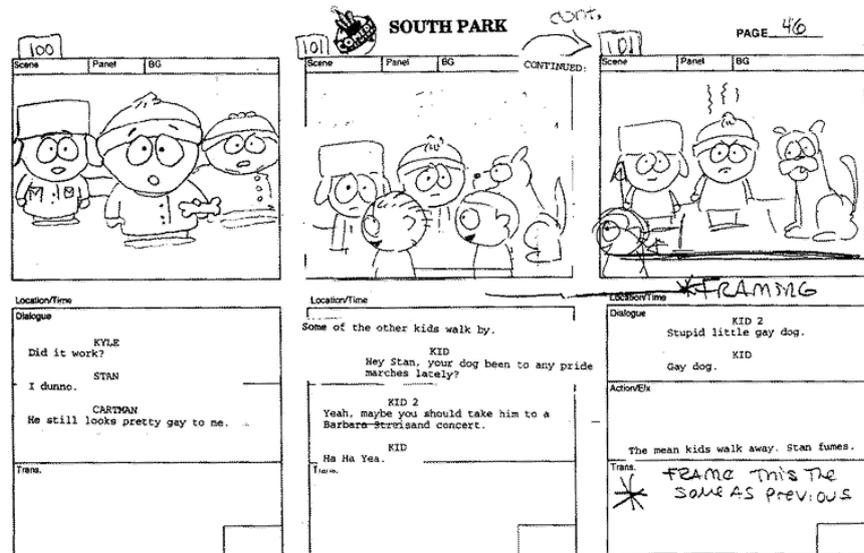


Fig. 3.1.1.1 : *South Park*. Fuente: South Park.cc, s.f.

3.1.2. El guion seriado.

El guion de un producto audiovisual seriado, aunque bebe directamente del guion cinematográfico, tiene algunas peculiaridades que lo hacen único, unas diferencias que han ido incrementando con el paso del tiempo y el asentamiento de las series de televisión en la sociedad (Gómez Martínez y García García, 2010).

Una de las diferencias principales, es la relación con el espectador. La forma en que el público mira una serie de televisión a una película en el cine es muy diferente. La duración extendida de la trama juega a favor de la menor atención que el espectador tiene frente a una ficción seriada, pues permite remarcar, explicar y detallar conceptos que en la “brevedad” del cine resultaría imposible. Por otro lado, así como en el cine la estructura y el conflicto de la historia son muy importantes en una serie los personajes y el tono son aquello “sagrado” (y por eso descritos en la biblia) que se mantiene en cada capítulo. En definitiva, una ficción seriada es un producto y cambiante que rota sobre los ejes que forman los personajes, el tono y el ritmo marcado mientras que una ficción cinematográfica es un producto cerrado. (Gómez Martínez y García García, 2010).

Al situar nuestra propuesta como una conceptualización de una serie, tendremos que pasar a definir qué es una biblia y a qué nos referimos con este término. La biblia es un término puramente televisivo y se basa en la creación de un documento que contenga los cimientos de una serie o programa en la fase de preproducción. La biblia es normalmente la plasmación de una idea (ya desarrollada) en un documento que se pretende entregar a una cadena de televisión, una productora, etc. En el caso que nos atañe de ficción seriada, en la biblia se mostrara la idea conceptual de la serie, el tema, las tramas desarrolladas de la primera temporada y sobre todo los personajes con los que se va a tratar, la relación entre ellos y el *background* de cada uno. Cuando se trata de una serie que pretende ser rodada también se añade los principales sets de rodaje o localizaciones, así como un primer casting que puede haber sido realizado o simplemente como idea para el que realizará la productora (Gómez Martínez y García García, 2010). En el caso de ser una serie de animación es bastante más importante el aspecto visual que se va a requerir (primeros bocetos de los personajes) mostrando referentes para que el productor tenga más en mente lo que el creador quiere mostrar (Marx, 2001).

3.1.3 La webserie.

Actualmente, según el estudio de Estudio General de Medios (EGM) de 2016, la penetración de Internet en la sociedad española es del 71,9%, la única con una tendencia al alza en contra de los demás medios como la televisión, la radio, etc. Además, es el medio de comunicación más consumido por la gente menor a 44 años siendo YouTube el sitio web de comunicación más visitado con una gran diferencia con el segundo puesto. Estos datos demuestran que, por un lado, la tendencia de consumo ha evolucionado hacia otro lugar y otro tipo de comunicación, pero también demuestra que la gente sigue queriendo consumir ficción y que el audiovisual está más vivo que nunca, aunque haya cambiado de pantalla (EGM, 2016).

Muchas cadenas generalistas han optado en los últimos tiempos por crear también contenido para la web de forma gratuita (la mayoría de veces) y mostrarlo en sus páginas o sitios web, así como existen los productos *transmedia* o la llamada convergencia mediática (Henry Jenkins) que propone una relación de contenidos entre los medios tradicionales e Internet añadiendo un alto grado de interactividad con el público. Esta técnica ha sido utilizada también en el caso de la publicidad como por ejemplo la campaña de Ikea: *La otra carta de Ikea* y muchas más (Manuel, 2014)

Como reacción a todo esto surgió el concepto de “webserie” que podríamos definir como aquella ficción seriada creada para ser emitida por Internet. La primera webserie, a nivel mundial, fue un *spin off* de una serie televisiva (*Homicide: Life on the street*, NBC, 1993-99) llamada: *Homicide: Second Shift* (1997-05), aquí en España el paso lo dieron *Cálico Electrónico* (*Nikodemo animation*, 2004-15) una serie de animación 2D y *Malviviendo* (2008-14). La webserie tiene grandes ventajas frente a la rigidez de la ficción televisiva, por ejemplo: la relación con la audiencia, la facilidad de consumo, la libertad en la temática y en las formas de lenguaje, la bidireccionalidad del mensaje, la facilidad de promoción por redes sociales, etc. (Hernández, 2013).

Es en realidad un medio mucho más libre, aunque la mayoría de webséries nacionales no cuenten con una gran producción, por ejemplo, *Malviviendo* (David Sainz, 2008-14), *Enjuto Mojamoto* (Joaquín Reyes, 2007-13) o *Paquita Salas* (Javier Calvo y Javier Ambrossi, 2016-). Por otro lado, existe la cuestión del formato. Aunque las webséries beben directamente de los formatos televisivos (principalmente de la *sitcom*) su duración es mucho más corta, a veces por motivos de financiación y muchas otras por la conducta o forma de consumo del espectador que se comporta con hiperactividad (múltiples ventanas abiertas) y agotamiento delante del monitor del ordenador. Y es por eso por lo que la duración se reduce a unos 6-7 minutos creando un formato al que se le ha pasado a llamar *shortcom* (*short sitcom*), como hemos dicho un formato típico de la webserie, pero que también se ha usado ya en televisión: *Camera Café* (Luis Guridi, 2005-09) (Hernández, 2013).

Existe también la denominación de *movisodes* o *moviserries* para aquellas producciones creadas para ser vistas en plataformas móviles. Sin embargo, este campo específico de emisión audiovisual se ha tratado simplemente como una plataforma más y no como un formato en sí (Aguado y Martínez, 2009).

3.1.4 La comedia.

Teniendo claras estas diferencias nos adentramos un poco más en el proyecto personal para investigar sobre el género propio de comedia. En relación con el mundo audiovisual la comedia siempre ha gozado de un lugar privilegiado, pues el cine nació como una diversión de los espectáculos de feria así que uno de los principales objetivos era hacer reír y, por tanto, la comedia era el vehículo adecuado. En 1895 se rueda el primer gag de la historia:

L'arroseur arrosé por el mismo Louis Lumière (Campos, 1997). Y ya en este primer contacto con la comedia encontramos algunas claves de la misma: el conflicto y la distancia. La comedia no es diferente a cualquier otra narración, por tanto, su motor dramático también es el conflicto. Dicho conflicto surge en este primer ejemplo entre el jardinero y el muchacho que pisa la manguera (Fig. 3.1.4.1. *L'arroseur arrosé*) mientras que la distancia se refiere a la creada entre el protagonista de la historia, el jardinero, y los espectadores (Sangro y Salgado, 2008, p. 58) Para la comedia, así como para el género de terror, la reacción del espectador es altamente importante, y de hecho este y otros mecanismos se basan precisamente en eso. Es interesante ver cómo en una pieza tan arcaica podemos visualizar ya los cimientos claros de un género que dura hasta el día de hoy (Campos, 1997).



Fig. 3.1.4.1. : *L'arroseur arrosé*. Fuente: Lumière, 1895 (captura de pantalla).

Pero siguiendo con la historia, el cine de humor en sus primeros años, y debido a la carencia de sonido, hace su énfasis en el *slapstick* (locución que forman las palabras “torta” y “bastón” en inglés), convirtiéndose Charles Chaplin en el máximo exponente, junto a los no menos singulares Buster Keaton y Harold Lloyd. Las tramas de dichas películas sin embargo carecían de una estructura sólida y no tenían unidad, sino que se basaban en una sucesión de *gags* visuales, uno detrás del otro. Sin embargo, todo esto cambia con la llegada del sonoro

en 1927, y solo Chaplin sabe sobrevivir a esta sacudida con algunas de sus mejores obras: *Luces de la ciudad* (1931) y *Tiempos modernos* (1936). Pero la necesidad de trasladar el humor de la imagen al diálogo hace que lleguen al mundo del cine gran cantidad de directores, actores y guionistas del teatro, que pasaran a ser el núcleo fuerte de la comedia durante la década de los 30. La comedia pasa a ser más “sofisticada”, precisamente por la introducción del diálogo, aunque mantiene ese toque alocado (de *screwball comedy*) y basado en el malentendido. Películas como *Twentieth Century* (Howard Hawks, 1934), *Sucedió una noche* (Frank Capra, 1934) o *La reina de Nueva York* (William A. Wellman, 1937) son un ejemplo del cine cómico de esa época. Y es precisamente en esos años, concretamente en 1936 cuando se estrena la primera película de un genio del humor mil veces referenciado como Groucho Marx: *Una noche en la ópera* (Sam Wood, 1935) (Campos, 1997).

Tanto la comedia como el cine consiguen llegar a un punto álgido de maduración con la llegada de los años 40, la llamada Edad de Oro del cine de humor. Algunas estrellas cómicas procedentes de la radio como Bob Hop o Bing Crosby entran en Hollywood en su papel de guionistas o actores para revolucionar la industria, además durante esta época se hacen adaptaciones de muchas obras de Broadway como *Historia de Filadelfia* (George Cukor, 1940) o *Arsénico por compasión* (Frank Capra, 1944). Es también de la década de los 40 la magnífica película *El gran dictador* (Charles Chaplin, 1940), un film que mediante la comedia consigue transmitir algo más que risas, con un mensaje político claro (algo avanzado a su tiempo) sería toda una revolución para el mundo cómico. Los años 40 son la última década del llamado *star-system*, la última gran época del cine antes de que la televisión irrumpa en el negocio audiovisual y en la sociedad. Además, confluye con los años de la Segunda Guerra Mundial, hecho que provoca que la cultura americana llegue al otro lado del atlántico y paradójicamente hace nacer a industrias cinematográficas como la británica, con el cómico Peter Sellers a la cabeza, o la francesa, donde aparece un personaje (y persona) llamado Jaques Tati que llegará para cambiar la comedia en gran medida recurriendo al humor más clásico del *slapstick*, renovándolo y dotándolo de un nuevo significado (Campos, 1997).

A pesar de que los años 50 sean los años de comedias como *Con faldas y a lo loco* (Billy Wilder, 1959) o *¡Bienvenido, Mister Marshall!* (Luis García Berlanga, 1953), la comedia no sufre cambios ni evoluciona de manera alguna en el mundo del celuloide. Es en la pequeña

pantalla donde aparecen nuevos retos y donde el humor ocupa un espacio privilegiado desde el primer minuto. Por eso y porque tiene más relación con el proyecto entre manos, pasamos a hablar sobre la *sitcom* televisiva (Campos, 1997).

La *sitcom* o comedia de situación clásica nació, como casi todos los géneros audiovisuales, en estados unidos a principios de los años 50 y en seguida pasó a ser un género exitoso y casi imprescindible en la parrilla televisiva. Algunas de estas *sitcoms* primigenias fueron *I Love Lucy* (CBS, 1951), *Embrujada* (ABC, 1964), o *The Dick Van Dyke* (CBS, 1961) ejemplos perfectos para definir las características principales. Las *sitcoms* clásicas eran una ficción seriada de trama cerrada en cada capítulo (auto-conclusiva), de una duración entre 20-23 minutos, funcionaban a través de dos o tres personajes muy estereotipados y de personalidades contrarias (conflicto), la grabación se hacía en interior con multi-cámara y muchas veces con público en directo. En cuanto al guion las características principales eran los diálogos cortos, vivos, agudos, muy elaborados, y los *gags* visuales (Campos, 1997).

3.1.5. El post-humor.

Puesto que el término *post-humor* fue acuñado por el crítico Jordi Costa, revisaremos sus definiciones y teorías propias para tratar luego de sacar conclusiones. *Post-humor* es un término que usa para referirse a “la comedia donde la obtención de la risa ya no es la primera prioridad. Es un humor que puede primar la incomodidad, el malestar por encima de otras cosas. Puede servir para hacer comentarios sociales, políticos o puramente filosóficos...” (Costa, 2010, p. 11).

Según Costa, la Nueva Comedia es “la comedia americana post-Woody Allen, la comedia británica post-*Monty Python* y la comedia europea post-Jaques Tati” y propone una especie de secuencia temporal hasta el surgimiento de dicha comedia con *Curb Your Entuhusiasm* (Larry David, 2000-11) y *Extras* (Ricky Gervais, 2005-07) que tendrían su origen en *Los productores* (Mel Brooks, 1968) y su seguimiento en *Seinfeld* (Jerry Seinfeld & Larry David 1989-1998).

Aquí es donde surge la pregunta: ¿Por qué *Los productores*, una película de los años 60, es la principal raíz del post-humor? Según el autor de *Una Risa Nueva* (Jordi Costa, 2010) en esta película de Mel Brooks se puede apreciar una característica básica del post-humor: la comedia que fracasa. Es decir, en la trama de la misma película se puede ver cómo la función

cómica ideada por los productores fracasa en su objetivo inicial y triunfa en un sentido distinto, y eso es a la vez el punto cómico del film.

Siguiendo cronológicamente, nos detenemos en el cineasta Woody Allen, precisamente este y no otros por su relación con el proyecto que nos atañe. Allen parece alcanzar ya en sus primeros trabajos el equilibrio perfecto entre los registros cómicos y dramáticos en una forma de auto-ficción seguida posteriormente por nombres muy afines a esta “Nueva Comedia”. Además, ya en 1983 vemos “una primera apropiación de los registros hiperrealistas del documental” con el *mockumentary*³ *Zelig* (Woody Allen, 1983) que recuerdan indudablemente a las propuestas de Ricky Gervais: *Extras* y *The Office* (Ricky Gervais, 2001 y 2003).

Posteriormente, ya en 1989, llega a la NBC: *Seinfeld*. Una *sitcom* que podría haber sido considerada puramente post-humor por el propio Jordi Costa sino hubiera estado adelantada a su tiempo y se situara en los principios del siglo XXI. En una suerte de meta-ficción, en la cuarta temporada, vemos como los protagonistas de la serie, Jerry y George (alter-egos de Jerry Seinfeld y el co-creado Larry David), intentan vender una serie de humor llamada *Jerry* a la propia NBC, definiendo la misma como “una serie sobre nada”. Esta meta-ficción extrema será representante del post-humor en muchas otras propuestas posteriores, sin embargo, cabe destacar la definición que hace Costa de esta *sitcom* puesto que la define con algunos conceptos claves para la realización de este proyecto: “*Seinfeld* fue una obra excepcional sobre la patológica inmadurez, la afasia moral, el egoísmo inquebrantable y la cotidianidad anti-épica” (Costa, 2010, p. 23).

Pero el post-humor en mayúsculas surge con cómicos como Ricky Gervais. Como principal impulsor se coloca a este cómico británico que según Jordi Costa fue pionero en este tipo de humor con sus falsos documentales *Extras* y más posteriormente con la celebrada *The Office*. Si bien este tipo de humor donde prima el ridículo, lo patético, es interesante, resulta aún más interesante para nuestro proyecto el humor de auto-caricatura que hicieron después nombres como Larry David con *Curb Your Entisiasm* o Louis C.K con *Louie* (Louis C.K, 2010-) donde la comedia no es transparente, sino que se auto referencia y se hace ver, se habla de ella y se buscan y expanden sus propios límites. El post-humor es en definitiva una

³ *Mockumentary* (*mock*- burla) o falso documental es un género que imita las características y peculiaridades del documental en una obra de ficción. (Vidiella, 2009).

forma de lenguaje del que se sirve *Días de mierda* y con el que se permite ser autoconsciente de una forma exagerada mostrando o comunicando siempre antes de hacer reír, todo esto hecho de una manera que roza el absurdo o lo patético (Costa, 2010).

3.2. Aspecto visual.

En el aspecto visual del proyecto partimos de una premisa bastante clara: el trazo tiene que ser simple. Para ello repasamos en nuestro marco teórico la animación desde un ámbito más general (pequeña historia de la animación) hasta un ámbito más específico (animación para público adulto) pasando por explicar también diferencias temáticas, géneros y público.

3.2.1. Historia de la animación.

La historia de la animación es extensa e interesante (en relación al proyecto) desde sus inicios hasta los tiempos actuales, este apartado intentará explicarlo de manera breve y sencilla.

Gertie The Dinosaur (Winsor Mcay, 1914) pese a no ser el primer corto de animación, este honor cae en manos de *Fantasmagorie* (Émile Cohl, 1908), es considerado por muchos un antecesor directo de los cortos de animación de *Disney* que alcanzaron la fama años después y por tanto de la animación actual. El corto se convirtió rápidamente en un referente por presentar a un protagonista claro y porque había sido trabajado utilizando la técnica del *key-frame* (Beck, 1998).

El siguiente paso vendría de la mano de los hermanos Fleisher (Fleisher Studios Inc, 1921) y el invento de la *rotoscopia*, técnica consistente en dibujar encima de los fotogramas de una filmación real, es decir calcar los movimientos de los “actores” grabados con tan de conseguir un dinamismo más natural y real en la animación final. Los estudios Fleisher, sin embargo, se hicieron famosos por la aplicación del recién llegado sonido al mundo de la animación, con su *Ko-Ko Song Cartoons* (Hermanos Fleisher, 1924-27) unos dibujos animados musicales que perseguían el objetivo de hacer cantar a los niños utilizando, como no, a su estrella particular Ko-Ko el payaso, personaje de marca del estudio (Beck, 1998).

Posteriormente la compañía *Disney Studios* irrumpiría en el mercado audiovisual cuando en 1928 presentaron *Steamboat Willie* al mundo, al cual se le atribuye, erróneamente como hemos visto, ser el primer corto de animación con audio sincronizado. Sin embargo, se trata

de un corto de animación que pasó a la historia por tener una calidad superior a la de sus competidores, adelantando al mundo un poco de la magia que *Walt Disney Studios Inc.* mostraría años después con la famosa película *Snow White and the Seven Dwarfs* (David Hand, 1937), siendo considerado el primer largo de animación de la historia del cine (Beck, 1998).

Disney siguió haciendo largometrajes durante los siguientes años, en parte gracias al éxito que supuso su primer film, sin embargo, la mayoría de animación hasta los años 50, eran simplemente piezas cortas, de género cómico e infantil, que eran mostradas al público en el cine antes del pase de la película.

Fue la productora HB Enterprises (1944) la que dio el paso siguiente redirigiendo su producción hacia el nuevo medio que acababa de aparecer: la televisión. Así nació *The Yogi Bear Show* (William Hannah y Joseph Barbera, 1961-62) una serie de animación cuyos capítulos duraban una media de 6 minutos. Aunque fue en 1960 cuando dieron un paso más importante creando una serie de animación con aires de *sitcom* y 30 minutos de duración cada capítulo: *Los picapietra* (William Hannah y Joseph Barbera, 1960-66).

Fue precisamente cuando la animación llegó a la pequeña pantalla cuando los procesos de producción cambiaron. Con un *timing* tan delimitado y teniendo que presentar un capítulo de esa longitud y esa calidad semana tras semana, las productoras optaron por dejar el trabajo de escritura en manos de guionistas en vez de continuar siendo los mismos animadores los encargados de escribir las tramas. Esto permitió acelerar el proceso y mejorar la calidad (Beck, 1998).

La animación no sufrió cambios graves hasta la llegada del CGI (*Computer Generated Images*) conocido popularmente como animación 3-D. Fue en 1994 cuando se emitió la primera serie realizada totalmente con esta tecnología: *ReBoot* (*Mainframe Entertainment*, 1994-01) y tan solo un año después el 3-D sería mundialmente conocido gracias a *Toy Story* (Pixar, 1995). Con los éxitos cosechados por las películas de diferentes productoras, sobre todo por Pixar, esta nueva forma de animación fue ganando terreno poco a poco a la animación tradicional hasta llegar al punto de la renuncia, por parte de grandes productoras como DreamWorks o Disney, a seguir haciendo animación 2-D (Beck, 1998).

No obstante, el último gran cambio acontecido en el mundo de la animación sucedió con la llegada de softwares al alcance del usuario y con las posibilidades de difusión fuera del mundo de las súper-productoras, es decir, la llegada de *Flash* o *After effects* han permitido que muchos animadores profesionales o amateurs puedan realizar unos trabajos más personales sin necesitar casi presupuesto y difundirlo por la red con la mayor facilidad. De hecho, algunos de estos softwares han llegado a ser usados series animadas para televisión (Beck, 1998).

3.2.2. *Adult cartoon.*

Según dice Chrsty Marx en su libro *Writing for Animation, Comics, and Games* (2007) la animación hecha para televisión se divide en varias franjas de edad según el *target* al cual vayan dirigidas y esto no cambia solo el contenido de dichos productos, sino, también el proceso para su creación. La animación para un público infantil (2-12 años) está dividida en dos grupos: parvulario o muy pequeño (2-8 años) y pre-adolescente (8-12 años). En el primer grupo el contenido es muchas veces educacional más que de entretenimiento puro, sin embargo, en el segundo grupo ya encontramos más formatos de serie como la comedia, acción y aventuras con humor, acción y aventuras en tono serio y el anime (Marx, 2007).

La animación para adultos, al contrario de lo que se pueda pensar, se encontraría por lo tanto a partir de los 12 años de edad. Sin embargo, el catálogo de formatos para el público adulto es extenso y variado: *sitcoms* y sátiras, ciencia-ficción, fantasía, *cyberpunk*, tono costumbrista, adaptaciones de cómics, humor absurdo, erótica y anime *gore* (en los dos últimos casos el público al cual va dirigido es mayor de edad) (Marx, 2007).

El contexto donde se mueve el proyecto es, concretamente, el de animación para adultos y dentro de esta: *sitcom* de animación. Este género es diferente de todos los demás, sobre todo en el proceso de escritura ya que no sigue un proceso como el que siguen todos los productos de animación normales, sino que funcionan como una *sitcom* de imagen real, con guionistas contratados y trabajando juntos en una sala (Marx, 2007).

A partir de los años 90 en Estados Unidos se empiezan a producir *sitcoms* de animación impulsadas por el gran éxito que había cosechado el *show* de la Fox *The Simpson* (Matt Groening, 1989-) en los años previos. Este *boom* del llamado *Adult Cartoons* supone un gran cambio en cuanto a lo que se venía haciendo en animación hasta entonces y con la

concepción que el público tenía de esta (animación = público infantil). A partir de este momento empiezan a emitirse *sitcoms* animadas tan aferradas en el colectivo imaginario como *Beavis and Butt-head* (Mike Judge, 1993-97), *South Park* (Trey Parker and Matt Stone, 1997-) o la serie de culto *The King of the Hill* (Mike Judge and Greg Daniels, 1997-10) (Marx, 2007).

3.2.3. La narración.

Dado que uno de los aspectos más característicos de esta propuesta es la voz en *off*⁴ se pasará a analizar la narración y los narradores en el audiovisual según el estudio que se hace en *El relato cinematográfico* (André Gaudreault y François Jost, 1995) de la obra de Gerard Genette y otros aspectos.

Genette, en su obra *Figuras III* (1989), habla de tres temas principales, tres conceptos donde sustentar al relato. Uno de ellos es la “voz”. El estudio de la “voz” se hace desde tres perspectivas: ¿Quién enuncia o narra la historia?, ¿desde dónde? y ¿cuándo?

En lo que se refiere al tiempo o al cuándo de la narración Genette describe cuatro tipos: la anterior (el narrador habla antes de que los hechos ocurran), ulterior (el narrador habla después de que los hechos ocurran), la simultánea (al mismo tiempo) y la intercalada, que se resume en un compendio de las tres anteriores. La serie *Días de mierda* hace uso de las dos primeras ya que a veces el protagonista habla anticipándose a los hechos e imaginando (anterior), y muchas otras habla explicando lo que ya ha pasado (ulterior).

En cuanto al dónde del narrador respecto a la historia existen tres formas de narración: el narrador extradiegético, diegético y metadiegético. El primero es un narrador situado fuera de la historia. Puede ser omnisciente o no, este término solo se refiere a su posición con respecto a la historia narrada. El diegético es un narrador que es además personaje de la historia. Este es el tipo de narrador utilizado en nuestra propuesta, ya que la voz en *off* en la

⁴ Nota del autor: *Voz en off* es un término que se refiere a la voz que proviene de alguien fuera de plano (puede estar dentro de la escena) y la voz narrativa tiene el nombre de *voz over*. (André Gaudreault y François Jost, 1995). Sin embargo, el término *voz en off* también está aceptado con este segundo significado y es de hecho un término más utilizado que *voz over*.

serie proviene del protagonista, y crea además una relación totalmente subjetiva con la historia. El último tipo de narrador, el metadieético es un personaje que estando dentro de la historia a su vez, cuenta otra: lo que Genette llama “relato de segundo grado”.

Por último, hablan del quién. Existen dos tipos: el narrador heterodieético que es aquel que no está presente en la historia narrada, y el homodieético, aquel que sí lo está. Dentro del homodieético existe el que tiene un papel importante en la trama (el caso del protagonista o similar) y el que desempeña un papel secundario (Gaudreault y Jost, 1995).

Además de crear estas divisiones, Genette también habla de la función del narrador, algo que resulta interesante en relación al proyecto. El autor dice que hay cuatro tipos de funciones: la función básica de narrar una historia, simplemente. La función de control, donde el narrador explica los propios mecanismos y estructura de la narración (metanarración). La función de comunicación donde el narrador y el propio protagonista son la misma persona y mantienen una especie de diálogo. Y la función ideológica, donde el narrador usa una forma didáctica para relatar la historia (Gaudreault y Jost, 1995).

Teniendo claro todos estos conceptos se entiende la utilidad de la voz en *off* en este proyecto. Existe un nombre según Gaudreault y Jost de la voz propuesta por el autor de este proyecto: “Narración en voz *over* y mutilación del diálogo” (1995, p. 84). Se refiere a la eliminación del diálogo directo de los personajes y su sustitución total por la voz del narrador.

4. Análisis de referentes.

Días de mierda encuentra su fuente de inspiración en varias propuestas audiovisuales. Algunas son series de televisión, otras son pequeñas piezas creadas para la web, otras son simplemente tiras cómicas. Para explicarlo de una forma ordenada y clara lo mejor es empezar por aquello más general e ir adentrándose poco a poco en el contexto sobre el que se trabaja, desgranando cada una de estas propuestas y sacando a relucir sus puntos fuertes, o por lo menos aquellos interesantes para el proyecto. A continuación, hemos separado los diferentes referentes en conceptuales y estéticos.

