

Treball de Fi de Grau

Títol

Asseguts al banc:
Ideació, disseny i preproducció d'una web
sèrie d'humor

Autoria

Pablo Puyalto Duaso

Professorat tutor

Luisa del Carmen Martínez García

Grau

Comunicació Audiovisual	X
Periodisme	
Publicitat i Relacions Públiques	
Comunicació Interactiva	
Comunicació de les Organitzacions	

Tipus de TFG

Projecte	X
Recerca	

Data

Del 3 al 7 de juny de 2024	X
26 de juliol de 2024	

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	Asseguts al banc: Ideació, disseny i preproducció d'una web sèrie d'humor			
Castellà:	Sentados en el banco: Ideación, diseño y preproducción de una web serie de humor			
Anglès:	Sitting on the bench: Ideation, design and preproduction of a website humor series			
Autoria:		Pablo Puyalto Duaso		
Professorat tutor:		Luisa del Carmen Martínez García		
Curs:	2023/24	Grau:	Comunicació Audiovisual	X
			Periodisme	
			Publicitat i Relacions Públiques	
			Comunicació Interactiva	
			Comunicació de les Organitzacions	

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Web sèrie, fals documental, humor, estudiants, universitat
Castellà:	Web serie, falso documental, humor, estudiantes, universidad
Anglès:	Website serie, mockumentary, humor, students, university

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	Aquest Treball de Final de Grau conté tots els punts i elements propis de la preproducció d'una web sèrie del gènere de fals documental. L'obra tracta de com dos estudiants de Comunicació Audiovisual preparen el seu TFG. Queda dividit en quatre blocs: la definició del gènere, l'anàlisi de mercat, el desenvolupament del projecte i el pla de producció.
Castellà:	Este Trabajo de Final de Grado contiene todos los puntos y elementos propios de la preproducción de una web serie del género de falso documental. La obra trata de cómo dos estudiantes de Comunicación Audiovisual preparan su TFG. Queda dividido en cuatro bloques: la definición del género, el análisis de mercado, el desarrollo del proyecto y el plan de producción.
Anglès:	This Final Degree Project contains all the points and elements of the preproduction of a web series of the genre of false documentary. The work deals with how two students of Audiovisual Communication prepare their Final Degree Project. It is divided into four blocks: the definition fals documentary and web series format, market analysis, project development and production plan.

ÍNDIX

0.	Introducció	6
0.1.	Presentació del projecte i objectius	6
0.2.	Justificació	8
0.3.	Estructura del projecte	10
1.	Descripció del gènere, format i referents: Desenvolupament en el mercat català i espanyol	11
1.1.	Context històric del fals documental	11
1.2.	Gènere del projecte	13
1.2.1.	El fals documental – <i>Mockumentary</i>	13
1.2.2.	La comèdia de situació – <i>Sitcom</i>	14
1.2.3.	La sàtira, la paròdia i la ironia	15
1.3.	Format – <i>Web sèrie</i>	17
1.4.	Referents formals de gènere	18
2.	Anàlisi de mercat	25
2.1.	Definició del Públic objectiu	27
2.2.	Anàlisi DAFO	29
2.3.	Finestres de distribució i venda	31
2.3.1.	El format web sèrie a nivell comercial	31
2.3.2.	Finestres de distribució a Catalunya i Espanya	31
2.3.3.	Finestres de distribució a internet	34
2.3.4.	Plataformes <i>Over The Top</i>	35
3.	Desenvolupament del projecte	37
3.1.	Títol, Tema, tagline i logline	37
3.2.	Storyline	37
3.3.	Sinopsi llarga	38
3.4.	Referents específics	39
3.5.	Bíblia de continguts	43
3.5.1.	Moodboard	43
3.5.2.	One Pager	44
3.6.	Fitxa de personatges	45
3.6.1.	Personatges principals	45
3.7.	Estructura ternària i estructura narrativa	49
3.7.1.	Recursos narratius i justificació	49
3.8.	Tema, premissa i sinopsi breu per capítols	51

3.8.1.	Capítol 1: No passen coses.....	51
3.8.2.	Capítol 2: La inspiració	51
3.8.3.	Capítol 3: Les expectatives	51
3.8.4.	Capítol 4: Ens esforcem.....	52
3.9.	Tractament per capítols.....	53
3.9.1.	Capítol 1: No passen coses.....	53
3.9.2.	Capítol 2: La inspiració	54
3.9.3.	Capítol 3: Les expectatives	55
3.9.4.	Capítol 4: Ens esforcem.....	56
3.10.	Escaleta per capítols	57
3.10.1.	Capítol 1: No passen coses.....	57
3.10.2.	Capítol 2: La inspiració	58
3.10.3.	Capítol 3: Les expectatives	59
3.10.4.	Capítol 4: Ens esforcem.....	60
3.11.	Teaser.....	61
3.11.1.	Escaleta	61
3.11.2.	Guió literari	63
3.11.3.	Guió tècnic.....	65
4.	Pla de producció	69
4.1.	Diagrama de GANTT.....	70
4.2.	Pressupost.....	71
4.2.1.	Pressupost general	71
4.2.2.	Material tècnic de lloguer	73
4.2.3.	Material tècnic de compra	75
4.3.	Pla de finançament	77
4.4.	Localitzacions	79
4.5.	Direcció de càsting i interpretacions	85
4.5.1.	Proposta de càsting per teaser.....	85
4.5.2.	Proposta de càsting a futur	86
4.6.	Pla de màrqueting i distribució	87
4.6.1.	Màrqueting.....	87
4.6.2.	Distribució	88
4.7.	Guions literaris – Web sèrie.....	90
4.7.1.	Episodi 1: No passen coses.....	90
4.7.2.	Episodi 2: La inspiració	98
4.7.3.	Episodi 3: Les expectatives.....	103

4.6.4. Episodi 4: Ens esforcem.....	109
5. Conclusions	115
6. Bibliografia	118
7. Annexos.....	121
7.1. Escaleta tècnica teaser primer borrador.....	121
7.2. Guió literari teaser primer borrador	122
7.3. Guió tècnic teaser primer borrador	125
7.4. Escaleta tècnica teaser segon borrador	130
7.5. Guió literari teaser segon borrador	132
7.6. guió tècnic teaser segon borrador	134

0. INTRODUCCIÓ

0.1. PRESENTACIÓ DEL PROJECTE I OBJECTIUS

Aquest Treball de Fi de Grau té com a objectiu la realització d'un projecte audiovisual de fals documental en format de web sèrie, sota el gènere de la sàtira i la comèdia de situació. *Asseguts al banc*, és una història centrada en la vida de dos estudiants de comunicació audiovisual i la seva experiència durant l'últim any de carrera. El fals documental se centra en el procés de creació i elaboració del Treball de Fi de Grau d'un dels protagonistes, un noi de vint-i-dos anys, insegur, poc creatiu i introvertit en plena crisi del paper en blanc, sense idees i amb molt poc temps, què es ajudat pel seu amic a poder superar una sèrie de reptes.

El projecte cau en la retòrica de la meta ficció, la intenció és crear un producte que reflecteixi la mateixa vida universitària i els processos, tant mentals com acadèmics, que segueixen els estudiants per l'elaboració d'aquest tipus de treball tan extens. El producte pretén mostrar una mirada satírica i crítica de tot el context que envolta la universitat i l'alumnat, és per això que moltes de les accions i escenes són exageracions de situacions reals.

És un projecte narrat a través d'escenes de conversa i d'acció que pretenen simular la vida real dels protagonistes, personatges conductors de tota la història. El fet de fer-ho a través de la tècnica del *mockumentary* permet reduir els costos de producció a la vegada que incrementen les possibilitats creatives, és a dir, ajuda que amb converses davant de càmera de pocs personatges, situacions representades en esquetxos i la càmera en mà la història es desenvolupi de manera dinàmica i sobretot entretinguda, sense deixar de banda la paròdia i la sàtira.

Els objectius de l'elaboració d'aquesta web sèrie de fals documental passen per diversos punts. En primer lloc, no idealitzar. La intenció és crear un producte que aconsegueixi representar de manera fidel la vida dels estudiants, mostrant el realisme i tota la gamma de grisos que comporta ser jove, per exemple: l'activa vida social, compaginar els estudis amb treballs a mitja jornada i els grans projectes com el TFG. En segon lloc, empatitzar. És essencial en la creació de ficció crear personatges amb què el públic es vegi reflectit, l'objectiu d'aquesta història és crear escenes i narrativa amb la qual molts estudiants puguin veure's a ells i elles mateixes i reflexionin sobre aquests contextos i situacions.

Pel que fa als objectius professionals, la intenció és crear un producte complet que pugui donar peu a la distribució a través de plataformes de contingut com YouTube i, posteriorment, adaptar el projecte a web sèrie per intentar presentar-lo a pitchings i productores.

0.2. JUSTIFICACIÓ

Actualment, el fals documental viu un molt bon moment gràcies a les plataformes de distribució de continguts. Moltes de les grans *Over The Top* (OTT) aposten actualment per la creació de productes d'aquest tipus, l'exemple més recent és l'estrena de *Cunk on Earth* (Charlie Brooker, 2022 - 2023), presentat al setembre de 2022 i estrenat a Netflix el tres de gener de 2023. El web *Rotten Tomatoes* li dona una aprovació del 100% i una valoració de 7,7 sobre 10. Nombroses crítiques han aclamat la gran interpretació de l'actriu principal Diane Morgan, i el bon ritme i guió de la sèrie. Rebecca Nicholson, crítica a *The Guardian*, va comentar el següent el setembre de 2022: «Tan ben escrita que es fàcil oblidar que no és real», justificant el bon treball que fa el fals documental en quant a la veracitat de l'argument. Per altra banda, Amazon Prime va estrenar el passat abril el fals documental en format de sèrie *Jury Duty* (Lee Eisenberg i Gene Stupnitsky, 2023), què, gràcies a la combinació de gèneres i recursos narratius del producte (*sitcom*, càmera oculta, fals documental, entrevistes..) va suposar una molt bona rebuda per part de la crítica estatunidenca. En definitiva, les plataformes de distribució de continguts permeten que aquest tipus de producte poc a poc comenci a estendre's a noves audiències i arribi a un públic més generalista i actiu.

Les raons principals a l'hora d'escollir el gènere del fals documental per la realització d'aquest projecte resideixen en el gran ventall de possibilitats que ofereix, tant formals com literàries. El *mockumentary* ajuda a combinar perfectament la ficció amb el diàleg de comèdia i els contextos humorístics, podent crear escenes absurdes sense que el públic quedi sorprès, i utilitzar el drama per fer evolucionar els personatges i generar una narrativa més profunda.

En quant al format de web sèrie, permet que la divisió per episodis de la història es pugui desenvolupar de manera més distesa. Ajuda a que cada capítol se centri en una problemàtica concreta, en un tema concret i a que cada personatge prengui una premissa en vers el conflicte.

Pel que fa a la realització d'esquetxos, són essencials per combinar el llenguatge del documental amb el de la comèdia de situació, i solucionar el problema que suposa la monotonia de només fer servir entrevistes per desenvolupar la història. Aquestes escenes s'emmarquen en el format de la càmera mosca, és a dir, s'han de rodar com si el personatge principal no sabés que és gravat. Això provoca un plus important en la

ridiculització i la sàtira de les escenes, perquè comporta un extra pel que fa a la credibilitat de les situacions i la seva quotidianitat.

Quant a la narrativa i la història, es considera que actualment molts dels productes audiovisuals que es creen amb la intenció d'atreure a un públic juvenil, són irreal. Projectes com *Élite* o, en el mercat català *Merlí*, estan pensats per atreure audiències joves i compleixen la seva funció, ja que han tingut molt d'èxit entre aquest públic objectiu. Però, evidentment no aposten per narratives quotidianes amb les quals es pugui empatitzar, sinó que busquen els conflictes pertorbadors i amb els girs més impactants per poder mantenir els espectadors enganxats a la pantalla, sovint utilitzant trames centrades en personatges idealitzats. A diferència d'aquests productes, la justificació principal de la història d'aquest projecte se centra en representar la quotidianitat real de l'alumnat universitari, amb tots els seus pros i totes les seves contres.

0.3. ESTRUCTURA DEL PROJECTE

La metodologia del desenvolupament del TFG professional està organitzada en dos grans blocs, que queden separats per quatre apartats diferents. Per començar, un primer bloc d'investigació on es fa una descripció exhaustiva del gènere del fals documental i tots els subgèneres utilitzats per la creació del producte: la comèdia de situació, la sàtira i la parodia. En aquest punt també es treballa l'anàlisi dels referents, fent un repàs de totes les inspiracions formals i de contingut i quina és la situació del gènere al mercat espanyol i català. En segon lloc, una anàlisi de mercat que investiga el públic objectiu, les principals característiques del mateix projecte, un benchmarking que permeti esbrinar les qualitats de la competència i les possibles finestres de distribució del projecte.

Pel que fa al marc pràctic, és el bloc més extens i queda dividit en el desenvolupament del projecte i el pla de producció. En el primer punt d'aquest bloc es desenvolupa tot el contingut creatiu de preproducció del producte audiovisual, és a dir, els tractaments, les escaletes, les justificacions dels recursos narratius, les fitxes de personatges i els guions tant literaris com tècnics. En el segon punt, es els temes més tècnics a través del pla de producció: la cerca de localitzacions, pressupost, el pla de finançament, de màrqueting i de distribució. El projecte també compta amb una valoració del projecte i unes conclusions que permetin avaluar la continuïtat del projecte de cara al futur i el seu plantejament.

1. DESCRIPCIÓ DEL GÈNERE, FORMAT I REFERENTS:

DESENVOLUPAMENT EN EL MERCAT CATALÀ I ESPANYOL

1.1. CONTEXT HISTÒRIC DEL FALS DOCUMENTAL

El fals documental té el seu origen a la ràdio, amb el capítol *La guerra dels mons* del programa *Mercury Theatre on the Air* (Orson Welles, 1938). El locutor anunciava en format notícies una invasió alienígena, sota un guió de ficció adaptat de la mateixa novel·la *La guerra dels mons* (H. G. Wells, 1898). El programa va generar un impacte tan mediàtic que va marcar un abans i un després pel que fa a la comunicació de masses, el poder dels mitjans i l'esperit crític amb la informació. Per altra banda, es pot considerar que el primer fals documental és anterior i en aquest cas audiovisual, es tracta de *Nanook l'esquimal* (Robert Flaherty, 1922), considerat el primer documental de la història. El producte tenia la intenció de mostrar la vida real d'una família d'esquimals, però la posada en escena estava orquestrada, produïda i planificada (Elías i Teira, 2021).

El gènere no té gaire importància fins a la dècada dels anys seixanta, quan es comença a parlar de fals documental de manera estricta. El director Woody Allen afirmava que des dels seus inicis a la indústria tenia la intenció de filmar un documental, i va veure l'oportunitat perfecta de combinar les seves capacitats en escriptura de ficció i el format documental amb *Take the Money and run* (Woody Allen, 1969). Anteriorment, el projecte *David Holzman's Diary* (Jim McBride, 1967) s'havia estrenat amb la premissa i la definició de què era un fals documental, posicionant-se com el primer de l'època moderna de l'audiovisual. A més a més, el film anava sobre un director novell de cinema que gravava la seva vida durant una setmana, va donar peu a utilitzar el gènere del fals documental per mostrar les diferents realitats de la indústria cinematogràfica.

No és fins als setanta quan el fals documental es consolida, molts realitzadors comencen a apostar per aquest gènere i altres com Woody Allen i Orson Welles continuen fent obres de l'estil o incorporant elements d'aquests tipus de productes a les seves obres, com per exemple amb *Zelig* (Woody Allen, 1984) o *F is for fake* (Orson Welles, 1973) on el director utilitza elements de ficció per construir aquest docudrama. A partir dels anys noranta i inicis de la dècada dels dos mil, la producció de falsos documentals guanya importància, ja que és un gènere que permet una gran llibertat creativa i de producció amb

pocs recursos. Comencen a produir-se pel·lícules de diferents temàtiques com per exemple *The Blair Witch Project* (Daniel Myrick i Eduardo Sánchez, 1999), un film de terror gravat càmera en mà que s'ha posicionat com una de les produccions més importants de por, inspirant a altres falsos documentals com *REC* (Jaume Balagueró i Paco Plaza, 2007). Altres produccions de l'època son *Bob Roberts* (Tim Robbins, 1992), *Without Warning* (Robert Iscove, 1994), *Forgotten Silver* (Peter Jackson, 1995) o *Waiting for Guffman* (1996), però a inicis del segle XXI, el paradigma del fals documental comença a canviar i es presenta com una eina per lluitar contra la desinformació i la falta d'esperit crític de les audiències.

A inicis dels dos mil apareixen diversos productes amb la intenció de fer reflexionar els espectadors, com *Operación Palace* (Jordi Évole, 2014) que indaga en temes com la transparència de l'Estat espanyol i la desinformació o *Selfie* (Víctor García León, 2017) que aprofundeix i fa una sàtira de la vida de la classe alta espanyola.

1.2. GÈNERE DEL PROJECTE

1.2.1. EL FALS DOCUMENTAL – *MOCKUMENTARY*

El gènere escollit per la realització d'aquest TFG professional és el del fals documental, també anomenat *mockumentary*. El terme prové de la suma de *mock* (burla) i *documentary* (documental), per concebre la idea de crear un producte audiovisual ficcional amb contingut formal propi de documentals periodístics.

Aquests productes es basen a transportar els elements narratius i formals del documental, al terreny de la ficció. L'estil i el format és propi del periodisme i la investigació, a través d'entrevistes, veu en off i imatge d'arxiu, però el contingut narratiu, les històries i els personatges són totalment inventats a partir de guions que segueixen les estructures del cinema de ficció (Esteban, 2023). Permet tractar els temes de manera molt diferent del cinema i del documental pur, donant una mirada paròdica i satírica, perquè reuneix característiques que impliquen formes diverses de representació de les situacions, per exemple, els esquetsos.

El *mockumentary* sempre tendeix cap a la comèdia, el fet que siguin productes guionitzats atorga la possibilitat de portar les escenes als extrems i exagerar les situacions sense que l'espectador se sorprengui. És habitual trobar traces de surrealisme en escenes, accions i contextos.