4.1. Referentes conceptuales.

Las varias influencias de las que bebe el proyecto se pueden dividir en dos grupos: conceptuales y estéticas o de estilo. Aquellos referentes conceptuales son de los que se sirve *Días de mierda* para la creación de la propuesta en sí, del tono, el guion, la temática, etc. Es decir, son referentes en algún aspecto de significado, noción o idea, y todos ellos de manera distinta y por características distintas. Se han dejado fuera del trabajo a aquellos referentes indirectos, es decir, aquellos creadores como Woody Allen, Jerry Seinfeld o Larry David y sus diferentes obras, que nutren a los referentes a continuación explicados pero que no afectan de manera directa al autor de este trabajo. Sin embargo, sus nombres son mencionados en el marco teórico (ver punto 3.1.5) en un concepto más amplio.

4.1.1. Louis CK.

Louis CK es un aclamado humorista estadounidense nacido en 1967 en Washington DC (Estados Unidos) y que comenzó su carrera profesional haciendo monólogos en diversos bares de Boston allá por el año 1984. Posteriormente pasó a formar parte de la plantilla de guionistas de *The Late Show with David Letterman* (CBS, 1993-), *Late Night with Conan O'Brien* (NBC, 1993-), *The Dana Carvey Show* (ABC, 1996) y *The Chris Rock Show* (HBO, 1997-00) (Iríbar, 2012).

En 2006 se le dio la oportunidad de dirigir y escribir su propia *sitcom* (Louis ya había hecho algunos cortos y películas de humor sin mucho éxito) *Lucky Louie*, que cosecho un fracaso estrepitoso durando solo una temporada. No fue hasta 2010, casi 30 años después de

comenzar su carrera profesional, cuando le llegó el éxito con la serie *Louie* (FX, 2010) una propuesta rompedora con la *sitcom* tradicional y que supuso un claro avance en el mundo de la comedia (Padilla, 2012).

4.1.1.1. *Louie* (Louis CK, 2010-).

Louie es una serie de comedia que se estrenó en junio de 2010 en FX (cadena de televisión canadiense) recibiendo casi de inmediato elogios por parte de la crítica y ganando un *Emmy* al mejor guion de comedia en 2012 y 2014 (*Emmys*, 2015). La serie trata de cómo Louie (o más bien dicho un alter ego similar del mismo) vive el día a día en una gran ciudad como padre recién divorciado y con dos hijas, aparte de ser un humorista de éxito que sigue actuando en bares. Quizás esto sea lo más interesante o por lo menos aquello de lo que se puede inspirar *Días de mierda*, pues el autor y guionista Louis C.K. no crea un alter ego alejado completamente de sí mismo, sino que parte de su propia persona para crear al personaje y por consiguiente las tramas, permitiéndose licencias literarias para dotar de más drama a la ficción. En resumen, lo más interesante para desarrollar nuestro proyecto es el tono casi hiperrealista de este *show* (Fig. 4.1.1.1.1. *A La Carte* (*Louie* 5x2)).



Fig. 4.1.1.1.1. *A La Carte* (*Louie* 5x2). Fuente: C.K., 2015 (captura de pantalla)

No es difícil intuir cómo Louis C.K. bebió directamente de *shows* anteriores como *Seinfeld* (1989-98) y *Curb Your Enthusiasm* (2000-11) del guionista y creador Larry David en aspectos como la importancia del protagonista en la trama (acaparando incluso el título de la ficción) o en los temas tratados, puesto que estas tres series hablan sobre cómicos que representan alter egos de los cómicos reales y su vida cotidiana fuera de los escenarios.

En *Seinfeld*, a pesar de ser un humor más de *sitcom* clásica, si que existe el punto común de Nueva York. La ciudad actúa contra los protagonistas en muchas tramas y, por ejemplo, temas como el aparcamiento, la congestiones de tráfico, un bar de moda o un viaje en metro pueden pasar a acaparar capítulos enteros (como en el episodio 13 de la tercera temporada de *Seinfeld*). Sin embargo, *Louie* dio una vuelta de tuerca más tratando de hacer un humor mucho más crudo y miserablemente real huyendo del *gag* fácil y mostrando situaciones con las que el público se puede identificar fácilmente haciendo gala de una nueva comedia americana (ver punto 3.1.5. El post-humor).

Como ejemplo tenemos la comparación del capítulo de *Seinfeld* antes citado y el capítulo sexto de la segunda temporada de *Louie* llamados: *The Subway* y *Subway/Pamela* respectivamente. Mientras que *Seinfeld* apuesta por un humor mucho más histriónico mostrando una situación casi surrealista donde un pasajero se desnuda por completo delante de él sin motivo aparente, *Louie* opta por diferentes *gags* más sutiles (un mendigo rompiendo la belleza de la música de un violinista o la desfachatez de un joven frente a unas chicas) y solo al final cae en el surrealismo (cuando queda como un héroe y se lleva a la chica guapa del vagón solo por limpiar un charco de refresco en el asiento) pero en este caso se trata de imaginación simplemente.

Se puede ver como la comedia de ambos utiliza un contexto y unos recursos similares pero en *Louie* el tono es mucho más realista, casi de documental (ver punto 3.1.5. El post-humor) y no tan exagerado como el de su precedente *Seinfeld*.



Fig. 4.1.1.1.2. *The Subway* (*Seinfeld* 3x13). Fuente: Cheronos, 1992. (captura de pantalla.)



Fig. 4.1.1.1.3. *Subway/Pamela* (*Louie* 2x6). Fuente: C.K., 2012. (captura de pantalla.)

4.1.1.2. *Louis CK Animation Short* (Augenblick Studios, 2007).

Este pequeño clip de animación escrito y protagonizado por Louis C.K. fue creado en el año 2007 con la ayuda de *Augenblick Studios* (BK, 1999) con la simple finalidad de distribuirlo a través de la web del humorista, totalmente gratis.

La pieza de animación empieza con el propio Louis hablando a cámara exponiendo las ventajas de la animación sobre la vida real. A continuación, vemos como él mismo se transforma en un dibujo animado 2D y demuestra las posibilidades surrealistas del mundo de ficción animado como enfrentarse a su padre por primera vez (Fig. 4.1.1.2.1. *Louis CK Animation Short*). La ironía es la clave principal del vídeo. Es interesante cómo la misma voz de Louis nos narra y nos va guiando a través de la historia como si de un cuento infantil se tratara, y de hecho su propia voz sirve también para los dos personajes (Louis y su padre). El funcionamiento y propósito que tiene la voz en *off* en este vídeo resulta interesante y una gran fuente de inspiración para el proyecto que nos atañe así como el uso realista que se le da a la animación puesto que *Días de mierda* es también una animación y a pesar de ello es tremendamente realista y verosímil. Fue muy importante en la búsqueda de referentes escuchar y ver esta pieza sobre todo por el uso del monólogo como hilo conductor de la misma.



Fig. 4.1.1.2.1. *Louis CK Animation Short*. Fuente: *Augenblick Studios*, 2007 (captura de pantalla.)

4.1.1.3. Pieza de animación en *Comedians in Cars Getting Coffee* (Jerry Seinfeld, 2012-).

El famoso cómico Jerry Seinfeld volvió a estar en el foco audiovisual en pleno siglo XXI para hacer lo que más le gustaba, aparte de hacer comedia: hablar de ella.

En el primer capítulo de la tercera temporada de su serie web *Comedians in Cars Getting Coffee* (título que no deja lugar a ninguna duda respecto a la temática del *show*) su invitado fue el popular humorista Louis CK. Hablaban de sus vidas, su propia relación, su papel en la comedia, etc. (Spangler, 2013). En cierto momento Louis va a relatar una pequeña anécdota que le sucedió con sus dos hijas en su recién adquirido barco. En ese instante pasamos a visualizar una representación animada de todo lo que el comediante va relatando en una animación realizada por Frank Macchia (Macchia, 2014). La animación propiamente carece de sonido y/o efectos y parece simplemente querer reforzar las palabras de Louis C.K., como hace cualquier persona cuando le cuentan una historia, visualizarla en la cabeza.

Resulta sorprendente como la animación encaja a la perfección con el ritmo (adquirido tras años de profesión) de las palabras del humorista, es simplemente una conversación entre amigos, mundana, prosaica donde aún podemos escuchar como Jerry Seinfeld asiente de vez en cuando para reflejarle a su interlocutor que sigue la historia. La cotidianidad del

“guion” (no había guion, era improvisado), lo realista de la situación (*sitcom* enlaza) produjo un gran efecto en las ideas previas a *Días de mierda*, encontrando casi el equilibrio perfecto entre lo que se quería contar y como debería contarse.



Fig. 4.1.1.3.1. Anécdota de Louis C.K. . Fuente: Macchia, 2012 (captura de pantalla.)

4.1.2. *Arròs covat* (Juanjo Sáez, 2009-12).

Arròs covat fue una serie de animación producida por *Escandalo Films* y emitida por el canal nacional *El 33* desde el año 2009 hasta el 2012 constando de 3 temporadas. La propuesta destaca por su dibujo naif y simple y por la temática tan costumbrista de la misma. Además de ser una de las primeras webseries de ámbito local, es uno de los referentes más claros que tiene este proyecto. Aquello que es útil para el proyecto es el tono adulto de la serie y como el hecho de que el aspecto visual no esté excesivamente trabajado no impide que el producto sea de gran calidad (en parte gracias al guion). Aparte de eso la temática también es en gran parte una influencia, ya que trata del día a día de un joven normal (de clase media y con una situación estable social y emocionalmente) en un entorno urbano y con lo que en el imaginario colectivo se llama “problemas del primer mundo”, además de girar siempre en torno al conflicto básico de la madurez. La serie tiene también un gusto por las referencias a la cultura pop y a la escena *indie* nacional que se hace presente en casi cada capítulo. Al ser una propuesta tan cercana a *Días de mierda* se tuvo que establecer una diferenciación que surgía principalmente del estilo de narración (la voz en *off* y el idioma), la cantidad de personajes y sobre todo el estilo visual, es decir, mientras que *Arròs covat* muestra un estilo que bebe directamente de la tira cómica o la viñeta clásica (Fig. 4.1.2.1. *Arròs covat*). *Días*

de mierda se ha encaminado hacia un dibujo más realista e incluso trabajado, pero manteniendo este toque sencillo de línea y movimiento y a la vez huyendo de los toques de color mostrados en la propuesta de Juanjo Sáez.

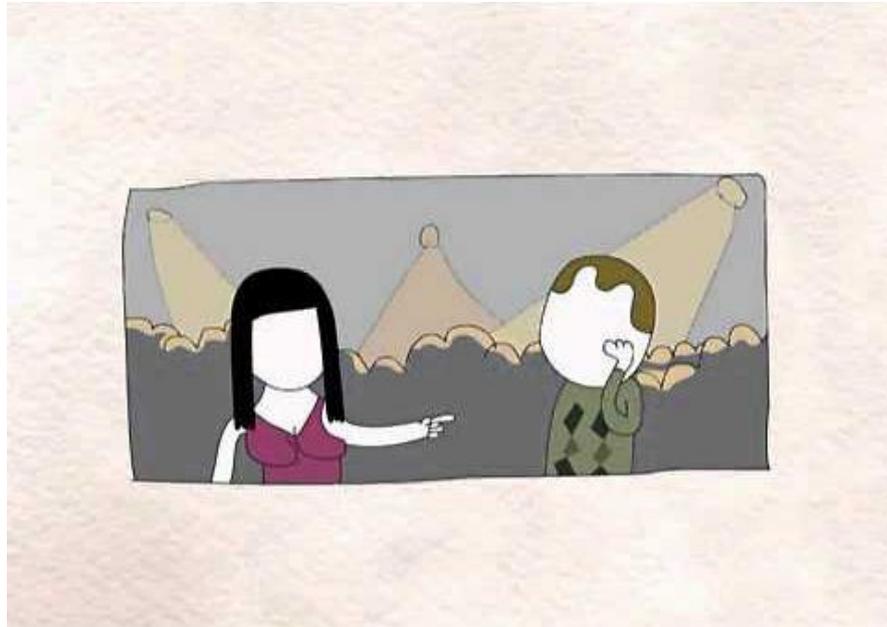


Fig. 4.1.2.1. *Arròs covat* (1x01). Fuente: Saez, 2009 (captura de pantalla).

4.1.3. *El fin de la comedia* (Ignatius Farray, Miguel Esteban y Raúl Navarro, 2014-).

El fin de la comedia es una serie cómica creada por Ignatius Farray, Raúl Navarro y Miguel Esteban y estrenada en Comedy Central (España) en el 2014. La serie gira en torno al álgter ego ficticio de Ignatius Farray y contó en su primera temporada con “cameos” de humoristas españoles de renombre (Javier Cansado, Joaquín Reyes, Juan Cavestany, etc.). La propuesta cómica habla sobre límites: “Los límites entre la madurez y la inmadurez, pero también los límites entre estar dentro o fuera del escenario y los límites entre ficción y realidad” en palabras del propio Ignatius.

El fin de la comedia forma parte de los referentes conceptuales del proyecto, y es uno de los más importantes. La propuesta de Farray es quizás la que mejor viene a definir el término de post-humor (marco teórico) ya que el humor de la serie se basa en aquella definición que

hacia Jordi Costa del mismo: la “comicidad que fracasa” (Costa, 2010, p. 10). Y es que la serie de *El fin de la comedia* deja muy claro, de hecho, desde el propio título, que no es una *sitcom* al uso, ni tampoco una serie con comedia clásica. La serie es lo contrario a esto, la respuesta contestataria al humor de siempre, y la auto-reflexión de los autores, todos ellos cómicos, sobre sus mecanismos para hacer reír y sobrevivir luego en la realidad mundana.

La propuesta del cómico Ignatius se puede relacionar también con la de Louis C.K. de hecho el mismo coautor de *El fin de la comedia*, Miguel Esteban, lo dice al explicar cómo se creó la serie: “después de ver otras comedias en esta línea como *Louie* pensamos en retomar el proyecto. Entonces hablamos con Raúl para hacer una serie más profesional” (Marcos, 2014).

Y es que, aparte de tratar temas diferentes por motivos culturales, ambas series se asemejan bastante en su planteamiento y no es difícil entrever la intención de los creadores de parecerse en su propuesta formal a la del autor americano. En ambas series el protagonista es un álter ego muy parecido al cómico real que lo interpreta (Fig. 4.1.3.1. *El fin de la comedia*.). Ambas series son honestas en mostrar lo miserable de la vida: la tutela de una hija siendo soltero de Ignatius y la tutela de dos hijas siendo soltero de Louie. Ambas tratan también el tema de la madurez o envejecimiento a partir de los 40 años además de lo que supone en sus vidas el actuar y hacer monólogos: una especie de descarga emocional.



Fig. 4.1.3.1. *El fin de la comedia*. Fuente: Comedy Central, s.f.

4.1.4. *Dr. Katz, Professional Therapist* (Tom Snyder, 1995-02).

Esta serie de animación que consta de seis temporadas fue estrenada por Comedy Central en 1995 durando hasta 1999 y nunca alcanzó un reconocimiento masivo a pesar de contar con invitados estrella. Dr. Katz es un psicólogo-terapeuta que actúa en esta ficción más como anclaje que como personaje (sobre todo al principio) para que por su diván desfilen humoristas famosos y no tan famosos y desarrollen ahí su monólogo (Fig. 4.1.4.1. *Memoirs*). Esta parte ya parecía interesante desde el principio pues la idea de que con una voz en *off* se pudiera mostrar toda la historia en forma de relato era bastante atrayente, y se relacionaba con otros referentes (como Louis C.K.).

El uso de un psicólogo como “excusa” también agradaba puesto que permitía el uso de la buscada voz en *off*, pero fue descartado luego de la conceptualización de nuestro proyecto con la intención de alejarse del referente y crear algo más original. Además de eso *Dr. Katz* es interesante por el estilo visual, sobre todo por el uso del *squigglevision* (temblor de la línea de dibujo), ya que este estilo de animación estuvo desde un principio presente en la idea de *Días de mierda*.



Fig. 4.1.4.1. *Memoirs, Dr. Katz*, (4X01). Fuente: Snyder, 1997 (captura de pantalla.)

4.2. Influencias estéticas y de estilo.

Existen, aparte, otras influencias o referencias básicamente estéticas, de donde se recoge primordialmente el estilo visual o algún punto artístico, de imagen sobre el que se trabajó posteriormente. Si bien estas propuestas a continuación analizadas, no son enteramente diferentes en contexto a las anteriores propuestas conceptuales, sino que funcionan también dentro del mundo cómico, post-humorístico, de webserie explicado en el marco teórico.

4.2.1 *Moderna de Pueblo* (Raquel Córcoles, 2010-).

Moderna de Pueblo nace en 2010 como una ilustración destinada puramente a Internet, posteriormente, y adquirido ya cierto reconocimiento Raquel Córcoles y su equipo publican hasta tres libros donde destaca *El Cooltureta* (escrito junto al guionista Carlos Carrero). Se trata de una sátira de la cultura hípster en formato de tiras cómicas, normalmente. Interesa por tratar temas tan comunes, porque lo que consigue más allá de la risa es la identificación por parte del lector, en eso se basa principalmente la autora. Su estilo de guion es escueto, va al grano y no deambula, es una tira cómica clásica, pero con una temática totalmente actual (*Moderna de Pueblo*, s.f.).

El punto diferencial de *Moderna de Pueblo* es su representación del ambiente moderno o hípster, siempre tirando de ironía y sátira. El estilo de dibujo es un referente para nuestra propuesta ya que es un estilo simple y centrado en el personaje o personajes, no existe fondo ni contexto, y como la misma autora dice: “Lo hago todo con *Adobe Illustrator*” (*Moderna de Pueblo*, s.f.) un software muy al alcance de todo el mundo y parecido en cuanto a herramientas y posibilidades al utilizado en el *creative trailer* de *Días de mierda*. por tanto, una propuesta que se sitúa (o se situaba en sus inicios) igualmente dentro del concepto amateur o *prosumer*. Además, en su esfuerzo por representar la actualidad, Córcoles, es detallista en el vestuario, los *gadgets* y el *look* de sus personajes (*Moderna de Pueblo*, s.f.).

Desde el 21 de marzo del 2016, *Moderna de Pueblo* también tiene un canal de *YouTube*, dando un paso más en el proceso creativo y dotando de animación a las tiras cómicas anteriormente publicadas y algunas nuevas.



Fig. 4.2.1.1. *Moderna de pueblo*. Fuente: Moderna de Pueblo, s.f.

4.2.2. *Querido Antonio* (Alberto González Vázquez, 2004-).

Querido Antonio es un personaje de Internet con visibilidad en todas las redes importantes (*YouTube*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, etc.). Tras ese nombre se “esconde” el guionista e ilustrador Alberto González Vázquez conocido principalmente por su trabajo en *El Intermedio* (*La Sexta*, 2006) con sus vídeos manipulados. Lo que interesa para nuestro proyecto son sus vídeos de animación creados en 2008 para su cuenta en *YouTube* donde con piezas de 5-6 minutos nos mostraba su particular forma de humor (o post-humor). Aquello de lo que bebe directamente *Días de mierda* es del estilo sobrio y simple de dibujo, un tono tan serio, visualmente, que contrasta (y ahí reside su fuerza) con el tono desenfadado y absurdo del guion (Fig. 4.2.2.1. *Los Reyes Magos*). Si bien nuestro proyecto aspira a dotar de más trama y dinamismo al apartado de guion, el estilo de dibujo sí que supone una gran influencia. La línea clara y sólida frente a un fondo monocromático (normalmente blanco, en ocasiones gris) y la sutil vibración del dibujo marcan una clara influencia que se aprecia visiblemente en nuestro proyecto. La sencillez de la propuesta de *Querido Antonio* destaca por procurar más importancia al guion y al mensaje y servirse de la técnica animada como simple herramienta comunicativa, similarmente a lo que hace *Días de mierda*.



Fig. 4.2.2.1. *Los Reyes Magos*. Fuente: *Querido Antonio*, 2012. (captura de pantalla.)

4.2.3. *Ellos mismos* (Joaquín Reyes, 2011).

Joaquín Reyes, aparte de un humorista de éxito, también es ilustrador. Su trabajo en este campo lo podemos observar en algunas tiras cómicas publicadas en *El Periódico*, en libros como *Ellos mismos* (Literatura Random House, 2011) o *Realidad a la piedra* (Literatura Random House, 2013) y sus famosas animaciones de *Enjuto Mojamuto* (2007-13), o algunas otras que servían como entradillas o separadores en los programas de *La Hora Chanante* (2002-06) o *Muchachada Nui* (2007-10).

Sin embargo, es preciso centrarse en su primera publicación, *Ellos mismos*, ya que quizás sea esta su propuesta más personal y auténtica y la que mejor define tanto su tipo de humor como su estilo de dibujo. El libro recoge algunas de las tiras cómicas publicadas anteriormente en *El Periódico* y se sirve de una conversación entre una representación figurada del propio Joaquín Reyes, llamado *Mini-yo*, con el *Señor Orangután*, una conversación que guía al lector por las diferentes tiras o historietas de aire surrealista, que suponen el plato principal de la publicación. Reyes se sirve de personajes famosos o de actualidad y utiliza el humor irónico y absurdo para sacarles el mayor partido. Pero lo interesante de esta propuesta en cuanto al estilo visual es que Reyes no cae en la caricatura, ni en la exageración morfológica típica de las historietas cómicas, sino que su dibujo es más bien realista, o intenta serlo, y deja que las palabras sean y den el buscado toque surrealista.

Es esto la influencia que recoge principalmente *Días de mierda* para la realización de su marca visual, a pesar de que nuestra serie no recoge ese testigo de surrealismo tan característico de este autor y si el estilo de dibujo realista y sencillo.



Fig. 4.2.3.1. Detalle de *Ellos mismos*. Fuente: Reyes, 2011.

5. Metodología.

En este apartado se explicará cómo se ha trabajado en relación con los diferentes puntos del proyecto. Comenzando por la investigación que se debe separar en dos puntos diferenciados: investigación del contexto y de los referentes.

Primeramente, en la búsqueda de información o investigación del marco teórico ha sido de utilidad la cantidad de artículos, libros y webs con los que se ha contado. El trabajo nace en un contexto de guion puro como primera idea y posteriormente se desarrollaron todos los demás puntos que envuelven a la propuesta, enlazando unos con otros y navegando por la información tirando del hilo de la creación del guion.

Por lo tanto, así como el guion, existen otros puntos donde referenciar al trabajo. Estos son: la webserie, la comedia y la animación. Estos puntos fueron encontrados y analizados después de la decisión del formato. Se trataba de hacer una biblia de un producto audiovisual seriado sí, pero el lugar de difusión (Internet), el tono y la forma dieron un nuevo contexto más amplio donde situar al proyecto en sí.

Los conceptos que configuran el mapa donde se sitúa son conceptos relacionados entre sí. La investigación nunca ha tratado de designar un concepto global para después profundizar en él, de más general a más específico, al contrario, se han tratado diferentes conceptos para después relacionarlos.

La investigación se ha llevado a cabo a partir, sobre todo, de libros de la Filmoteca de Catalunya. Muchos de ellos eran buscados primeramente en Internet y después leídos. Algunos, sin embargo, se deben a recomendaciones del tutor y de personal de la misma biblioteca. Existe también otra parte de información recogida directamente a partir de Internet a través de buscadores académicos donde se han podido encontrar muchos textos de orden académico o especializado.

Con la investigación de estos apartados surgieron nuevos conceptos importantes sobre los que trabajar y se pasó entonces a recoger información sobre el guion seriado y el post-humor, un concepto que define en gran manera el tono de la propuesta audiovisual.

En cuanto a los referentes, el proceso de búsqueda ha sido similar. Existían referentes claros desde la primera idea del proyecto. Estos referentes son *Louie* (Louis C.K, 2010) y *Arros Cóvat* (Juanjo Sáez, 2009), referentes que aportaban conceptual y visualmente a la propuesta. Pero en el proceso de búsqueda aparecieron nuevos. El siguiente paso fue analizarlos y con ello encontrar puntos en común entre ellos e incluso relacionarlos con el marco teórico, como ocurre cuando se referencia a la comedia o el post-humor al hablar de Louis C.K. (ver punto 4.1.1. Louis C.K.).

Cuando la investigación estuvo finalizada se empieza con el trabajo práctico. La información y material adquirido en el proceso anterior permite tomar decisiones más precisas y reflexionadas a la hora de trabajar.

Primeramente, con la biblia de venta el método de trabajo es en paralelo. Se trabaja en el concepto de la serie mientras que se desarrolla al protagonista, puesto que éste es quien define en gran medida el tono (al ser también narrador). El formato y el aspecto visual son dos apartados que vienen dados casi directamente por los referentes estudiados aunque, claro está, añadiendo diferentes puntos de originalidad a la propuesta (que provienen de la relación de propuestas anteriores).

Las tramas también suponen es un trabajo en paralelo con la creación de los demás personajes. La metodología para la creación de tramas consiste en el repaso y reflexión por parte del autor de experiencias tanto personales como compartidas por conocidos, experiencias que se transforman exagerándolas habitualmente para conseguir más dramatismo. Muchas de las tramas se enriquecen de la creación de personajes y a la inversa.

El último paso de la biblia consiste en dialogar el episodio primero, cuya trama ya está creada. Para esto se desmenuza la trama y se expande añadiendo información o material que sirva para la comedia además de para presentar al personaje (se trata del primer episodio).

El *creative trailer* consta de los tres procesos del audiovisual: preproducción, producción y posproducción. Por lo tanto, el método de trabajo es lineal empezando por la escritura del guion, el *storyboard* y la búsqueda de locutor (preproducción), para pasar a desarrollar la grabación de voz y la animación (producción) y acabar montando las diferentes piezas (voz y diferentes imágenes) en la etapa de posproducción. En el proceso de reescritura y

corrección tanto de la biblia como del guion del *trailer* se cuenta con la ayuda de una consulta a un profesional del sector como Juan Carlos Sánchez-Marin.

La memoria de todo el proyecto se comienza a hacer a la par que dicho trabajo práctico pues de esta manera el proceso de descripción es más efectivo. El último paso es analizar y reflexionar sobre el trabajo realizado comparando los objetivos con los resultados y sacando conclusiones sobre el proceso seguido y el producto final.

6. Desarrollo del proyecto.

El proyecto en su parte práctica está diferenciado en dos partes: la creación de la biblia y la creación de un *creative trailer*. Como ambas partes están estrechamente relacionadas y una dependía de la otra se ideó la prioridad de crear la conceptualización de la serie (biblia) y luego pasar al proceso de creación del *trailer*.

6.1. Biblia.

6.1.1. Investigación y referentes.

En la primera parte, la conceptualización, el proceso de búsqueda de información y los referentes tienen importancia para el total del proyecto. El proyecto había surgido a partir de una idea aislada que daría después forma al *creative trailer*, un artículo leído de la revista *Jot Down Magazine* llamado: *¿Por qué hay algo en vez de nada?* (Campos, 2013). Sin embargo, la idea era muy primaria, estaba aún sin trabajar y ni siquiera estaba claro el formato sobre el que desarrollarla. Cuando se decide hacer una serie y situar esa idea como *creative trailer* de la misma los objetivos se aclararon y empezó la búsqueda de información.

Durante la misma se encontraron grandes referentes, se recordaron algunos olvidados en el subconsciente y se relacionaron entre sí para crear la versión final de nuestra propuesta.