Per una banda, els objectius principals del gènere del *mockumentary* resideixen en plantejar una crítica, paròdia o sàtira al voltant d'alguns valors. Per exemple, el fals documental *Borat: Cultural learnings of America for Make Benefit Glorious Nation of Kazakhstan* (2006), dirigit per Larry Charles i Sacha Baron Cohen, fa una anàlisi profund i una sàtira impactant dels valors estatunidencs més conservadors, arribant a tals extrems en algunes escenes que contínuament deixen en dubte què és real i què és fictici.

Per altra banda, molts directors i realitzadors volen que els seus productes de fals documental reflexionin sobre la veracitat de successos que han passat a la vida real, i així plantejar als espectadors com és de fàcil construir mentides a través de la veritat. Per exemple, *Forgotten Silver* (1995) de Peter Jackson i Costa Botes, relata la història de Colin McKenzie el “veritable” creador de les càmeres de cinema abans que els germans Lumière i D.W. Griffith. Els directors van fer un gran treball de guió quant a la credibilitat

i van aixecar, no poques, polèmiques entre la moralitat d'escriure i relatar històries sota la consigna del gènere de fals documental.

En l'àmbit nacional, *Operación Palace* (2014) de Jordi Évole va suposar un abans i un després respecte a la consciència crítica de la societat amb el periodisme. El fals documental va presentar un nou relat sobre l'intent de cop d'estat de Tejero el 23 de febrer. A través d'entrevistes amb personalitats de l'època com Iñaki Gabilondo i Joaquín Leguina, creaven una nova versió sobre els fets que des d'un primer moment eren presentades com reals i contrastades. L'objectiu principal d'Évole era incitar als espectadors a ser crítics amb la informació que rebien, posar en dubte en tot moment tot allò que veien (Blázquez, A., 2014).

1.2.2. LA COMÈDIA DE SITUACIÓ – SITCOM

Sitcom prové de la contracció de *situation comedies*, terme anglosaxó que fa referència escenes de comèdia quotidiana. Va néixer als Estats Units, gràcies a diversos referents. En primer lloc, *Amos 'n' Andy* (Charles Correl, i Freeman Godsen, 1928) va ser una ficció radiofònica d'humor considerada la primera sèrie de comèdia, que va donar peu a una realització televisiva l'any 1951, *The Amos 'n' Andy Show* (Charles Correl, i Freeman Godsen). En segon lloc, la que és per molts la primera comèdia de situació pura, *I Love Lucy* (Lucille Ball i Desi Arnaz, 1951) (Padilla, Requeijo, 2010).

Les principals característiques formals d'aquest gènere resideixen en la realització multicàmera i en viu dels metratges. És a dir, es graven en estudis oberts, amb públic i diverses càmeres, muntant directament al control de realització a mesura que marquen els guions. El repartiment és ampli i es treballen sota unes poques localitzacions majoritàriament interiors i fixes (Higueras, 2022).

Pel que fa al contingut, les comèdies de situació es caracteritzen per narrar històries quotidianes autoconclusives per capítols. Se centren en la vida laboral i socials dels personatges principals i utilitzen els esquetsos per desenvolupar les trames de manera humorística (Higueras, 2022). Al llarg de les temporades, les *sitcoms* sí que tenen un sentit narratiu connex, és a dir, els personatges tenen objectius que van complint amb el temps i normalment se solucionen a final de temporada o al mateix final de la sèrie, com és el cas de *Friends* (Marta Kauffman i David Crane, 1994) i *The Big Bang Theory* (Chuck Lorre, Bill Prady i Mark Cendrowski, 2007).

Aquest projecte de Treball de Fi de Grau professional, malgrat que el gènere principal de format i contingut sigui el *mockumentary*, també té gran influència de la comèdia de situació en la creació dels diàlegs, guió i escenes. La suma del contingut formal del fals documental i la seva capacitat de mostrar la història a través d'entrevistes, amb la creació d'escenes d'estil *sitcom*, dota el guió d'un to humorístic molt concret, que permet l'exageració de la realitat justificada amb els testimonis i personatges. Alguns exemples de sèries televisives que utilitzen aquesta fórmula són *The Office* (Greg Daniels, 2005) i *Modern Family* (Christopher Lloyd i Steven Levitan, 2009).

1.2.3. LA SÀTIRA, LA PARÒDIA I LA IRONIA

Aquest Treball de Fi de Grau professional, també s'emmarca dins els següents subgèneres de la comèdia. La sàtira, la paròdia i la ironia. Són diferents formes de representació de la realitat a través de l'humor. Per una banda, trobem la sàtira que sempre ha funcionat com el mecanisme d'humor més crític de tots, com una arma per lluitar contra allò que actua en contra (Sánchez, 2020). És a dir, aquest subgènere s'utilitza com a estratègia per ridiculitzar, enfrontar i fer reflexionar sobre temes concrets, portant a l'extrem valors, situacions i ideologies. En definitiva, la sàtira representa la realitat de manera cruenta i crítica, com per exemple a *Succession* (Jesse Armstrong, 2018). Per altra banda, la paròdia és una imitació en to de burla respecte a un tema o personatge, mostra les debilitats d'allò que és representat i se'n riu d'elles. Un dels exemples històrics més importants és *The Great Dictator* (Charles Chaplin, 1940), on el director imita explícitament a Adolf Hitler ridiculitzant les seves actituds i els seus comportaments.

Però quan es tracta de les estructures de la narrativa, el que domina les històries de comèdia satíriques i paròdiques són els sentits i els finals irònics. “Hi ha històries que tenen un final feliç i trist a la vegada, expressen, així, la naturalesa complexa i dual de l'existència, una visió que té a l'hora càrrega positiva i negativa, el retrat més complet i realista de la vida.” (McKee, 1997, p. 160). En aquesta cita, l'autor Robert McKee defineix acuradament les principals característiques de la ironia. Les narratives que beuen de la comèdia normalment sempre tenen un final irònic, on mostren el got mig buit i a la vegada el got mig ple. Els espectadors s'adonen de què les històries no sempre tenen un final feliç i si és el cas, els productes amb idees iròniques tenen la funció de mitigar l'efecte de tristor i proposar a les audiències una sortida sarcàstica i que sobretot els faci empatitzar amb la situació i els personatges.

Aquest projecte professional utilitza aquestes eines amb l'objectiu de ser crític amb el context que envolta la història, representar situacions en què qualsevol pugui sentir-se identificat, ja que aquesta és la clau de l'humor. Pretén mostrar la ironia negativa d'un final que acaba destruint els valors i creences del personatge principal. La substància resideix en la següent definició d'història irònica negativa: "Si t'aferres a la teva obsessió, aconseguiràs el que desitges amb la teva cerca implacable, però després et destruirà" (McKee, 1997, p. 163).

1.3. FORMAT – WEB SÈRIE

El format escollit per aquest projecte de TFG professional és la web sèrie. El desenvolupament del producte es basarà en un seguit de capítols que tindran petites trames autoconclusives a través d'esquetxos, i que en conjunt formaran un argument i conflictes generals, solucionats a l'últim episodi.

Les justificacions se centren en el desenvolupament més creatiu del projecte. En primer lloc, el fet de repartir la història en diversos episodis curts permet posar més èmfasi en els esquetxos i escenes, donant peu a allargar-los i treballar-los molt més. En segon lloc, si se suma el gènere de fals documental amb aquest format les solucions humorístiques i de comèdia a les que es poden arribar són molt més extenses, donada la quotidianitat del format i la capacitat de ficció del gènere.

Les web sèries són un tipus de contingut i format que amplien les possibilitats de riure'ns de nosaltres mateixos i dels nostres valors més defensats (Júlia, 2016). El to utilitzat en aquest tipus de producte sempre és molt satíric i contundent amb el context al qual fa referència, això ajuda a justificar la comèdia que es pretén usar en aquest TFG. En molts casos aquest continguts es creen per riure's de la mateixa indústria audiovisual, com és el cas de *Vincent Finch* (David Suárez, 2014), aquest tipus de ficció es mofa directament dels formats audiovisuals tradicionals.

Per altra banda, també existeixen raons més tècniques i de producció per escollir el format de web sèrie. La intenció és plantejar un teaser de màxim dos minuts i un total de quatre capítols.

1.4. REFERENTS FORMALS DE GÈNERE

En aquest punt es desenvoluparan les diferents sèries, pel·lícules i falsos documentals que serveixen de referència pel que fa al *mockumentary*. És a dir, són falsos documentals o tenen característiques pròpies d'aquest gènere i de la comèdia de situació. Principalment s'utilitzarà el seu llenguatge audiovisual i també es farà referència a les seves característiques narratives, d'història i d'argument.

***Qué vida más triste* – 2008 a 2010**

Creadors: Natxo del Agua i Ruben Ontiveros

Producció: K 200, s. a. u.

Plataforma de distribució: YouTube i La Sexta

Gènere: Comèdia costumista

Format: Web sèrie, fals documental, vídeo blog

Sinopsi: Aquesta web sèrie segueix la vida d'un noi basc, Borja Pérez (Borja Pérez), que cada diumenge grava un vídeo blog per comentar el transcurs de la seva setmana i les desgràcies que li succeeixen.

Justificació: Principalment, aquesta sèrie es caracteritza per l'ús de l'entrevista al personatge principal. Borja Pérez es grava a casa seva explicant com ha anat la setmana i quines han sigut les desventures que ha patit. Aquest element fa que gran part de la narrativa es desenvolupi directament amb el protagonista i les seves converses davant de càmera, tal com es vol fer en aquest projecte de TGF.

Per altra banda, aquestes seqüències protagonitzades per Borja Pérez, van acompanyades d'escenes amb altres personatges on predomina la càmera fixa i la càmera mosca. Majoritàriament, són escenes de diàleg que reforcen i representen les idees i els successos que presenta Borja Pérez a les seves gravacions.

Pel que fa als aspectes tècnics, les localitzacions i els personatges són limitats i molt concrets (L'habitació del protagonista, casa d'un amic...), l'ús de la càmera és completament observacional quant a les escenes dialogades amb altres personatges, i totalment immòbil a les entrevistes. És interessant destacar el format en el que estan



Imatge 1. Pòster de la web sèrie *Qué vida más triste* (Natxo del Agua i Ruben

FONT: <https://t.ly/K3WLb>

penjades a internet les primeres temporades, píndoles de un a tres minuts amb un guió constant i humorístic que sempre té un gir final irònic.

Finalment, la narrativa, la història i sobretot, el to de la sèrie és molt similar al que es vol aconseguir en aquest projecte. El to utilitzat és pessimista i irònic, fent contínuament mofes de les situacions del protagonista i ridiculitzant-lo a través de la desgràcia. El personatge principal, Borja Pérez, té moltes semblances amb el protagonista d'aquest projecte de TFG, tots dos són introvertits, generen inconscientment situacions incòmodes i no saben actuar davant els convenis socials.

Entre Pipas – 2012

Creadors: Jorge Cassinello

Producció: Jorge Cassinello

Plataforma de distribució: YouTube, Internet

Gènere: Comèdia costumista

Format: Web sèrie



Imatge 2. Poster de la web sèrie *Entre Pipas* (Jorge Cassinello, 2012)

FONT: <https://t.ly/CyiJL>

Sinopsi: *Entre Pipas* mostra la història d'amistat de Julio (Xulio Abonjo) i Luis (Luis Zahera), explicada sempre des del mateix banc on queden moltes tardes per menjar pipes i xerrar. Parlen sobre la seva vida i els temes universals que més els hi inquieten, tot encadenat a través d'un humor cínic i satíric.

Justificació: En primer lloc, aquesta web sèrie serveix com a referència pel que fa a qüestions tècniques. El desplegament de producció d'aquest projecte és molt professional, totes les gravacions són en exterior i el so i la fotografia estan executades amb una precisió molt mesurada.

En segon lloc, els missatges que transmet aquesta sèrie conjuntament amb l'ambient costumista i quotidià és un molt bon exemple del to i de la perspectiva que vol tenir aquest projecte de TFG. La narrativa a poc a poc s'estén més enllà de dos amics xerrant en un banc, es creen converses que porten a conflictes diversos i discussions que aporten un gran valor al guió.

Finalment, els dos personatges principals tenen una actitud molt similar a la del protagonista d'aquest projecte de TFG, tocant la superfície del cinisme i sempre amb actituds una mica pessimistes. Les interpretacions de Luis Zahera i Xulio Abonjo fan que tots dos personatges tinguin aquest rerefons realista i ajuden que els espectadors empatitzin amb ells, un dels objectius principals del protagonista d'aquest TFG.

Vincent Finch (Diario de un ego) – 2013

Creador: David Suárez

Producció: GAHOR, Eventiamedia, DYP

Plataforma de distribució: YouTube

Gènere: Comèdia negra

Format: Fals documental, web sèrie



Imatge 3. Pòster de la web sèrie *Vincent Finch*
(David Suárez, 2013)

FONT: <https://t.ly/gDmCX>

Sinopsi: Narra la vida de Vincent Finch (David Suárez), un egocèntric i narcisista estudiant de cinema i director novell, que intenta vendre els seus guions i fer-se un lloc a la indústria.

Justificació: Les principals raons tècniques resideixen en l'ús de l'entrevista i les diferents característiques del fals documental.

Aquesta web sèrie s'ha escollit com a referència pel tractament que fa de la sàtira i la paròdia. Tots els personatges que apareixen són paròdies de clixés i estereotips coneguts de la indústria de l'audiovisual. El més característic és el personatge principal, una sàtira molt exagerada de l'estudiant de cinema esnob que creu que té un talent immensurable. La utilització de la comèdia negra permet crear situacions extremadament absurdes i que porten a una incomoditat molt inquietant, fins i tot per l'espectador.

***Jury Duty* – 2023**

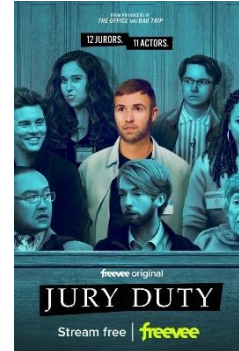
Creadors: Lee Eisenberg i Gene Stupnitsky

Producció: Amazon

Plataforma de distribució: Amazon Prime Video

Gènere: Comèdia de situació

Format: Sèrie de televisió, fals documental



Imatge 4. Pòster de la sèrie *Jury Duty* (Lee Eisenberg i Gene Stupnitsky, 2023)

FONT: <https://t.ly/YRFK8>

Sinopsi: Un equip audiovisual segueix el desenvolupament d'un judici als Estats Units i el seu jurat popular. Se centren en Ronald Gladden, un contractista que ha estat citat per formar part d'aquest jurat i és l'única persona involucrada que no és un actor i no sap que tot és un muntatge per gravar les seves reaccions.

Justificació: Aquesta sèrie conté les principals característiques del fals documental i de la comèdia de situació. La història transcorre en unes poques localitzacions recognoscibles, amb un nombre limitat de personatges i una narrativa per capítols quasi autoconclusiva acompanyada d'una trama general més superficial que es resol als últims episodis.

Sobre els recursos tècnics, predomina la càmera mosca, per intentar que les escenes quedin gravades el més natural possible; la càmera en mà que ajuda a crear dinàmiques de quotidianitat i permet més fàcilment fer *zoom* als personatges per crear situacions còmiques, i per acabar les entrevistes, tant grupals com individuals, que generen situacions humorístiques i aprofundeixen en els personatges. També és important destacar el tractament del guió i l'acció, on dominen les escenes absurdes i porta a l'extrem la vergonya. Cal destacar el treball dels guionistes i actors sota la premissa de què tot està planejat excepte per una persona, el protagonista (Ronald Gladden), i el joc i la dificultat que suposa aquest fet.

The Office – 2005 a 2013

Creador: Greg Daniels i Ricky Geervais

Producció: Universal Television, Dee Productions i 3 Arts Entertainment

Plataforma de distribució: NBC, Netflix, Amazon Prime Video, Movistar +

Gènere: Comèdia de situació

Format: Sèrie de televisió, fals documental

Sinopsi: The Office segueix el dia a dia d'un grup de treballadors i el seu cap, Michael Scott (Steve Carrell), a les oficines de la sucursal a Scranton de l'empresa de venda de paper Dunder Mifflin. La trama se centra en les relacions personals entre els diferents personatges, com per exemple Jim Halpert o Pam Beesley, i les dinàmiques que sorgeixen durant l'horari laboral.

Justificació: Aquesta sèrie és considerada per molts la millor comèdia de situació del segle XXI. En primer lloc, reuneix les característiques més importants de les *sitcoms* anteriorment comentades (Pocs espais, grup de personatges reduït...). En segon lloc, el tractament de guió i de l'humor és molt pròxim al que es vol aconseguir en aquest projecte de TFG, a través d'escenes absurdes i portades a l'extrem i gràcies a conèixer en profunditat els personatges a partir d'entrevistes individuals, les situacions còmiques fan que el conjunt de la sèrie tingui un humor molt treballat i encertat.

Respecte als aspectes de gravació, l'estil que predomina és la càmera en mà quan l'acció transcorre dins les oficines i a l'exterior, i durant les entrevistes s'utilitza la càmera fixa, idènticament com es vol fer en aquest projecte. Les localitzacions també són extrapolables, ja que la imatge i la llum que proporcionen són molt similars a les aules universitàries.



Imatge 5. Pòster de la sèrie *The Office* (Greg Daniels, 2005)

FONT: <https://t.ly/NYLFp>

Borat – 2006

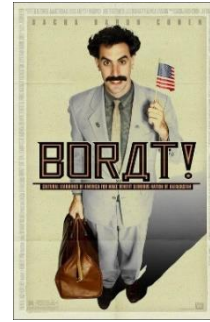
Creadors: Sacha Baron Cohen i Larry Charles

Producció: 20th Century Studios

Plataforma de distribució: InterCom i Netflix

Gènere: Comèdia negra i fals documental

Format: Fals documental



Imatge 6. Pòster de *Borat* (Larry Charles i Sacha Baron Cohen, 2008)

FONT: <https://shorturl.at/CFO78>

Sinopsi: Borat Sagdiyev és un periodista del Kazakhstan que ha estat enviat pel seu govern als Estats Units, amb l'objectiu de recaptar informació sobre la vida allà i intentar millorar la qualitat de vida dels ciutadans del seu país d'origen.

Justificació: Aquest film és un dels referents mundials quant a la comèdia negra i la sàtira dels costums més profundes i conservadores dels estatunidencs.

Les raons principals de referència són, en primer lloc, el gran treball en la interpretació i la veracitat d'aquest fals documental. En moltes de les escenes l'espectador té el dubte de si els entrevistats són actors o són persones reals que no saben que formen part d'un fals documental. Aquesta pel·lícula fa reflexionar sobre fins a quin punt és verídica tot allò que veiem i, evidentment, sobre la perillositat d'alguns moviments socials que queden reflectits per la sàtira i la paròdia.

En segon lloc, l'humor utilitzat en aquest film recorre a una gran autocrítica per part de la societat estatunidenca, com es vol fer en aquest projecte, a través de la comèdia intentar entendre molt millor tot allò que ens envolta i poder reflexionar.

2. ANÀLISI DE MERCAT

Durant aquest bloc s'estudia el cercle de mercat, venda, competència i audiència on es vol desenvolupar aquest projecte de fals documental i web sèrie. Es fa un desglossament dels principis temàtics i de gènere. En primer lloc, s'ha de tenir en compte el context en el què es desenvolupa la història, quart curs de Comunicació Audiovisual. La situació contextual és important per atreure l'audiència i ajuda a emmarcar la narrativa per un públic concret. A més, el personatge principal, un noi jove i estudiant com qualsevol altre permet enquadrar més els rangs d'edat dels espectadors.

En segon lloc, el gènere i format. Actualment, la comèdia és un gènere molt transgressor amb el que es poden explicar tota classe d'idees, és un gènere que acompanyat del fals documental pot crear una suma molt potent pel que fa a l'humor i, avui en dia, aquest tipus de productes són molt buscats per la gent jove, pel simple fet d'evadir-se i passar una bona estona. El fals documental i el documental ara tenen una gran importància a la graella de les plataformes OTT, durant el mes d'abril i maig, amb l'estrena de la sèrie de *El caso Asunta* (Ramón Campos, Gema R. Neira, Jon de la Cuesta i David Orea, 2024) el documental del cas s'ha mantingut durant sis setmanes entre els deu productes amb més visualitzacions de Netflix. Pel que fa a la comèdia, és un dels gèneres més beneficiosos del panorama audiovisual, l'any 2024 a Estats Units el gènere va recaptar al voltant de mil-cent trenta milions de dòlars, posicionant-se com el tercer gènere cinematogràfic amb més diners recaptats a taquilla (Orús, 2024).

Per últim, el format ajuda a arribar a més audiència en un menor temps. La tendència de consum a xarxes actual marca que cada cop es busquen continguts més curts i concisos.

A continuació s'ha elaborat una taula per mostrar els aspectes de mercat bàsics:

Fitxa de mercat del projecte	
Temàtica	Vida de dos joves estudiants de Comunicació Audiovisual.
Gènere	Fals documental i comèdia
Format	Web sèrie
País de producció	Espanya
Idioma	Català
Rang d'edat del públic	Gent jove d'entre 16 -i 25
Grups potencials de públic	Joves d'entre 16 i 25 anys

	• Estudiants universitaris i no universitaris de Catalunya • Consumidors de plataformes de vídeo a través d'internet • Consumidors de sèries de comèdia • Persones relacionades amb el món de la comèdia
--	---

Taula 1: Fitxa de mercat del projecte (Elaboració pròpia)

2.1. DEFINICIÓ DEL PÚBLIC OBJECTIU

A la fitxa de mercat del producte s'han desenvolupat diversos grups de públic objectiu potencial, dividits en diferents rangs, ja sigui per la seva situació quant als estudis, edat o costums. En primer lloc, el projecte va destinat a un rang d'edat jove (16 – 25), un públic adolescent, però que també inclou edats més madures. La raó principal és que aquest tipus de públic pot sentir-se identificat amb el personatge principal, què té vint-i-dos anys i es mou a través d'un context social juvenil.

En segon lloc, les i els estudiants de Catalunya. L'entorn on es desenvolupa tota la història és universitari. L'argument principal se centra directament en problemes acadèmics, i les petites subtrames intenten apropar-se a conflictes de la vida juvenil i a inquietuds d'aquesta generació, com per exemple el sistema laboral. Són molt importants els temes a tractar al llarg dels episodis, temes que afectin directament en l'actualitat juvenil, les expectatives de futur, el sistema educatiu o les xarxes socials i els seus avantatges i desavantatges, entre d'altres.

Pel que fa al format i al gènere, també es poden estipular un seguit de *targets*. Per una banda, el projecte és dirigit a aquelles persones que consumeixen contingut audiovisual a través de xarxes, sobretot aquelles que miren web sèries. La plataforma YouTube es posiciona com el segon lloc web més visitat del 2023, estant disponible a més de cent països i amb més de dos bilions d'usuaris actius des de 2020 (Osman, 2023). A part, el format permet dividir el fals documental en diversos capítols curts i, avui en dia, el públic demana cada cop més contingut ràpid, concís i accessible. Aquest factor permet adaptar el fals documental a plataformes com TikTok on es poden extreure clips i arribar a audiències més generals. Per altra banda, aquest projecte també té la intenció d'arribar a audiències que els agradi consumir contingut humorístic, com per exemple comèdies de situació. La intenció és arribar a aquesta audiència per poder ocupar un espai a l'imaginari de la gent pel que fa a aquest tipus de productes a Catalunya. A espanya, trobem actius 16'63 milions d'usuaris a TikTok, dels quals un 42'1% son majors d'edat, públic objectiu d'aquest projecte de TFG (De Miguel, 2024).

Per acabar, és important destacar que el projecte es fa íntegrament en català, per tant, és una realitat que arribar a altres regions espanyoles és molt complicat. De totes maneres, la intenció és fixar aquest mercat per tenir un públic definit més concret i menys nombrós, que avui en dia està en creixement i en una constant cerca de contingut en la seva llengua

que a poc a poc agafa força. L'audiència de parla catalana és molt fidel al factor de seguir consumint productes en català, aquest fet ajuda que la indústria audiovisual catalana hagi d'estar contínuament innovant en el seu contingut i creant una oferta suficient que cobreixi el gruix dels espectadors.

2.2. ANÀLISI DAFO

La matriu DAFO d'aquest TFG de projecte, es divideix en dos apartats: els factors interns (que es refereixen als condicionants del mateix producte) i els factors externs (que són aquells que depenen d'accions i condicions externes al producte), que a la vegada es divideixen en quatre subapartats. L'objectiu principal de la taula és mostrar els pros i les contres del producte resultant d'aquest projecte.

Matriu DAFO del projecte	
<i>Factors interns</i>	<i>Factors externs</i>
Debilitats	Amenaces
• L'humor utilitzat pot només atendre a un públic específic (Generació Z) • El format actualment no té gaire presència en la indústria <i>mainstream</i>	• Poca presència del gènere de fals documental als mitjans tradicionals • El format pot no convèncer a grans plataformes i mitjans convencionals • L'audiència d'aquest gènere és minoritària • Si el contingut és penjat a xarxes pot no tenir una bona rebuda
Fortaleses	Oportunitats
• No s'ha fet aquest tipus de contingut en català • Història realista on es pot empatitzar amb els personatges fàcilment • El format web sèrie permet estendre el producte a través d'internet i canals propis • Cost de producció baix • Extensió curta dels episodis.	• El mercat audiovisual català cada vegada demana més gent jove creant productes • Les plataformes públiques valoren la creació de contingut en català • Les tendències de consum van cap als continguts curts i concisos • Viralització del contingut a través de TikTok o YouTube • Les generacions es comencen a criar amb internet

	• Volum considerable de festivals i premis relacionats amb les web sèries
--	---

Taula 2: Matriu DAFO (Elaboració pròpia)

2.3. FINESTRES DE DISTRIBUCIÓ I VENDA

2.3.1. EL FORMAT WEB SÈRIE A NIVELL COMERCIAL

El format de les web sèries és molt versàtil en el sentit de la distribució, segons els objectius que es vulguin marcar els realitzadors poden optar per les plataformes de distribució en línia o intentar apropar-se al mercat digital de les grans corporacions de la indústria audiovisual. Avui en dia, el mercat sota demanda creix a la vegada que la televisió tradicional perd audiència jove (Clares-Gavilán, J., i Medina, A., 2018), i aquestes empreses intenten retrobar-se amb aquest públic a través de l'oferta de contingut a internet, on millor encaixen els formats de web sèrie.

Aquest format té especial avantatge quant a la publicació de contingut a través de xarxes i internet. Donat que són productes dividits per episodis de durada curta, exceptuant web sèries com *Malviviendo* (David Sainz, 2008), poden encaixar i reaprofitar-se en diverses xarxes, amb YouTube com a plataforma de difusió principal i TikTok i Instagram com a serveis de suport.

No només gosen de bona rebuda en xarxes com les mencionades anteriorment, actualment, les grans corporacions televisives tradicionals tenen com a objectiu principal fer-se un lloc al món digital i crear contingut per les xarxes, o adaptar el que ja tenen per penjar-ho en línia.

2.3.2. FINESTRES DE DISTRIBUCIÓ A CATALUNYA I ESPANYA

Actualment, no es troben formats d'aquest tipus a les grans cadenes generalistes. El contingut tradicional s'ha mantingut en els programes convencionals, per exemple, *reallity shows*, informatius, programes d'entrevistes i entreteniment o programes culturals. Tot i això, sempre es troba un espai per la ficció que cada cop agafa més força, sobretot, a causa de la implicació d'aquestes cadenes en la producció de cinema i sèries de televisió. Durant els últims anys les corporacions públiques han invertit gran quantitat de recursos en produir pel·lícules i sèries, en el cas de Radiotelevisión Española (RTVE), durant el mes de gener de l'any 2024 ha estrenat dues sèries de ficció. Per una banda, *La Ley del Mar* (Enrique Pérez i Tatiana Rodríguez, 2024), una minisèrie protagonitzada per Luis Tosar, i, per altra banda, *Zorro* (Carlos Portela, 2024), que relata les aventures del famós bandit.

Pel que fa a nivell català, la Corporació de Mitjans Audiovisuals de Catalunya també destina gran part del pressupost a la ficció. Produeix conjuntament amb RTVE sèries com *Això no és Suècia* (Aina Clotet, Daniel González i Valentina Viso, 2023), però també s'encarrega de fer productes propis com *Jo Mai Mai* (Sergi Pompermayer i Mar Picó, 2024) o la sèrie de fama internacional *Merlí* (Héctor Lozano, 2015).

Totes dues cadenes públiques tenen en comú que la gran majoria de continguts que creen es poden recuperar a les seves plataformes de vídeo sota demanda. Aquest és el factor més important a tenir en compte, ja que donat el format d'aquest projecte, aquest tipus de plataforma encaixa molt bé en el pla de distribució, a continuació es desenvolupen els detalls:

3Cat: És la nova fusió digital entre tots els canals i mitjans de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). La seva funció principal és fer accessible tot el contingut produït per la indústria pública audiovisual catalana i intentar apropar-los a una manera de consumir més moderna, en part per portar els joves cap als seus productes. També s'emeten en directe els programes dels diversos canals de televisió i emissores de ràdio. A més a més, es creen sèries i continguts específics per distribuir en aquesta plataforma com el programa *Èpic Nails* (2024) o la sèrie *Jo Mai Mai* (Sergi Pompermayer i Mar Picó, 2024).

Aquesta plataforma és ideal per la distribució d'aquest projecte professional de TFG. En primer lloc, el producte és totalment en català, per tant, encaixa amb la missió dels mitjans públics de Catalunya i el públic objectiu que utilitza aquest servei digital, busca continguts en català i els consumeix. En segon lloc, el format és idoni per una plataforma d'aquestes característiques. Els episodis es penjarien a internet en format web sèrie i el consum seria lliure. Pel que fa al tipus de contingut, les corporacions públiques estan contínuament buscant alternatives i estratègies per atreure la gent jove, però mai acaben de consolidar aquest nínxol. Normalment creen continguts que no reflecteixen les inquietuds reals del jovent, amb personatges molt idealitzats i conflictes extremadament falsos que no representen la majoria de la Generació Z. En el cas d'aquest projecte de TFG, es prioritzen les emocions reals d'aquest públic, com per exemple el sentiment de soledat en el moment de la història de la humanitat on estem més connectats entre nosaltres. El producte, a diferència de gran part del contingut d'aquesta

corporació, podria fer empatitzar el públic d'una manera molt més senzilla i directe.

EVA: És una plataforma digital derivada de 3Cat situada a les xarxes socials (YouTube, Instagram, TikTok i Twitch), que penja i crea contingut en català dirigit a les generacions joves. Aquesta és una molt bona elecció de distribució per aquest projecte, perquè el públic objectiu és encara més definit: Generació Z que busca contingut en català. El seu contingut va des d'entrevistes a personatges famosos catalans fins a vídeo pòdcasts que analitzen l'actualitat musical. Per tant, el aquest projecte de TFG podria innovar i trobar un nou espai de ficció en aquesta plataforma.

RTVE Play: Aquesta és la plataforma de contingut sota demanda de Radiotelevisión Española. En aquest servei es troben totes les emissions i canals en directe de la corporació a més de poder recuperar els continguts que ja s'han emès. La plataforma ofereix tota mena de productes, els informatius, sèries de ficció, programes d'entreteniment, entre d'altres. Però, a igual que a 3Cat, es creen continguts específics per distribuir-los únicament a través d'aquest servei.

El portal és ideal per la distribució de web sèries, ja que prima el consum sota demanda en qualsevol moment a través d'internet de manera lliure.

En el cas de la televisió pública espanyola, igual que a la CCMA, s'està buscant la manera d'atraure els joves cap aquesta plataforma, i en conseqüència, redirigir-los cap a la televisió tradicional. Però sempre topen amb el mateix problema, no creen històries que de veritat reflecteixin els malestars d'aquesta generació, per tant, aquest projecte de TFG encaixaria amb els objectius d'intentar captar, i a la vegada representar de manera fidel, al jovent.

També cal destacar la missió d'ens públic. Encara que sigui una plataforma associada als òrgans públics espanyols, tenen el deure de crear contingut en les diverses llengües oficials de l'Estat, entre elles el català, per això seria d'interès incloure el producte resultant d'aquest projecte professional.

Playz: És la plataforma digital dirigida exclusivament al públic jove, d'entre quinze i trenta-cinc anys, creada per RTVE. El seu contingut és especialment produït per atreure la Generació Z i millennial i ofereixen

tant programes d'entreteniment com *Gen Playz* (Alberto Fernández, 2021 - 2023), com sèries de ficció creades exclusivament per la plataforma, com per exemple *Si fueras tú* (Joaquín Llamas, 2017) que va servir com a producte d'estrena pel servei digital. Playz també és una molt bona opció de distribució, ja que com EVA, prioritza i dona suport a continguts creats per gent jove per la gent jove i aconsegueix definir un públic molt més concret i igual al que vol assolir aquest projecte de TFG.

2.3.3. FINESTRES DE DISTRIBUCIÓ A INTERNET

La distribució a través d'internet és una de les opcions més normals a l'hora de crear web sèries. El mateix concepte ja té implícit el fet de penjar els productes a algun web o plataforma digital. Els principals avantatges de la distribució a través de xarxes són, en primer lloc, que no depens de ningú extern per poder publicar el teu contingut i, en segon lloc, que la llibertat creativa depèn únicament de l'autor. Per altra banda, suposa un seguit de contres: El rendiment econòmic del producte, en la majoria dels casos, és molt baix o nul, la viralització dels continguts és complicada i arribar al públic objectiu que necessita el projecte depèn molt de les campanyes externes, ja que com a consumidors trobar contingut a internet que ens interessi és complicat.

En tot cas, aquest projecte de TFG encaixa molt bé en el tipus de contingut que podem trobar a internet relacionat amb les web sèries. Gran part dels referents utilitzats en aquest producte (*Qué vida más triste*, *Entre pipas*, *Vincent Finch*, *Da Suisa*) han estat estrenats a plataformes com YouTube i, posteriorment, han rebut suport per part de productores externes o patrocinadors que han contribuït a la millora i establiment del producte al mercat. El cas més important va ser el de *Qué vida más triste* (Natxo del Agua i Ruben Ontiveros, 2008), que va passar de ser una web sèrie autoproduïda al seu propi portal online, a ser comprada per La Sexta i emesa a nivell espanyol.

Hi ha diverses plataformes a internet on es podria distribuir aquest projecte de TFG:

YouTube: Portal digital on qualsevol usuari pot penjar el seu contingut de manera lliure (Sempre que es respectin els drets d'autor) en format vídeo, música o *short* (Vídeos en vertical de durada curta). Aquesta plataforma presenta l'avantatge de poder penjar el contingut en bona qualitat, sense límits i de manera còmoda. Si es fa una bona campanya de publicitat externa i el producte és bo, es pot viralitzar i aconseguir arribar a una gran audiència.

Altres xarxes socials: En primer lloc, TikTok. Aquesta és una plataforma de contingut de vídeos curts i en vertical, per tant, el producte s'hauria de postproduir i editar per encaixar en aquest aspecte. Però aquesta xarxa té coses molt bones, com per exemple la rapidesa de la viralització, conté molts usuaris actius a totes hores i l'algoritme permet personalitzar els continguts i ensenyar tot allò que li agrada a una persona de manera molt precisa. En segon lloc, Instagram. Té un servei igual al de TikTok, anomenat *Reels*. Segueix els mateixos patrons que l'aplicació xinesa. Aquestes dues xarxes són essencials pel que fa a donar a conèixer el producte, per atreure audiència cap a altres plataformes com per exemple YouTube, però és cert que mai s'ha acabat de consolidar el fet de crear productes d'aquest estil (*Mockumentary*, ficció, curtmetratges...) únicament per aquestes aplicacions, per tant, hi ha un buit que es pot aprofitar.

2.3.4. PLATAFORMES *OVER THE TOP*

No es poden deixar de banda les plataformes de vídeo sota demanda convencionals. Avui en dia són el motor del consum de sèries de televisió, no només s'han consolidat com a plataformes, sinó que s'han afermat com a productores. El format web sèrie normalment no està inclòs en els catàlegs de contingut d'aquestes empreses, però s'han de tenir en compte en l'anàlisi de mercat:

Movistar +: Productora i plataforma de contingut sota demanda. No només se centren en les sèries de ficció, també creen documentals, falsos documentals i un gran ventall de programes d'entreteniment. Movistar + és una plataforma amb gran varietat de contingut que dona l'oportunitat tant a produccions i coproduccions pròpies com a produccions externes que ha comprat per distribuir. Al ser una plataforma d'origen espanyol donen molt suport a la indústria estatal.