Un paso importante fue el marco teórico ya que ayuda a situar esos referentes en un contexto, en un tiempo y ordenarlos, entendiendo mejor dónde se situaban y dónde se situaba también nuestra propuesta. Algunos de estos referentes estaban claros incluso antes de empezar el proceso como pueden ser *Louie* (Louis C.K, 2010-), *Arròs covat* (Juanjo Saéz, 2009-2012) o *El fin de la comedia* (Ignatius Farray, 2014-), pero al trabajarlos, analizarlos y entenderlos se dieron con puntos fuertes y rasgos característicos y se crearon diferenciaciones. Por ejemplo, se encontraron piezas animadas del mismo autor de *Louie*, Louis C.K, que expresaban aún mejor la idea de propuesta que se tenía por desarrollar o se dio con el toque nacional de *Arròs covat* o *El fin de la comedia*, y se relacionaron todas ellas como ejemplos claros de comedia personal y de autor.

Una de las características más importantes y algo que supuso un gran empuje en la conceptualización de la serie fue la voz en *off*. Se encontraron piezas audiovisuales que la

usaban, del mismo Louis CK al que se situaba como referente claro o por ejemplo la serie de animación *Dr. Katz* (Tom Snyder, 1995-2002) que fue descubierta durante el proceso y que aparte de la voz en *off* aportaba un estilo de dibujo que sorprendió y creó una nueva línea de búsqueda y análisis en cuanto a ese estilo visual. Por esto la parte de investigación tiene importancia en la propuesta, porque no sirve solo para situar al trabajo entre manos, sino que además aportaba material nuevo e ideas al resultado final.

6.1.2. Desarrollo de la Biblia.

El paso siguiente es la plasmación de todas esas muestras visuales y conceptuales trabajadas en la investigación, todas esas ideas que aportaron, en una serie. El trabajo ahora consiste en desarrollar la biblia.

6.1.2.1. Concepto.

El concepto mismo de la serie se sitúa alrededor el humor y la identificación por parte del espectador. Este primer apartado empieza con una cita del director y guionista Woody Allen que dice: “Life is divided into the horrible and the miserable” (“La vida se divide entre lo horrible y lo miserable”). La decisión de incluir esta frase al inicio de la biblia viene dada por dos razones. La primera es el contraste, crear contraste entre una idea tan deliberadamente pesimista y una propuesta que trata ese pesimismo con humor como es *Días de mierda*. Contrastar y dejar descolocado al lector desde el principio. La segunda razón es la condensación. Una biblia no es un documento largo y extenso de por sí y se debe condensar y resumir ideas de la forma más corta e impactante posible, y una cita de Woody Allen era perfecta y además marcaba desde el principio el tipo de comedia y referentes que se tendrían en cuenta.

El humor, la comedia, es una herramienta para explicar de forma agradable verdades y miedos universales (ver punto 1.1 La comedia como verdad), la herramienta ideal para explicar verdades dolorosas o ridículas (lo horrible y lo miserable). La identificación es una fórmula clave para el humor (ver punto 3.1.4. La comedia) y en este caso se apuesta por la importancia máxima del espectador, del *target*, en el proyecto. Los personajes y las tramas giran en torno a momentos o situaciones comunes y mundanas que tienen como objetivo precisamente esa identificación, situaciones típicas como pasar el día en familia en Navidad, salir de fiesta con los amigos o ir a hacer *running* de buena mañana.

Los personajes son típicamente occidentales y de clase media, con cierto gusto por la cultura y la actualidad (sobre todo el protagonista) y los temas son de actualidad (redes sociales, hobbies actuales, modas de Internet, etc.) por lo tanto aquí es donde vemos cómo se relaciona de una manera extrema el *target* y el contenido de la serie.

El concepto mismo de la serie tiene mucho que ver con el protagonista dado que se decide que la voz en *off* nos guíe por la historia, siguiendo el ejemplo de referentes como *Louis CK Animation Short* (Augenblick Studios, 2007) o *Dr. Katz, Professional Therapist* (Tom Snyder, 1995) y esta voz en *off* es del protagonista siguiendo la línea personal de series como *Louie* o *El fin de la comedia*. Por lo tanto, al seguir este camino marcado sobre todo por Louis C.K., y decidir que sería una comedia de autor, el personaje protagonista es una exageración ridícula del propio autor de la serie, hasta ese punto de neurosis y egocentrismo extremo que provoca la risa (aquí existe también el referente inconsciente de Woody Allen).

Teniendo claro, entonces, que el protagonista nos cuenta la historia y que su carácter es, a grandes rasgos (aún no está del todo definido) así, las historias o anécdotas que surgen abarcan el concepto de cotidianidad y vida urbana (otra vez siguiendo los referentes de post-humor como *Seinfeld*, *Larry David* o *Louis C.K.*). La identificación cobra fuerza como motor de la risa cuando vemos que funciona en estas comedias puestas de referentes y que por lo tanto puede funcionar aquí.

6.1.2.2. Formato.

En cuanto al formato se decide que se tratará de una serie para la web, en formato *shortcom* con un único personaje principal de gran importancia sobre el que girarían las tramas de los 10 capítulos de la primera temporada y, lo que es más importante, se realizaría como una serie de animación 2D.

La elección de crear una serie para la web viene dada por el *target* del proyecto (ver punto 2.4. *Target*) y también por la facilidad de difusión. Al tratarse de una webserie se decide que el formato será de corta duración (6-7 minutos) con tal de adaptarse al medio dado que la web o Internet produce otro tipo o forma de consumo por parte del espectador que se comporta con más hiperactividad y agotamiento delante de la pantalla (ver punto 3.1.3. La webserie). La elección de desarrollar 10 episodios en la primera temporada se debe a los referentes manejados, *Louie* (Louis C.K., 2010-) por ejemplo, y muchas otras series o

sitcoms que actualmente apuestan por 10-13 episodios por temporada como son *Man Seeking Woman* (Simon Rich, 2015-) o *Girls* (Lena Dunham, 2012-). Como se dice en el apartado 3.1.3. La webserie, la web permite que los temas a tratar puedan arriesgar más, evitando cualquier tipo de censura, aunque en ningún momento la provocación sea el objetivo, sí que permite más libertad en la posterior ideación de las tramas.

La animación 2D es una técnica que motiva de forma personal al autor del trabajo y además permite trabajar de forma individual sobre todo el proyecto, pudiendo controlar cada punto del proceso, al contrario que un rodaje, donde los imprevistos son más y el trabajo es más de equipo. Además, después de investigar posibles referentes se encontró una forma o estilo de dibujo atractivo para el autor consistente en la sencillez y temblor de la línea (*squigglevision*) que podría resultar efectivo a la hora de transmitir o comunicar de forma eficaz el tono de la serie. El estilo observado en propuestas como *Querido Antonio* (Alberto González Vázquez, 2005) o *Arròs covat* es un estilo sencillo en cuanto a forma y fondo, y también en cuanto a colores, si bien es verdad que la serie de Juanjo Sáez tiene algún toque más de color pasando incluso por el *collage* fotográfico en líneas generales son dos muestras de un dibujo sencillo y naif, sin fondos ni demasiados detalles, son dos muestras visuales en las que se inspira claramente la estética de *Días de mierda*.

Con el concepto y tono decidido se pasó a la parte más creativa: el desarrollo de los personajes y tramas. La creación del personaje principal fue el paso anterior al desarrollo de las tramas de los diferentes episodios y a la vez las tramas aportaron nuevas ideas de personajes en un trabajo paralelo.

6.1.2.3. Tramas.

Cuando se tiene claro que se va a tratar de una primera temporada y que dicha temporada va a constar de 10 episodios se pasa a formular una lluvia de ideas con posibles títulos de los capítulos siempre siguiendo el paradigma, “El día de...”, creando así una relación de los títulos de los episodios con el título de la serie. Esta idea viene tras un *brainstorming*, en el que aparecen bastantes títulos siguiendo esta fórmula como: *El día que fui de festival*, *El día que me hice Tinder* o *El día que cumplí 30 años*. Muchas de estas ideas surgen de experiencias personales o escuchadas a otras personas y conforman, al final y después de una selección, los títulos de los 10 episodios.

Con estos títulos e ideas de episodios se pasa a desarrollar las tramas con un método sencillo: se parte de la idea del título y se piensan posibles consecuencias o causas que hagan que el protagonista se vea en situaciones adversas y en su mayoría ridículas para así crear comedia y, otra vez, identificación. Las experiencias personales o relativas a conocidos del autor se exageran muchas veces para crear más conflicto y así más comedia (ver punto 3.3.4. La comedia).

Por ejemplo, en el capítulo 5, *El día que decidí ponerme en forma*, se piensa en una posible causa: su cuñado se ha comprado un *smartwatch* (el cuñado es un amante de la tecnología). Se piensa después en una posible consecuencia: el cuñado quiere estrenarlo y, cómo no, acude a Dani para que lo acompañe. Si Dani hubiera decidido por él mismo hacer deporte, no habría quedado verosímil dado el carácter del protagonista, se tenía que buscar una causa exterior (el cuñado, una posible cita, una recomendación expresa del doctor, etc.) Después se crea una situación adversa: hace mucho frío y es muy temprano. Y finalmente se crean situaciones ridículas que acompañen a la trama (como ir en coche a hacer *running*, cansarse justo después de empezar...) para acabar con un giro cómico: cuando se encuentran con los chavales que vuelven de fiesta el orgullo del cuñado hace que se enfrente a ellos lo que provoca que les roben hasta las llaves del coche y vuelvan a casa andando. Todo parte de una experiencia personal donde un amigo del autor de la serie le plantea ir a hacer deporte, la experiencia ni siquiera llega a materializarse, pero la imaginación de lo que podría haber pasado da material suficiente para este episodio.

5. *El día que decidí ponerme en forma.*

El cuñado de Dani se ha comprado un medidor de pulsaciones y/o smartwatch y decide ir a hacer running. Llama a casa de Dani a las 7 de la mañana. Ante la sorpresa del cuñado, que está súper motivado y con el kit de runner encima, Dani decide acercarse al paseo marítimo en coche porque “hace mucho frío para ir hasta allí corriendo”. Cuando empiezan a correr ninguno puede seguir un buen ritmo y van dando tumbos hasta que unos chavales que vuelven de fiesta se los cruzan y se ríen de ellos. El cuñado decide enfrentarlos y acaban robándoles a punta de navaja. A Dani le roban las llaves del coche y tienen que volver andando a casa y pasando frío.

Este es, aproximadamente el método de trabajo seguido para cada capítulo ya que, como se ha dicho, los títulos surgen antes que las tramas. Al analizarlos después se aprecia que existe una estructura clásica de *sitcom* (ver punto 3.1.2. El guion seriado), pero reducida por formato. Además, todos los temas tratados son actuales y conectan con ese público objetivo (*running*, *Tinder*, precariedad laboral, madurez tardía, etc.).

6.1.2.4. Personajes.

A la par de las tramas se trabaja sobre el personaje protagonista para, partiendo de una idea bastante estereotipada, pasar a convertirlo en un personaje completo y profundo. Esto se consigue dándole más *background* y definiendo aspectos específicos que huyen del estereotipo como por ejemplo que, aunque sea un personaje en principio cínico y egoísta, también tenga ideales y esperanza por un futuro mejor, sentimientos que esconde por miedo a las apariencias.

Es importante describir la importancia del protagonista y de la voz en *off*. La decisión de utilizar esta herramienta no es casual. El monólogo es una forma de diálogo que permite al personaje “transmitir sus pensamientos sin hablar” (Rodríguez de Fonseca, 2009). Se diferencia del soliloquio del teatro clásico precisamente en esto, en que podemos acceder también de esta manera a la conciencia del personaje. Además, es una herramienta de narración que en los últimos años se ha asociado mucho con el *stand up* y la comedia. El monólogo es el único recurso que se utiliza en la propuesta dado que en la misma no existen diálogos de ninguna otra clase.

Es un recurso que ayuda a la narración por parte del narrador conocido, es decir, un personaje de la historia. La utilización del narrador permite que el espectador se identifique de una manera más fácil con el personaje puesto que vivirá la historia a través de sus ojos. Por esto precisamente se decidió utilizar esta figura, porque aporta esa visión subjetiva y hace que todo lo que aparezca o se oiga en la pantalla sea su visión del mundo y no la más pura realidad (ver punto 3.2.3 La narración).

La narración utilizada también se podría definir como voz en *off* (fuera de plano) diegética (“quien habla es un personaje de la historia”). Sin embargo, al ser un narrador protagonista la voz es a veces *off* y a veces *in* ya que el personaje aparece en el plano. Sin embargo, nunca

lo vemos hablar ya que lo que se escuchan son sus pensamientos (Rodríguez de Fonseca, 2009).

La importancia del protagonista es por lo tanto vital ya que el protagonista actúa como personaje y como narrador a la vez y todo lo que aparece y forma la historia lo hace a través de su filtro. No vemos nada que él no quiera que veamos y sin embargo podemos entender cosas que él no quiera que entendamos: gracias a la ironía.

Al protagonista se le envuelve también de personajes secundarios como Marc (su amigo), su hermana, su madre y su cuñado. En este proceso y creando la relación del protagonista con cada uno de ellos se consigue definirlo más aún, perfilarlo hasta crear “su mundo”. La relación antagónica con su cuñado, la de competitividad con su hermana, la envidia que siente por Marc o la difícil comunicación con la madre consigue precisamente esto. Además, se apuesta por no dar nombres a ciertos personajes más que en casos totalmente necesarios: Dani no se puede referir a su amigo como “mi amigo” siempre, no quedaría realista es por eso que se le llama Marc. Con esto se consigue generalizar de forma que la identificación sea más amplia por parte del espectador.

La creación del amigo que nace en un principio como el “escudero” o “acompañante” típico del protagonista luego desemboca en un personaje con matices. Pasa de ser un simple acompañante a ser una especie de negativo del protagonista. Al igual que todos los demás personajes, Marc es opuesto en carácter a Dani, dado que el conflicto crea comedia (ver punto 3.3.4. La comedia). Marc es un joven en una situación muy parecida a la de Dani, comparten edad, soltería, ambos viven solos y tienen un futuro incierto frente a ellos, pero al contrario que Dani, Marc se toma las cosas con calma, no piensa demasiado y, sin embargo, parece que todo le sale bien. Esto, además, crea una mezcla de cariño y envidia en el protagonista, sentimientos contradictorios que arrastrará a través de todas las tramas.

La hermana sirve como comparación, como competencia directa de Dani. La hermana es lo opuesto (conflicto) tiene más o menos la misma edad, pero está asentada, tiene una vida más o menos establecida, con marido e hijo y un futuro prometedor en la empresa. Para Dani es difícil comprender como consigue mantener ese estatus de mujer independiente y empresaria y ser una madre y ama de casa luchadora a la vez. La hermana es además contraria por ser pragmática totalmente, por adecuarse a las reglas sociales y no reflexionar sobre ellas.

El cuñado reúne en sí mismo todo lo opuesto, su relación con Dani es el foco principal de comedia precisamente por eso. La figura del cuñado como tal es un tema muy recurrente en el humor español, como demuestra el libro *Mi puto cuñado* (2015) del humorista e ilustrador de *El Jueves* Pedro Vera, y el personaje de la serie se trabaja precisamente sobre esos pilares comunes, esas características que se pueden extraer de la obra de Vera: un hombre extrovertido que parece saber de todo, con “muletillas” casposas para cualquier situación y un poco dado a ideas conservadoras en cuanto a la sociedad y la política. Sin embargo, el personaje de la serie no se queda solamente en representar estos tópicos: se crea un personaje más profundo añadiendo gustos particulares (la tecnología, los coches, etc.) y se le describe como un buen hombre, a pesar de su carácter irritante, y un buen compañero para la hermana del protagonista. Como pasa con todos los personajes, la relación con Dani, y por parte de Dani, tiene matices de amor-odio. El odio, el conflicto, tiene que existir para que haya comedia; sin embargo, son personajes cercanos al protagonista y que también le inspiran cariño, amor o amistad.

Por último, la madre basa su conflicto con Dani en sus creencias tradicionales y en la actitud extremadamente paternalista que tiene hacia él. Una mujer con carácter, al igual que la hermana, que busca solucionar la vida de su hijo, consiguiéndole una buena mujer y un trabajo estable. Al crear al personaje de la madre surgió la opción de crear una figura paterna, pero al reflexionar un poco, se llegó a la conclusión de que este otro personaje no aportaría nada exclusivo a las tramas, y que la relación madre-hijo daba más material de trabajo. Por lo tanto, se decide que sea una mujer divorciada y con novio, que al principio puede resultar contrario a su conservadurismo y su fe, pero que consigue crear un personaje bastante redondo con dilemas internos y preocupaciones vitales importantes. Si decíamos que el cuñado y su relación con Dani crean la mayoría de situaciones cómicas de la serie, la relación con la madre lo que hace es definir aún más al protagonista, haciéndolo reaccionario a su familia y algo inmaduro para su edad.



Fig. 6.1.2.4.1. Liz Greenberg (*Man Seeking Woman*). Fuente: FX Canada, s.f.

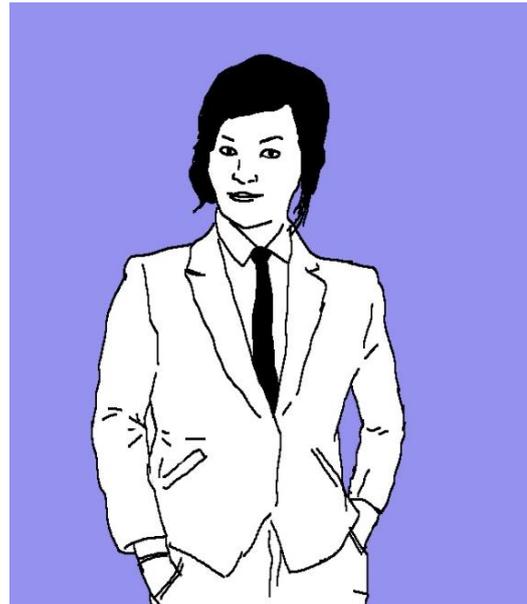


Fig. 6.1.2.4.2. Hermana. Fuente: Elaboración propia.

El aspecto visual de los personajes se ha inspirado en personas reales y también en personajes parecidos (que no iguales) de otras formas de ficción, como por ejemplo la hermana, que se basa visualmente en el personaje de Liz Greenberg en la serie *Man Seeking Woman* (Simon Rich, 2015) (Fig. 6.1.2.4.1. Liz Greenberg).

Aún queda definir visualmente la serie. Esto se consigue a través del dibujo de los diferentes personajes. Al dibujar los personajes también se está desarrollando parte de su totalidad y creando más matices en ellos. Por ejemplo, se decide que Dani no sea un joven hípster total, con barba, gafas, etc. sino que sea un joven con aspecto estándar buscando en este proceso ampliar la identificación del espectador que quizás resultaría más difícil si el protagonista tuviera un *look* más definido y estereotipado. Los demás personajes secundarios son dibujados a partir de estereotipos que se adecuan a la descripción de dicho personaje. Por ejemplo, al cuñado se le describe como un padre de familia y vendedor de coches, un hombre que se preocupa por lo tanto por su imagen, que va en traje y que se cuida. Marc es un joven despreocupado (en contraste con el protagonista) y por eso lleva un jersey cualquiera y una barba de 3 días. La hermana es una mujer de negocios, luchadora y fuerte (Fig. 6.1.2.4.2. Hermana) y la madre es una mujer algo mayor, recatada, pero según ella “moderna”.

6.1.2.5. Primer capítulo

Un último paso en lo referente a la biblia es la guionización del primer capítulo. Dicho episodio existía ya en forma de sinopsis de doce líneas por lo que la tarea principal era expandir ese resumen hasta un guion de unas seis páginas para cumplir con la duración prevista de los capítulos.

Durante su transcripción lo principal era cambiar el punto de vista, es decir, mientras que la sinopsis está escrita desde un punto de vista objetivo e impersonal el capítulo en sí tendría que estar escrito desde el punto de vista del protagonista siguiendo el tono de la serie.

El primer paso fue escribir el monólogo, con total libertad y sin acotaciones de ningún tipo, basándose en la trama existente. Para ello fue de utilidad reflexionar sobre cómo se cuentan las historias, cómo una persona normal cuenta una anécdota a un amigo en un bar, utilizar esa actitud coloquial y adaptarla al personaje. Ese era el tono deseado y desde ahí tenía que crearse el monólogo.

Por lo tanto, el monólogo en sí se escribe de una vez y a partir de esa primera versión se va retocando. Se añaden expresiones que puedan resultar graciosas reflexionando sobre lo que ya se tenía. Por ejemplo, cuando Dani explica que su amigo y él fueron a una exposición de arte moderno esto se escribe con las palabras “contemporáneo”, “efímero” o los conceptos de “televisores en el suelo” o “VHS”. Con esto se consigue describir de otra manera lo que para el protagonista es el arte moderno, mucho más subjetivamente que de la forma en que estaba escrito principalmente. También se añaden referencias a la cultura actual a las nuevas tecnologías o las modas contemporáneas. Referencias como “vapear”, “Tinder”, “botellón”, o “carnet joven” que ayudan a crear identificación y empatía por parte del público, una de las intenciones principales de la serie (ver punto 6.1.2.1. Concepto).

Con todas estas revisiones hechas se añaden las acotaciones visuales. Surge, entonces, un problema de orden, no sabiendo donde escribir dichas anotaciones: en el mismo diálogo o cómo acción. Se decide añadirlas como acción o descripción de la escena ya que de la otra manera el monólogo quedaba muy sobrecargado y era difícil su lectura. De esta manera era mucho más ordenado y limpio.

Es al final cuando se reflexiona sobre la estructura del episodio. Esto es así debido a que cada capítulo de la serie se sitúa entre el monólogo humorístico y el capítulo de *sitcom* y es más útil para el autor dejarse total libertad creativa (en cuanto a estructura) cuando se empieza a escribir para luego reflexionar sobre lo escrito y adecuarlo a las convenciones. Ya en la sinopsis se divide al capítulo en tres actos clásicos: introducción (Dani presenta la situación de cómo está en un bar de resaca porque ayer fue su cumpleaños), nudo (Dani explica cómo Marc lo lleva de fiesta a un local de gente madura donde se emborracha y se liga a una mujer) y desenlace (Dani acompaña a la mujer a su casa, pero al despertar a los hijos sale corriendo de allí). Así está ya marcado en el resumen del episodio en la biblia y, puesto que la escritura del guion se basa en este resumen, la estructura se sigue y se cumple de manera casi instintiva. Para finalizar también se añaden y se corrigen las faltas de formato como la de escribir cada personaje en mayúscula la primera vez que parece o especificar correctamente las escenas y los títulos de crédito finales.

6.2. *Creative trailer.*

Mientras se trabaja en la biblia también se desarrolla la preproducción del *creative trailer*. Un *creative trailer* es una pieza audiovisual corta (de unos 2 minutos) que sirve como promoción o venta del producto audiovisual. Aporta, al contrario que un *trailer* estándar, contenido externo al producto en sí (Dornaletche, 2007). Mientras que un *trailer* convencional contiene material del producto audiovisual ya realizado, y lo muestra con un montaje discontinuo, el *creative trailer* muestra material producido especialmente para el este con una narración lineal y sin utilizar el montaje discontinuo. La decisión de incluir un *creative trailer* vino dada por la posibilidad que daba de desarrollar en poca duración (2 minutos) el aspecto visual de la serie y crear una trama aparte, sin relación con la primera temporada, una pieza independiente que sirviera de prólogo. Además, era una forma de presentar al protagonista antes de empezar con dicha temporada. La creación de este *trailer* consta de tres pasos: preproducción, producción y posproducción.

6.2.1 Preproducción.

Después de tener claro el concepto de la serie, el tono, el formato, el estilo y la trama de la primera temporada se decide realizar un *creative trailer* que sirva como adelanto y a la vez muestra de aquello que la serie pretende ser. Para la creación de este *trailer* la inspiración

surge de tres lugares: el artículo filosófico-científico: *¿Por qué hay algo en vez de nada?* (Cristian Campos, 2013, *Jot Down Magazine*), el monólogo inicial de Alvy Singer en *Annie Hall* (Woody Allen, 1977) y en un aspecto más visual la secuencia de la explicación del universo en la película *Nymphomaniac: Vol. I* (Lars Von Trier, 2013).

6.2.1.1. Guion del *creative trailer*.

En primer lugar, el artículo de Cristian Campos dota de contenido al monólogo que va a ser explicado. El artículo en cuestión es un artículo de divulgación científica pero que muestra en un tono desenfadado y coloquial temas filosóficos y de ciencia a través de ejemplos básicos que todo el mundo puede entender. No intenta responder a las grandes respuestas universales, sino, mostrar mediante esos ejemplos las posibles respuestas, respuestas que han dado grandes mentes a lo largo de la historia. El título ya adelanta que el tema central es el origen del universo, y de hecho el autor, considera en todo momento la teoría religiosa o divina como teoría de comparación, sin menospreciarla y simplemente mostrando datos científicos para rebatirla. Es un artículo extenso, que llena de ideas a quien lo lea, pero más aún de preguntas. Algunos datos persisten en la mente hasta tiempo después de leerlo y fueron precisamente estos datos (y una relectura posterior) lo que dotó de material al guion del *trailer*. La experiencia de estar pensando en el origen del universo antes de ir a dormir es una experiencia personal, pero lo que provoca el inicio de la comedia es el contrapunto de una idea mundana y simple que se cruza por la cabeza y que, sin embargo, pudiera preocupar mucho más a quien la tuviera.

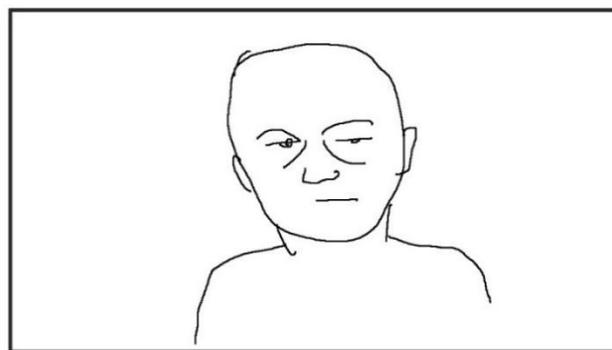
La comparativa de estas dos ideas, una gran pregunta sin resolver como el origen del universo y la de “que pasará mañana en mi día a día” expresaban perfectamente el carácter del protagonista y de la sociedad actual, tan individualista y egocéntrica.

En segundo lugar, el monólogo de Woody Allen aporta un tono y una idea: el monólogo inicial al principio de la película funciona como en nuestra propuesta: se sitúa al principio para describir y mostrar al personaje principal antes de que empiece la verdadera trama (igual que el *creative trailer* adelanta a la primera temporada). Además, en este monólogo de Allen también aparece el tema del artículo: el universo. Por lo tanto, estos dos conceptos se relacionan aún más, aunque de una manera que no surge del estudio sino casi del inconsciente.

Por otra parte, son dos personajes similares (pesimistas, egoístas, maniáticos, etc.) y aunque la serie no beba directamente de Allen y su obra sí que lo hacen Louie C.K, Ignatius Farray o Seinfeld, referentes, estos sí, claros para *Días de mierda*. Como se puede apreciar en las siguientes tres imágenes el plano utilizado es de hecho muy similar tanto en el *storyboard* como en la imagen final.



Fig. 6.2.1.1.1. Inicio de *Annie Hall*. Fuente: Allen, 1977 (captura de pantalla).



"Hay cosas que me preocupan mas todavía y no me dejan dormir. ¿Por ejemplo? ¿De que mierdas hablas con un niño de 5 años? Mañana tengo que pasar la tarde con mi sobrino Hugo..."

Fig. 6.2.1.1.2. Plano en *storyboard*. Fuente: Elaboración propia.