Filmin: Aquesta aplicació, també productora i distribuïdora d'origen català, és una plataforma de vídeo sota demanda que arriba a àmbit internacional. Principalment, aposta per continguts d'autor i productes fora del *mainstream*, factor molt important a l'hora de la distribució i venda del producte.

Amazon Prime Video: A part de ser una de les grans productores de la indústria, Amazon també aposta per la distribució sota demanda a un nivell molt alt. És interessant analitzar aquest cas, ja que Prime conté al seu catàleg moltes sèries espanyoles i catalanes d'humor, com per exemple: *Aquí no hay quién viva*

(Alberto Caballero, Laura Caballero i Juan Luis Iborra, 2003), *Plats Bruts* (Jordi Sánchez i Joel Joan, 1999) o *7 vidas* (Víctor García, 1999). A partir del 2020 Prime Video va apostar per les sèries d'humor de tota mena, obrint un espai molt important a la indústria del contingut sota demanda per la comèdia.

3. DESENVOLUPAMENT DEL PROJECTE

En aquest tercer bloc del projecte es desenvolupa la part pràctica del TFG. Es comença amb els aspectes bàsics de la creació de l'argument, la història i els personatges: el títol, tema, tagline, logline i les sinopsis. A continuació es desenvolupen aquells referents específics que han servit per inspirar la història i no són del format de fals documental o de web sèrie. També s'adjunta una petita bíblia de continguts amb moodboard estètic i one pager de resum del producte. A partir d'aquest punt, es desenvolupa tots els aspectes de guió: fitxes de personatges, tractaments i resums, escaletes simples dels quatre capítols de la web sèrie i el guió literari i tècnic del teaser.

3.1. TÍTOL, TEMA, TAGLINE I LOGLINE

TÍTOL	Asseguts al banc
TEMA	La cerca de la inspiració
TAGLINE	Amb el cul a la Terra i els peus al banc
LOGLINE	Durant el seu últim curs de Comunicació Audiovisual, un estudiant que no sap que fer de Treball de Fi de Grau, busca solucions desesperades amb el temps en contra.

Taula 3: Fitxa de guió (Elaboració pròpia)

3.2. STORYLINE

En Pablo és un estudiant de Comunicació Audiovisual a la Universitat Autònoma de Barcelona. Enfronta l'últim curs de la carrera amb poques ganes de fer feina i amb emoció per marxar, en canvi, el seu amic Nico, s'ho pren amb disciplina i intentarà ajudar al protagonista. Tots dos personatges repassen el seu dia a dia asseguts a un banc de la universitat i comenten com porten el seu Treball de Fi de Grau. A pocs mesos de l'entrega en Pablo ha decidit pagar a tercers perquè li elaborin el seu treball, ja que es veu incapaç de trobar idees bones per ell mateix, però el deute s'acumula i acaba rebent una batussa. Més endavant, tots dos amics intenten buscar la inspiració per tirar endavant el TFG d'en Pablo, amb la mala sort que acaben trobant una idea tant bona que el tutor responsable la plagia.

3.3. SINOPSI LLARGA

En Pablo és un estudiant de quart de Comunicació Audiovisual a la Universitat Autònoma de Barcelona, que sempre es reuneix a un banc per parlar del seu dia a dia i les seves inquietuds amb en Nico, el seu millor amic. A tots dos els hi queden escassos mesos per entregar el Treball de Fi de Grau i, en Pablo, encara no l'ha començat. Decidirà recórrer a tercers i pagar a un grup de ciberdelinqüents que es dediquen a fer treballs universitaris a canvi de diners. A causa de l'alt preu de la quota el deute se li acumula, i aquests prenen acció perseguint-lo, intimidant-lo i amenaçant-lo.

En Nico, recomana a en Pablo que per trobar una bona idea s'ha de donar temps, escriure, provar i fallar, dedicar-se temps a ell mateix per trobar tot allò que l'inspira. Pablo accepta els seus consells i comença a centrar-se en solucionar les seves mancances de confiança en la seva creativitat per poder tirar endavant el TFG.

Pocs dies després, com sempre asseguts al banc, en Pablo porta una idea treballada que al seu amic Nico li sembla molt bona. Discuteixen per millorar-la i sobre com gestionar les presentacions i les expectatives, ja que en poc temps hauran d'exposar els treballs davant de tribunal.

Un cop tots dos han presentat el seus respectius projectes, es reuneixen al banc de sempre, i comenten quines han estat les seves impressions. En Pablo està tant il·lusionat amb la seva idea que va decidir presentar una primera proposta a un festival de projectes audiovisuals, però malauradament, no ha sigut acceptada perquè la comissió de selecció ja ha rebut una idea igual per part d'Albert Salinas, el tutor del Treball de Fi de Grau d'en Pablo, que ha plagiat la idea sense cap dret.

3.4. REFERENTS ESPECÍFICS

En aquest apartat es desenvolupen els diferents referents que, més enllà de ser *mockumentaries*, inspiren els personatges, la història, la manera de narrar i en molts cassos la comèdia utilitzada en aquest projecte. Es recull informació formal dels productes analitzats (Creadors, producció, plataformes, sinopsi...) i es justifica quins elements narratius, de personatges i demés formen part de les inspiracions més importants per aquest projecte de fi de grau.

Bojack Horseman – 2014 a 2020

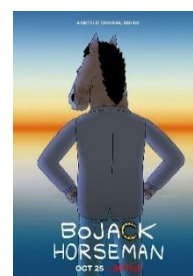
Creador: Raphael Bob-Waksberg

Producció: ShadowMachine i The Tornante Company

Plataforma de distribució: Netflix

Gènere: Comèdia dramàtica d'animació

Format: Sèrie d'animació



Imatge 7. Pòster de la sèrie *Bojack Horseman* (R. Bob-Waksberg, 2014)

FONT: <https://shorturl.at/wzA59>

Sinopsi: Bojack és un cavall que va ser famós a la dècada dels noranta, perquè interpretava al personatge principal de la sèrie de comèdia “*Horsing around*”. En l’actualitat l’actor no té una vida plena, tot el contrari, està deprimat, nostàlgic i la constant lluita interna que té per no caure en l’oblit, el seu major temor, només li provoca problemes.

Justificació: Els aspectes principals que serveixen com a inspiració per aquest projecte són la història dels personatges principals i els diàlegs. A través de la quotidianitat i les escenes costumistes s’arriba a parlar de temes molt profunds com la soledat, l’oblit i la nostàlgia. El protagonista té una evolució molt determinada, que comença en un espectre bastant depressiu i acaba acceptant-se a ell mateix i a la realitat.

Té un arc molt similar al que es vol aconseguir pel personatge principal d’aquest projecte, un protagonista pessimista i sense confiança en ell mateix, però que a poc a poc aprèn a viure amb aquestes sensacions i les intenta transformar en positivisme a través de l’humor i la ironia.

El fin de la comedia – 2014 a 2017

Creador: Ignatius Farray

Producció: Comedy Central

Plataforma de distribució: Comedy Central

Gènere: Comèdia dramàtica

Format: Sèrie de televisió



Imatge 8. Pòster de la sèrie *El fin de la comedia* (Ignatius Farray, 2014)

FONT: <https://shorturl.at/sLOS4>

Sinopsi: Aquesta és una sèrie que barreja l'autobiografia de l'humorista canari Ignatius Farray, amb elements de ficció. Mostra la vida d'aquest còmic tant personal i íntima com sobre els escenaris, i tots els problemes que té de salut, familiars i laborals.

Justificació: *El fin de la comedia* és una sèrie on predomina l'ambient dramàtic i pesat. Les escenes i l'argument es construeixen segons les desgràcies del protagonista que canalitza a través de l'humor per autocriticar-se. És un bon exemple de tragicomèdia que combina un seguit de temes molt personals per expressar les inquietuds més universals del director. En aquest projecte de TFG també es vol utilitzar l'humor per canalitzar aquestes inquietuds i, també, es vol crear un ambient molt similar al d'aquesta sèrie, per dotar al protagonista d'un aire pessimista que pugui anar evolucionant de mica en mica.

Da Suisa – 2013 a 2019

Creadors: Grup Venga Monjas (Xavi Daura i Esteban Navarro)

Producció: Venga Monjas

Plataforma de distribució: YouTube

Gènere: Comèdia surrealista

Format: Web sèrie



Imatge 9. Pòster de la web sèrie *Da Suisa* (Venga Monjas, 2014)

FONT: <https://shorturl.at/ovIPR>

Sinopsi: Aquesta web sèrie recull les vivències de la família Da Suisa (Paròdia de la família estatunidenca Els Simpson), formada per Da Homa, La Morgan, Grasse Bort i Laysi. Ens mostren el dia a dia d'aquesta peculiar família amb escenes surrealistes i de comèdia explícita.

Justificació: Principalment, Da Suisa serveix com a referència pel que fa al format, una web sèrie de capítols d'entre tres i deu minuts en què es concentren petites històries autoconclusives que creen una narrativa general. La utilització de la comèdia també és motiu d'inspiració, ja que el grup Venga Monjas utilitza un humor extravagant que porta als personatges a situacions molt surrealistes que donen a les peces una dinàmica i un ritme molt complet. És cert que en aquest treball de fi de grau no es recorrerà a l'humor molt esperpèntic pel que fa a la creació de personatges, trames i diàlegs, però sí que inclourà traces surrealistes per portar les escenes a l'extrem d'incomoditat.

Departamento Cosas – 2024

Creadors: Álvaro Alonso, Daniel Sáez, Adrián Pastor i Leonardo Luciano

Producció: El Viento Media

Plataforma de distribució: YouTube

Gènere: Comèdia de situació

Format: Web sèrie

Sinopsi: *Departamento Cosas* és una web sèrie de comèdia de situació que representa les jornades laborals de quatre treballadors, i col·laboradors puntuals, de l'empresa *Empre S. A.*. Cada episodi els personatges han de complir un objectiu laboral concret per assolir les missions empresarials.

Justificació: El punt més important que serveix com a inspiració és el tractament de les situacions còmiques, en concret a l'actitud dels personatges davant aquests contextos. Tots els personatges tenen un rol molt marcat dins el desenvolupament dels capítols i cadascun té una tasca humorística específica que ha de dur a terme. Les situacions generades a través del diàleg porten normalment a accions incòmodes que desemboquen en girs narratius humorístics. En gran mesura, les interpretacions dels actors principals són clau, ja que practiquen a l'extrem el fet de que els personatges estiguin contínuament seriosos.

Aquesta sèrie de clares inspiracions tant formals com específiques en les grans comèdies de situació espanyoles com *Aquí no hay quien* (Alberto i Laura Caballero, Iñaki Arizmuno, 2003) viva o *Cámara café* (Luis Guridi, 2005). En aquestes sèries l'humor condueix la narrativa i la història.



Imatge 10. Logotip de *Departamento Cosas* (El Viento Media, 2024)

FONT: <https://shorturl.at/hrz08>

3.5. BÍBLIA DE CONTINGUTS

Els dos punts següents mostren, per una banda, l'estètica, fotografia, art i color de la web sèrie amb el moodboard, que pretén apropar la imatge formal que es vol representar durant el teaser i el producte general

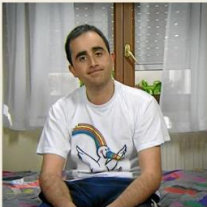
Al següent punt es troba el One Pager, un recull dels aspectes bàsics de guió en una mateixa pàgina: tagline, storyline, logline i tema, a més del gènere i el format. La pàgina segueix l'estètica que proposa el moodboard amb la paleta de colors.

3.5.1. MOODBOARD



Imatge 11: Moodboard del projecte (Elaboració pròpia)

3.5.2. ONE PAGER

ASSEGUTS AL BANC 	
GÈNERE: MOCKUMENTARY FORMAT: WEB SÈRIE	 TAGLINE "Amb el cul a la Terra i els peus al banc"
	 STORYLINE En Pablo i en Nico son dos estudiants de Comunicació Audiovisual a la Universitat Autònoma de Barcelona. En Pablo enfronta l'últim curs de la carrera amb poques ganes de fer feina i amb emoció per marxar, en canvi en Nico, s'ho pren amb disciplina. Tots dos personatges repassen el seu dia a dia asseguts a un banc de la universitat i comenten com porten el seu Treball de Fi de Grau. A pocs mesos de l'entrega en Pablo ha decidit pagar a tercers perquè li elaborin el seu treball, però el deute s'acumula i acaba rebent una batussa. Més endavant, tots dos intenten buscar la inspiració per tirar endavant el TFG d'en Pablo, amb la mala sort que acaben trobant una idea tant bona, que el tutor responsable roba la idea i la plagia.
	
 "Durant el seu últim curs de Comunicació Audiovisual, un estudiant que no sap que fer de Treball de Fi de Grau, busca solucions desesperades amb el temps en contra." - LOGLINE	
 TEMA La inspiració i la cerca de la creativitat des d'un punt de vista estudiantil i juvenil.	
 pablopuyalto01@gmail.com 653450912	

3.6. FITXA DE PERSONATGES

En aquest apartat es desenvolupen dues taules de personatges, una per cada protagonista, Pablo i Nico. Les taules disposen de diversos apartats, en primer lloc, es resumeix el perfil professional del personatge, a continuació s'amplia la informació sobre la seva personalitat, emocions i psicologia, també es fa un resum del perfil físic que tenen els personatges i, per últim, una descripció de la seva situació familiar i el paper que desenvolupen durant la web sèrie

3.6.1. PERSONATGES PRINCIPALS

PABLO	
Perfil professional	Estudiant de Comunicació Audiovisual a la Universitat Autònoma de Barcelona.
Perfil psicològic	Persona poc madura i insegura. No entén els convenis socials ni sap actuar en aquest tipus de situacions, això provoca que no tingui gaires amics propers. És molt manipulable i fàcil de convèncer, es deixa portar pel seu cercle i no té gaire iniciativa (Per això paga a tercers per fer-li el TFG, no té esperances en les seves capacitats). És una persona somiadora, que a la mínima crea grans expectatives, però amb poca confiança en ell mateix per poder dur a terme les seves metes. Donat que és molt introvertit, també li costa demanar ajuda al seu cercle, pensa que molesta.

	Emocionalment és dispers i el fet de sobre pensar provoca que mai tingui clares les coses. La seva mentalitat no és disciplinada. La manca de confiança provoca que es cansi ràpidament de tot el que escriu o fa i els projectes li duren més a la ment que al paper.
Perfil físic	Estatura mitja de 1'78cm. Complexitat mitja – prima. Pel obscur llarg i ondulat.
Perfil familiar	Fill únic d'una família de classe mitja, això li ha provocat a conuiuïre molt de temps en una soledat falsa, en el sentit de que passa moltes hores tot sol a casa a causa de que els seus pares treballen durant el dia. Amplificant així la seva personalitat introvertida. El seu millor amic és en Nico, un altre estudiant de Comunicació Audiovisual. La seva personalitat és molt més disciplinada i ajuda al Pablo a complir els seus objectius.
Paper a desenvolupar	En Pablo és el personatge principal de la historia. El fals documental es basa en la seva experiència com a estudiant d'audiovisuals que ha d'entregar el seu Treball de Fi de Grau.

	A través d'esquexos i converses que faran avançar la trama i desenvolupar el personatge.
--	--

Taula 4: Fitxa de personatge, PABLO (Elaboració pròpia)

NICO	
Perfil professional	Estudiant de Comunicació Audiovisual a la Universitat Autònoma de Barcelona.
Perfil psicològic	És una persona molt disciplinada. Quan veu un objectiu no para de treballar fins aconseguir-lo. Encara que sigui disciplinat i meticulós, és realista. Té els peus a terra i controla les emocions de manera molt madura. Sap gestionar les situacions de tots els extrems.
Perfil físic	Estatura mitja de 1'78cm. Complexitat mitja – corpulenta. Pel clar, curt i barba arreglada.
Perfil familiar	Viu amb la seva mare, el seu pare i la seva germana petita mentre estudia a la universitat. Sempre ha tingut afany per ajudar econòmicament a casa seva i des de jove ah volgut contribuir amb treballs puntuals i buscant-se la vida.
Paper a desenvolupar	És el millor amic d'en Pablo. L'acompanya durant gran part del fals documental. La seva funció principal és mostrar la relació entre el protagonista i ell mereix, exposant les inseguretats del seu amic. És una representació física de les inseguretats del personatge principal.

Taula 5: Fitxa de personatge, NICO (Elaboració pròpia)

3.7. ESTRUCTURA TERNÀRIA I ESTRUCTURA NARRATIVA

A causa del format del projecte, la web sèrie, l'estructura ternària ha de quedar dividida en diversos capítols que actuen com a pont entre els diversos actes. El projecte conté una història argumental que es desenvolupa al llarg de cada episodi i té una estructura ternària convencional, és a dir d'arquitràma, però cada capítol parla d'un tema diferent. A través del diàleg se solucionen les premisses de cada personatge sobre aquest tema, fent que cada episodi es pugui considerar autoconclusiu en aquest sentit.

Per tant, l'estructura ternària queda dividida en tres actes convencionals: el primer capítol pertany al primer acte, on es presenten els dos personatges principals i el conflicte inicial (buscar una idea pel Treball de Fi de Grau). El segon i el tercer capítol formen part del segon acte, es desenvolupa el nus i s'intenten buscar solucions al conflicte. L'últim episodi resol totes les preguntes plantejades als capítols anteriors i actua com a desenllaç de la història.

Quant a l'estructura narrativa, segueix un ordre cronològic i queda ordenat de manera temporalment lògica. Les escenes de conversa al banc entre els dos amics representen el present, en canvi, en tots els episodis apareixen escenes d'esquetx per acompanyar els discursos dels protagonistes. Aquestes escenes representen fets passats que s'entenen segons el diàleg i, en alguna ocasió puntual, representen esdeveniments futurs, com és el cas de l'escena tres de l'últim episodi. Per tant, la història principal s'explica a través d'un ordre cronològic convencional, i per augmentar el dinamisme i afegir comèdia situacional als guions, s'utilitzen fets del passat o del futur.

3.7.1. RECURSOS NARRATIUS I JUSTIFICACIÓ

En aquest projecte es planteja utilitzar diversos recursos formals i narratius que ajudin a dinamitzar el producte i el dotin d'un estil diferencial per desenvolupar la història amb les característiques del gènere escollit:

- **Aspectes formals:**

Única localització → Tota la web sèrie transcorre i es desenvolupa en una localització concreta. Això permet concentrar les escenes de conversa en un lloc exterior determinat i dota de personalitat a tot el producte, el banc del parc és un element característic del producte.

Esquetx → Afegir continguts d'esquetx dinamitza el ritme dels episodis, ajuda a què el guió no només se centri en els diàlegs i permet deixar en ridícul i oposar les idees dels dos personatges principals.

- **Aspectes narratius:**

Diàleg moral → El gruix del guió conversat està format per aquest tipus de diàleg. S'exclou en sobre mesura el diàleg descriptiu i se centra a crear converses íntimes i personals sobre la seva situació a la universitat. S'usa aquesta tècnica per poder combinar els esquetxos, que són primordialment descriptius i visuals, amb els diàlegs i així carregar-los d'un estil més minimalista centrat en els conflictes interns.

Personatges oposats → La construcció dels dos personatges s'ha basat a buscar dos perfils molt diferents a l'hora d'enfrontar els conflictes plantejats al projecte. Per una banda, en Pablo representa la part més idealista i somiadora a l'hora de combatre els problemes, sempre els enfronta amb una visió positiva i unes expectatives altes. Per altra banda, en Nico representa una forma molt més disciplinada i organitzada d'encarar els obstacles.

Meta ficció → La característica narrativa més important d'aquest projecte és la mateixa temàtica i argument del projecte. Això és degut a que la intenció principal del producte és mostrar a través de l'humor la quotidianitat dels estudiants universitaris i les seves inquietuds. Escriure sobre experiències auto referencials facilita la representació de les idees al guió i permet una major fidelitat a l'hora de plantejar les escenes, crear els personatges i interpretar-los. Escriure sobre el que ens envolta és primordial per ser precís i crear situacions reals que puguin fer empatitzar als espectadors.

3.8. TEMA, PREMISSA I SINOPSI BREU PER CAPÍTOLS

3.8.1. CAPÍTOL 1: NO PASSEN COSES

Tema: Combatre la falta de creativitat amb solucions fàcils.

Premissa d'en Pablo: Combat la falta d'idees amb trapes (Pagant a tercers).

Premissa d'en Nico: S'ha de combatre amb disciplina i organització.

Sinopsi: En Pablo confessa que ha decidit pagar a uns tercers perquè li facin el Treball de Fi de Grau, ja que no ha aconseguit sortir de la crisi del paper en blanc. A causa d'això, ara té un deute que no pot cobrir.

3.8.2. CAPÍTOL 2: LA INSPIRACIÓ

Tema: D'on sorgeix la inspiració?

Premissa d'en Pablo: La inspiració sorgeix de grans esdeveniments, com considera que a ell no li passa res interessant, no troba noves i bones idees.

Premissa d'en Nico: La inspiració sorgeix quan menys te l'esperes, de les petites coses.

Sinopsi: En Pablo ha sortit malparat de la batussa que li van propinar els creditors. No li surten gaire bé les coses, ja que amb en Nico comenten els últims esdeveniments sorgits dels problemes amb el TFG. En Pablo continua sense inspiració i no està content amb els últims successos, en Nico intenta convèncer-ho perquè es dediqui temps a ell mateix per intentar trobar idees.

3.8.3. CAPÍTOL 3: LES EXPECTATIVES

Tema: Com gestionar les expectatives

Premissa d'en Pablo: Està totalment convençut de la seva idea i no està disposat a rebaixar les seves expectatives, com més motivat més ganes li posarà al projecte.

Premissa d'en Nico: La gestió de les expectatives s'ha de fer amb la ment freda, calculadora i organitzativa. Si no generes expectatives no podràs emportar-te un cop de revés.

Sinopsi: El protagonista per fi ha aconseguit trobar una idea que pot desenvolupar i l'entusiasme, té grans expectatives en el producte. El seu amic Nico, una persona disciplinada i de ment freda, intenta calmar en Pablo. Li recomana que gestioni

l'entusiasme, si no generes expectatives la vida no te les pot fer desaparèixer d'un cop. A poc a poc s'apropa la data de presentació del TFG.

3.8.4. CAPÍTOL 4: ENS ESFORCEM

Tema: L'esforç no sempre comporta els resultats desitjats?

Premissa d'en Pablo: Creu que per molt que t'esforcis no sempre les coses surten com es creia.

Premissa d'en Nico: Si t'esforces, mitjançant disciplina i organització, aconseguiràs tot allò que et proposis.

Sinopsi: Els dos protagonistes es preparen per la presentació del Treball de Fi de Grau, que han de presentar el dia següent. Un cop acabat el treball i feta la presentació especulen sobre el seu futur. Malauradament, la idea del Pablo ha estat presentada per un tercer, unilateralment i sense el permís de l'autor, a un festival de pitchings.

3.9. TRACTAMENT PER CAPÍTOLS

3.9.1. CAPÍTOL 1: NO PASSEN COSES

En NICO està assegut a un banc de la Universitat Autònoma de Barcelona mentre mira TikTok al seu telèfon mòbil. Arriba en PABLO i seu al seu costat, tots dos se saluden (Nico no aixeca la vista del telèfon i continua fent *scroll*). Mentre seu en Pablo treu una bossa de pipes i li ofereix al seu company, que les rebutja amb cara de fàstic i ironia.

En Nico guarda el seu mòbil i comencen a xerrar sobre el Treball de Fi de Grau. Ell ja ho té tot molt ben organitzat i ja ha començat el marc teòric, en canvi, en Pablo està amb l'aigua al coll i confessa que va haver de pagar a uns ciberdelinqüents perquè li fessin el treball. Indagant una mica més en Nico descobreix que en Pablo va deixar de pagar als ciberdelinqüents per falta de diners i que ara té un deute molt gran.

FLASHBACK: El protagonista amb un entrepà del bar de la facultat entre les mans, surt a les taules de fora a menjar-se'l, allà comprova meticulosament l'interior de l'entrepà.

FLASHBACK: Pablo surt de la facultat i es dirigeix cap al seu cotxe. Comprova amb la llanterna del mòbil els baixos del cotxe i les quatre rodes, puja al cotxe i arrenca.

En Pablo i en Nico, asseguts al banc continuen la conversa sobre el deute. El protagonista comenta que des de fa dies sembla que el segueixen i a tot arreu va amb ulls al clatell. De sobte, aixeca el cap neguitós i ràpidament surt corrents del banc. En Nico mira al costat contrari per on ha sortit corrents en Pablo i també s'aixeca precipitadament a seguir al seu company. Un home vestit de negre i increpant als personatges passa davant de càmera perseguint-los, s'atura davant l'objectiu, l'agafa i l'apaga.

3.9.2. CAPÍTOL 2: LA INSPIRACIÓ

En Nico assegut a un banc mira vídeos a TikTok al seu telèfon mòbil. Arriba el seu amic Pablo amb lesions físiques visibles i s'intenta asseure, però no ho aconsegueix. En Nico li ofereix ajuda i el seu al costat. En Nico pregunta per una cita que ha tingut el seu amic, que no es veu gaire entusiasmat:

FLASHBACK: En Pablo està assegut a una taula del bar de la Plaça Cívica de la UAB, davant té una noia. Tenen un portàtil i sembla que tots dos parlen mentre la noia tecleja. En Pablo a una mà té una llibreta i a l'altra un llapis. Intenta escriure sobre la llibreta amb el braç dret, però com el té enguixat se li cau el llapis i quan l'intenta agafar tira un got d'aigua que cau per sobre la noia.

Tots dos parlen sobre l'atac i persecució que van patir, i com els ciberdelinqüents han recuperat el seu "deute" propinant una batussa al protagonista. En Pablo està físicament i mentalment devastat, ara no sap com continuar fent el seu Treball de Fi de Grau, no té idees ni inspiració, la vida no li somriu. Tots dos queden pensatius i en Nico li recomana que se centri en ell mateix, que la inspiració neix del nostre interior. Li aconsella que ha d'estar distret, no pensar en els esdeveniments que li han passat últimament i dedicar-se temps a ell mateix. En Pablo accedeix i comenta que començarà a anar al gimnàs.

FLASHBACK: En Pablo es dirigeix al gimnàs, es para davant de la porta disposat a entrar, però baixa la mirada i surt ràpidament cap al costat contrari, cap al bar de la cívica, on es compra un kebab i jeu a l'herba sol mentre se'l menja.

3.9.3. CAPÍTOL 3: LES EXPECTATIVES

En NICO seu al banc de sempre, però no té el mòbil a les mans, llegeix un llibre. Arriba en PABLO corrents amb un grapat de fulls i una motxilla a l'esquena, seu al seu costat. Molt content i entusiasmat comenta que ja ha trobat una idea molt bona per desenvolupar un projecte de TFG. En Nico fa que sí amb el cap, però no fa cas al seu amic, ni tan sols el mira. Pablo, emprenyat, li treu el llibre de les mans i llegeix el títol: “*5 consejos para concentrarme en una conversación*”.

El protagonista li ensenya els documents en paper que té a les mans, i tots dos comenten una sèrie d'aspectes del guió (aspectes molt típics i carregats d'estereotips) que els semblen molt bons. En Nico es pregunta com en tan poc temps el protagonista ha aconseguit desenvolupar una idea tan bona. En Pablo comenta que ha estat dedicant-se temps a ell mateix, tancat a l'habitació escrivint i fent prova i error.

FLASHBACK: Mentre el protagonista explica això, seu al lavabo amb el mòbil a la boca utilitzant un efecte musical de TikTok. Juga una partida del videojoc *League of Legends*. Assegut a una cadira al mig del menjador de casa seva el protagonista, completament recte, respira fondo i treu una pistola de joguina de la butxaca i fa el gest de disparar a una cadira buida que té al davant, ho repeteix dos cops.

En Nico explica la seva opinió en vers les expectatives i la motivació d'en Pablo. Creu que s'ha de relaxar perquè és una persona somiadora i que no sap gestionar com un adult les emocions. Comenta un fet que va succeir uns mesos enrere, quan Alcarràs no va aconseguir cap premi Goya i en Pablo no va gestionar correctament les seves emocions i va passar moltes hores tancat al lavabo de casa seva.

FLASHBACK: En Nico pica a la porta tancada d'un lavabo per demanar que el protagonista surti. En Pablo no obre en cap moment la porta, només crida i reafirma que no sortirà perquè no està d'acord amb les decisions preses per l'Acadèmia.

Tots dos amics discuteixen sobre la gestió de les expectatives, no estan d'acord. En Pablo li ofereix fruits secs i en Nico els rebutja.

3.9.4. CAPÍTOL 4: ENS ESFORCEM

Els dos protagonistes assagen les seves presentacions del Treball de Fi de Grau. Comencen a xerrar sobre la universitat i el poc temps que els hi queda per acabar el curs, parlen del Treball de Fi de Grau i del fet que l'endemà han de presentar-ho davant de tribunal. En NICO s'aixeca, es posa uns cascos i obre *Spotify* al telèfon, s'acomiada argumentant que ha d'ajudar a la seva mare i surt de pla. En PABLO es queda al banc mirant al cel un moment, mira cap a la dreta (per on ha sortit de pla el seu amic Nico) i marxa cap a l'altra banda.

L'endemà, s'escolta com els dos amics es dirigeixen al banc. Parlen de la motivació que tenen amb els seus respectius Treballs de Fi de Grau. Seuen cadascú a un costat i xerren sobre les seves intencions de futur amb el treball, en Pablo comenta que només sortir de la presentació va enviar sol·licitud per participar en el festival estudiantil de curts més important de Barcelona. Mentre ho diu, treu una bossa de fruits secs, ofereix a en Nico, que no accepta, i menja unes avellanes. En Pablo rep una notificació i quasi s'ennuega amb una nou, és un correu amb informació del procés de selecció pel festival de curts, malauradament el seu projecte no ha estat escollit perquè ja s'ha presentat una idea molt similar, per no dir igual, a la seva i no la poden admetre. S'adonen que el tutor d'en Pablo ha presentat el seu TFG unilateralment i sense cap permís.

Els dos personatges queden en silenci, que es trenca amb una pregunta d'en Nico. Comencen a discutir sobre el seu futur i el que els espera l'any que ve, en Nico comenta que començarà a penjar vídeos a TikTok i els automatitzarà, per intentar treure diners. **FLASHBACK:** En Pablo, amb una armilla taronja, indica a un cotxe a on ha d'aparcarse, amb la finestra oberta, un pilot visiblement enfadat li llença un tiquet a la cara que el protagonista ha de recollir del terra mentre el cotxe arrenca.

En canvi, en Pablo diu que s'apuntarà a una empresa de treball temporal per passar entrades als partits del Barça, l'Espanyol i a pàrquings, però que no té gens clar que vol fer amb la seva vida.

3.10. ESCALETA PER CAPÍTOLS

3.10.1. CAPÍTOL 1: NO PASSEN COSES

1. EXTERIOR. BANC UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

En PABLO (22) i en NICO (22) seuen a un banc de la UAB i conversen sobre els seus respectius Treballs de Fi de Grau. En Pablo confessa que ha pagat a tercers perquè li elaborin i te un deute molt gran.

2. EXTERIOR. TAULES PÍCNIC F. C. COMUNICACIÓ UAB. DIA. (FLASHBACK).

El protagonista amb un entrepà del bar de la facultat entre les mans, surt a les taules de fora a menjar-se'l, allà comprova meticulosament l'interior de l'entrepà.

3. EXTERIOR. PÀRQUING F. C. COMUNICACIÓ UAB. DIA. (FLASHBACK).

Pablo surt de la facultat i es dirigeix cap al seu cotxe. Comprova amb la llanterna del mòbil els baixos del cotxe i les quatre rodes, puja al cotxe i arrenca.

4. EXTERIOR. BANC UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

Els dos protagonistes seuen al banc, en Pablo surt corrents i en Nico el segueix, al seu darrere apareixen dos homes vestits de negre que els intenten empaitar, són els creditors.

3.10.2. CAPÍTOL 2: LA INSPIRACIÓ

1. EXTERIOR. BANC UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

En NICO (22) seu al banc de sempre mirant el telèfon mòbil. Arriba el seu amic PABLO (22), amb lesions físiques. Intenta seure, però no pot, el seu amic l'ajuda i comencen a xerrar

2. EXTERIOR. TAULES PLAÇA CÍVICA UAB. DIA. (FLASHBACK).

En Pablo està assegut a una taula de la Plaça Cívica de la UAB. Tenen un portàtil i sembla que tots dos parlen mentre la noia tecleja. En Pablo a una mà té una llibreta i a l'altra un llapis. Intenta escriure sobre la llibreta amb el braç dret, però com el té enguixat se li cau el llapis i quan l'intenta agafar tira un got d'aigua que cau per sobre la noia.

3. EXTERIOR. BANC UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

Tots dos amics conversen asseguts al banc sobre els creditors i la batussa que li van propinar a en Pablo, que es mostra trist. En Nico li recomana que es dediqui temps a ell mateix.

4. EXTERIOR. JARDINS UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA. (FLASHBACK).

En Pablo es troba pensatiu a l'entrada del Servei d'Activitat Física de la UAB, però no entra. Se'n va cap a la Plaça Cívica i seu a l'herba, de la motxilla treu un kebab i se'l comença a menjar sol.

3.10.3. CAPÍTOL 3: LES EXPECTATIVES

1. EXTERIOR. BANC UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

En NICO (22) seu al banc de sempre llegint un llibre. Arriba en PABLO (22) corrents amb un grapat de fulls a les manes i una motxilla a l'esquena. Discuteixen sobre la nova idea d'en Pablo pel seu TFG.

2. INTERIOR. LAVABO CASA PABLO. DIA. (FLASHBACK).

En Pablo està assegut a la tassa del vàter mentre es posa el telèfon mòbil a la boca. Amb un vídeo de TikTok fa efectes sonors amb la reverberació de la boca.

3. INTERIOR. HABITACIÓ CASA PABLO. DIA. (FLASHBACK).

En Pablo juga una partida del videojoc League of Legends, està visiblement enfadat.

4. INTERIOR. MENJADOR CASA PABLO. DIA. (FLASHBACK).

Assegut a una cadira al mig del menjador de casa seva, el protagonista, completament recte, respira fondo, treu una pistola de joguina de la butxaca i fa el gest de disparar a una cadira buida que té al davant, ho repeteix dos cops.

5. EXTERIOR. BANC UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA DIA.

En Nico i en Pablo conversen sobre la gestió de les expectatives en vers la idea de TFG del protagonista.

6. INTERIOR. PORTA LAVABO CASA PABLO. DIA. (FLASHBACK).

En Nico pica a la porta tancada d'un lavabo per demanar que el protagonista surti. En Pablo no obre en cap moment la porta, només crida i reafirma que no sortirà perquè no està d'acord amb les decisions preses per l'Acadèmia.

7. EXTERIOR. BANC UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA DIA.

Tots dos amics continuen conversant sobre la gestió d'expectatives.

3.10.4. CAPÍTOL 4: ENS ESFORCEM

1. EXTERIOR. BANC UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA

En NICO (22) i en PABLO (22) estan al banc de sempre preparant i assajant la presentació del TFG, que és l'endemà. Tots dos marxen a preparar-la.

2. EXTERIOR. BANC UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

L'endemà, tots dos amics arriben al banc mentre xerren sobre la presentació i la motivació que senten pels seus treballs. En Pablo ha presentat la seva idea a un dels concursos de cine d'estudiants més importants de Barcelona, però un correu de la organització confirma que no ha estat acceptat perquè algú ha presentat la mateixa idea abans que ell, el seu tutor.

3. EXTERIOR. PÀRQUING F. C. COMUNICACIÓ. DIA. (FLASHBACK).

En Pablo, amb una armilla taronja, indica a un cotxe a on ha d'aparcar, amb la finestra oberta, un pilot visiblement enfadat li llença un tiquet a la cara que el protagonista ha de recollir del terra mentre el cotxe arrenca.

4. EXTERIOR. BANC UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

En Nico i en Pablo conversen sobre el futur i quines són les seves previsions, no tenen clar que fer amb la seva vida.

3.11. TEASER

Aquesta peça està pensada per poder oferir un petit tast de la idea principal d'aquest projecte de Treball de Fi de Grau. Els objectius principals del teaser són, per una banda, mostrar els missatges principals de la web sèrie: la falta d'inspiració i la sàtira de la indústria del cinema i audiovisual actual a través de la visió dels dos protagonistes, dos joves estudiants d'audiovisual. Per altra banda, el teaser també té la finalitat d'ensenyar la localització principal de la web sèrie, presentar els dos protagonistes i mostrar el to formal, estètic i narratiu dels quatre capítols que presenta aquest projecte de TFG. S'utilitzaria durant la campanya de màrqueting.