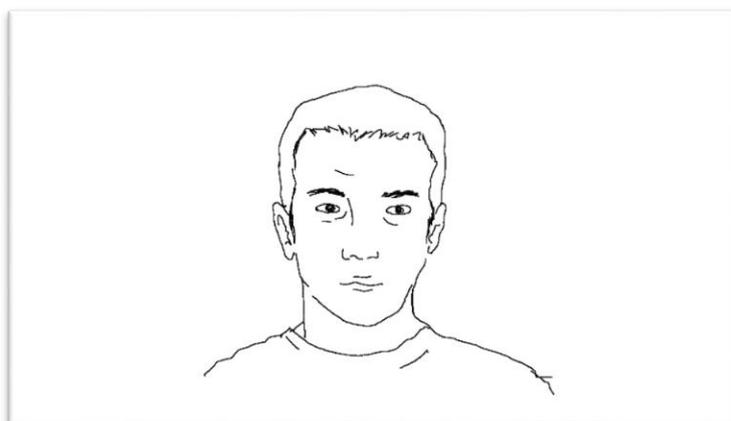


Fig. 6.2.1.1.3. Plano en la animación final. Fuente: Elaboración propia.

En tercer lugar, cuando estos puntos ya están relacionados y por lo tanto planificado el guion, se toma como referencia visual ese corte de la película de Lars Von Trier que se cree que funcionará en su grandilocuencia como punto cómico por contraste. Es una sucesión de tres planos que aparecen en el minuto 83 del film cuando la protagonista, Joe, explica a Seligman (a modo de *flashback*) su sensación de soledad al tener que pasar por quirófano a los 7 años. Es una referencia puramente visual y nada tiene que ver la película en cuestión con la trama del *creative trailer*. Se pensó, a la hora de hacer el “*story*” en añadir unas imágenes reales al principio para después sorprender al espectador con el tipo de dibujo simple (negro sobre blanco) característico de la serie.

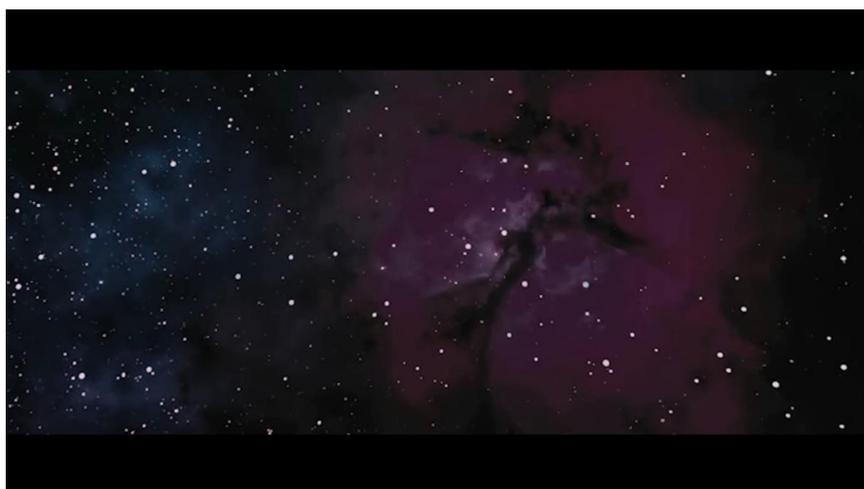


Fig. 6.2.1.1.4. *Nymphomaniac: Vol. I* (plano). Fuente: Lars Von Trier 2013 (captura de pantalla).



Fig. 6.2.1.1.5. Fotografía del universo. Fuente: pixabay.com, s.f.

El monólogo se convirtió en guion y se fue perfeccionando (con ayuda externa profesional) hasta alcanzar las 5 versiones. Se perfilaron frases o tonos del protagonista, se adecuó la duración, y se reescribió concienzudamente los apuntes visuales sobre el monólogo del protagonista es decir algunas imágenes clave que tendrían que aparecer justo al pronunciar una palabra. Un ejemplo claro de esto es la aparición de una cuenta atrás en pantalla cuando el protagonista dice que la humanidad “hubiera existido en los últimos 20 segundos”. En este caso la relación imagen-palabra tenía que ser precisa y exacta y se dejó nota de ello en el guion (Fig. 6.2.1.1.6. Versión 2 del guion en *Celtx*). Otra peculiaridad es el comienzo de la voz en *off* sobre un fondo negro, esta decisión se toma para mostrar al espectador (o más bien evocarle) que la voz es un pensamiento, pues existe sin imágenes, existe antes de que estas aparezcan.

El guion está estructurado por 4 *punchlines* (terminación en inglés que significa “remate” o “gracia” del chiste). Estos 4 *punchlines*, a la vez separan los temas a tratar: presentación, artículo del universo, el sobrino y la resolución final (relacionando todos los temas). Se trata por tanto de una estructura más aferrada al monólogo humorístico que al de un capítulo de *sitcom* o serie de humor, esto es debido a que se trata de un *creative trailer* no de un episodio.

La escritura se hizo utilizando el programa *Celtx*, un software que permite escribir guiones teniendo de ayuda muchos parámetros de estilo y forma que vienen ya predefinidos.

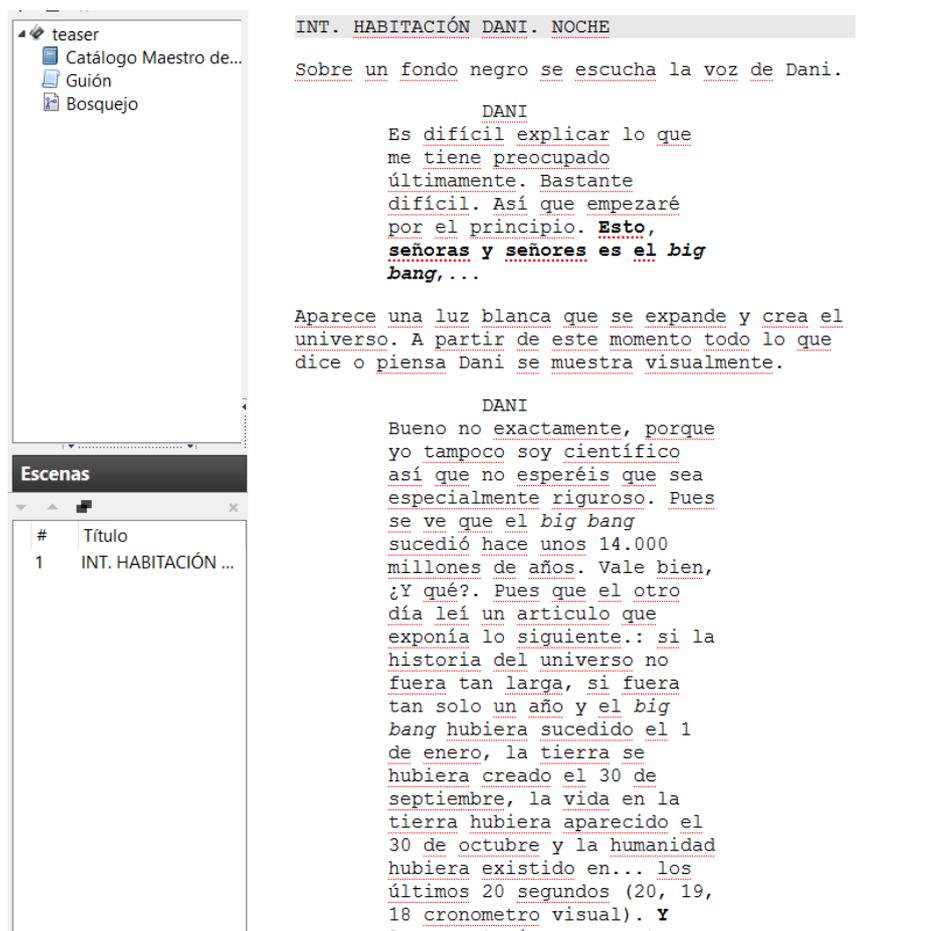


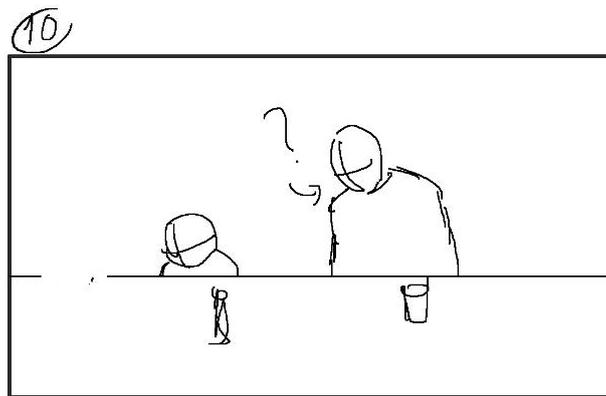
Fig. 6.2.1.1.6. Versión 2 del guion en Celtx. Fuente: Elaboración propia.

6.2.1.2. Storyboard.

Cuando se consideró que estaba suficientemente trabajado, es decir, cuando todos los apuntes y expresiones estuvieron perfiladas y después de compartir las versiones del guion con diferentes personas, entre ellas un profesional del sector como es Juan Carlos Sánchez-Marin (guionista y *Script Doctor*) se pasó a dibujar el *storyboard*. La idea de la voz en *off* y el carácter explicativo de la serie confluyó en un *storyboard* representativo del monólogo escrito, añadiendo una muestra visual de las palabras y pensamientos del protagonista y pasando también revisión profesional para perfeccionarlo y retocarlo.

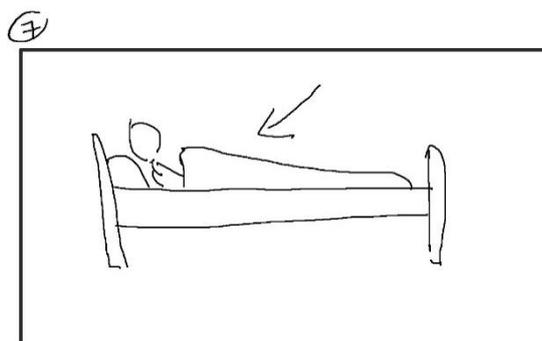
Desde el principio se tenía claro que las imágenes mostrarían las palabras, la serie se había ideado de esa manera, por lo tanto, lo que se tenía que hacer era pensar el cómo representarlas antes de qué representar. Para ello se sigue un el estilo visual descrito en la biblia, blanco

sobre negro, sencillez y sin presencia de fondos. Si dos personajes tenían que aparecer en un bar entonces se dibujaban a los dos personajes y una barra simplemente para situarlos (Fig. 6.2.1.2.1. *Storyboard* imagen 10), si el protagonista tenía que estar desvelado antes de dormir, entonces se dibujaba al protagonista en una cama, sin fondo, sin nada que disperse la atención del espectador (Fig. 6.2.1.2.2. *Storyboard* imagen 7). Se sigue de forma estricta el estilo visual decidido con la finalidad de que la pequeña muestra de la serie que supone el *creative trailer* cumpla con lo descrito y “prometido” en la biblia.



“Ya me imagino a los dos ahí sentados en cualquier bar, callados, sin decir nada y el niño pensando que vaya mierda de tío “guay” menos guay que le ha tocado.”

Fig. 6.2.1.2.1. *Storyboard* imagen 10. Fuente: Elaboración propia.



(...)“La gente me dice que no le da tantas vueltas a las cosas pero la verdad es que lo del big bang es lo de menos.”

Fig. 6.2.1.2.2. *Storyboard* imagen 7. Fuente: Elaboración propia.

6.2.2. Producción.

El primer paso era la grabación de la voz, antes de empezar a animar se tenía que contar con el audio para así poder sincronizar la imagen. Junto con la colaboración de Sergi García se contó con un equipo de grabación bastante básico pero resolutivo que cumplía con creces la calidad que se buscaba. Este equipo estaba formado por un micrófono de condensador de diafragma grande llamado *AKG P220*, una tarjeta de sonido *Native Instruments Audio 6*, y el programa *Nuendo 6*, un software que permite de manera sencilla grabar audio y manipularlo después realizando cortes, limpiándolo, etc.



Fig. 6.2.2.1. *Native Instruments Audio 6*. Fuente: Native instruments, s.f.



Fig. 6.2.2.2. Micrófono de condensador *AKG P220*. Fuente: *AKG by Harman*, s.f.

Se hicieron nueve tomas hasta encontrar el punto exacto de tonalidad y cuando la toma fue perfecta se repitió dos veces para contar con más material válido.

Con el audio preparado empezaba la animación del *trailer*. El proceso era el siguiente: se dibujaban los diferentes planos en *Photoshop CC 2014*, siguiendo concienzudamente el *storyboard* pero mejorando en calidad el dibujo final. El trabajo se hacía con la ayuda de una tableta gráfica *Wacom Intuos Art* que permite dibujar con mayor precisión en la pantalla y conseguir esa línea de dibujo deseada.



Fig. 6.2.2.3. Tableta táctil *Intuos Art*. Fuente: *Wacom*, s.f.

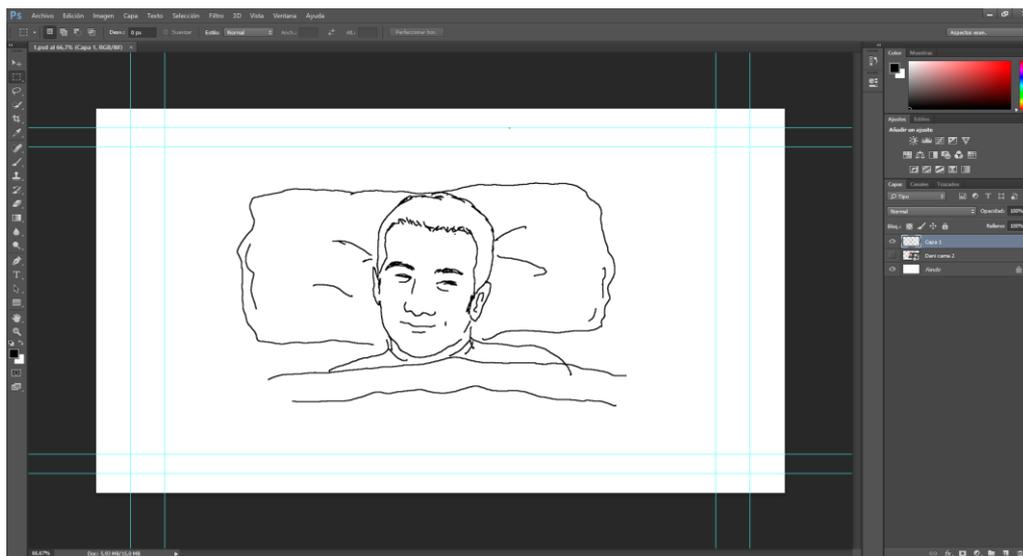


Fig. 6.2.2.4. Plano final en *Photoshop CC 2014*. Fuente: Elaboración propia.

Cuando los planos estuvieron listos se pasó a trabajar con *After Effects CS6*, un software que permite realizar una animación de buena calidad utilizando muchas herramientas accesibles y sencillas. Se trabaja plano por plano (contando con dieciocho, al principio, en total), se importaba la imagen en alta calidad y se le aplicaba la animación pertinente.

En algunos planos estáticos (Fig. 6.2.2.4. Plano final en *Photoshop CC 2014*) se necesitaban dos dibujos en total más el efecto de *squigglevision* que se conseguía con una precomposición con el efecto de “ruido turbulento”. Esta precomposición se adjuntaba al dibujo mediante una capa de ajuste sobre la que afectaba la luminosidad con un sencillo efecto llamado “desplazamiento de mapa”. El “ruido turbulento” se decidió moverlo a una velocidad de 12 fotogramas por segundo (*fps*) dado que esta velocidad se asemejaba más a los referentes contrastados. Si se hubiera puesto a la velocidad estándar actual de 25 *fps* el efecto hubiera sido muy diferente y el resultado no hubiera sido para nada el deseado. Este efecto es el que conseguía el tan deseado *squigglevision*.

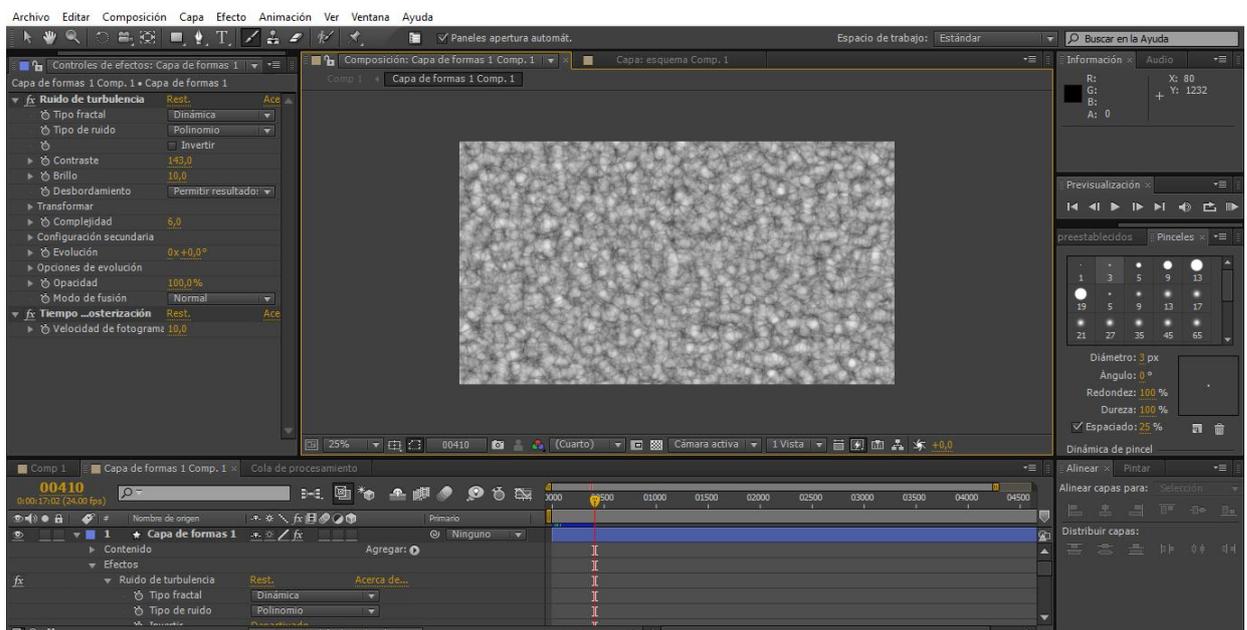


Fig. 6.2.2.5. Efecto “ruido turbulento” en *After Effects CS6*. Fuente: Elaboración propia.

Aquí es importante explicar por qué se utilizó la técnica de *squigglevision* o temblor de línea. La razón principal viene dada por los referentes visuales, muchos de este (*Dr. Katz, Querido Antonio* o la animación de Louis C.K.) cuentan con esta técnica o una pequeña variante. La utilización del temblor de la línea aporta más dinamismo a un tipo de animación de por sí estática donde lo importante no es tanto lo que se ve como lo que se oye, lo que se está explicando.

El *squigglevision* nace del creador de *Dr. Katz* Tom Snyder, y nace según sus propias palabras de un caso severo de temblor y de un daltonismo extremo (Wagner, 1998). En vez de esconder estos defectos, Tom Snyder los convirtió en ventajas para crear su primera serie

y venderla a una cadena tan importante como *Comedy Central*. Después de dicha serie vinieron muchas más como *Science Court* (Tom Snyder, 1997-2000) o *Películas Caseras* (Loren Bouchard y Brendon Small, 1999-2004).

Esta técnica fue seguida en el *creative trailer* en los planos más estáticos. Sin embargo, existían planos que demandaban más herramientas del programa. Un ejemplo es el primer plano donde sobre un fondo negro aparece una bola blanca que crece hasta ocupar la pantalla y convertirse en una foto del universo. Se llevó a cabo dibujando directamente sobre una precomposición de *After Effects CS6* (con la ayuda de la tableta grafica) y adecuando la aparición del *Big bang* a la voz grabada.

Las dos imágenes posteriores hacen referencia claramente al corte de *Nymphomaniac: Vol I explicado* anteriormente (ver punto 6.2.1.1. Guion del *creative trailer*). Son dos imágenes que se funden y se acercan lentamente dando más dinamismo y asemejándose más al referente visual. Todo eso desaparece cuando, como si de una goma de borrar se tratara, la pantalla se vuelve blanca y empieza el verdadero dibujo del *creative trailer*. El efecto de la goma de borrar se consiguió también dibujando con la tableta y aunque no aparece en el *storyboard* (ya que se trata más de una transición que de un plano) se decidió crearlo por representar perfectamente ese corte que hay de forma visual. Ya no vuelven a aparecer fotos de ningún tipo; a partir de entonces todo es en dibujo 2D y ese “efecto borrador” comunica muy bien al espectador ese cambio.

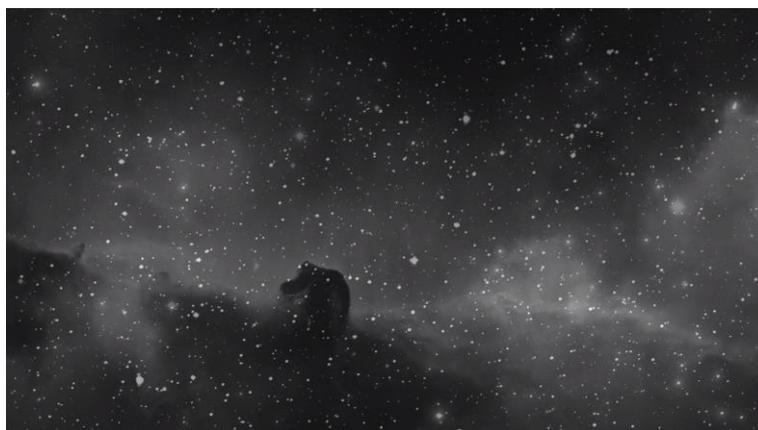


Fig. 6.2.2.6. Captura de pantalla del *creative trailer* 1. Fuente: Elaboración propia



Fig. 6.2.2.7. Captura de pantalla del *creative trailer 2*. Fuente: Elaboración propia.

Otro ejemplo es la utilización de la herramienta “trazo” de *After Effects*. Es una herramienta que permite simular el efecto de escritura o dibujo a mano a tiempo real. Esta herramienta es la que se utiliza por ejemplo en el título al final del capítulo, pero es mucho más aprovechada y se aprecia de forma más clara en la escena donde el protagonista explica aquello que ha leído. Para representar este apartado y ya que requería de cierta atención para entenderlo, dado que era de carácter científico y contenía muchos datos en poco tiempo, se decide utilizar un esquema simple, como si de colegio se tratara, sencillo y siguiendo la línea visual de la serie (ver imagen Fig. 6.2.2.8. Captura de pantalla del *creative trailer 3*). Lo interesante es que el esquema se va formando a la par que se pronuncian las palabras y por ejemplo cuando Dani pronuncia las palabras “Big bang”, “Tierra”, “vida”, o “humanidad” es el *frame* exacto donde estas palabras se escriben en la pantalla, gracias al efecto “trazo”.

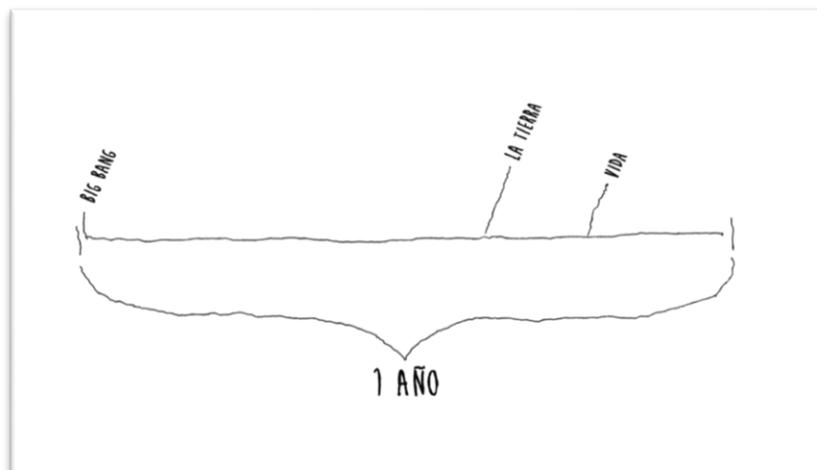


Fig. 6.2.2.8. Captura de pantalla del *creative trailer 3*. Fuente: Elaboración propia.

La escena de la explicación final donde Dani describe a su sobrino el colapso de las múltiples dimensiones del universo y su explosión sigue los parámetros de la explicación del principio, con el esquema. También se utiliza una visualización simple y la escritura “a mano” para representarla. Sin embargo, hay un efecto importante en el momento de la “explosión”.

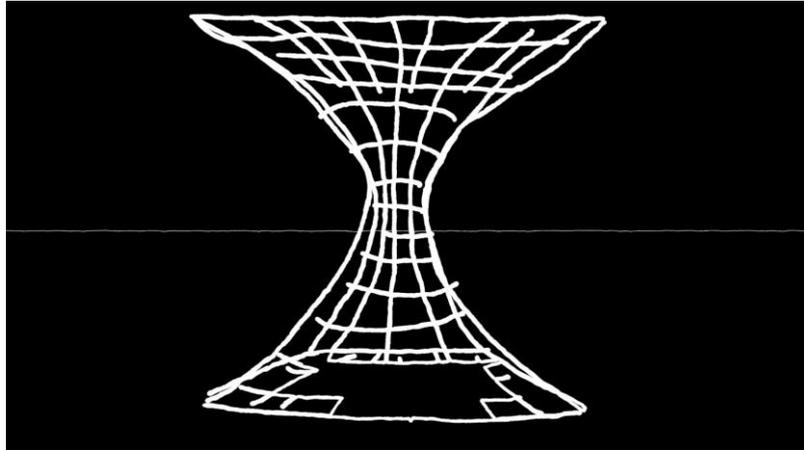


Fig. 6.2.2.9. Captura de pantalla del *creative trailer 4*. Fuente: Elaboración propia.

Era algo delicado decidir cómo representar una explosión siguiendo el estilo visual de la serie, sin mucho artefacto ni voluptuosidad. Tenía que resultar coherente con la línea de dibujo y es por eso que el efecto de “partículas” dio con la clave. A este efecto se le añadió la línea blanca como partícula y esto mostraba una explosión muy parecida al estilo del cómic o del dibujo a mano, un blanco sobre negro que consigue representar más conceptualmente lo que es una explosión que una explosión en sí. Justamente lo que se necesitaba.

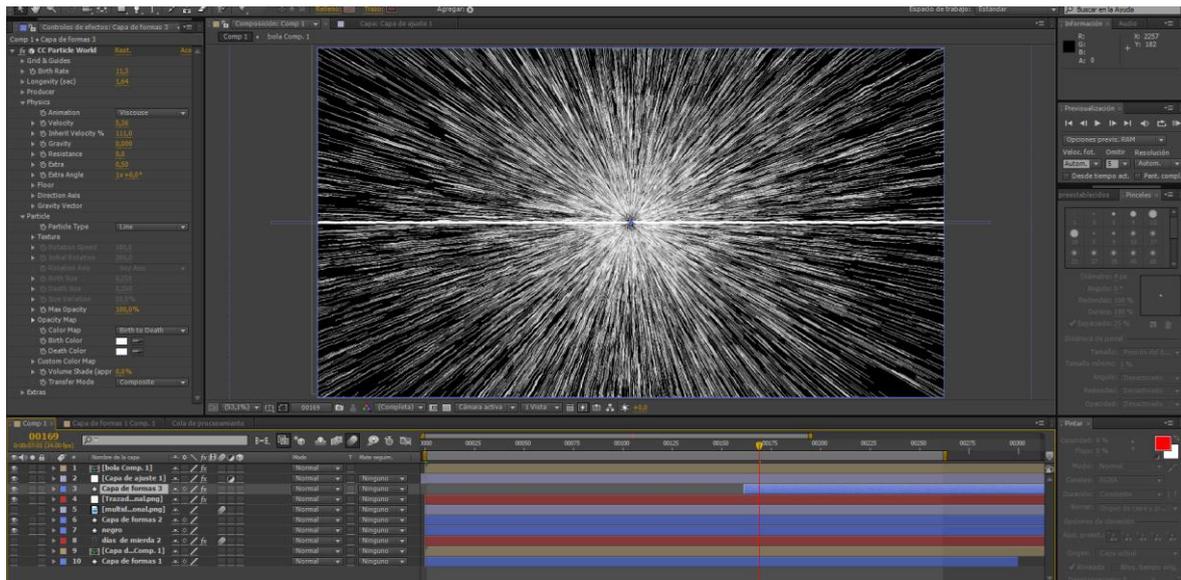


Fig. 6.2.2.5. Efecto “partículas” en *After Effects CS6*. Fuente: Elaboración propia.