3.11.1. ESCALETA

1. EXTERIOR. BANC 1 UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

En NICO (22) es troba assegut, llegint, a la part esquerra superior d'un banc, el seu amic PABLO (22) està mesurant amb un metre l'amplitud del banc.

2. EXTERIOR. BANC 2 UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

En Nico seu mirant el telèfon a la part dreta superior del banc i en Pablo a la part inferior esquerra. Està visiblement incòmode i no para de moure's i canviar de posició, mira com el seu amic continua mirant el telèfon.

3. EXTERIOR. BANC 3 UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

En Nico fa flexions ajudant-se del recolza esquenes del banc, mentrestant en Pablo revisa el terra sota del banc i passa els dits per la part de sota, mirant com està la pintura i la fusta.

4. EXTERIOR. BANC 4 UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

En Pablo seu a la part superior d'un banc, en Nico seu de manera normal. En Pablo està incòmode i mou les cames sense trobar una bona posició, se li cau el telèfon que tenia a la

mà dreta, s'aixeca, l'agafa i marxa. En Nico es queda quiet mirant-lo.

5. EXTERIOR. BANC 5 UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

En Pablo seu a la part esquerra del banc, en Nico a la dreta amb el telèfon a la mà, té els peus a on hauria de tenir el cul i el cul recolzat a la part superior del banc. En Pablo està incòmode.

Tall a:

Ara en Pablo seu a on abans seia el Nico, i aquest seu a l'altre banda. Ara en Pablo es veu còmode.

3.11.2. GUIÓ LITERARI

1. EXTERIOR. BANC 1 UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

En NICO (22) es troba assegut, llegint, a la part esquerra superior d'un banc, el seu amic PABLO (22) està mesurant amb un metre l'amplitud del banc, tanca l'eina de cop.

2. EXTERIOR. BANC 2 UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

En Nico seu mirant el telèfon a la part dreta superior del banc i en Pablo a la part inferior esquerra. Està visiblement incòmode i no para de moure's i canviar de posició, mira com el seu amic continua mirant el telèfon.

3. EXTERIOR. BANC 3 UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

En Nico fa flexions ajudant-se del recolza esquenes del banc, mentrestant en Pablo revisa el terra sota del banc i passa els dits per la part de sota, mirant com està la pintura i la fusta.

4. EXTERIOR. BANC 4 UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

En Pablo seu a la part superior d'un banc, en Nico seu de manera normal. En Pablo està incòmode i mou les cames sense trobar una bona posició, se li cau el telèfon que tenia a la mà dreta, s'aixeca, l'agafa i marxa. En Nico es queda quiet mirant-lo.

5. EXTERIOR. BANC 5 UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

En Pablo seu a la part esquerra del banc, en Nico a la dreta amb el telèfon a la mà, té els peus a on hauria de tenir el cul i el cul recolzat a la part superior del banc. En Pablo està incòmode.

Tall a:

Ara en Pablo seu a on abans seia el Nico, i aquest seu a l'altre banda. Ara en Pablo es veu còmode.

NICO

Què, com portes el TFG?

PABLO

Eeeeeeeeeehhhh.

FI

3.11.3. GUIÓ TÈCNIC

ESCE NA	PLA	ENQUAD RAMEN T	ANGUL ACIÓ	ACCIÓ	DIÀLEG	SO
1	1	Pla general	Frontal	En NICO (22) es troba assegut, llegint, a la part esquerra superior d'un banc, el seu amic PABLO (22) està mesurant amb un metre l'amplitud del banc, tanca l'eina de cop.		
2	1	Pla general	Frontal	En Nico seu mirant el telèfon a la part dreta superior del banc i en Pablo a la part inferior esquerra. Està visiblement incòmode i no para de moure's i		

				canviar de posició, mira com el seu amic continua mirant el telèfon.		
3	1	Pla general	Frontal	En Nico fa flexions ajudant-se del recolza esquenes del banc, mentrestant en Pablo revisa el terra sota del banc i passa els dits per la part de sota, mirant com està la pintura i la fusta.		
4	1	Pla general	Frontal	En Pablo seu a la part		

				superior d'un banc, en Nico seu de manera normal. En Pablo està incòmode i mou les cames sense trobar una bona posició, se li cau el telèfon que tenia a la mà dreta, s'aixeca, l'agafa i marxa. En Nico es queda quiet mirant-lo.		
5	1	Pla general	Frontal	En Pablo seu a la part esquerra del banc, en Nico a la dreta amb el telèfon a la mà, té els peus a on hauria de tenir el cul i el cul recolzat a la part superior del banc. En		

				Pablo està incòmode. <i>Tall a:</i> Ara en Pablo seu a on abans seia el Nico, i aquest seu a l'altre banda. Ara en Pablo es veu còmode.	NICO Què, com portes el TFG? PABLO Eeeeeeeee hhh. FI	
--	--	--	--	--	--	--

Taula 6: Guió tècnic del teaser (Elaboració pròpia)

4. PLA DE PRODUCCIÓ

En aquest apartat es desenvolupen tots els elements necessaris per dur a terme la producció del teaser i de tota la web sèrie. En primer lloc, s'ha creat un diagrama de Gantt (Taula 7: Diagrama de Gantt) on es veu reflectit tot el procés de preproducció, producció i postproducció que se seguiria per crear aquest projecte de Treball de Fi de Grau, des dels inicis pel que fa a la creació de personatges i trames, passant pels rodages, tant de teaser com de la totalitat de la web sèrie, fins als últims mesos d'edició, promoció i distribució. En segon lloc, s'han desglossat tots els pressupostos, tant de material tècnic com d'equip i personal i s'ha elaborat un pla de finançament per aconseguir cobrir totes les despeses. A continuació, es fa una proposta de càsting dividida en els actors que representarien el teaser i els actors que, en cas que el format es pogués produir, representarien els personatges a la web sèrie. També, al següent punt es mostren les diverses localitzacions plantejades a totes les escenes escrites dels guions literaris, amb imatges reals dels escenaris (Per aquelles localitzacions que apareixen al teaser) i imatges de referència per aquelles que només apareixen als guions literaris. Finalment, s'ha elaborat un pla de màrqueting i distribució per intentar moure el producte resultant d'aquest projecte de TFG.

4.1. DIAGRAMA DE GANTT

En aquest apartat es fa una proposta de producció de la totalitat de la web sèrie, basant-se una mica en el procés que s'ha seguit per fer aquest projecte de TFG. Algunes activitats i dates canvien perquè, per exemple, no es pretén rodar els quatre capítols de la web sèrie o el contingut publicitari per anunciar-los. El diagrama està dividit en vuit mesos de treball, i cada mes dividit en quatre blocs cadascun, que corresponen a quatre setmanes.

Com tot projecte audiovisual el treball s'inicia amb la ideació de l'argument i la història, a continuació es comencen a fer els guions literaris tant del teaser com de la web sèrie, per poder presentar la idea a plataformes i intentar trobar finançament (també a través de micromecenatge). Un cop cobert gran part del pressupost s'han de tancar els aspectes de producció (equip tècnic, personal, localitzacions) per començar a engegar els rodatges i, més endavant la feina de postproducció. A partir d'agost comencen les campanyes de publicitat per iniciar el procés de màrqueting a través de xarxes i crear expectatives a l'hora de llençar els episodis al mes de setembre.

ACTIVITATS	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE
Ideació del projecte i la història	■	■						
Creació del guió literari de la web sèrie i el teaser		■	■	■				
Campanya per trobar distribució i finançament públic		■	■	■	■			
Campanya de micromecenatge			■	■	■	■		
Tancament de l'equip i personal tècnic			■	■	■			
Guions tècnics de teaser i web sèrie			■	■	■			
Rodatge teaser			■	■	■	■		
Postproducció del teaser					■	■	■	■
Rodatge web sèrie					■	■		
Postproducció web sèrie						■	■	■
Llançament de teaser						■	■	
Publicitat setmanal estrena dels capítols							■	■
Llançament setmanal dels episodis							■	■

Taula 7: Diagrama de Gantt de la producció del projecte (Elaboració pròpia)

4.2. PRESSUPOST

En aquest apartat es desenvolupa el pressupost estimat per l'elaboració de tot el conjunt de la web sèrie. En primer lloc, es fa un recull dels costos de producció més enllà del material tècnic: salaris de treballadors i treballadores, preus estipulats per llei pel que fa als guions, la cerca de localitzacions i permisos i el repartiment que forma part del projecte. Aquests costos es calculen sota les directrius del *Boletín Oficial del Estado* (BOE), en concret sota la *Resolución de 22 de marzo de 2024, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el III Convenio colectivo de ámbito estatal de la industria de producción audiovisual (técnicos)*.

En segon lloc, s'estipula el material tècnic necessari per a la gravació dels quatre episodis del projecte i del teaser. Es desglossa tot el material amb el preu de compra i amb el preu de lloguer, per valorar posteriorment quin dels dos pressupostos és més econòmic.

4.2.1. PRESSUPOST GENERAL

En aquesta taula es desenvolupen els pressupostos generals del projecte que contemplen, per una banda, el cost del material tècnic audiovisual i, per altra banda, els costos de personal que realitzarien el projecte (Els pressupostos específics del material tècnic es poden consultar als apartats 4.3.2. *Material tècnic de lloguer* i 4.3.3. *Material tècnic de compra*). Donat que és una web sèrie formada per quatre episodis, d'una duració màxima de cinc minuts i les localitzacions són properes i accessibles, es contemplen tres mesos de treball. Els pressupostos de material que s'han tingut en compte en la suma total dels pressupostos generals són els del material tècnic de lloguer.

En primer lloc, la fase de preproducció es pot desenvolupar en un mes i mig. El departament de guió, producció i art han de treballar en aquesta fase per enllestir i preparar tota la fase de rodatge pel mes següent. En segon lloc, s'ha de rodar durant dues setmanes tot el conjunt dels quatre capítols. Finalment, durant un mes s'ha de treballar en el muntatge de totes les peces, en la preparació del màrqueting i la distribució i en el període de venda i difusió a través de xarxes socials i plataformes. Per tant, es comptabilitzen un total de tres mesos que s'han de tenir en compte a l'hora d'elaborar les taules salarials.

Els departaments de producció i direcció estaran presents durant totes les fases del projecte, en canvi, altres departaments treballaran durant diversos períodes al llarg de la realització del producte:

- **Cap de direcció (3 mesos)** → Present durant totes les fases de preproducció, producció i postproducció del projecte. Ha de ser qui marqui totes les pautes als diferents departaments i ha de coordinar el projecte sota el seu criteri.
- **Cap de producció (3 mesos)** → S'ha d'encarregar de fer possible les idees del director o directora i a la vegada trobar les solucions més eficients pel que fa a l'economia i el temps. També ha d'estar present al llarg del projecte i durant totes les fases de la realització.
- **Direcció de fotografia (2 mesos)** → Quant a la fotografia, el cap ha d'assegurar-se de treballar conjuntament amb la direcció d'il·luminació per tenir preparades les escenes i l'estil a reproduir durant el rodatge. El seu treball comença dues setmanes abans del rodatge i acaba amb la finalització de la postproducció.
- **Direcció d'il·luminació (2 mesos)** → La il·luminació ha de seguir els mateixos terminis de treball que la direcció de fotografia.
- **Direcció de so (2 mesos)** → Ha de gestionar dues setmanes abans del rodatge el material tècnic a utilitzar i ha d'estar present durant tota la filmació i la postproducció, per organitzar la banda sonora i els efectes de so.
- **Direcció d'art (2 mesos)** → Ha de començar a treballar conjuntament amb l'elaboració del guió, per poder preparar amb temps tot l'attrezzo i vestuari necessari per al rodatge.
- **Direcció de localitzacions (2 mesos)** → El seu treball és posterior al rodatge, buscant emplaçaments d'acord al guió per poder accedir a ells abans i durant la filmació del projecte.
- **Guionista (45 dies)** → És el primer departament que comença a treballar sota les idees i arguments del departament de direcció. Ha de treballar durant un mes en els guions dels quatre episodis i comunicar-se amb els diferents directors o directores de fotografia, il·luminació, so, art i localització per poder tenir els guions acabats amb un marge de dues setmanes abans del rodatge.
- **Elèctric/a (1 mes)** → Organitza amb antelació el material que proporcionarà l'energia durant el rodatge, i s'encarrega de gestionar-ho al moment de filmar.
- **Postproducció (1 mes)** → Edita durant un mes els diferents episodis conjuntament amb la direcció.
- **Actors (1 mes)** → Han de preparar els guions amb dues setmanes de previsió.

PRESSUPOSTOS GENERALS		
CONCEPTE	TEMPS	PREU
Cap de direcció	3 mesos	1 mes: 4.611,11 €
		TOTAL: 13.833,33 €
Cap de producció	3 mesos	1 mes: 4.611,11 €
		TOTAL: 13.833,33 €
Direcció de fotografia	2 mesos	1 mes: 3.945,74 €
		TOTAL: 7.891,48 €
Direcció d'il·luminació	2 mesos	1 mes: 1.752,92 €
		TOTAL: 3.505,84 €
Direcció de so	2 mesos	1 mes: 2.712,69 €
		TOTAL: 5.425,38 €
Direcció d'art	2 mesos	1 mes: 3.491,24 €
		TOTAL: 6.982,48 €
Direcció de localitzacions (Ajudant de producció)	2 mesos	1 mes: 2.152,90 €
		TOTAL: 4.305,80 €
Guió	45 dies	1 mes: 2.561,54 €
		TOTAL: 3.842,31 €
Elèctric/a	1 mes	1.711,37 €
Postproducció	1 mes	3.491,24 €
Actor protagonista 1	1 mes	7.949,95 €
Actor protagonista 2	1 mes	7.949,95 €
Material tècnic de lloguer	14 dies	3.493,20 €
TOTAL: 84.215,66 €		

Taula 8: Taula de pressupost general (Material tècnic + personal) (Elaboració pròpia)

4.2.2. MATERIAL TÈCNIC DE LLOGUER

Es poden trobar diferències en els pressupostos del material tècnic audiovisual de lloguer i els de material tècnic audiovisual de compra, perquè les empreses de confiança que lloguen material audiovisual no sempre tenen els productes corresponents i estipulats per la gravació, per tant, s'ha decidit buscar les ofertes més semblants i adequades per poder

calcular els costos. Els preus del lloguer de material estan calculats en base al temps de rodatge, dues setmanes (14 dies).

PRESSUPOST MATERIAL DE LLOGUER			
MATERIAL	MODEL	PREU	FONT
Càmera 1	SONY Alpha A 7 III	507 €	HTTPS://SHORTURL.AT/GHJNP
Càmera 2	SONY Alpha A 7 III	507 €	HTTPS://SHORTURL.AT/GHJNP
Objectius	50 mm (f 1.4)	273 €	https://shorturl.at/itBF9
	(Samyang)	195 €	HTTPS://SHORTURL.AT/JNBUY
	50 mm (f 2.0) (Zeiss)		
Micròfon 1	RODE Videomic PRO	78 €	https://shorturl.at/auvCV
Micròfon 2	RODE Lavalier PRO	78 €	https://shorturl.at/auvCV
Trípode 1	Tripode Manfrotto 502HD – 546GB	195 €	HTTPS://SHORTURL.AT/AGU68
Bateria 1 (Inclou carregador)	SONY NP – FZ100	46,8 €	HTTPS://SHORTURL.AT/ROXZ3
Bateria 2 (Inclou carregador)	SONY NP – FZ100	46,8 €	HTTPS://SHORTURL.AT/ROXZ3
Bateria 3 (Inclou carregador)	SONY NP – FZ100	46,8 €	HTTPS://SHORTURL.AT/ROXZ3
Bateria 4 (Inclou carregador)	SONY NP – FZ100	46,8 €	HTTPS://SHORTURL.AT/ROXZ3
Targeta SD 1	SanDisk Extreme PRO (300 MB/s – 64 GB)	78 €	https://t.ly/Bbi-4
Targeta SD 2	SanDisk Extreme PRO (300 MB/s – 64 GB)	78 €	https://t.ly/Bbi-4
Disc dur	SSD SAMSUNG (512 GB)	117 €	https://t.ly/rG2DB
TOTAL: 3.493,20€			

Taula 9: Pressupost lloguer material audiovisual (Elaboració pròpia)

4.2.3. MATERIAL TÈCNIC DE COMPRA

PRESSUPOST MATERIAL DE COMPRA			
MATERIAL	MODEL	PREU	FONT
Càmera 1	Nikon D7500	1.069 €	HTTPS://RB.GY/J8V5WC
Càmera 2	SONY Alpha A 7c	1.660,63 €	HTTPS://LC.CX/OTHTRR
Objectius	50 mm (f 1.4)	521,64 €	https://rb.gy/ehv8v3
	(Nikon)	205 €	HTTPS://LC.CX/PSJAUM
	50 mm (f 1.8)		
	(SONY)		
Micròfon 1	RODE Videomic GO II	99 €	https://t.ly/RLXrp
Micròfon 2	RODE Lavalier GO	58,41 €	https://t.ly/oPNkY
Trípode 1	Benro kit trípode Ifoto aluminio Serie 2: FIF28AIB2	179 €	HTTPS://RB.GY/OMT9CK
Bateria 1	Nikon EN – EL 15c (Liti)	39,28 €	HTTPS://RB.GY/HC399B
Bateria 2	Zeus EN – EL 15b (Liti)	49 €	HTTPS://RB.GY/ZG54BN
Bateria 3	SONY NP – FZ100	50,25 €	HTTPS://ACORTAR.LINK/AWO1JW
Bateria 4	BatteryNeewer NP – FZ100 (2280 mAh)	25,95 €	HTTPS://ACORTAR.LINK/NQN17A
Carregador 1	Nikon Battery charger MH – 25a	57,90 €	HTTPS://GOO.SU/FNGDJJ
Carregador 2	SONY BCQZ1	100 €	HTTPS://GOO.SU/4GIZ9
Targeta SD 1	SanDisk Extreme PRO (170 MB/s – 64 GB)	20,96 €	HTTPS://GOO.SU/3UCYHB
Targeta SD 2	SanDisk Extreme (170 MB/s – 64 GB)	13,66 €	HTTPS://GOO.SU/0S3FRVB
Disc dur	TOSHIBA USB 3.0 Hard Drive (2 TB)	59,46 €	HTTPS://GOO.SU/O2LBTJ

Portàtil	HP 15EC10004NS R5 – 4600 H	807,92 €	https://t.ly/XPFfY
TOTAL: 5.017,06 €			

Taula 10: Pressupost material audiovisual (Elaboració

4.3. PLA DE FINANÇAMENT

Per tal d'assumir els costos d'aquest projecte audiovisual, es contemplen tres tipus de fonts de finançament principals i una variable: el finançament a través de corporacions audiovisuals públiques, les subvencions per part de l'administració pública, la inversió privada en forma de micromecenatge i, la variable, retribucions i amortitzacions a través de plataformes lliures de vídeo sota demanda, com per exemple YouTube.