6.2.3. Posproducción.

Después de animar todos los planos se pasó a juntar las animaciones y el audio en un vídeo definitivo con la ayuda del programa *Premier Pro CS6*. Este era un proceso sencillo e incluso rápido. Sin embargo, al ver el resultado “final” y juntar la voz y hacer los cortes pertinentes se vieron fallos de ritmo con los que no se contaba.

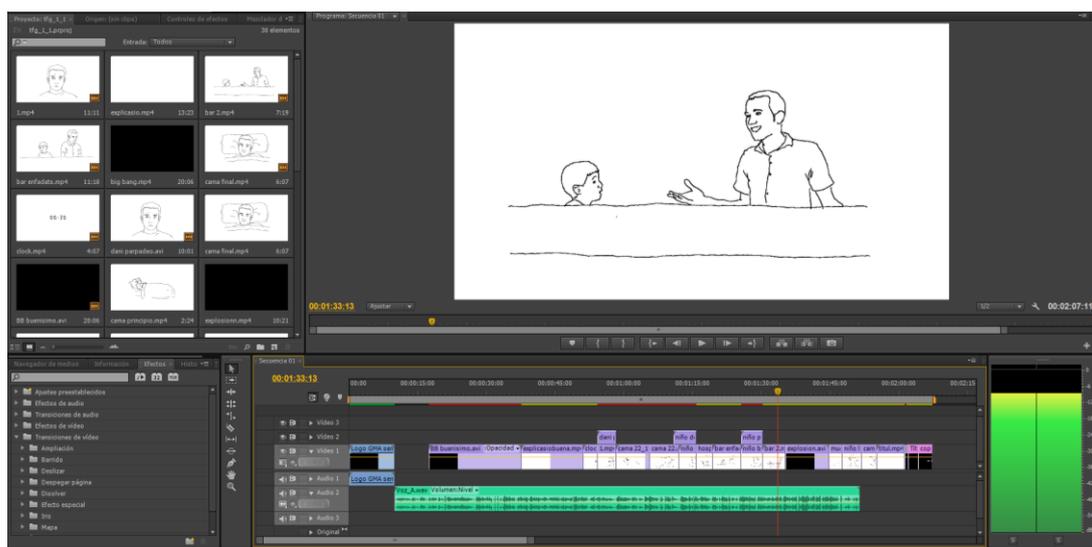


Fig. 6.2.3.1. Proyecto en *Premier Pro CS6*. Fuente: Elaboración propia.

Por ejemplo, según el *storyboard* solo existen dos planos de Dani y su sobrino en el bar (Fig. 6.2.3.2. *Storyboard imágenes 10 y 11*). Sin embargo, al ver como resultaba se decidió añadir un tercero para que los planos no saltaran (al ser bastante similares), es decir, que añadiendo un tercero la fluidez y el ritmo era mejor que el pensado inicialmente además de mostrar más de cerca al sobrino justo cuando el protagonista explica lo que cree que el niño estará pensando (Fig. 6.2.3.3. Imagen intercalada 1).



Fig. 6.2.3.2. *Storyboard imágenes 10 y 11*. Fuente: Elaboración propia.

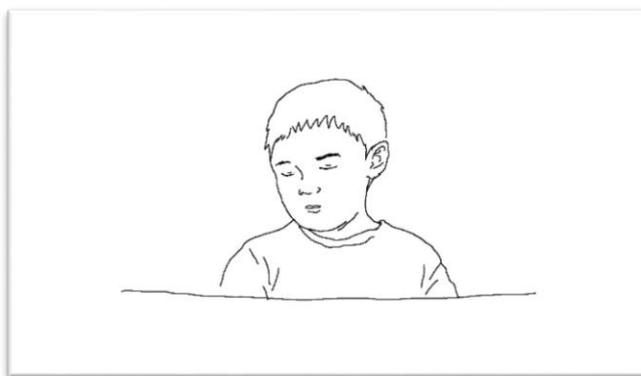


Fig. 6.2.3.3. Imagen intercalada 1. Fuente: Elaboración propia.

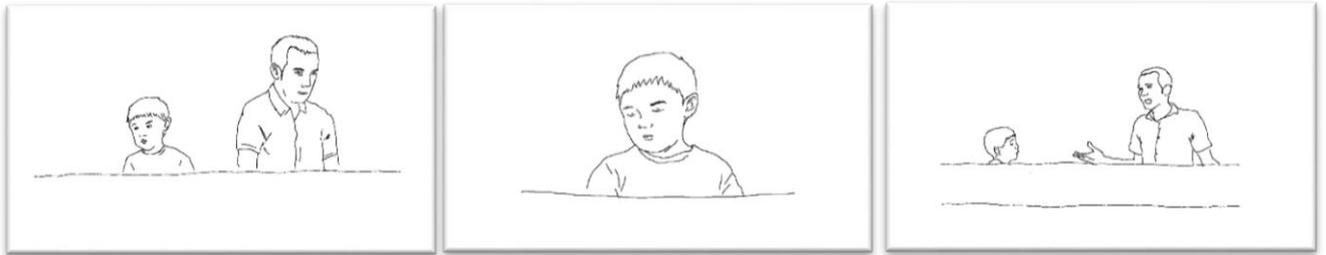


Fig. 6.2.3.4. Secuencia de imágenes final. Fuente: Elaboración propia.

Otro ejemplo es el cambio de plano al principio del *creative trailer*, al presentar al protagonista. Mientras que en el *storyboard* funcionaba bien la aparición de Dani de cuerpo entero antes de pasar al primer plano, en el resultado final no quedaba correcto. Se añadió un plano de Dani pensativo sobre la almohada y se quitó ese plano del principio (de cuerpo entero) que no aportaba más de lo que aportaba el del principio. Estos cambios fueron hechos sobre la marcha y no demuestran la poca fiabilidad del trabajo de preproducción, al contrario, demuestran que con un plan bien preparado los cambios a mejor son posibles y solo con los errores ya probados se puede mejorar.

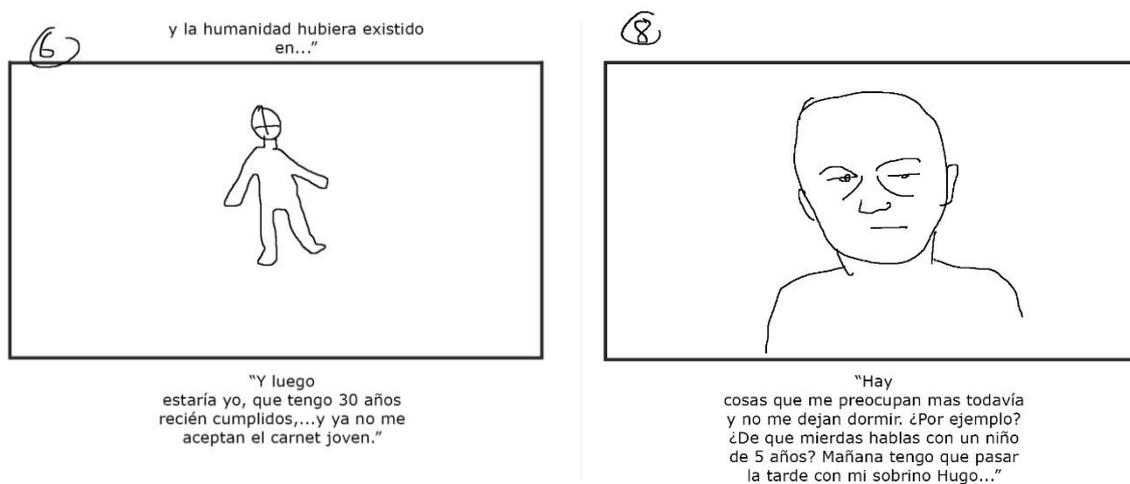


Fig. 6.2.3.5. *Storyboard* imágenes 6 (eliminada) y 8. Fuente: Elaboración propia.

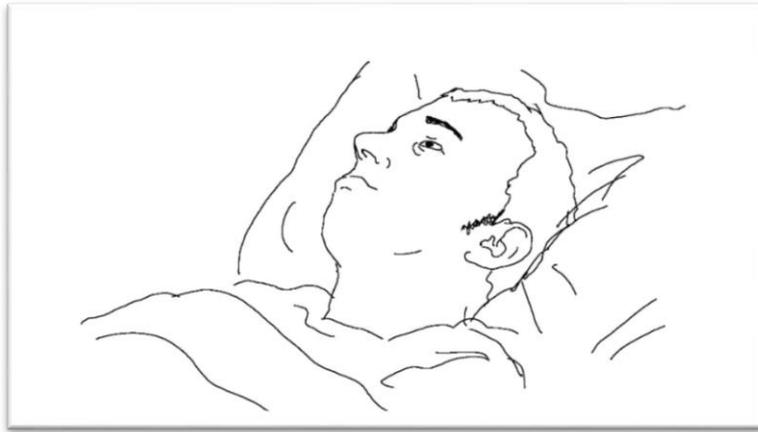


Fig. 6.2.3.6. Imagen añadida. Fuente: Elaboración propia.

7. Análisis de resultados.

En este apartado se pasará a explicar y analizar los resultados conseguidos en el proyecto. Se examinará la diferencia, si existe o no, entre el resultado final y los objetivos que se plantearon al empezar el proyecto. Para ello es importante remitir a la parte de desarrollo donde el proceso de trabajo es explicado en cada detalle.

El objetivo principal, como se ha dicho de forma reiterada durante todo el proyecto era conceptualizar una serie de animación 2D del género de comedia. Para ello se iba a crear una biblia de venta del producto audiovisual y además se iba a realizar un *creative trailer* que mostrara de forma breve el estilo tanto visual como el tono de la serie. Los resultados conseguidos después de trabajar sobre los objetivos son, de forma general, satisfactorios, puesto que los cumplen. A continuación, se explicará de forma más detallada las posibles diferencias.

En un principio la importancia de la biblia iba a ser mucho mayor que la actual. Esto no quiere decir que actualmente no sea importante, pues es el grueso del trabajo y sobre lo que se sustenta. Sin embargo, la etapa de investigación acumula bastante trabajo y dedicación y hace que estos otros apartados, marco teórico y referentes, hayan experimentado una ampliación y mejora en cuanto a la idea inicial. Por lo tanto, los resultados en la etapa primera de investigación son más satisfactorios de lo esperado y aportan lo que se cree es un buen material donde situar a todo el proyecto.

La biblia en un principio tampoco contenía el capítulo piloto dialogado, pues se suponía que el guion del *creative trailer* era suficiente para mostrar el tono y concepto de la serie, pero cuando se revisa y pasa el filtro profesional (Juan Carlos Sánchez-Marin) se decide incluir la guionización del primer capítulo cumpliendo con los estándares de la industria audiovisual. No obstante, y debido a que esta parte se debe a un imprevisto y que se cuenta con límites de tiempo en la entrega, el resultado de dicha guionización no está trabajado durante meses y no pasa severas revisiones antes de su inclusión en el trabajo. Es, a pesar de ello, un resultado satisfactorio para el autor, y por eso incluido, teniendo en cuenta los límites en su dedicación.

Hay otros aspectos, como la descripción de personajes, que puede resultar algo exigua o breve y quizás es un aspecto que demanda más información y material. La creación de personajes viene dada por la necesidad de relacionar al protagonista con su entorno, y en un principio ni siquiera existía la idea de desarrollarlos tanto, simplemente se pensaba en nombrarlos y atribuirles características estereotipadas. Es por eso por lo que su descripción se centra en la relación con él mucho más que en su *background* o motivaciones.

En la parte práctica, los resultados del *creative trailer* se asemejan bastante a lo pensado en un principio. La calidad de la animación es la esperada, pues, aunque resulte sencilla al espectador, es la buscada desde que se marcan las bases de la serie. El trabajo invertido en este campo, la animación, ha dotado de herramientas nuevas al autor y, dado que durante el proceso se iba aprendiendo, los resultados se iban mejorando y sobrescribiendo con visibles avances. Además, la calidad de la locución sobrepasa los objetivos o calidad esperados al iniciar el proyecto. La colaboración de una persona semi-profesional y con estudios y preparación en su trabajo (el trabajo que hace en este proyecto) aporta calidad y profesionalidad al resultado final.

Por último, cabe aclarar que el llamado *creative trailer* en un principio iba a ser un *teaser*, una pieza audiovisual de no más de 1 minuto y 20 segundos (Dornaletche, 2007) con características similares a la de un *creative trailer*, pues ambos contienen material externo al producto audiovisual en sí y sirven como anticipo. Pero dado que la pieza resultante y final tiene más unidad por sí misma, y es de más duración, se decide buscar información al respecto y se encuentra una denominación que se adaptaba mucho más: *creative trailer*. En este caso es el resultado el que marca el cambio de término, y el que marca su descripción en la memoria, al contrario de lo habitual. El *creative trailer* tiene unos resultados esperados y buscados desde el principio es simplemente un cambio de terminología.

8. Conclusiones.

El objetivo inicial era conceptualizar una webserie y esto se iba a hacer de la siguiente manera: realizando una biblia de venta y un *creative trailer* de muestra. Se puede afirmar, entonces, que se ha conseguido cumplir el objetivo principal planteado.

Se cree que los demás objetivos derivados del inicial también se han cumplido. De hecho, se supone que el análisis de resultados y la reflexión sobre el método de trabajo, el cómo, el cuándo y el porqué han conseguido que el presente trabajo sea más redondo y tenga más sentido que el que iba a tener en un principio cuando solo existían ideas sencillas sin relacionar ni analizar. Ha sido importante para el autor reflexionar de esta manera sobre el proceso que él mismo ha seguido puesto que ha sacado a la luz ideas o procesos inconscientes que permiten saber más desde dónde se trabaja y cómo se conceptualizan estas ideas.

Otros objetivos más específicos como la creación de personajes se cree que podrían haber estado más trabajados de no haberse focalizado tanto en la comedia y haber contado con más información en cuanto a este apartado del guion. Sin embargo, la conclusión es satisfactoria en cuanto a la totalidad del proyecto puesto que los procesos y tareas han funcionado y, al ser un trabajo que necesita tanto de la “idea” y del pensamiento creativo, en ningún momento ha habido escasez de imaginación. Gracias, en gran parte, al trabajo previo de investigación, que sobre todo en los referentes encuentra una fuente inagotable de ideas sobre las que trabajar, a las que analizar, relacionar y concluir en propuestas nuevas.

Existe otro punto importante que ha funcionado bien: la colaboración. El audiovisual es un mundo colaborativo y aunque este proyecto fue pensado en primer lugar como un proyecto muy personal e individual ha sido necesaria la colaboración de un actor de doblaje como Sergi García Lorente. Esta colaboración ha cumplido con creces con la calidad que se necesitaba y ha aportado al autor nuevas formas de trabajar en equipo y de hacer entender su propuesta. Resulta importante transmitir exactamente las motivaciones y objetivos para que las personas que trabajan en la propuesta propia entiendan de forma profunda a dónde se quiere llegar y qué se quiere conseguir.

Existía un objetivo motivado de forma personal que tiene que ver con el aprendizaje de conceptos como el humor y el guion. Este objetivo, el de aprender, subyace en todo el trabajo y es por eso por lo que no se explica de forma extensa, porque es algo implícito en un

proyecto de final de grado. Sin embargo, la investigación del marco teórico y los referentes han aportado al autor mucho material útil para futuros proyectos y, lo que es más importante, la experiencia de aprendizaje ha reafirmado objetivos personales y profesionales a medio y largo plazo, como son la dedicación al guion y a la comedia.

Como sucede habitualmente, cuanto más se aprende de cualquier tema más se tiene conciencia de la propia ignorancia y es por eso que la experiencia de este proyecto no lleva al autor a afirmar su cultura general, inteligencia o talento, sino que, al contrario, lo sitúa en un plano cercano al desconocimiento en cuanto a lo que el guion se refiere y lo incita a investigar y aprender más sobre el tema motivado por las posibilidades infinitas que tiene este campo del audiovisual.

Se concluye en las siguientes afirmaciones originadas por el aprendizaje conseguido. Que las ideas no surgen de la nada, sino que provienen de ideas previas analizadas y relacionadas de forma nueva. Que una idea no sirve o no existe hasta que no se pone sobre papel y se desarrolla mínimamente. Y que la reflexión sobre los propios procesos de trabajo es útil en gran medida para conocerse, averiguar los puntos débiles y los fuertes y trabajar sobre ellos.

9. Posibles ampliaciones.

Existen posibilidades de desarrollar más aún el presente proyecto. Estas posibilidades están presentes desde el principio. La primordial, desarrollar la primera temporada, ha existido desde el momento en que se empieza a pensar y desarrollar la idea principal.

Otra ampliación sería extender el proyecto a las siguientes fases del audiovisual: producción y posproducción. De esta manera las diferentes tareas y procesos de trabajo serían muchos y diferentes: desarrollar más tramas, nuevos capítulos e incluso nuevos personajes, pensar una estrategia de difusión por las redes y buscar un equipo para llevarlo a cabo.

Las posibles ampliaciones podrían ir también por el lado de la investigación dado que la búsqueda y análisis de conceptos del proyecto actual se ajusta a las necesidades, los objetivos y los límites de este. Como se ha dicho en las conclusiones existe mucho material académico o especializado sobre diferentes temas del guion audiovisual, entre él algo muy interesante para el autor como es la creación de personajes.

Pero ciñéndose a las características del trabajo actual el siguiente paso más lógico sería la preparación de un *pitching* y la presentación de la biblia a una productora audiovisual interesada en crear contenido para la web. El de *pitching* es un término para explicar la presentación y venta de un producto o la simple idea de producto audiovisual. Es algo que por sí mismo ya contiene suficiente trabajo como para ser un proyecto aparte.

10. Bibliografía.

Álvarez, M. (2011). *Series para la web: Nuevos modelos y desafíos*. En I. Bort Gual, S. García Catalán, y M. Martín Núñez (eds.). *IV Congreso Internacional sobre análisis fílmico: Nuevas tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales en la cultura digital contemporánea*. (p. 669-680).

Aguado, J. M. y Martínez, I. (2009). *Sociedad móvil: tecnología, identidad y cultura*. Madrid: Biblioteca nueva.

Augenblick Studios, Inc. (2017). *About Augenblick Studios*. Recuperado de <http://www.augenblickstudios.com/home/about.php>

Beck, J. (1998). *The 50 Greatest Cartoons: As Selected by 1,000 Animation Professionals*. EE UU: JG Press, Inc.

Campos, J. *Comedia* (1997). *Humor y sátira en el cine*. Valencia: La Mascara.

Costa, J. (2010). *Una risa nueva: post-humor, parodias y otras mutaciones de la comedia*. Barcelona: Nausicaa.

Diego, P y Del Mar Gradío, M. (2011). Clasicismo e innovación en la producción nacional de comedia televisiva en España (2000-2010). *Revista Comunicación*, Nº 9, 49-66.

Dornaletche, J. (2007). *Definición y naturaleza del trailer cinematográfico*. *Pensar la Publicidad* vol. I, n.2, 99-116.

Emmys (2015). Louie. *Emmys/shows*. Recuperado de <http://www.emmys.com/shows/louie>

Fernández, I. (23 de octubre de 2014). Ignatius se humilla a sí mismo en El Fin de la Comedia. *Vice*. Recuperado de <https://www.vice.com/es/article/ignatius-farray-el-fin-de-la-comedia-569>

Fleisher Studios, Inc. (2016). *History*. Fleisher Studios. Recuperado de: <http://www.fleischerstudios.com/history.html>

Gaudreault, A. y Jost, F. (1995). *El relato cinematográfico: cine y narratología*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Genette, G. (1989). *Figuras III*. Madrid: Editorial Lumen.

Gómez Martínez, P. y García García, F. (2010). *El guión en las series televisivas: formatos de ficción y presentación de proyectos*. Madrid: Fragua Editorial.

González Iglesias, R. (27 de julio de 2015). *La Biblia de una serie de televisión*. Cine y TV, Dirección y Guión. Recuperado de <https://www.formacionaudiovisual.com/blog/cine-y-tv/la-biblia-de-una-serie-de-television/>

González, L. (23 de febrero de 2011). Joaquín Reyes lleva al comic su humor manchego y surrealista. *El Mundo*. Recuperado de <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/02/22/comic/1298386722.html>

Hernández, P. (2013). *Convergencia y transmedialidad. La ficción después del TDT en Europa e Iberoamérica*. Barcelona: Gedisa.

Iríbar, M (octubre de 2012). Louis C.K., mi gordo pelirrojo favorito. *Jot Down Magazine*. Recuperado de <http://www.jotdown.es/2012/10/miguel-iribar-louis-c-k-mi-gordo-pelirrojo-favorito/>

IMDb. *Dr. Katz, Professional Therapist*. Recuperado de <http://www.imdb.com/title/tt0111942/>

Macchia, F. (13 de enero de 2014). Comedians In Cars Getting coffee. *Frankmacchiablogspot*. Recuperado de <http://frankmacchia.blogspot.com.es/2014/01/comedians-in-cars-getting-coffee.html>

Manuel, J. (2014). Campaña transmedia: “La otra carta de Ikea”, conectando con el consumidor. *La cultura del marketing*. Recuperado de <http://laculturadelmarketing.com/campana-transmedia-la-otra-carta-de-ikea-conectando-con-el-consumidor/>.

Marcos, N. (7 de noviembre de 2014). Cómo ser Ignatius Farray. *El País*. Recuperado de http://cultura.elpais.com/cultura/2014/11/07/television/1415353248_804642.html

Marx, C. (2007). *Writing for animation, comics, and games*. Focal Press.

Moderna de pueblo. *¿Quiénes somos? / FAQ*. Recuperado de: <http://modernadepueblo.com/faq/>

Open Culture (15 de diciembre de 2014). Louis C.K. show how animation lets you do anything. *Open Culture*. Recuperado de <http://www.openculture.com/2014/12/louis-ck-shows-how-animation-lets-you-do-anything.html>

Padilla, M. (diciembre de 2012). Mis hombres favoritos: Louis C.K. *Jot Down Magazine*. Recuperado de <http://www.jotdown.es/2012/12/mis-hombres-favoritos-louis-c-k/>

Reyes, J. (2011). *Ellos Mismos*. Madrid: Literatura Random House.

Rodríguez de Fonseca, F.J. (2009). *Cómo escribir diálogos para cine y televisión*. Barcelona: T & B Editores.

Sangro, P y Salgado, A. (2008). *El Entretenimiento en TV: Guion y creación de formatos de humor en España*. Barcelona: Laertes ED.

South Park cc. (s.f.). Wiki. *South Park*. Recuperado de <http://southpark.cc.com/wiki>

Spangler, T (12 de diciembre de 2013). Jerry Seinfeld Series 'Comedians in Cars Getting Coffee' Returns to Sony Crackle in January. *Variety Digital*. Recuperado de <http://variety.com/2013/digital/news/jerry-seinfeld-in-comedians-in-cars-getting-coffee-renewed-by-sony-crackle-for-season-3-1200949194/>

The Deadline Team (3 de mayo de 2013). Crackle Announces New Series, Feature-Length Movies And More Jerry Seinfeld. *Deadline*. Recuperado de <http://deadline.com/2013/05/crackle-announced-new-series-feature-length-movies-and-more-jerry-seinfeld-489584/>

Vélez, M. y Dufrasne. M. (15 de octubre 2009). *Festa Arròs Covat*. Recuperado de http://web.archive.org/web/20130620214200/http://www.underscore.es/detalle_eventos.php?id_eventos=44

Vera, P. (2015). *Mi puto cuñado*. Madrid: Astiberri.

Vidiella, R. (marzo de 2009). Un paseo por el cine de género. *fúndeuBBVA*. Recuperado de <http://www.fundeu.es/noticia/un-paseo-por-el-cine-de-genero-5134/>

Vorhaus, J. (2005). *Cómo orquestar una comedia: los recursos más serios para crear los gags, monólogos y narraciones cómicas más desternillantes*. Barcelona: Alba Editorial.

Wagner, K. (1 de diciembre de 1998). Squigglevision: Fun And Good For You. *New England Film*. Recuperado de <https://newenglandfilm.com/magazine/1998/12/squigglevision-fun-and-good-for-you>

11. Filmografía.

Allen, W. (Dir.). (1977). *Annie Hall* [DVD]. EE UU: *United Artists*.

Allen, W. (Dir.) (1983). *Zelig* [DVD]. EE UU: *United Artists*.

Ambrossi, J. y Calvo, J. (Dir.). (2016-). *Paquita Salas*. España: *Flooxer*.

Asher, W. (Dir.). (1951-1957). *Love Lucy* [DVD]. EE U: *CBS*.

Attanasio, P. (Dir.). (1993-1999). *Homicide: Life on the Street* [DVD]. EE UU: *NBC*.

Attanasio, P. (Dir.). (1997-2005). *Homicide: Second Shift*. EE UU.

Augenblick Studios (2007) *Louis CK Animation Short* [vídeo]. Recuperado de <https://www.YouTube.com/watch?v=aTzyudfuUtk>

Barbera, J. y Hannah, W. (productores). (1960-1966). *Los picapiedra* [DVD]. EE UU: *Warner Bros*.

Barbera, J. y Hannah, W. (productores). (1961-1962). *The Yogi Bear Show* [DVD]. EE UU: *Warner Bros*.

Bouchard, L. y Small, B. (1999-2004). *Películas Caseras*. EE UU: *United Paramount Network*.

Brooks, M. (Dir.). (1968). *Los productores* [DVD]. EE UU: *MGM*.

Capra, F. (Dir.). (1934). *Sucedió una noche* [DVD]. EE UU: *Columbia Pictures*.

Capra, F. (Dir.). (1944). *Arsénico por compasión* [DVD]. EE UU: *Warner Bros*.

Chaplin, C. (Dir.). (1931). *Luces de la ciudad* [DVD]. EE UU: *United Artists*.

Chaplin, C. (Dir.). (1936). *Tiempos modernos* [DVD]. EE UU: *United Artists*.

Chaplin, C. (Dir.). (1940). *El gran dictador* [DVD]. EE UU: *United Artists*.

Cherones, T. (Dir.). (1992). *The Subway (Seinfeld 3X13)* [DVD]. EE UU: *NBC*

C.K., L. (Dir.). (2012). *Subway/Pamela (Louie, 2X06)* [DVD]. EE UU: FX.

C.K., L. (Dir.). (2015). *A La Carte (Louie, 5X02)* [DVD]. EE UU: FX.

Cohl, É. (1908). *Fantasmagorie* [DVD]. Francia.

Cukor, G. (Dir.). (1940). *Historia de filadelfia* [DVD]. EE UU.

Daniels, G. y Judge, M. (1997-2010). *The King of the Hill* [DVD]. EE UU: Fox.

David, L. (Dir.). (2000-2011). *Curb Your Enthusiasm* [DVD]. EE UU: HBO

Disney, W. (Dir.) (1928). *Steamboat Willie* [DVD]. EE UU: Walt Disney Studios.

Dunham, L. (Dir.). (2012-). *Girls* [DVD]. EE UU: HBO

Farray, I., Esteban, M. y Navarro, R. (2014). *El fin de la comedia* [Vídeo]. Recuperado de <http://www.comedycentral.es/programas/el-fin-de-la-comedia/>

Fleisher Brothers (productores). (1924-1927). *Ko-Ko Song Cartoons* [DVD]. EE UU.

García Berlanga, L. (Dir.). (1953). *¡Bienvenido, Mister Marshall!* [DVD]. España: Uninci.

Gervais, R. (2001-2003). *The Office* [DVD]. Reino Unido: BBC Two.

Gervais, R. (2005-2007). *Extras* [DVD]. Reino Unido: BBC Two.

Groening, M. (1989-). *The Simpson*. EE UU: Fox.

Hand, D. (Dir.). (1937). *Snow White and the Seven Dwarfs* [DVD]. EE UU: Walt Disney Studios.

Hawks, H. (Dir.). (1934). *Twentieth Century*. [DVD]. EE UU: Columbia Pictures.

Judge, M. (1993-1997). *Beavis and Butt-head* [DVD]. EE UU: MTV.

Katz, J. y Snyder, T. (Dir.). (1997). *Memoirs* [Vídeo]. EE UU: Comedy Central. Recuperado de https://www.YouTube.com/watch?v=2wwM1ksmc_g

Lasseter, J. (Dir.). (1995). *Toy Story* [DVD]. EE UU; Pixar.

Lumière, L. (Dir.). (1895). *L'arroseur arrosé*. [DVD]. Francia.

Macchia, F. (2012) *Comedians in cars getting coffee*, 03X01 [Vídeo]. Recuperado de <https://www.YouTube.com/watch?v=W507dKflc0o>

Mainframe Entertainment. (1994-2001). *ReBoot* [DVD]. Canadá: ABC.

McCay, W. (1914). *Gertie the Dinosaur* [DVD]. EE UU: *Box Office Attractions Company*.

Moderna de pueblo (junio 2016). *La paradoja cultureta | Moderna de Pueblo* [Vídeo] Recuperado de: <https://www.YouTube.com/watch?v=YHIUNt3Jono>

Nikodemo Animation. (2004-2015). *Cálico Electrónico* [Vídeo]. España: *Nikodemo Animation*.

Parker, T. y Stone, M. (1997-). *South Park*. EE UU: *Comedy Central*.

Querido Antonio (junio de 2012). *Los Reyes Magos* [Vídeo]. Recuperado de https://www.YouTube.com/watch?v=MrupOi_m2Zc.

Reiner (productor). (1961-1966). *The Dick Van Dyke* [DVD]. EE UU: CBS.

Reyes, J. (2007-2013). *Enjuto Mojamuto* [Vídeo]. España: *La 2*.

Rich, S. (Dir.). (2015-). *Man Seeking Woman*. EE UU: FX

Sacks, S. (1964-1972). *Embrujada* [DVD]. EE UU: ABC.

Sáez, J. (2009). *Arròs a banda (Arròs covat, 1X01)* [Vídeo]. Recuperado de <http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/arros-covat/capitol-1-arros-a-banda/video/4302231/>

Sainz, D. (Dir.). (2008-2014). *Malviviendo*. España: *Different*.

Snyder, T. (Dir.). (1997). *Memoirs (Dr. Katz, Professional Therapist, 4X01)* [Vídeo]. Recuperado de https://www.YouTube.com/watch?v=2wwM1ksmc_g&t=66s

Snyder, T. (1997-2000). *Science Court* [DVD]. EE UU: ABC.

Von Trier, L. (Dir.). (1977). *Nymphomaniac: Vol I* [DVD]. Dinamarca, Alemania, Francia y Bélgica.

Wellman, W.A. (Dir.). (1937). *La reina de Nueva York* [DVD]. EE UU: *Selznick International Pictures*.

Wilder, B. (Dir.). (1959). *Con faldas y a lo loco*. [DVD]. EE UU: *United Artists*.

Wood, S. (Dir.). (1935). *Una noche en la ópera* [DVD]. EE UU: *MGM*.

Escola Universitària Politécnica de Mataró

Centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA

Grado en Medios Audiovisuales

**CONCEPTUALIZACIÓN DE UNA WEBSERIE DE COMEDIA
EN FORMATO ANIMACIÓN 2D:
*Días de mierda***

Análisis de viabilidad

**PABLO MEDINA FERNÁNDEZ
PONENTE: JORGE OTER**

OTOÑO 2016



TecnoCampus
Mataró-Maresme

Índice.

| | |
|--|-----|
| Índice de figuras | III |
| Índice de tablas..... | V |
| Glosario de términos | VII |
| 1. Planificación..... | 1 |
| 1.1. Planificación inicial | 1 |
| 1.2. Desviaciones | 5 |
| 2. Análisis de viabilidad técnica..... | 7 |
| 3. Análisis de viabilidad económica..... | 9 |
| 3.1. Costes de producción | 9 |
| 3.1.1. Recursos humanos..... | 9 |
| 3.1.2. Material | 10 |
| 3.1.3. Amortizaciones..... | 11 |
| 3.1.4. Coste total del producto..... | 12 |
| 3.1. Presupuesto real | 13 |
| 4. Aspectos legales. | 15 |
| 5. Bibliografía..... | 17 |

Índice de figuras.

| | |
|--|---|
| Fig. 1.1.1. Planificación general del TFG..... | 2 |
| Fig. 1.1.2. Primera parte: investigación..... | 2 |
| Fig. 1.1.3. Parte práctica y memoria..... | 3 |
| Fig. 1.1.4. Análisis de resultados y últimos retoques..... | 4 |

Índex de tablas.

| | |
|--------------------------------------|----|
| Tabla 3.1.1.1. Recursos humanos..... | 9 |
| Tabla 3.1.2.1. Material..... | 11 |
| Tabla 3.1.3.1. Amortizaciones..... | 12 |
| Tabla 3.1.4.1. Coste total..... | 12 |

Glosario de términos.

BOE Boletín Oficial del Estado

TFG Trabajo Final de Grado

1. Planificación.

1.1. Planificación inicial.

En los próximos diagramas de Gantt se encuentra la planificación total del proyecto y la específica en cada una de sus partes u objetivos.

Como se puede apreciar la dedicación es mayor en la parte práctica. Sin embargo, la investigación también acumula una alta cantidad de tiempo y unida a las otras partes de la teoría (memoria, análisis y últimos retoques) su dedicación en términos temporales supera a la práctica. Esto es debido a la importancia superior de la teoría sobre la práctica y a que tanto la investigación como el análisis y reflexión de lo trabajado tenían que ser partes extensas y bien trabajadas.

A continuación, se muestran las diferentes partes o apartados del proyecto, desglosados en varias tareas específicas repartidas en el tiempo.

2. Conceptualización de una webserie de comedia en formato de animación 2D: Días de mierda – Análisis de viabilidad

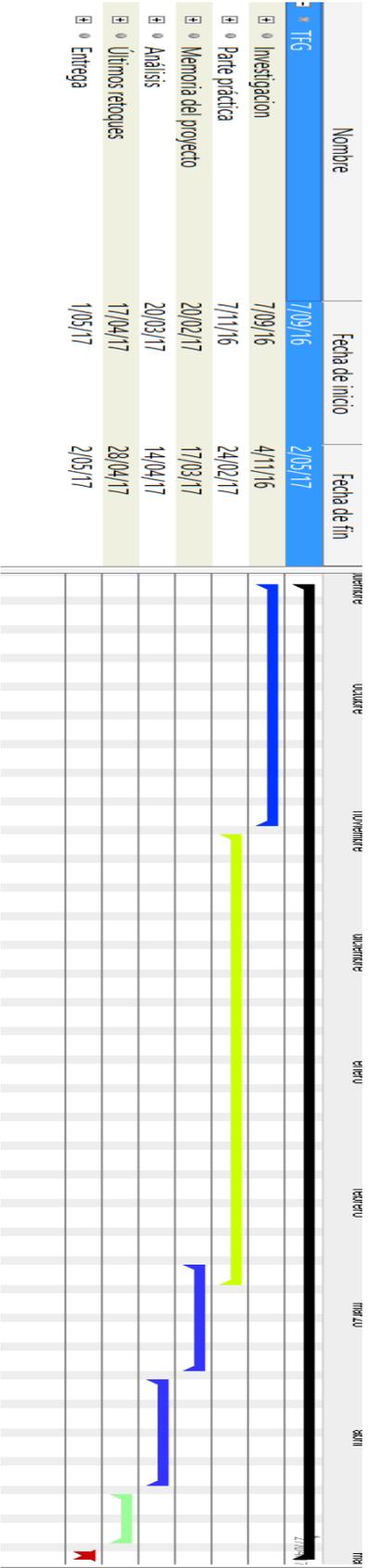


Fig 1.1.1. Planificación general del TFG. Fuente: Elaboración propia.

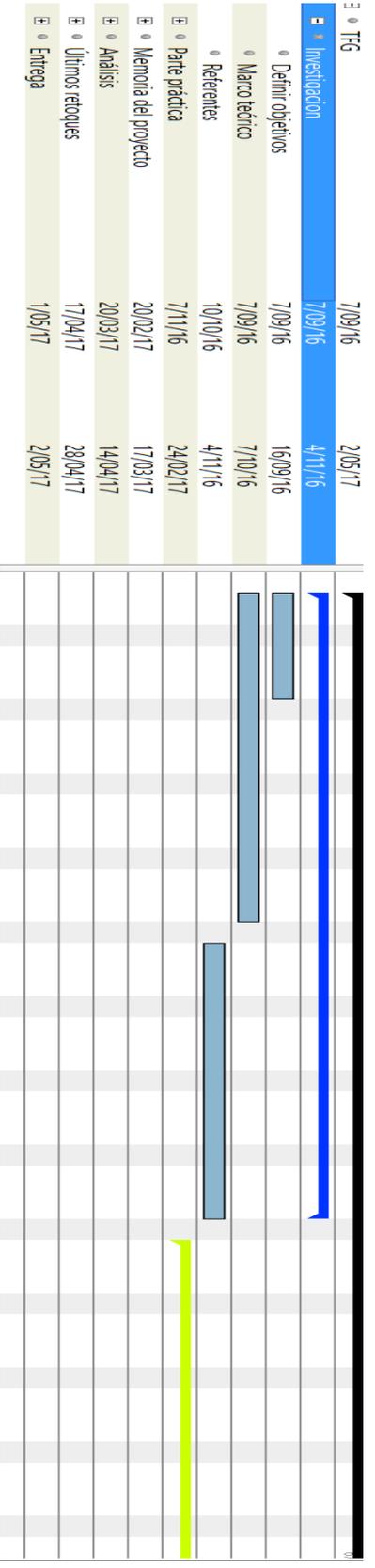


Fig 1.1.2. Primera parte: investigación. Fuente: Elaboración propia.

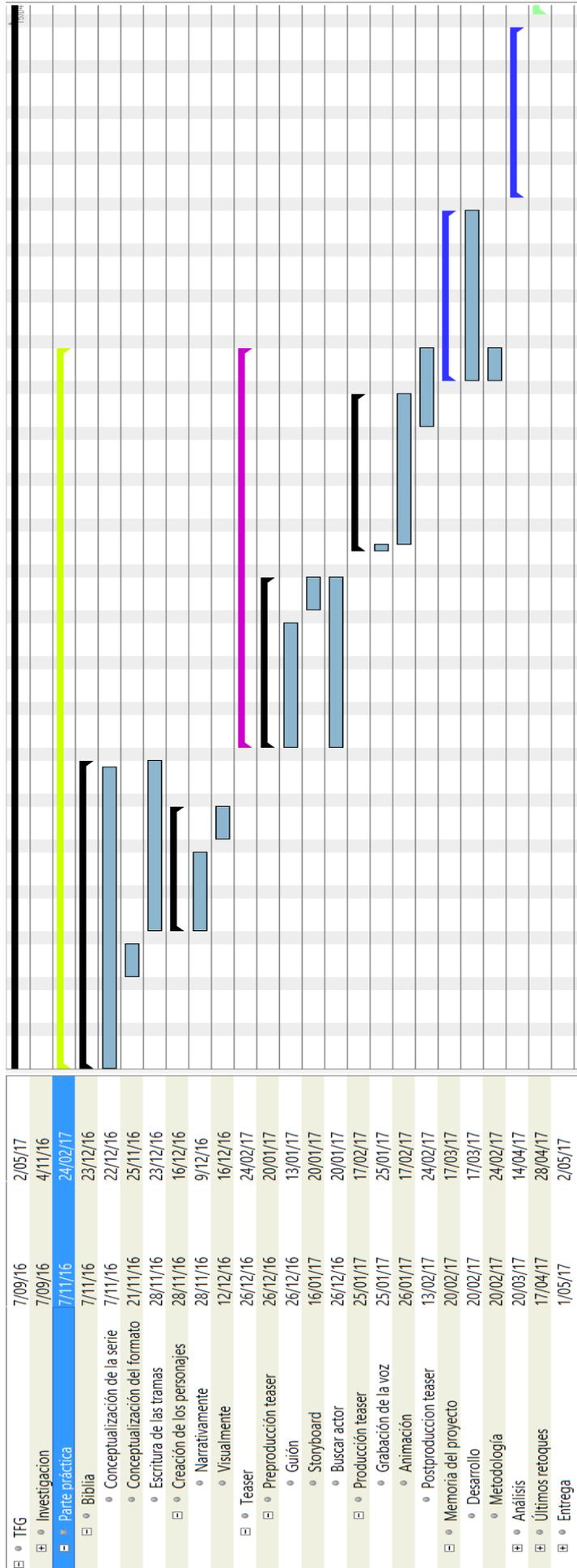


Fig 1.1.3. Parte práctica y memoria. Fuente: Elaboración propia.

4. Conceptualización de una webserie de comedia en formato de animación 2D: Días de mierda – Análisis de viabilidad

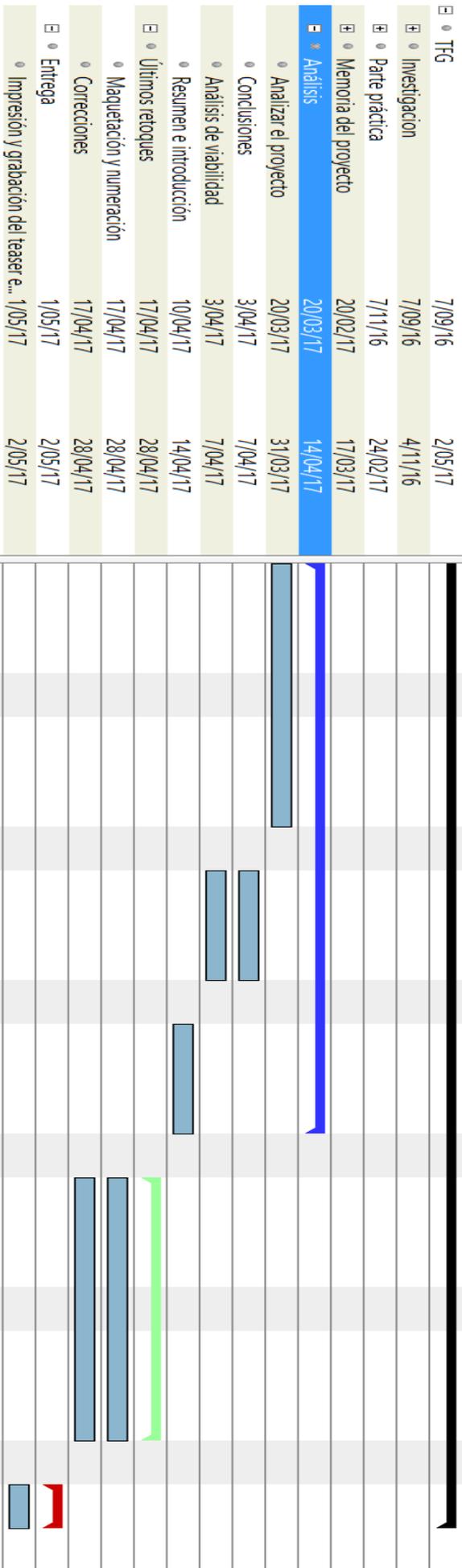


Fig 1.1.4. Análisis de resultados y últimos retoques. Fuente. Elaboración propia.

1.2. Desviaciones.

La planificación inicial del proyecto ya contaba con la ampliación del plazo de entrega, eso permitió controlar más los tiempos y el trabajo específico. Esta planificación no está sometida a entregas parciales si no a los objetivos específicos que contiene el proyecto y sus apartados.

Se divide principalmente en la parte teórica y la parte práctica. Está reflejado en el trabajo cómo la parte de investigación llevo más de lo planificado, es decir, más de un mes y aún sufrió algunos retoques mientras se desarrollaba la biblia. Esto es debido a la importancia que obtuvo sobretodo el marco teórico en las decisiones posteriores (en cuanto a formato y concepto de la serie) y por lo tanto en la totalidad del proyecto. La parte práctica a su vez está dividida en dos partes: la biblia y el *creative trailer*. Se dio el mismo tiempo, aproximadamente, a ambas tareas ya que, aunque su importancia no es equivalente, la realización de un *trailer* o cualquier producto audiovisual conlleva más tiempo que un escrito. Se puede apreciar como algunas de las tareas se solapan en el tiempo (ejemplo: producción y postproducción del *trailer*) pero en realidad fueron muchas más las que se solaparon. La conceptualización de la biblia, por ejemplo, se fue gestando mientras se definía al personaje principal y de hecho los primeros bocetos de los personajes se dieron a la vez que se estudiaban a los referentes. Otro ejemplo es la memoria o el escrito del desarrollo de la parte práctica que se empezó mientras esta se estaba dando pues los procesos seguidos estaban frescos para el autor y eran más fáciles de describir. Como se aprecia en el diagrama de Gantt los fines de semana están libres de trabajo, pero eso es debido solamente a que era más fácil a la hora de planificar el proyecto y dividir las tareas dejarlos libres. De hecho, los fines de semana eran los días que acumulaban más trabajo. Por lo tanto, la planificación sirve más como esquema general de plazos que como una guía que se tenga que seguir a rajatabla.

6. Conceptualización de una webserie de comedia en formato de animación 2D: Días de mierda – Análisis de viabilidad

2. Análisis de la viabilidad técnica.

Para realizar este proyecto se precisa disponer del material siguiente:

- Tableta gráfica de dibujo.
- Micrófono de diafragma.
- Tarjeta de sonido.
- Un ordenador con los softwares específicos (*Adobe After Effects CS6, Photoshop CC, Premier CS6, Nuendo 6 y Celtx*).

Todo el material utilizado durante el proceso de realización de este trabajo ha sido aportado por el mismo autor del proyecto o colaboradores (equipo de sonido) de forma gratuita, por lo tanto, el coste real ha sido cero y su disponibilidad total.

8. *Conceptualización de una webserie de comedia en formato de animación 2D: Días de mierda – Análisis de viabilidad*

3. Análisis de la viabilidad económica.

A continuación, se muestran todos los gastos económicos que suceden durante la realización de un proyecto de estas características.

3.1. Costes de producción.

3.1.1. Recursos humanos.

Los siguientes precios han sido extraídos del BOE 2017. La cantidad de trabajadores y sus horas han sido calculados de forma aproximada a las horas reales que ha conllevado el trabajo en sus diferentes partes.

| Puesto | Horas | Salario (euros) | Cantidad | Total |
|----------------------------------|--------------|------------------------|-----------------|-----------------|
| Guionista | 140 | 1.640,27 | 1 | 1.640,27 |
| Ilustrador | 70 | 856,6 | 1 | 856,6 |
| Animador 2D | 105 | 1284,93 | 1 | 1.284,93 |
| Actor de doblaje | 2 sesiones | 1.192,07 | 1 | 1.192,07 |
| Editor de vídeo | 35 | 334,36 | 1 | 334,36 |
| Total de recursos humanos | | | | 5.308,23 |

Tabla 3.1.1.1. Recursos humanos. Fuente: Elaboración propia.

3.1.2. Material.

A continuación, se expone el material real utilizado durante el proyecto. Los precios han sido extraídos de las páginas web oficiales de la compañía detrás de cada uno de los productos. Se dejan de lado la cantidad de libros, documentos escritos o filmográficos utilizados durante el proceso de investigación ya que han sido adquiridos de forma gratuita gracias a bibliotecas y filmotecas públicas.

| Equipo | Coste (euros) |
|---|----------------------|
| Tableta gráfica <i>Wacom Intuos Art</i> | 99,95 |
| Micrófono <i>AKG P220</i> | 166,00 |
| Tarjeta de sonido <i>Native Instruments</i> | 229,00 |
| Ordenador <i>Asus R510VX</i> | 849,00 |
| <i>Office 365</i> | 69,00 |
| <i>Celtx</i> | 0,00 |
| <i>Nuendo 6</i> | 293,00 |
| <i>Adobe Photoshop CC 2014</i> | 49,97 |
| <i>Adobe After Effects CS6</i> | 48,45 |
| <i>Adobe Premiere Pro CS6</i> | 50,35 |

| | |
|--------------|-----------------|
| Total | 1.854,72 |
|--------------|-----------------|

Tabla 3.1.2.1. Material. Fuente: Elaboración propia.

3.1.3 Amortizaciones

Conforme el uso realizado del material se estima que su amortización ha resultado del 10% por lo tanto el resultado de amortizaciones del proyecto es el siguiente.

| Equipo | Amortización (10% del total) |
|---|-------------------------------------|
| Tableta gráfica <i>Wacom Intuos Art</i> | 9,99 |
| Micrófono <i>AKG P220</i> | 16,60 |
| Tarjeta de sonido <i>Native Instruments</i> | 22,90 |
| Ordenador <i>Asus R510VX</i> | 84,90 |
| <i>Office 365</i> | 6,90 |
| <i>Celtx</i> | 0,00 |
| <i>Nuendo 6</i> | 29,30 |
| <i>Adobe Photoshop CC 2014</i> | 4,99 |

| | |
|--------------------------------|---------------|
| <i>Adobe After Effects CS6</i> | 4,84 |
| <i>Adobe Premiere Pro CS6</i> | 5,03 |
| Total | 185,45 |

Tabla 3.1.3.1. Amortizaciones. Fuente: Elaboración propia.

3.1.4. Coste total del producto

Por lo tanto, el precio final del proyecto vendría de sumar las amortizaciones y los recursos humanos.

| Concepto | Totalidad del concepto (euros) |
|---------------------------------|---------------------------------------|
| Recursos humanos | 5.308,23 |
| Amortizaciones | 185,45 |
| Coste total del producto | 5.493,68 |

Tabla 3.1.4.1. Coste total. Fuente: Elaboración propia.

3.2 Presupuesto real.

Dado que, como se ha dicho anteriormente, la cantidad de trabajadores en el proyecto se reduce a dos, el propio autor y el colaborador en la grabación de audio, y que ninguno ha recibido compensación económica por su trabajo el apartado de recursos humanos queda a cero. En cuanto a las amortizaciones el presupuesto se reduce ya que todos los softwares utilizados han sido adquiridos de forma gratuita. En consecuencia, el presupuesto real es de 134,39 debido a la amortización del equipo técnico o hardware utilizado.

14. *Conceptualización de una webserie de comedia en formato de animación 2D: Días de mierda – Análisis de viabilidad*

4. Aspectos legales

Este TFG tanto en su parte práctica como en la memoria está protegido por una licencia *Creative Commons* de Atribución-No Comercial-Sin Derivar. Esto significa que la obra solo puede ser descargada y compartida con otras personas siempre que se reconozca su autoría. La obra no puede ser modificada y tampoco puede ser utilizada comercialmente (*Creative Commons*, s.f).



En el vídeo final realizado como *creative trailer* se usan dos imágenes que no son de elaboración propia. Son imágenes libres de derechos de autor y también bajo la licencia de *Creative Commons* descargadas de la página web *pixabay.com*, un sitio web con contenido audiovisual de este tipo que no demanda retribución. Todo el material visual y sonoro restante es de elaboración propia.

Para la utilización del registro de voz con fines académicos se cuenta con una autorización de derechos de voz firmada por el actor de doblaje y colaborador del proyecto Sergi García Lorente. Esta autorización se encuentra en el anexo (ver Anexo V. Autorización de los derechos de voz).

16. Conceptualización de una webserie de comedia en formato de animación 2D: Días de mierda – Análisis de viabilidad

5. Bibliografía

Agencia Estatal, Boletín Oficial del Estado (1 de agosto de 2009). *Sección III*.

Recuperado de <http://www.sindicatoalma.es/wp-content/uploads/2017/04/ii-convenio-colectivo-tecnicos-20091.pdf>

Alma Sindicato de Guionistas (2017). Convenio colectivo. *Sindicato Alma*. Recuperado de <http://www.sindicatoalma.es/convenio-colectivo/>

Associació d'Actors i Directors Professionals de Catalunya (2016). Taules salarials TVC 2016. *AADPC*. Recuperado de <http://www.aadpc.cat/documents/p3/1/>

Creative Commons (s.f). Licencias. *Creative Commons*. Recuperado de <https://es.creativecommons.org/license/>

Escola Universitària Politécnica de Mataró

Centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA

Grau en Medios Audiovisuales

**CONCEPTUALIZACIÓN DE UNA WEBSERIE DE COMEDIA
EN FORMATO ANIMACIÓN 2D:
*Días de mierda***

Anexos

**PABLO MEDINA FERNÁNDEZ
PONENTE: JORGE OTER**

OTOÑO 2016



**TecnoCampus
Mataró-Maresme**

Índice.

| | |
|--|----|
| Annexo I. Biblia. | 1 |
| Annexo II. Guion del primer capítulo. | 21 |
| Annexo III. Guion del <i>creative trailer</i> | 31 |
| Annexo IV. <i>Storyboard</i> del <i>creative trailer</i> | 37 |
| Annexo V. Autorización de los derechos de voz | 43 |
| Annexo VI. Contenido del CD-ROM | 45 |

Anexo I. Biblia.

Días de mierda

Creado por

Pablo Medina

Concepto de la serie

“Life is divided into the horrible
and the miserable”.

Woody Allen

Dani es una de esas personas que le da mil vueltas a la cabeza antes de irse a dormir. De paso aprovecha para repasar lo sucedido durante el día consiguiendo sentirse mal por aquello que ha dicho o hecho, o por algo que ni siquiera ha sucedido. De esta manera nuestro protagonista consigue dejar en ridículo las manías o chifladuras del espectador medio narrando él mismo sus preocupaciones y acciones, acontecimientos que provocan que para Dani todos los días sean “días de mierda”.

En forma de monólogo interior vemos lo que nos cuenta (o se cuenta a sí mismo) el protagonista mediante una especie de flashbacks que no son del todo reales si no lo que Dani recuerda tal y como él cree que sucedió. Con esto el espectador nunca sabrá realmente lo que pasó o lo que está por pasar en la realidad, pero poco importa. Poco importa la realidad en esta serie donde todo el universo es creado y visto a través de los ojos de un solo personaje. Y en esto radica la originalidad de la propuesta, en que la voz del protagonista y su mente nos guían por el mundo (su mundo) de forma totalmente subjetiva.

Días de mierda no huye de intentar ser realista, cruda y miserable, es lo que es, sin más pretensiones ni intelectualismos; un joven neurótico y obsesivo repasando su vida de mierda sin más objetivo que regodearse de su miseria.

La serie basa su fortaleza principal en la identificación, pues los problemas y situaciones descritos serán siempre problemas y situaciones vividos por todos o la gran mayoría. El concepto de monólogo aparece aquí como fuerza motora conceptual de la serie, de hecho, no es ni más ni menos que representar visualmente un monólogo dotándolo a éste de otra nueva dimensión (la visual) que relega al espectador de imaginar lo que se narra para dárselo directamente masticado. Sin embargo, no se trata de un monólogo estándar, común y estereotipado de esos escuchados por televisión. La propuesta en general se auto-sitúa en el plano del post-humor y huye de la risa como único fin para darle más importancia a la narración de hechos. Hechos que contengan, claro está, el tono cómico deseado.