També s'han de tenir en compte els premis i festivals als quals es pot presentar el projecte, desenvolupats en el següent apartat (*4.5. Pla de màrqueting i distribució*).

En primer lloc, el gruix del finançament del producte l'aportarien les cadenes de televisió públiques esmentades al punt 2.3.2. *Finestres de distribució a Catalunya i Espanya*, i també a l'apartat 4.5. *Pla de màrqueting i distribució*. La intenció és que Televisión Española, a través del seu departament destinat al consum en línia de productes audiovisuals RTVE Play i Playz, conjuntament amb la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, a través de la seva branca especialitzada en el consum de vídeo sota demanda, 3Cat, cofinancin part del projecte, ja que el producte sorgit d'aquest Treball de Fi de Grau pot encaixar en la seva programació sota demanda gràcies a l'idioma i el contingut. La idea és que entre totes dues plataformes puguin aportar un total del 60% (50.529,39 €), a parts iguals (30% cadascuna (25.264,69 €)), del pressupost general estipulat al punt 4.3.1. *Pressupost general*. (Veure Taula 7: *Desglossament de finançament*)

En segon lloc, es contemplen les subvencions d'entitats públiques, en concret dels dos organismes més potents en àmbit estatal: l'Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), adscrit al Ministerio de Cultura, i l'Institut Català de les Empreses Culturals, que depèn de la Generalitat de Catalunya. La funció de tots dos organismes és dinamitzar la indústria audiovisual i donar oportunitats als creadors per poder executar les seves obres. Mitjançant aquest finançament es vol cobrir un 30% del total del pressupost definitiu (25.264,69 €) (A parts iguals entre les dues entitats 15% (12.632,34 €)).

A través de l'ICAA, es poden optar a diverses ajudes. Per una banda, les ajudes selectives per la producció de llargmetratges sobre projecte, que es destinen a empreses productores de caràcter independent que tenen com a objectiu la realització d'un projecte amb valor social o cultural, projectes documentals, productes que incorporin nous realitzadors i

productes experimentals. Per altra banda, aquest organisme també ofereix ajudes a la producció de curtmetratges sobre projecte, on destinen la inversió a empreses de caràcter independent que volen dur a terme un curtmetratge.

A través de l'ICEC, es pot optar a la subvenció per al desenvolupament de projectes audiovisuals, aquest ajut inclou específicament informació sobre les web sèries. Els terminis de presentació per aquesta subvenció s'inicien el 17 d'abril del 2024 i es tanquen el 9 de maig de 2024.

Finalment, s'han de contemplar altres vies com són la inversió privada. Gràcies als micromecenatges a través de plataformes com *GoFundMe* es vol cobrir el 10% restant del pressupost definitiu (8.421,56 €). No s'han d'oblidar les possibles retribucions a l'hora de presentar el projecte a concursos i pitchings audiovisuals com per exemple a la Setmana del Talent del Clúster Audiovisual. També, s'ha de tenir en compte que si finalment el projecte es llença a través de YouTube, és possible rebre certes retribucions per part de la mateixa plataforma, però no es pot contemplar per cobrir les despeses perquè la monetització al portal depèn de moltes variables i, normalment, és molt baixa.

VIA DE FINANÇAMENT	ORGANISME	PERCENTATGE	QUANTITAT (€)
Inversió de cadenes de televisió	Televisión española	30%	25.264,69 €
	Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals	30%	25.264,69 €
Subvencions públiques	ICAA	15%	12.632,35 €
	ICEC	15%	12.632,35 €
Inversió de capital privat	Plataformes de micromecenatge (GoFundMe)	10%	8.421, 55€

Taula 11: Desglossament de finançament (Elaboració pròpia)

4.4. LOCALITZACIONS

Els escenaris escollits es justifiquen segons el context de cada seqüència. Donat que gran part de la web sèrie transcorre a través de diàlegs a un mateix lloc, la localització principal és el punt de reunió entre els dos amics, un banc. Els altres escenaris formen part dels esquetxos que acompanyen les converses i tots són de la Universitat Autònoma de Barcelona, ja que és on estudien i fan vida els dos personatges. En concret, la Facultat de Ciències de la Comunicació juga un paper important pel que fa als escenaris perquè la gran majoria dels esquetxos transcorren en aquesta facultat.

La justificació principal dels escenaris resideix en la situació social dels dos personatges, estudiants de Comunicació Audiovisual a la Universitat Autònoma, però també serveixen de guia per crear un estil estètic concret, on predominen els colors verds i naturals.

Per una banda, en aquest apartat es mostra l'única localització utilitzada al teaser, per altra banda, es mostren les diverses localitzacions referència que s'utilitzarien per a la producció de la totalitat de la web sèrie. A continuació s'adjunten les imatges de referència:

Localització principal (Banc on els protagonistes es reuneixen):



Imatge 12: Parc del Teatre dels Sentits, Montjuïc, Barcelona

FONT: Elaboració pròpia

Bar de la Facultat de Ciències de la Comunicació UAB:



Imatge 13: Cafeteria F. C. Comunicació UAB

FONT: UAB (<https://t.ly/tSAYB>)

Taules de pícnic Facultat Ciències de la Comunicació UAB:



Imatge 14: Exterior F. C. Comunicació UAB

FONT: UAB (<https://t.ly/z9DAN>)

Pàrquing Facultat Ciències de la Comunicació UAB:



Imatge 15: Pàrquin F. C. Comunicació UAB

FONT: Foursquare (<https://shorturl.at/bTW39>)

Taules bar de la Plaça Cívica UAB:



Imatge 16: Exterior bar Plaça Cívica UAB

FONT: UAB (<https://t.ly/sZmz7>)

Herba Plaça Cívica UAB:



Imatge 17: Exterior bar Plaça Cívica UAB
FONT: X, UAB (<https://t.ly/2Xbn4>)

Lavabo casa Pablo (Imatge de referència):



Imatge 18: Lavabo de referència
FONT: 65yMÁS (<https://t.ly/Oet9F>)

Habitació casa Pablo (imatge de referència):



Imatge 19: Habitació de referència

FONT: Ikea (<https://t.ly/ysPsw>)

Menjador casa Pablo (Imatge de referència):



Imatge 20: Menjador de referència

FONT: Livitum (<https://t.ly/iDH5h>)

Passadís casa Pablo (Imatge de referència):



Imatge 21: Passadís de referència

FONT: micasa (<https://rb.gy/jcdbf7>)

4.5. DIRECCIÓ DE CÀSTING I INTERPRETACIONS

El fet que sigui un *mockumentary* en format web sèrie permet centralitzar les escenes en poques localitzacions i el repartiment en pocs actors. La història transcorre en un emplaçament únic, un banc, i s'acompanya amb *flashbacks* que tenen lloc a diverses localitzacions (Pàrquing de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB, Plaça Cívica de la UAB, taules de pícnic de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB, entre d'altres), però l'argument està encapçalat per dos únics protagonistes que carreguen amb l'evolució de la història. Per tant, només es necessiten dos actors.

4.5.1. PROPOSTA DE CÀSTING PER TEASER

Per el plantejament del teaser s'ha optat per un actor professional, Nico Ufenast (42 *Segundos*), i un actor no professional, Pablo Puyalto (Creador de la idea d'aquest projecte de TFG). Les principals justificacions resideixen en què el guió i l'argument està extret de les experiències de tots dos, que han sigut estudiants d'audiovisuals i volen intentar formar part de la indústria. A més, els perfils físics dels dos personatges protagonistes s'han elaborat partint de la base d'aquesta elecció.

A continuació s'adjunten imatges del seu perfil:



Imatge 22: Pablo Puyalto Duaso com PABLO. No professional, 22 anys, Barcelona.



Imatge 23: Nico Ufenast Julià com NICO. Professional, 22 anys, Barcelona.

4.5.2. PROPOSTA DE CÀSTING A FUTUR

Encara que no és la idea principal, no es descarta una possible proposta de càsting completament professional per dur a terme la web sèrie al complet. La idea principal és optar per actors no reconeguts i la proposta principal de càsting és la del punt anterior, però pot facilitar la venda del producte obrir la finestra a actors amb un bagatge positiu.

A continuació s'adjunten imatges del seu perfil:



Imatge 24: León Martínez com PABLO.

Merlí (2015 - 2018), *Superlópez* (2018), *Gente que viene y bah* (2019), *Paraíso* (2021)

FONT: Xenia Masó (<https://shorturl.at/bm489>)



Imatge 25: Biel Rossel com NICO.

La vida sense la Sara Amat (2018), *Cucut* (2022)

FONT: Xenia Masó (<https://shorturl.at/tvLVY>)

4.6. PLA DE MÀRQUETING I DISTRIBUCIÓ

El pla de màrqueting i distribució es divideix en dos subapartats que completen l'estratègia de difusió del producte resultant d'aquest TFG de projecte. El públic objectiu de la web sèrie es troba principalment en els joves d'entre 16 i 25 anys, estudiants i de parla catalana. Donat que durant els últims anys la manera de consumir continguts audiovisuals ha derivat, sobretot, en les plataformes en línia i sota demanda, la intenció és fer ús d'aquestes xarxes i aplicacions per promocionar i distribuir el projecte, cridant l'atenció del públic objectiu juvenil.

4.6.1. MÀRQUETING

Pel que fa al màrqueting, s'ha de tenir molt present el to del producte: amable, satíric i fet per joves i per a joves. Actualment, els joves tenen molta més presència a xarxes socials que als mitjans tradicionals com la televisió, aquest factor es vol aprofitar per crear un pla de màrqueting amb presència en diversos àmbits d'internet.

En primer lloc, aprofitant l'elaboració d'un teaser, es crearan diversos canals de difusió a diferents xarxes, TikTok, Instagram i YouTube. En aquests espais es penjarà el teaser en format vertical, a Instagram a l'apartat de Reels i a YouTube al seu servei YouTube Shorts. Aquestes aplicacions permeten penjar peces de vídeo curtes en format vertical, són idònies per intentar viralitzar el contingut, ja que els usuaris busquen consumir molt en períodes de temps molt reduïts i això permet un ràpid moviment del contingut a través de l'algoritme fent que arribi al màxim de gent possible. A més, tenen serveis de publicitat a través de pagament que permeten potenciar els vídeos de qui contracti el servei.

En segon lloc, a part del teaser, es volen aprofitar aquests canals (TikTok, YouTube Shorts i Instagram Reels) per crear contingut de publicitat en format vídeo. En concret, es planteja crear una sèrie de vídeos per anunciar la hipotètica estrena del projecte i la publicació de cada capítol. Aquests vídeos consistirien en gags i esquetxos paral·lels a la història principal protagonitzats pels dos personatges principals, no tindrien res a veure amb l'argument de la web sèrie, però involucrarien referències humorístiques, el mateix to i els mateixos actors.

Finalment, pel que fa a les xarxes TikTok, Instagram Reels i YouTube Shorts, es prepararia contingut publicitari convencional anunciant les estrenes i publicacions de la web sèrie i els seus capítols.

No s'ha de descartar utilitzar les xarxes i les seves funcions convencionals. En el cas de X i Instagram, es penjarien posts en forma de fotografia anunciant les estrenes dels capítols amb fotogrames dels mateixos episodis i retolacions conforme l'estètica del projecte.

S'ha de tenir en compte que el pla de distribució es basa en gran part a intentar vendre la idea a plataformes de vídeo sota demanda de cadenes públiques. Aquestes institucions, com és el cas de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, han centralitzat el seu contingut a xarxes a un compte concret. La institució catalana ha creat 3Cat (@som3cat a Instagram i TikTok) on penja tot el contingut audiovisual que creen i produeixen, per tant, si el projecte és distribuït per aquesta corporació s'hauria de penjar el contingut desenvolupat anteriorment en els seus comptes.

4.6.2. DISTRIBUCIÓ

En primer lloc, aquest projecte de TFG està dissenyat per ser distribuït a través de plataformes de vídeo sota demanda a internet. Les cadenes públiques de nivell estatal estan portant a terme una revisió de les seves plataformes i aplicacions per intentar atraure el públic més jove. Per exemple, Radiotelevisión Española, que té un servei de contingut a la carta, l'any 2017 va engegar la plataforma Playz. Aquest espai està exclusivament dedicat a produir i penjar contingut especialment dissenyat pel públic juvenil, és una plataforma que permet apropar la televisió convencional, la ficció i continguts diversos com el pòdcast, als joves que utilitzem les xarxes socials i internet per consumir continguts. També, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals i la seva plataforma digital 3Cat, que el passat mes de març va assolir una quota de mercat del 6,3% a tot l'estat espanyol, superant a Filmin (Lleonart, 2024), tenen espais dedicats a la producció i el consum de productes audiovisuals centrats en un públic juvenil. Per tant, l'objectiu principal del pla de distribució és assegurar trobar un espai en una d'aquestes dues plataformes de vídeo sota demanda. En canvi, si les entitats públiques acaben per no finançar el projecte, també hi cap la possibilitat de crear un canal de YouTube destinat a penjar, a part del contingut de màrqueting, la web sèrie completa.

En segon lloc, s'han de tenir en compte els festivals i concursos de projectes audiovisuals. Des de la Universitat Autònoma de Barcelona cada any s'organitza a la Facultat de Ciències de la Comunicació un Pitching de projectes audiovisuals de ficció i no - ficció per classificar-se a la Setmana del Talent, esdeveniment creat pel Clúster Audiovisual que

es dur a terme al novembre de cada any. En aquest concurs els estudiants presenten els seus projectes davant d'un jurat professional amb experiència al sector, posteriorment cadascun dels estudiants pot tenir una estona amb els productors i productores interessats per poder debatre i parlar sobre les seves idees amb la possibilitat d'arribar a acords. La Setmana del Talent conclou amb l'entrega de guardons segons categoria, que dota als estudiants guanyadors d'un premi econòmic.

4.7. GUIONS LITERARIS – WEB SÈRIE

4.7.1. EPISODI 1: NO PASSEN COSES

1. EXTERIOR. BANC UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

En NICO està assegut a un banc de la Universitat Autònoma de Barcelona mentre mira TikTok al seu telèfon mòbil. Arriba en PABLO i seu al seu costat, tots dos se saluden (Nico no aixeca la vista del telèfon i continua fent *scroll*). Mentre seu en Pablo treu una bossa de pipes i li ofereix al seu company, que les rebutja amb cara de fàstic i ironia.

NICO

Què estem al 2012 o què?

PABLO

No sé jo prefereixo parlar entre pipes com aquell que diu.

En Nico no aixeca la mirada del seu telèfon mòbil.

PABLO

Guardaràs el mòbil o no?

En Nico fa un gest amb la mà fent callar a en Pablo.

NICO

Un moment que estic responent al correu.

En Pablo intenta apropar-se a la pantalla del seu company, però en Nico ho evita girant-li l'esquena. Del telèfon del Nico surt un àudio:

TELÈFON

Si Pogba fuese querido, seria top cinco de su pais. ¡Y eso sí que me suda los cojones!

PABLO

Estàs mirant TikTok, tens un problema.

NICO

Ho puc deixar ara mateix.

PABLO

Ni tan sols m'has mirat a la cara des de que he arribat.

En Nico fa cas omís de les seves paraules i segueix fent *scroll* al seu mòbil. En Pablo, enfadat intenta treure-li el telèfon de les mans, forcegen uns instants i en Nico aconsegueix mantenir el telèfon. L'apaga i el guarda.

PABLO

Estàs distret tu no ets així.

NICO

Tinc moltes coses al cap últimament, que he d'anar preparant les entrevistes pel treball...

PABLO

Ya, ya. Sempre igual, que si TFG, que si curs de cuina tailandesa, que si *Cross fit*...

NICO

Bueno noi, al menys tinc TFG i estic en forma.

Pablo es queda callat mirant al seu company amb cara de pocs amics i li ofereix pipes, en Nico ho rebutja amb un gest de la mà.

PABLO

Estic passant per un moment difícil pel que fa a la inspiració.

NICO

La crisi del paper en blanc és una fal·làcia qui està en blanc ets tu. Has d'entrenar la creativitat.

PABLO

No, tio. Les idees venen quan venen. En moments en els que estic totalment connectat, no tinc estrès ni ansietat ni res, sento que de cop em venen idees que dic "fuck".

NICO

Idees d'on?

PABLO

No ho sé, no ho sé... Sento que son de ments que literalment ja no estan aquí, com que segueixen a l'Univers i es connecten amb tu. Edison, Einstein, Cervantes...

En Nico interromp a en Pablo

NICO

A tu el que et fa falta és escoltar menys el pòdcasts.

Perquè no et concentres i et poses a treballar?

En Pablo menja una pipa amb dificultats, deixa la bossa a un costat del banc, s'incorpora cap endavant i es posa les mans a la cara fent un bufit.

PABLO

Em recordes a la meva mare, tota l'estona fent preguntes a la gent i molestant. "Jove, com ho portes? A veure, ensenya'm allò. Has fet tal cosa?"

NICO

Et pregunta molt pel TFG la meva mare?

PABLO

No, però és molta d'esquadra, no?

Pablo mira a en Nico i es queden un moment en silenci.

NICO

Què passa?

PABLO

Doncs que crec que la he cagat.

NICO

Escolta, encara et queda temps.

PABLO

No, per això no...

NICO

Llavors perquè?... No fotis que t'has afiliat al PSC al final?

PABLO

No, hòstia no.

En Pablo s'apropa al seu company i mira a banda i banda, sembla una mica nerviós. En Nico es dona compta i se'l mira estranyat.

PABLO

A veure, crec que em vigilen.

2. EXTERIOR. TAULES PÍCNIC F. C. COMUNICACIÓ UAB. DIA.

(FLASHBACK) .