Formato

Días de mierda es una webserie que pretende ser semanal. Cómo todo contenido para la web el formato de duración se acorta a unos 6-7 minutos por capítulo (*shortcom*) con *trailers* o *promos* de unos 2-3 minutos. La primera temporada por tanto cuenta con un *creative trailer* y con un total de 10 capítulos de la duración prevista.

Días de mierda busca ser una propuesta algo arriesgada para los medios convencionales, pero sosteniéndose sobre los pilares de las buenas comedias americanas televisivas, nunca renegando de sus referentes más fuertes como Woody Allen, Seinfeld o Louis C.K. Es decir, traslada todo ese tipo de humor costumbrista y cotidiano a Internet, donde las maneras son distintas y la recepción es distinta. *Días de mierda* carece de límites en cuanto a temas a tratar y cómo hacerlo y de hecho busca sobrepasarlos en un mundo como *YouTube*, con un público más joven y menos propenso a la ofensa, teniendo el post-humor como bandera y generando un contexto cómodo con el espectador.

La intención es esa, y el tipo de público al que se dirige es: joven - adulto (urbanita, con cultura y referencias postmodernas) que se identifiquen con los problemas y situación actual de la juventud de hoy en día, en el ámbito de una ciudad grande como por ejemplo Barcelona.

Por lo tanto *Días de mierda* se podría definir con tres conceptos:

Cotidianidad: A parte de tratar temas universales como las relaciones amorosas, la familia, el trabajo, la muerte, etc, también se tratan temas mundanos como: perder el coche en el parking del supermercado, subir con alguien inquietante en el ascensor, quedarse sin batería en el móvil, perder el móvil, borrarse de *Facebook*, cagarla en un grupo de *WhatsApp* o las borracheras (así, en general). La cotidianidad trae consigo la identificación y esta última es un arma muy potente para la fidelización del público.

Verdad: La verdad y el dolor como principales motores de la risa, del humor. Aquellas verdades más dolientes relacionadas con el amor, el sexo o la muerte, aquellas que tengan tabúes implícitos serán las que más risas provoquen por el efecto catártico de la misma.

Dotar al protagonista del poder total de la narración es solo una estrategia para crear una distancia ilusoria con el espectador y decir verdades enormes, volviendo otra vez al concepto de identificación.

Sencillez: Sencillez en la forma, en el aspecto visual y en el lenguaje, una simplicidad que dota a la serie de total libertad para el guion. La línea simple característica de *Días de mierda* no es solo un estilo de dibujo si no una declaración de intenciones que muestra cómo se quiere huir de la pomposidad de las palabras y las formas para centrarnos en el mensaje.

Estructura de los episodios

Los capítulos de *Días de mierda* se sustentan sobre una base de monólogo humorístico. Sin embargo, y puesto que los hechos son relatados y mostrados al espectador, la trama también pasa a ser importante, es decir, al contrario que un monólogo de humor estándar, donde los chistes se van sucediendo en busca de la risa constante, aquí los hechos tendrán más importancia que la forma de explicarlo o las bromas que se vayan introduciendo. Teniendo esto claro, veremos cómo Dani, nuestro protagonista, siempre nos cuenta las historias (pasadas o puramente especulativas) desde un lugar en soledad y en un estado de ánimo y físico distinto al normal: con insomnio, enfermo, resacoso, con ansiedad... Normalmente ese estado vendrá a representar la consecuencia principal del relato contado, haciendo que el espectador se pregunte primero “¿Cómo ha acabado así?” para que después nos lo cuente el mismo protagonista. Si nos adentramos en la historia o, anécdota explicada por el protagonista, vemos que la estructura es una estructura de sitcom pero más simplificada, tanto por motivos de duración como de poca pluralidad de personajes. Los tres actos (sin tener en cuenta el *teaser* cómico de inicio y el gag final) funcionan más como una rutina humorística que como estructura de la historia, es decir, el primer acto es la premisa del chiste, el segundo es el punch-line y el tercero funciona como *tag* adicional o anti-clímax ya que muchas veces el protagonista escapa de la situación ridícula a la que se ha visto arrastrado. Toda la estructura primaria que puedan tener los episodios no conforma ninguna regla inamovible, sino que la anécdota a relatar en sí es la impulsora del resultado y estructura final.

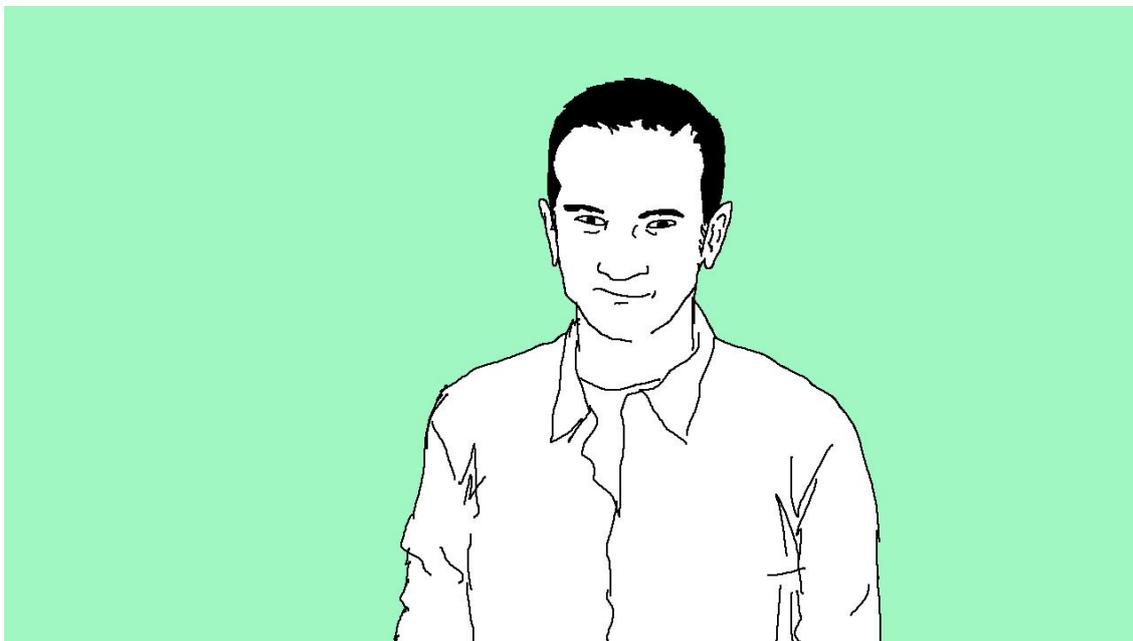
Estilo visual

La ausencia de escenarios en la serie viene dada por una necesidad superior: la importancia de los personajes, más concretamente del protagonista, y de los actos que realiza. Y precisamente esta ausencia se convierte en el punto más característico visualmente. *Días de mierda* utiliza la sencillez de las formas como marca visual y sin embargo, diferenciándose de algunos referentes como podrían ser *Arròs Covat* o *Moderna de Pueblo* el realismo llega a colarse en la forma de dibujo. Por lo tanto, en su conjunto, el estilo visual de la serie es realista y simplificado, sin hacer a estos dos términos contrarios, queriéndose acercar al aspecto real pero simplemente esbozándolo. Esto, a la vez, está ligado con el objeto del proyecto y el carácter del guion. La serie representa la realidad, sí, pero a grandes trazos, creando situaciones generales y cotidianas. No se busca profundizar en personajes excéntricos sino crear situaciones comunes a partir de personajes que, aunque únicos, tienen un cierto punto de estereotipo.

Visualmente y pasando a hablar de la animación, no es una serie con mucho dinamismo de hecho trabaja blanco y negro y los personajes estáticos con fondo blanco. Este estatismo se compensa en cierta manera con el temblor del trazo y por supuesto con la energía que aporta la voz en *off* al conjunto.

Personajes principales

Dani:

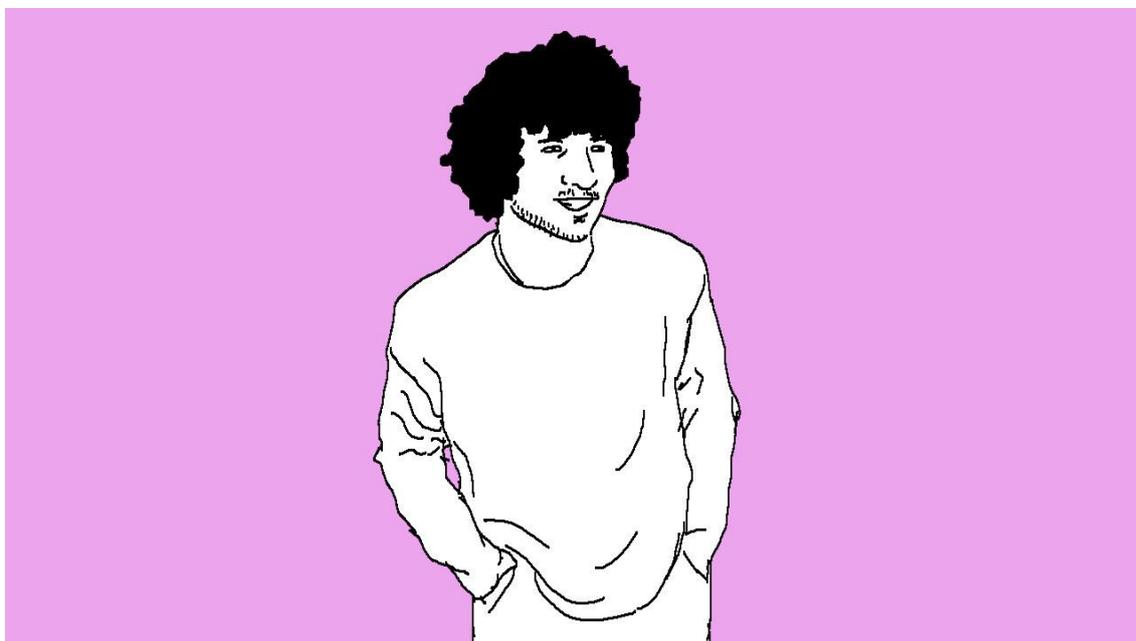


Dani es un joven de 30 años que acaba de perder las ventajas del carnet joven y con él todos los descuentos que nunca había utilizado. Más allá de esto Dani es un completo pesimista, algo neurótico a quien lo de ser una persona adulta le viene grande. Es el hijo pequeño de una madre divorciada que se lleva a matar con su padre. Tiene una relación de competitividad con su hermana o más bien con cualquier colega de la universidad con el que se vuelva a encontrar por el camino. Bajo un aspecto de modernito urbanita esconde un miedo enorme a hacerse mayor y a asumir responsabilidades, además ejerce la envidia, la misantropía y el egoísmo como bandera convirtiéndose así en un joven cualquiera en una ciudad cualquiera del mundo actual con quien todo el mundo se puede ver identificado. Pero Dani además es tierno e inseguro, algo enamorado, amante del pop y anclado en los principios del 2000, siempre dice que la moda de ver series es algo pasajero, como lo de *Youtube*, que donde reside el talento de verdad es en las películas.

Estudió periodismo durante 5 años siendo un alumno estándar que nunca destacó, como en el instituto. Actualmente trabaja temporalmente donde haya una vacante mientras vive de alquiler en un cuchitril en el centro. A pesar de ser un escéptico pesimista Dani aún guarda un pequeño rayo de esperanza dentro que le ayuda a seguir adelante riéndose de todo y de sí mismo.

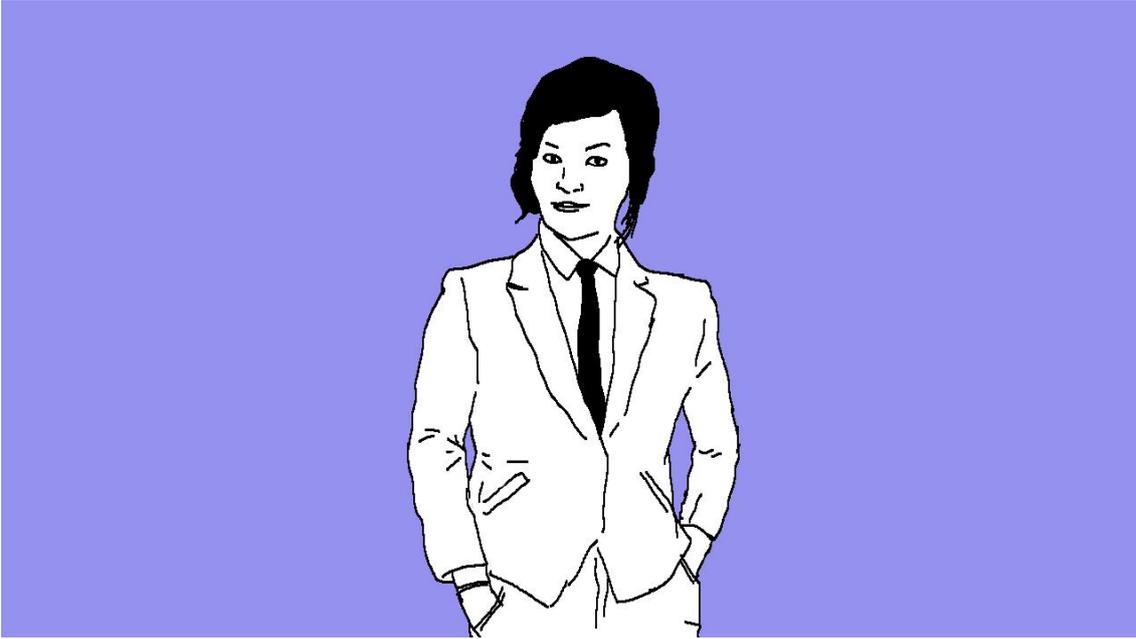
Personajes secundarios

Marc:



Marc es un joven de la misma edad que Dani, pero con un poco más de suerte (o eso es lo que piensa el protagonista). Representa al típico joven despreocupado pero carismático al que parece salirle todo correctamente, sin embargo, su situación vital es bastante parecida a la de nuestro protagonista. No se sabe en ningún momento de dónde saca el dinero para mantener ese tren de vida, ni tampoco Dani sabe exactamente en qué punto está de acabar su grado en Bellas Artes. Marc es libre, creativo, relajado, sin ataduras de ningún tipo y con un don de gentes que le permite relacionarse sin mayor problema con su alrededor y ligarse a cualquier chica que se ponga por delante, todo sin aparentemente ningún esfuerzo. Aparece y desaparece de la vida de nuestro protagonista de manera azarosa y sin embargo su amistad dura ya bastantes años.

A Marc le rodea la incógnita pero, aun así, consigue ser un fiel compañero de aventuras de Dani, a quien consigue convencer de casi cualquier cosa que se le pase por la cabeza. Tiene aficiones varias, sobretodo relacionadas con la cultura y el arte. Pero sus sueños y obsesiones cambian de un día para otro según la última conversación o revelación que haya tenido.

Hermana:

La hermana de Dani es ligeramente mayor que este y mucho más segura en sus convicciones. Desde que dejó la universidad (donde estudió ADE) ha seguido paso por paso lo que se esperaba de ella y consiguió escalar puestos en una entidad bancaria conocida hasta ser gerente de una sucursal. Es una mujer con carácter que ha tenido que pelear, no solo en el mercado laboral, sino también en su ambiente familiar tan arcaico sus derechos como mujer joven, trabajadora e independiente. Actualmente está prometida y tiene un hijo de apenas cinco años de edad por el que lucha y trabaja cada día consiguiendo darle todos los caprichos, aunque no pase todo el tiempo necesario con él. Su relación con Dani siempre ha sido buena, son hermanos y se odian y envidian mutuamente, pero cuentan el uno con el otro para hacer frente a sus reuniones familiares y sobre todo a su madre. Los dos se conocen perfectamente y saben la opinión del otro sobre cualquier tema.

La relación de la hermana con el cuñado (su marido) parece ser perfecta e idílica para los demás miembros de su familia pero la obsesión de esta por su carrera laboral provoca un lento deterioro que se empieza a hacer visible. En relación a la madre, siempre ha conseguido los objetivos marcados por ella y sin embargo, el reconocimiento es pobre o nulo. Es por eso por lo que la hermana sigue luchando día tras día, para satisfacer los deseos de su progenitora.

Madre:



La madre de Dani es una mujer amable y cariñosa... con todos los que no sean de su familia. Una mujer chapada a la antigua con unas opiniones claras de qué y cómo deberían manejar la vida sus dos hijos. Practicante de la fe católica y con simpatía por la derecha, intenta, no obstante, mostrarse al mundo como una mujer moderna e independiente, básicamente a través de su vestimenta. La madre de Dani pasó a ser madre soltera cuando éste tenía poco más de 10 años y el padre desapareció del mapa. En un gran esfuerzo contra sus convicciones más arraigadas aceptó volver a salir con un hombre solo cuando sus dos hijos se fueron de casa. Esto, sin embargo, le crea un gran dilema interno, una confrontación con sus creencias... pero también lo hace que su hija este viviendo en pecado o que su hijo Dani no parezca tener más futuro que el de trabajador temporal y que posiblemente nunca encuentre una buena mujer, así que mejor se centra en esos problemas. Guarda un odio profundo hacia su ex marido y padre de sus dos hijos al que menciona cada dos por tres, pero también tiene un amor enorme por su yerno el prometido de su hija. La pareja de la madre de Dani es un hombre mayor sin mayor importancia. Ella le tiene cariño, él no replica.

Cuñado:

El cuñado de Dani es un vende motos, literalmente, pues trabaja para un concesionario vendiendo automóviles de todo tipo. Un hombre con mucha labia y opiniones varias sobre cualquier tema que se ponga sobre la mesa, amante de la nueva tecnología siempre dispuesto a describir las utilidades del último *Smartphone* en el mercado, que, por supuesto, él ya se ha comprado. Le gusta ir elegante a cualquier lado, con traje preferentemente y bombardear el grupo de *WhatsApp* familiar con chistes malos y un poco verdes. Aunque suponga un foco de odio para Dani, su cuñado no es un mal tipo y es un buen partido para su hermana además de ser un padre cariñoso. Sin embargo parece que se transforma en cuanto sale del núcleo familiar y se vuelve un fiestero en seguida que se separa de su prometida y futura mujer. El cuñado es para Dani su antítesis: es materialista, conservador y pragmático hasta decir basta, contento con lo que tiene y sin ningún tipo de pensamiento idealista. Es un hombre de acción en un mundo narrado por un hombre contemplativo.

Tramas desarrolladas de la primera temporada

0. *Trailer*

Dani no puede dormir y empieza a preocuparse por un artículo que leyó sobre el universo y la importancia ridícula del ser humano para pasar a preocuparse, aún más, por un tema tan prosaico como: “de qué hablar con un niño pequeño”. Al día siguiente tiene que cuidar del hijo de su hermana por unas horas y al final decide que el tema del artículo puede resultar el adecuado para la conversación con el niño.

1. El día que cumplí 30 años

Dani va a trabajar, y queda con su amigo Marc para ir a ver una “expo” en el CCCB. Cuando va con el carnet joven no se lo pasan, ayer fue su cumpleaños. El colega decide celebrarlo y se van a un local donde solo hay gente madura y bailan tango. Dani, decide empezar a beber y envalentonado por el alcohol, empieza a intentar ligar. Al final lo consigue con una mujer de unos 45 años, no del todo atractiva pero bastante pasional. Salen de la discoteca y se dirigen a casa de ésta besándose como dos adolescentes en el bus de ida mientras la gente madrugadora los mira fijamente. Cuando llegan se disponen a tener relaciones pero un par de críos aparecen por la puerta de la habitación desvelados por el ruido, los hijos de la mujer. Dani huye en seguida y de vuelta a casa se queda dormido en el autobús. Nos cuenta el relato desde un sitio desconocido, donde ha despertado, tomando litros de agua en un bar.

2. El día que me hice *Tinder*

Dani habla con Marc de *Tinder*. Marc se ha hecho *Tinder* esta semana y no para de quedar con chicas y follar. Dani vuelve a casa, reflexiona y se lo hace. Primero la foto, que se la curra mucho. Luego la descripción, mintiendo. Luego la hora de dar *likes*. Vemos como pasan los días y no tiene ningún *match*. A los días tiene uno con una chica. Dani le responde con emoticonos y quedan. Quedan y la mujer es espectacular, Dani no consigue calmar sus nervios. Resulta que la chica, muy joven y guapa quería venderle de una ONG. Vuelve a quedar con Marc y le dice que no que él no se hace *Tinder* que es una gilipollez.

3. El día de Navidad

El día de navidad es un día temido para Dani, odia las reuniones familiares. Ha ido un momento al baño en casa de su madre y desde ahí nos cuenta como ha transcurrido el día. Primero ha llamado su hermana diciendo que pasaban a buscarle para ir a la comida familiar. Dani ha arreglado como ha podido un regalo para su sobrino y lo ha envuelto en papel de aluminio. En el viaje en coche su cuñado ha insistido en que se pusiera de copiloto para así enseñarle todos los “aparatos” de los que dispone su coche nuevo. Una vez en casa de su madre se ha quedado un momento a solas con el novio de esta y ninguno parecía saber que decir, produciéndose “el silencio más incómodo de mi vida” (según Dani). Luego, durante la comida, su madre le ha vuelto a recordar que no tiene novia ni algo que se le parezca e incluso ha cuestionado su orientación sexual. Dani le ha seguido el juego provocándole casi un ataque al corazón. Mientras su madre rezaba Dani ha aprovechado para ir a descansar al lavabo. Ahora no quiere salir.

4. El día 1 de Enero

Dani no recuerda mucho de la noche vieja. Es 1 de enero y se ha dado cuenta de que se ha convertido en un joven mayor, de esos que salen en noche vieja a quemar la noche porque seguramente no salgan más durante el año. Dani fue a por todas anoche y ahora, mientras yace moribundo en el sofá, repasa las peripecias de la noche vivida. Recuerda como quedó con Marc y cuando iba a salir para allá se presentó su cuñado apuntándose sin previo aviso. Como ponía el coche y el alcohol nadie dijo nada. En el viaje hasta la mejor discoteca de la ciudad lo pasa angustiado cuando Marc y su cuñado empiezan a beber ya en el coche. Al llegar se dan cuenta que tendrían que haber pagado por adelantado pues la entrada al recinto supera los 50 euros. Como Marc no lleva nada de pasta decide robarle a un músico ambulante que toca villancicos vestido de Elvis navideño. Huyen y entran en la discoteca cuando ya están sonando las campanadas, ni siquiera los porteros están trabajando y al final entran gratis. Al final de las campanadas Dani se gira y ve como Marc ya se está liando con una chica y su cuñado está dando la tabarra a los camareros, repartiendo abrazos. Dani se queda solo mientras todo el mundo baila y después de un rato decide irse a casa y beber en el sofá.

5. El día que decidí ponerme en forma.

El cuñado de Dani se ha comprado un medidor de pulsaciones y/o smartwatch y decide ir a hacer running. Llama a casa de Dani a las 7 de la mañana. Ante la sorpresa del cuñado, que está súper motivado y con el kit de runner encima, Dani decide acercarse a el paseo marítimo en coche porque “hace mucho frio para ir hasta allí corriendo”. Cuando empiezan a correr ninguno puede seguir un buen ritmo y van dando tumbos hasta que unos chavales que vuelven de fiesta se los cruzan y se ríen de ellos. El cuñado decide enfrentarlos y acaban robándoles a punta de navaja. A Dani le roban las llaves del coche y tienen que volver andando a casa y pasando frio.

6. El día que tuve novia.

Dani está quedando con una chica y llevan 3 citas, la cosa va bien, ella es muy simpática y atractiva, aunque a Dani no le convence la frente que tiene, demasiado grande. Se lo comenta a su amigo mientras juegan a la “play”. Le explica que no es nada serio y que evita hacérselo creer, sin embargo, un día queda con la chica para dar un paseo y sin previo aviso entran el *Ikea*. Cuando se da cuenta de que la relación va en serio es ya demasiado tarde, empieza a sudar y se tumba en una cama de muestra mientras la chica preocupada le consuela. La chica va a buscar ayuda y Dani decide escapar, pero es casi imposible salir de ese laberinto hasta que se encuentra a un empleado que le ayuda diciendo que ha “visto a tíos como tu muchas veces, tíos con miedo al compromiso”.

7. El día que encontré trabajo

Dani parece haber encontrado un puesto de trabajo interesante en una revista *underground* para “modernillos”. La revista es más bien progre y liberal y después de mandarle a hacer una crónica de un concierto *indie* le envían a realizar un reportaje sobre las productoras independientes de cine porno. A pesar de su predisposición a la moral abierta Dani se encuentra brutalmente incomodo al acudir a un rodaje de una estas productoras. La gente anda desnuda por ahí, los planos complicados del cámara, los comentarios infantiles de las actrices, el cinismo de la gente del negocio. En un descanso una de las actrices le tira la caña a Dani para después decirle que podría probar de hacer una escena con ella. La cosa se va complicando hasta que

Dani se encuentra en albornoz y ya todo el equipo preparado. En un ataque de ansiedad Dani huye del set y también del trabajo en la revista. Nos lo cuenta mientras mira una de las películas de la chica, sin ni siquiera excitarse, más bien triste.

8. El día de San Valentín

Dani ha quedado con Marc para tomar algo y lo está esperando sentado en un banco. Es el día de San Valentín y hasta que llegue su amigo Dani divaga sobre el amor, el sexo y el miedo a morir solo. Recuerda como de pequeño el día de los enamorados era un suplicio y como le regaló una postal a una niña cuando iban a segundo de primaria. La niña por supuesto le arrojó la postal a la cara y se fue llorando. También tiene en mente a una tía abuela suya, muy mayor, que nunca se casó y murió soltera. Recuerda lo tétrico de su casa cuando alguna vez había ido a visitarla, la locura incipiente de la señora y cómo años después había descubierto que siendo soltera había amasado una fortuna considerable, toda donada a una secta a la cual se había apuntado para pasar los domingos. Dani sale de su ensimismamiento y coge el móvil porque Marc lo está llamando. Le dice que al final le ha salido un plan romántico con una chica de la universidad que se acaba de encontrar. Y ya se sabe que si hay la posibilidad de tener sexo los amigos se quitan de en medio, así que Dani vuelve a casa o quizás decide apuntarse a una secta para pasar la tarde.

9. El día que fui de festival

Marc convence a Dani para ir de festival como en los viejos tiempos: en tienda de campaña y de botellón cada día. En una crisis de madurez Dani acepta la propuesta. Nada más llegar empieza a llover y tras una cola horrible entran al recinto para montar la tienda bajo la lluvia. Ninguno se aclara con los planos así que hacen una chapuza para poder refugiarse. Cuando empieza el festival se comen una cola enorme para acceder a los conciertos y una vez dentro se separan ya que Dani quiere ir a ver a un grupo súper desconocido y *underground* que conoce y Marc en busca de bebida. Nada más empezar el concierto empieza a llover con más furia y se tiene que suspender. Cuando Dani vuelve en busca de su amigo ve que ha entrado de forma inexplicable en la zona VIP y está con los músicos charlando y pasándolo bien. Dani, por supuesto, no logra entrar y se vuelve a la tienda mientras las nubes se dispersan

y sale el sol. Todo nos lo cuenta desde su cama, ya de vuelta en casa, con un catarro brutal.

10. El día de la boda de mi hermana

La hermana de Dani ha dado el paso de casarse para alegría de la madre de ambos. Dani acude a la boda sin acompañante lo cual es bastante incómodo sobre todo cuando se tiene que hacer la foto con los novios. La ceremonia no es en una iglesia, sino al aire libre, y todos van vestidos de blanco. No tienen cura ni ninguna figura parecida para que les case dado que el cuñado ha decidido ser el que hable durante la ceremonia (con chistes de cuñado, etc.). Después de luchar para que no le pongan en la mesa de los niños, Dani ha conseguido un puesto en la mesa con su madre y el novio de esta. Sin embargo, al final no parecía tan mala idea irse con los niños ya que su madre no deja de recordarle lo urgente que es para ella que se case antes de que muera. En un momento de máximo agobio y cuando empieza la música Dani decide salir a tomar el aire y se encuentra con su sobrino que mira desde lejos a los demás niños jugando. Sintiendo identificado intenta hablar con el crío pero lo único que consigue es que lllore y huya en busca de sus padres (cerramos con este último gag la temporada uniéndola con el *trailer* de inicio).

Anexo II. Guion del primer capítulo

Cap.1 El día que cumplí 30 años

Pablo Medina

INT. BAR ESTACIÓN. DÍA

1

DANI está sentado en la barra del bar, con la cabeza casi tocando la mesa y un aspecto desastroso. De vez en cuando pega un trago enorme de agua.

DANI

Ayer fue mi cumpleaños. Vaya mierda. Por si no lo sabéis cuando se cumplen 30 años no se puede hacer lo mismo que con 20. Son 10 años más y eso nota. (bebe más agua). Fíjate solo en el cambio de 29 a 30 ¿eh? Es solo un año pero con 29 aún puedes llevar gorra e ir en skate que se ve bien (se ve a Dani con gorra y bermudas yendo en skate). Pero con 30 no, con 30 lo mas moderno que puedes hacer es... vapear (se ve a Dani recibiendo el humo de una persona al lado suyo vapeando). Y eso es una mierda. Ni te mata ni nada.

Se vé como Dani se levanta de su cama para después entrar en una oficina donde nadie lo mira mientras pasa entre los escritorios y sonríe.

DANI

La cosa es que me levanto y voy a la oficina, al trabajo de mi vida, a realizarme personalmente, como siempre. Y claro... yo espero que nadie se acuerde mi cumple y pueda pasar una mañana normal, apacible, bien. ¡Y así fue!

MARC está esperando en la calle cuando Dani se le acerca despistado. Marc le abraza y entusiasmado le señala hacia la derecha. Ambos empiezan a caminar.

DANI

Pero después de currar aparece el idiota de Marc que se le había ocurrido que podría ser interesante ir al CCCB a ver algo así "contemporáneo", "efímero",... todo eso. Pero no porque fuera mi cumpleaños, él no lo sabía, ni siquiera lo había mirado en Facebook. Supongo que habría hablado con alguna del Tinder, alguna artista conceptual

(MORE)

(CONTINUED)

CONTINUED:

2.

DANI (cont'd)
estudiante de imagen y sonido que se lo habría recomendado. Así que vamos para allá justo después del curro, sin merendar ni tomar algo.

Ambos llegan a la taquilla de un museo donde Dani le da un carnet a la chica de la taquilla por debajo del cristal. Ella no lo acepta y se lo devuelve. Dani se queda con cara de "shock". Marc se le acerca por detrás y mira el carnet. Salta de emoción y gesticula para convencer a Dani de irse de allí.

DANI
Llegamos a la entrada, y... bueno no había cola ni nada por supuesto. Era alguna exposición de esas de televisores antiguos en el suelo ¿sabes?. Fotos de genitales. VHS. Todo genial. La cosa es que vamos a sacar la entrada y yo tan idiota de mí le doy el carnet joven a la chica para que me haga efectivo el descuento. La capulla de la taquilla va y no me lo coge. ¡Por un día! ¿Se puede ser mas opresora?. Ya tengo bastante yo con cumplir 30 ¿no? ¿Guapa?. Y claro, Marc se da cuenta de que es mi cumple y que claro, hay que celebrarlo. Claaaaro. Porque no te emborrachas ningún otro día ¿no?. Solo en días especiales.

Dani y Marc están apoyados en la barra de un bar mientras dos parejas de personas maduras bailan en frente suyo. Los dos los miran asombrados. Marc y Dani cruzan la pista de baile para sentarse en una mesa cuando dos mujeres les pellizcan el culo y ambos pegan un saltito de sorpresa.

DANI
Bueno yo por no decir que no, como siempre, le sigo el rollo. Así que allá vamos a bailar tango. Si. Tango. Con parejas de señores mayores al lado. señoras con lentesjuelas, señores con sombrero fedora. A veces ponían paso doble, según si subía mucho la media de edad. Pero a decir verdad el plan de Marc, por muy mierda que fuera, funcionó. ¿Como no nos íbamos a sentir jóvenes allí adentro? Las
(MORE)

(CONTINUED)

CONTINUED:

3.

DANI (cont'd)
mujeres cogiéndonos el culo en
cuanto pasábamos por la pista.

INT. BAR ESTACIÓN. DÍA

2

El camarero mira a Dani mientras este casi se estira por completo sobre la barra, totalmente derruido.

DANI
De cómo llegué hasta este estado no me acuerdo mucho. Supongo que fué el coñac, yo no estoy acostumbrado a eso ¡joder! A mi dame vodka de garrafón y yo aguanto bien. ¿Pero Brandy? sería eso seguramente.

Dani bebe un trago de su copa en la discoteca y pone cara de asco. Cuando levanta la vista se percata de que una MUJER lo mira. La Mujer le guiña un ojo y parpadea rápidamente y Dani se ruboriza mientras toma otro trago para luego escupir la bebida con cara de asco.

DANI
Me acuerdo de cómo ella me miraba con ojitos golosos. Así como... como queriendo tema. Poniendo un poco la boca pifonera. ¡Y yo no soy de cartón! ¡O de piedra, como mierdas se diga! Además... hace mucho que no tengo compañía fuera de... Marc... y Siri.

Dani se acerca a la Mujer bailando horriblemente mientras ella le sigue el juego. Seguidamente aparece Marc hablándole a Dani a solas cerca del baño de la discoteca. Los dos tienen copas en la mano y parecen ir mas borrachos que anteriormente. Marc levanta el pulgar y Dani se enfada gesticulando muy ampliamente y yéndose rápidamente de allí.

DANI
La cosa es que empezamos a bailar y rozarnos, lo típico ¡vamos! Y Marc, como no, me dice que adelante que él cree que es una milf. No, TOTAL MILF creo que dijo. En ese momento me puse un poco bravo y le dije que eso era ofensivo para una dama como ella.

Dani y la Mujer madura están en la barra. Dani se tambalea mientras la Mujer pide más y más copas. Dani niega de vez en cuando con la cabeza cuando la Mujer le hace beber más.

(CONTINUED)

CONTINUED:

4.

DANI

Bueno ¡Da igual! Que la mujer empezó a pedirme copas, una tras otra. Y yo "no, no, gracias... a mi pídemme un ron cola". Y ella que eso del cubalibre no le gustaba que "eso era lo del botellón y lo que nos tenia a los jóvenes muy locos". Y claro al llamarme joven... Pues caí. Y bebía cualquier cosa que me echara. Anís, pacharán, licor café creo que pidió también. Y unos chupitos "Pero dulces eh", de esos que ponen después de cenar en el chino.

Dani y la Mujer se besan apasionadamente en medio de la pista de baile. Algunas parejas se giran para mirarlos. Van de un lado a otro chocándose y derramando las bebidas en el suelo.

DANI

En cuanto me descuidé estaba metiéndome la lengua, así como muy... mucho. Con ganas. Diría eso de que no me besaban así desde mi adolescencia pero no voy a engañar a nadie. En mi adolescencia nadie me quería como yo mismo (se ve a Dani con 14 años y muchos granos en la cara)... dejémoslo ahí. Así que seguimos besándonos, y besándonos, y bailando pero besándonos, y bebiendo pero besándonos, y encienden las luces pero nosotros besándonos.

Dani y la Mujer entran en un autobús dando tumbos mientras se besan apasionadamente. Llegan a los asientos del final y retozan sobre ellos hasta casi caer al suelo. La Mujer, entre tanto, parece estar hablándole o intentándolo.

DANI

Y la acompaño a casa pero besándonos claro. En el bus (toda la gente del autobús se gira mirando como se besan). Porque ella no tenia coche desde que se lo llevó su ex-marido, el hijo puta de su ex-marido. Todo esto me lo dijo mientras nos besábamos. Así que todo bien, yo iba a triunfar, con una mujer con experiencia, bastante

(MORE)

(CONTINUED)

CONTINUED :

5 .

DANI (cont'd)
atractiva... muuuy cariñosa, y
además había perdido de vista a
Marc hace un rato. Todo genial,
vamos.

La Mujer y Dani entran en una habitación con cama de matrimonio. Se tiran encima y siguen besándose. En un momento Dani le quita el tirante del sujetador rozándole el hombro y la Mujer grita. Dani se sorprende y se para un instante, con cara de orgullo.

DANI
Llegamos y me lleva a la
habitación, ¡Así! ¡Directamente!...
(silencio) Y yo por no decir que
no, claro. Como siempre. Yo no creo
que le hiciera nada. De hecho aún
teníamos la ropa puesta, pero fue
rozarle el hombro, o la rodilla a
lo mejor. Y empieza a gritar. Pero
gritar, gritar. Gritar de que no
son horas ya. Yo creo que gritaba
de placer... supongo. A mi se me
hincha el pecho pensando "soy el
amo".

La Mujer desabrocha el cinturón de Dani. Vemos como se abre la puerta detrás de ellos y aparecen 2 niños de entre 5 y 6 años con cara de sueño. Al ver la escena, los 2 niños, se quedan palidos, con la boca abierta. Dani se ruboriza y la Mujer se vuelve a vestir.

DANI
Y ella va a desabrocharme el
cinturón cuando en uno de esos
giros que provoca la pasión
desenfrenada, me giro yo hacia la
puerta y veo a dos niños que me
miran con una cara más blanca...
más blanca, que la mía. Entonces
pego un bote y grito yo más que
ella, pero no de placer. "¡Ay! Los
hemos despertado" me dice.

La Mujer acude a los niños y los saca de la habitación mientras habla con Dani. Dani está sentado, parado, sin hacer nada sobre la cama con el cinturón desabrochado y las zapatillas quitadas. En cuanto la Mujer y los niños salen de la habitación Dani se levanta de la cama cruza el salón de la casa mientras se pone las zapatillas, saltando a la pata coja.

(CONTINUED)

CONTINUED:

6.

DANI

Y luego que "si, si, tengo dos hijos, te lo he dicho mientras nos besábamos" "¿Cuándo?" "En el autobús" "Ahh, no me he dado cuenta". En cuanto fue a acostarlos salí por la puerta. Sé que soy un miserable. Lo sé. Pero a estas edades ya... ¿quien me va a cambiar?

Dani está dormido en un autobús con la saliva cayéndole por un lado de la barbilla. Un ruido de teléfono le despierta de golpe. Coge el móvil para hablar con Marc.

DANI

Y claro ahora estoy aquí en un pueblo de no sé dónde, porque me dormí en el bus de vuelta a casa y me pasé la parada. Y ya lo que me faltaba me llama Marc y me dice que qué tal la noche que si pillé algo. Que yo "iba muy en plan cazador". ¿Pero este que dice?. Si a mí me entraron...

El camarero le quita el agua de la barra y le sirve un café.

DANI

¡30 añazos! Pfffff, ...que pereza.

TÍTULOS

Anexo III. Guion del *creative trailer*.

Días de mierda (trailer)

Pablo Medina

INT. HABITACIÓN DANI. NOCHE

Sobre un fondo negro se escucha la voz de Dani.

DANI

Es difícil explicar lo que me tiene preocupado últimamente. Bastante difícil. Así que empezaré por el principio. **Esto, señoras y señores, es el big bang,...**

Aparece una luz blanca que se expande y crea el universo. A partir de este momento todo lo que dice o piensa Dani se muestra visualmente.

DANI

Bueno, no exactamente, porque yo tampoco soy científico así que no esperéis que sea especialmente riguroso. Pues se ve que el *big bang* sucedió hace unos 14.000 millones de años. Vale bien, ¿Y qué? Pues que el otro día leí un artículo que exponía lo siguiente: si la historia del universo no fuera tan larga, si fuera tan solo un año y el *big bang* hubiera sucedido el 1 de enero, la tierra se hubiera creado el 30 de septiembre, la vida en la tierra hubiera aparecido el 30 de octubre y la humanidad hubiera existido en... los últimos 20 segundos (20, 19, 18...cronómetro visual). Y luego estaría yo, que tengo 30 años recién cumplidos...**y ya no me aceptan el carnet joven.** La gente me dice que no le de tantas vueltas a las cosas pero la verdad es que lo del *big bang* es lo de menos. Hay cosas que me preocupan más todavía y no me dejan dormir. ¿Por ejemplo? ¿De qué mierdas hablas con un niño de 5 años? Mañana tengo que pasar la tarde con mi sobrino Hugo, porque la imbécil de mi hermana tiene que operarse de no sé qué cosa crónica. Ya me imagino a los dos ahí sentados en cualquier bar, callados, sin decir nada y el niño pensando que vaya mierda de tío "guay" menos guay que le ha tocado. Aunque a lo mejor le cuento que el

(MORE)

(CONTINUED)

CONTINUED :

2.

DANI (cont'd)
universo se está expandiendo y que
no solo eso (acalorándose), sino
que es bastante probable que haya
más de un universo y varias
dimensiones, pero que total todo
eso no importa porque acabará
colapsando y explotando y
desapareciendo... millones y
millones de años después de que
nosotros hayamos vivido... y
muerto. Insignificadamente. Si,
igual le saco el tema. (punchline
visual de la cara del niño)

TÍTULO

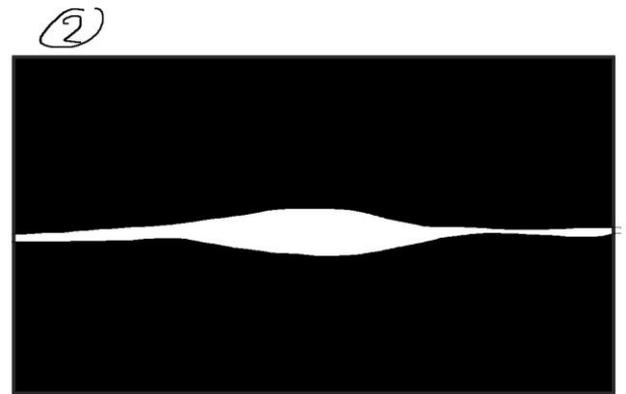
TÍTULOS DE CRÉDITO

Anexo IV. Storyboard del creative trailer.

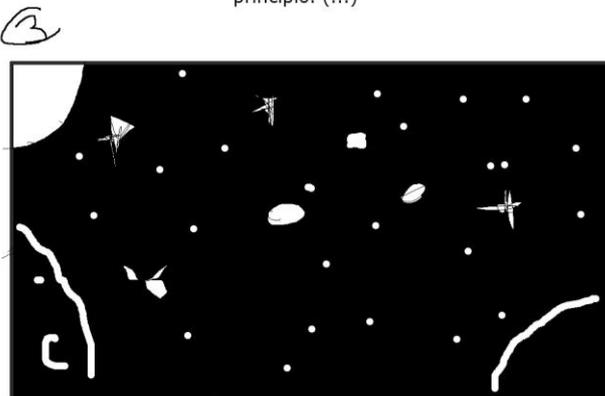


DANI (off)

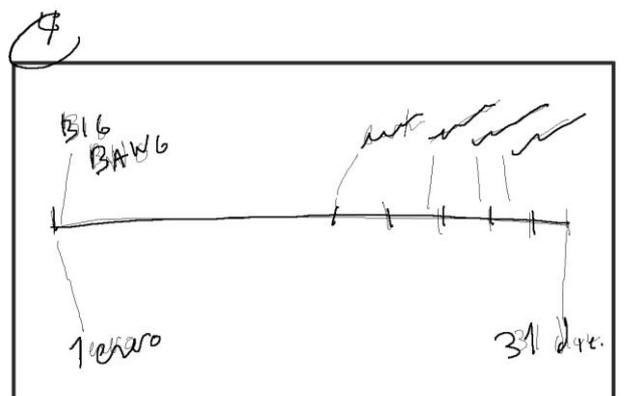
"Es difícil explicar lo que me tiene preocupado últimamente. Bastante difícil. Así que empezaré por el principio. (...)"



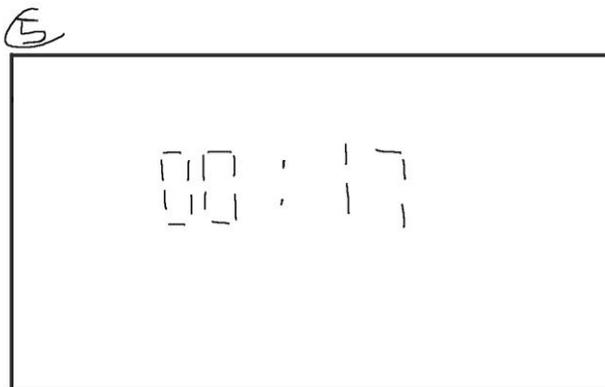
"Esto, señoras y señores es el big bang,...bueno no exactamente, porque yo tampoco soy científico así que no esperéis que sea especialmente riguroso."



"Pues se ve que el big bang sucedió hace unos 14.000 millones de años. Vale bien, ¿Y qué?. Pues que el otro día leí un artículo que exponía lo siguiente.:"



..."si la historia del universo no fuera tan larga, si fuera tan solo un año y el big bang hubiera sucedido el 1 de enero, la tierra se hubiera creado el 30 de septiembre, la vida en la tierra hubiera aparecido el 30 de octubre y la humanidad hubiera existido en..."

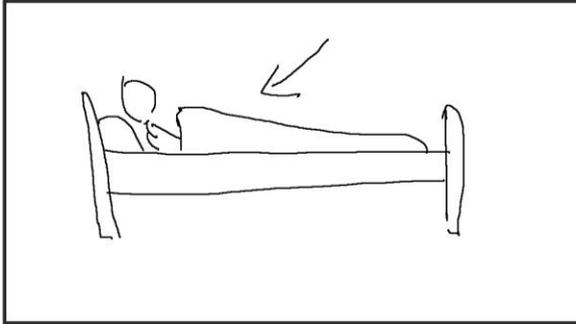


"los últimos 20 segundos"



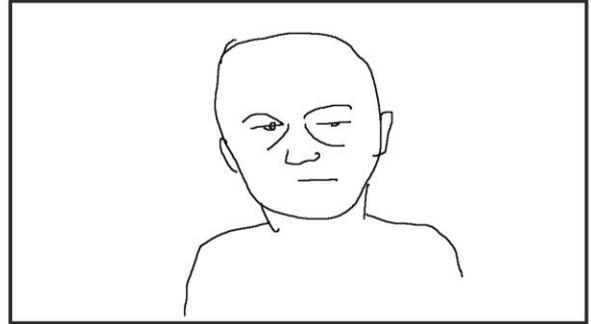
"Y luego estaría yo, que tengo 30 años recién cumplidos,...y ya no me aceptan el carnet joven."

7



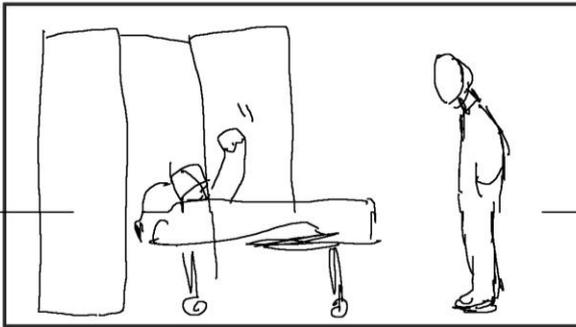
(...) "La gente me dice que no le de tantas vueltas a las cosas pero la verdad es que lo del big bang es lo de menos."

8



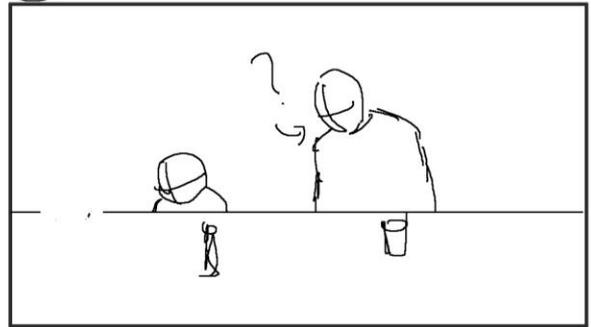
"Hay cosas que me preocupan mas todavía y no me dejan dormir. ¿Por ejemplo? ¿De que mierdas hablas con un niño de 5 años? Mañana tengo que pasar la tarde con mi sobrino Hugo..."

9



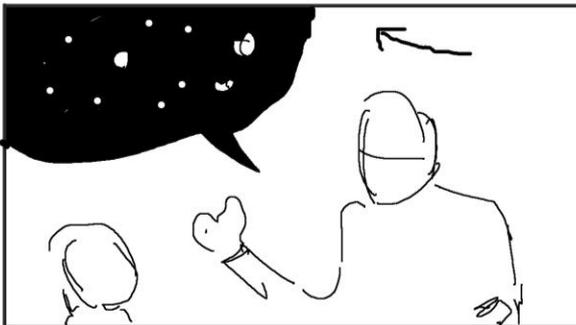
"...porque la imbécil de mi hermana tiene que operarse de no se que cosa crónica."

10



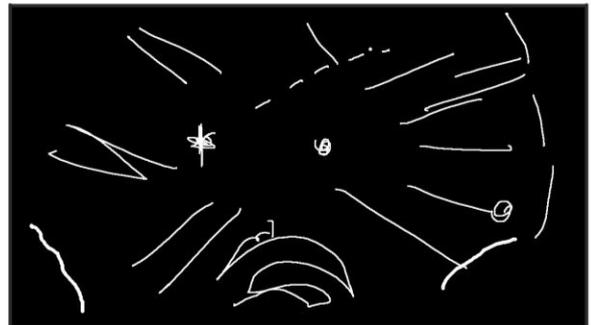
"Ya me imagino a los dos ahí sentados en cualquier bar, callados, sin decir nada y el niño pensando que vaya mierda de tío "guay" menos guay que le ha tocado."

11

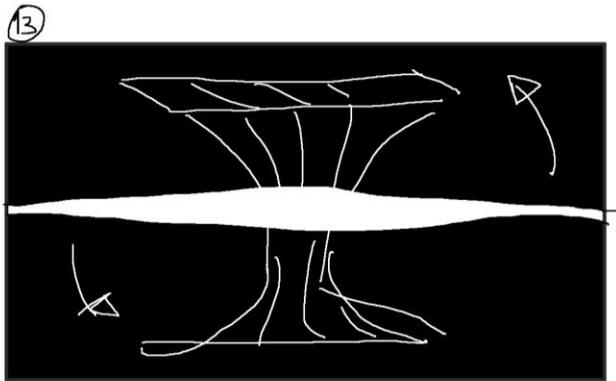


"Aunque a lo mejor le cuento que el universo se está expandiendo y que no solo eso (acalorandose),"

12



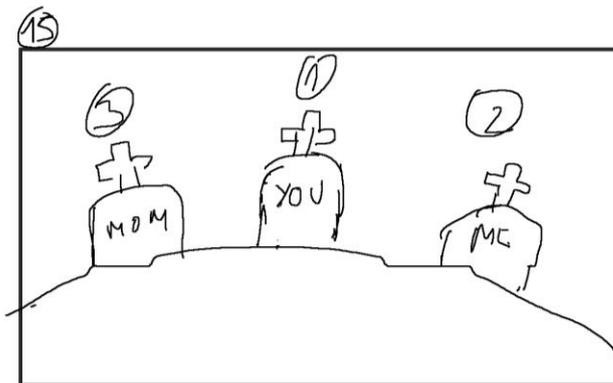
"... si no que es bastante probable que haya mas de un universo y..."



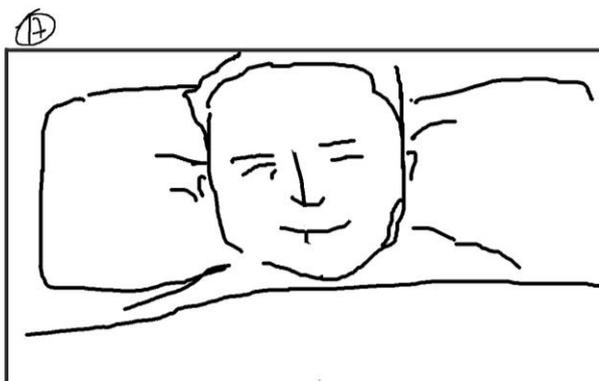
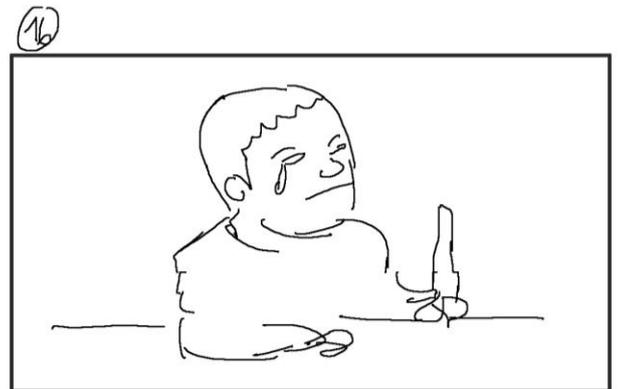
"varias dimensiones, pero que total todo eso no importa porque acabará..."



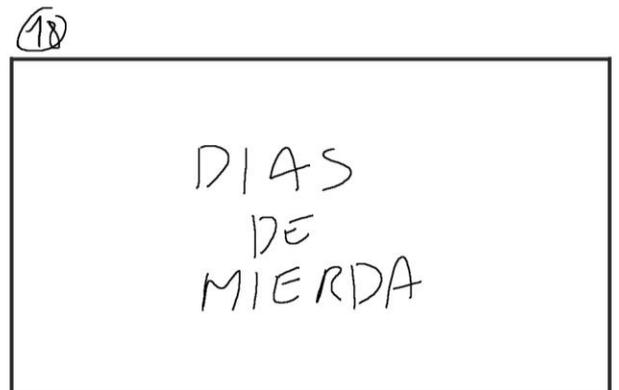
"...colapsando y explotando y desapareciendo... millones y millones de años después de que nosotros hayamos vivido.."



"...y muerto. Insignificamente."



"Si, igual le saco el tema."



Anexo V. Autorización de los derechos de voz.

Autorización de los derechos de la voz

Por la presente yo, Sergi García Lorente, estoy de acuerdo y consiento la utilización de cualquier grabación de voz de mi persona realizada entre los días 25 y 26 de enero de 2017 y junto a cualquier material audiovisual de cualquier tipo en relación con ellas, incluyendo el uso de mi nombre si fuera necesario.

Mis grabaciones sonoras, entiendo, serán usadas como parte del proyecto de final de carrera de Pablo Medina Fernández, estudiante del grado de Medios Audiovisuales (UPC). Proyecto titulado: *Conceptualización de una webserie de comedia en formato de animación 2D: Días de mierda*. En concreto en el *trailer* utilizado como parte práctica del mismo.

Doy mi consentimiento para cualquier tipo de proyección, emisión o reproducción. Así mismo declaro ser mayor de edad.

A fecha 21 de abril de 2017.

Sergi García Lorente. Firma:



Pablo Medina Fernández. Firma:



Anexo VI. Contenido del CD-ROM.

- Documentación del proyecto (memoria, estudio de viabilidad y anexos).
- Vídeo del *creative trailer* definitivo.