El protagonista amb un entrepà del bar de la facultat entre les mans, surt a les taules de fora a menjar-se'l, allà comprova meticulosament l'interior de l'entrepà. Mentrestant escoltem la continuació de la conversa, en veu en off, dels dos amics al banc.

NICO (V.O.)

Què collons dius?

PABLO (V.O.)

Doncs el que escoltes.

NICO (V.O.)

Però com et van a vigilar per haver-te afiliat al PSC?

PABLO (V.O.)

Que no m'he afiliat al PSC! Que al final lo de construir un
mega casino per rics no m'acaba de convèncer...

NICO (V.O.)

Llavors?

3. EXTERIOR. PÀRQUING F. C. COMUNICACIÓ UAB. DIA.
(FLASHBACK) .

Pablo surt de la facultat i es dirigeix cap al seu cotxe.
Comprova amb la llanterna del mòbil els baixos del cotxe i
les quatre rodes, puja al cotxe i arrenca. Mentrestant
escoltem la continuació de la conversa, en veu en off, dels
dos amics al banc.

PABLO (V.O.)

A veure, potser sí que tinc una idea, però no és meva.

NICO (V.O.)

Què vols dir?

PABLO (V.O.)

Vaig contactar amb un amic d'un amic que té un conegut que
el seu sogre es dedica a fer treballs per gent com
nosaltres.

NICO (V.O.)

Aturats?

PABLO (V.O.)

No, estudiants. Què fa TFGs si li pagues, collons.

4. EXTERIOR. BANC UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

En PABLO i en NICO, continuen la conversa al banc.

NICO

Però que m'estàs dient que has pagat a algú?

PABLO

No em jutgis, estava en blanc i el temps se'm menja.

Els dos personatges es queden mirant-se l'un a l'altre en silenci, en Nico està realment sorprès i en Pablo, avergonyit. En Pablo nega amb el cap.

NICO

I no vas pensar en demanar-me ajuda?

PABLO

No, no volia molestar. Sincerament no sé que fer, no vull fer un TFG de projecte i tampoc un d'investigació.

NICO

Home, jo a tu investigador no et veig.

PABLO

Ja, ja. Però ho dic més per l'enfocament. Si faig un TFG de projecte he de fer un curt, de què? Si al final ara és tot el mateix, tothom vol ser la pròxima Carla Simón o fer la següent *As Bestas*.

NICO

Per algo estàs estudiant Comunicació Audiovisual.

PABLO

Mira pel que m'ha servit Comunicació Audiovisual és per entendre que ni de conya em fico al món del cine. Depens d'un munt de gent, amb divuit anys et creus Tarantino, surts amb vint-i-dos que vols rodar una peli rollo *20.000 especies de abejas*, i acabes amb trenta-cinc fent el guió per *Padre no hay más que uno*: 17.

NICO

Però si tens tant clar què és el que no vols fer, perquè ho fas?

PABLO

Pel que em queda al convent, ja vaig dir al tutor que faria TFG de projecte, tenia algo pensat però tot és basura. És fa un silenci. En Pablo mira al cel i menja una pipa.

PABLO

Escolta.

NICO

Què?

PABLO

Ara de veritat, tu d'on treus les idees?

NICO

No ho sé. De l'experiència?

PABLO

Veus, a mi mai em passa res.

NICO

No et truquen últimament els genis des de l'univers?

En Pablo mira a en Nico mentre trinxia una pipa amb les dents, com si el desafiés.

NICO

Més val que no et passi res. Saps que pots tenir problemes amb això de pagar pel treball, no?

PABLO

No crec que em diguin res a la uni, no es donaran compte.

La veritat és que m'ha quedat un deute gros amb la tonteria... Però és que el cap no em funciona, que no em dona vaja.

En Pablo s'assenyala el cap mentre diu la última frase. El personatge agafa una pipa de la bossa i se la posa a la boca, el seu amic sembla que no pren atenció i en Pablo s'adona:

PABLO

Tot el puto dia amb el...

En Pablo i en Nico es queden en silenci, mirant al terra. En Pablo aixeca el cap, mira a en Nico i, a punt d'obrir la boca i dir unes paraules, posa els ulls com plats, agafa la bossa de pipes i surt corrents. En Nico no reacciona, però un moment després mira cap a la seva dreta, cap on havia mirat en Pablo, s'aixeca del banc i surt corrents cap el seu company. Al seu darrere apareixen dos homes vestits de negre que els intenten empaitar, són els creditors. Increpant als personatges principals, els dos homes passen per davant de càmera amb pals a les mans.

HOME 1

¡Venid aquí hijos de puta!

HOME 2

¡Que os vais a cagar! **(FI)**

4.7.2. EPISODI 2: LA INSPIRACIÓ

1. EXTERIOR. BANC UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

En NICO (22) seu al banc de sempre mirant el telèfon mòbil. Arriba el seu amic PABLO (22), amb un braç enguixat. Intenta seure i el seu amic l'ajuda.

NICO

Has fet cama al gimnàs, no?

En Pablo llença una mirada freda a en Nico, ell el mira amb un mig somriure.

NICO

Què et passa? No t'ho vas passar bé ahir amb la teva cita?

2. EXTERIOR. TAULES PLAÇA CÍVICA UAB. DIA. (FLASHBACK) .

En Pablo està assegut a una taula de la Plaça Cívica de la UAB. Tenen un portàtil i sembla que tots dos parlen mentre la noia tecleja. En Pablo a una mà té una llibreta i a l'altra un llapis.

PABLO (V.O.)

Ets fastigós.

NICO (V.O.)

Tio que és broma, ja sé que és la teva cosina.

PABLO (V.O.)

No tots tenim un arbre genealògic circular.

NICO (V.O.)

Clar, no tots treballem per Javier Negre.

El protagonista intenta escriure sobre la llibreta amb el braç dret, però com el té enguixat se li cau el llapis i

quan l'intenta agafar tira un got d'aigua que cau per sobre la noia.

3. EXTERIOR. BANC UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

Tots dos amics continuen conversant asseguts al banc. En Pablo està trist i mira al terra. Després d'un silenci, en Nico parla.

NICO

Però com va anar? Et va poder ajudar a trobar alguna idea?

PABLO

No gaire, segueixo igual.

NICO

I després del que va passar l'altre dia no et ve res al cap que puguis presentar?

PABLO

Tu creus que tinc ganes d'escriure sobre l'altre dia? Amb prou feina puc escriure...

En Pablo aixeca el braç dret, ensenyant el guix.

NICO

Ningú t'ho ha firmat encara?

PABLO

No estem a parvulari.

NICO

Bueno, però estem a la uni.

PABLO

No m'ho recordis.

NICO

Quan de temps et queda per presentar la idea?

PABLO

Tampoc ho vull recordar.

NICO

Jo et recomano una cosa.

PABLO

No comencis amb els discursos aquests de visualitza el teu èxit i es farà realitat.

En Nico fa cas omís a les paraules del seu amic i l'interromp.

NICO

No, tu pensa que el viatge és tant o més important que el destí, t'has de centrar en ara, no en d'aquí uns mesos.

PABLO

D'on treus totes aquestes coses? No m'explico com sempre tens alguna frase buida d'aquestes.

NICO

De The Wild Project.

PABLO

Has de deixar d'escoltar al Jordi Wild de veritat t'ho demano.

NICO

Tu saps la de coses que m'assabento amb aquest pòdcast?

PABLO

La teva font d'informació no pot ser Leo Margerts i Papa
Giorgio

NICO

La teva no pot ser només *eldiario.es*.

Tots dos personatges es miren i callen un moment, en Nico
mira la hora al seu telèfon mòbil.

NICO

És tard, llavors que faràs?

PABLO

No tinc ni idea. Potser ho deixo per l'any que ve.

NICO

Però si t'has matriculat i has fet tot, no?

PABLO

M'és igual pago un altre cop.

NICO

Mira, jo et recomano que...

PABLO

No em recomanis que em llegeixi *7 hàbits per gent altament
efectiva*, perquè no estic tant malament.

NICO

Si em deixessis parlar. T'anava a dir que et centris en tu
mateix, et dediquis temps per reflexionar, ves a llocs com
el gimnàs...

PABLO

En part tens raó. Va aniré al gimnàs.

NICO

I també llegeix-te 7 hàbits per gent altament efectiva.

En Pablo llença una mirada ràpida al seu amic i se'l queda mirant.

4. EXTERIOR. JARDINS UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA.

DIA. (FLASHBACK) .

En Pablo es troba pensatiu a l'entrada del Servei d'Activitat Física de la UAB, però no entra. Se'n va cap a la Plaça Cívica i seu a l'herba, de la motxilla treu un kebab i se'l comença a menjar sol.

4.7.3. EPISODI 3: LES EXPECTATIVES

1. EXTERIOR. BANC UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

En NICO (22) seu al banc de sempre llegint un llibre. Arriba en PABLO (22) corrents amb un grapat de fulls a les manes i una motxilla a l'esquena. Intenta seure, però els paper li cauen de les manes al terra i els va recollint, però se li van caient més mentre s'ajup. La motxilla li molesta, se la treu i la deixa al banc. Mentre la deixa diu:

PABLO

Ja ho tinc tio, ja ho tinc.

En Nico ni tan sols mira al seu company, segueix llegint el llibre i assenteix amb el cap. El Pablo mentre s'incorpora un cop ha recollit tots els papers diu:

PABLO

Deixa que t'ensenyi això, mira. No, un moment primer guardo una cosa...

En Pablo acaba la frase mentre guarda alguns dels papers a la motxilla, els restants els deixa a sobre del banc. Tanca la motxilla, l'agafa i seu mentre la deixa al seu costat esquerra. Com en Nico no li fa cas, perquè continua llegint, el Pablo d'una estirada li pren el llibre de les mans i llegeix el títol:

PABLO

5 consejos para concentrarme en una conversación. Jo flipo, el que has de fer es anar-te a la muntanya i deixar el puto mòbil.

NICO

Ja intento deixar-lo hòstia, però que allà ho tinc tot: correu, missatges, he d'anar mirant el calendari...

PABLO

Ya, sí lo de sempre. Però m'has escoltat, no?

NICO

Sí, que ja tens una idea.

PABLO

Mira.

En Pablo ordena els papers que te a la mà i els mostra al Nico, que agafa per una cantonada els papers i els comença a llegir.

NICO

Ojo! M'agrada, m'agrada...

PABLO

I has vist la part en la que es destapa que l'assassí és a la vegada ell mateix, la víctima i el policia?

NICO

Clar, clar, personalitat múltiple...

En Nico segueix mirant els papers, en Pablo el mira somrient.

PABLO

Trobo que els assassins en sèrie i la personalitat múltiple són dues temàtiques que poques vegades s'han vist juntes en un mateix projecte.

NICO

Tens raó, tens raó. I escolta, per curiositat, a qui veus interpretant això?

En Pablo es queda pensatiu, mirant al terra, en Nico el mira.

PABLO

Nicolas Cage, definitivament.

NICO

Perquè?

PABLO

El veig com algú que es pot doblar en pantalla saps, que pot interpretar en una mateixa peli diversos papers.

NICO

I t'ha costat trobar la idea o em vas fer cas?

PABLO

Et vaig fer cas... Em vaig dedicar temps a mi mateix, a les meves coses, al gimnàs...

2. INTERIOR. LAVABO CASA PABLO. DIA. (FLASHBACK) .

En Pablo està assegut a la tassa del vàter mentre es posa el telèfon mòbil a la boca. Amb un vídeo de TikTok fa efectes sonors amb la reverberació de la boca.

NICO (V.O.)

Veus, quan aprofites el temps pots fer coses "guays"

PABLO (V.O.)

Em vaig tancar a l'habitació i em vaig forçar.

3. INTERIOR. HABITACIÓ CASA PABLO. DIA. (FLASHBACK) .

En Pablo juga una partida del videojoc League of Legends, està visiblement enfadat.

NICO (V.O.)

Al final és el que s'ha de fer si vols aconseguir les coses.

4. INTERIOR. MENJADOR CASA PABLO. DIA. (FLASHBACK) .

Assegut a una cadira al mig del menjador de casa seva, el protagonista, completament recte, respira fondo, treu una pistola de joguina de la butxaca i fa el gest de disparar a una cadira buida que té al davant, ho repeteix dos cops.

PABLO (V.O.)

Eh! I estic bastant orgullós del resultat, em motiva
bastant.

NICO (V.O.)

Compte... Que ja saps el que et passa tu amb les
expectatives.

5. EXTERIOR. BANC UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA DIA.

En Nico i en Pablo seuen al banc, miren els paper i continuen parlant.

PABLO

Sí una idea és bona doncs és bona, si és bona sortirà bé.

NICO

No ets tu qui ha de jutjar si és bona o no és bona. A més
sempre fas igual, acabes desmotivant-te amb el temps.

PABLO

No crec que amb això em passi, és diferent, li trobo la
il·lusió al projecte.

NICO

Ja, però tu mateix ho dius, quan t'obliguen a fer una cosa,
com si és mirar una peli, et costa molt fer-la. Al final
això és un treball que has de fer sí o sí.

PABLO

Però, què vols que em desmotivi abans de començar ja?

NICO

No, només et dic que no vull que et passi com altres vegades. Perquè després et poses insuportable.

6. INTERIOR. PORTA LAVABO CASA PABLO. DIA. (FLASHBACK) .

En Nico pica a la porta tancada d'un lavabo per demanar que el protagonista surti. En Pablo no obre la porta, només crida.

PABLO

No penso sortir!

NICO

Però que només son uns premis, què més et dona?

PABLO

Tot apuntava a que guanyaria!

NICO

Si tant t'agrada Alcarràs no la valoris pels premis que no ha guanyat.

PABLO

Però que s'ho mereixia!

NICO

Hòstia, sempre fas igual. Surt ja que m'he depilar els pèls dels peus que a la tarda vaig a la platja.

7. EXTERIOR. BANC UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA DIA.

En Pablo agafa els tots els papers i els guarda a la motxilla, aprofita i treu de una bossa de fruits secs i menja un anacard.

PABLO

Lo d'Alcarràs va ser diferent, perquè ja m'havia
mentalitzat.

NICO

Ets un friki i no gestiones bé les emocions, després passa
el que passa.

PABLO

Va home per una vegada que estic disposat a currar-m'ho i
em vens amb aquestes.

NICO

Si sempre que escrius i fas coses acabes dient-me "*Soc
massa vago per dedicar-me al cine*"

PABLO

I és que es veritat, ja et vaig comentar el que opino de
dedicar-me al cinema. Si m'agrada la idea, m'agrada.

NICO

No, has d'aprendre a rebaixar les expectatives, si vas
sense expectatives, la vida no et fotrà mai un clatellot.

En Pablo s'assenyala el cap amb la mà que no sosté la bossa
de fruits secs i mira a en Nico

PABLO

No et dona, no et dona...

Tots dos es queden callats, en Nico agafa el llibre i
l'obre per començar-lo a llegir, en Pablo li ofereix fruits
secs, en Nico els rebutja i centra la seva mirada en el
llibre. El Pablo treu un anacard i se'l menja.

FI

4.6.4. EPISODI 4: ENS ESFORCEM

1. EXTERIOR. BANC UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA

En NICO (22) i en PABLO (22) estan al banc de sempre preparant i assajant la presentació del TFG, que és l'endemà.

NICO

I fins aquí la presentació del meu TFG: *Anàlisi del cas dels influencers a la indústria audiovisual pública catalana. Perquè cada cop que obren la boca la caguen?*

En Nico fa una petita reverència i a continuació diu:

NICO

Moltes gràcies per la vostra atenció. I ara t'has d'imaginar a tots aplaudint, cridant, el tribunal embogint...

En Pablo aplaudeix una mica mentre el seu company seu al banc cansat.

NICO

Què t'ha semblat?

PABLO

Bé

NICO

Res més? Algun consell, no?

PABLO

A caballo regalado no le mires los dientes

NICO

Ets molt raro, tio. Però com ho has vist ara en serio?

PABLO

Ja t'he dit que bé, vull dir ho portes preparat millor que jo.

NICO

No home si jo també veig molt bé la teva.

PABLO

Ja, però creus que per demà la tindrè polida del tot?

NICO

Sí home sí.

PABLO

Bueno, quan et toca?

NICO

A primera hora a les nou.

PABLO

Perfecte doncs aprofitaré per dormir.

En Nico s'aixeca, es posa uns cascos i encén el seu telèfon mòbil.

NICO

Marxo, que he d'ajudar a la meva mare a esborrar uns discs durs.

En Pablo fa un gest amb el cap dient adeu i en Nico marxa. En Pablo es queda un moment en silenci mirant com el seu amic marxa i a continuació surt de pla per el costat contrari.

2. EXTERIOR. BANC UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

L'endemà, tots dos amics arriben al banc mentre xerren sobre la presentació i la motivació que senten pels seus treballs.

PABLO

I allà és quan m'ha preguntat: *I com vols solucionar el tema del finançament?* I li he explicat el tema de que he presentat el projecte al Clúster i altres festivals a veure si posen la pasta. A tu com t'ha anat?

NICO

Bé, també. No ho he presentat a res de moment i crec que m'han vetat a la *corpo*, però tot bé.

En Nico seu a la taula amb els peus al banc i en Pablo seu al banc, a l'esquerra del Nico. En Pablo treu una bossa de fruits secs i ofereix a en Nico, que no accepta. De sobte, una notificació d'un telèfon mòbil trenca el silenci. En Pablo se'l treu de la butxaca i el revisa.

PABLO

Mira, els del festival.

NICO

Què diuen?

PABLO

Estimat Pablo. Ens posem en contacte amb tu per informar-te d'una infracció en el teu procés de sol·licitud de participació al nostre festival. Tots els projectes que es presenten al nostre concurs han de ser originals i s'ha d'evitar el plagiat a tota costa i condemnem les pràctiques d'aquest tipus.

NICO

No fotis que t'has copiat?

PABLO

No, calla i escolta un moment: *En el cas de la teva proposta trobem masses similituds amb una proposta que ens va arribar anteriorment, el creador d'aquesta proposta (el senyor Albert Martín).*

NICO

Però si és el teu tutor!

En Pablo mira al Nico sorprès i fa que sí amb el cap

PABLO

Ens ha fet arribar tota la documentació pertanyent als drets d'originalitat de l'obra, per tant no podem acceptar el teu projecte.

NICO

Hòstia puta... I ara què faràs?

En Pablo no contesta i no aixeca la vista del seu telèfon.

NICO

Tio, no passa res si tampoc anaves a guanyar... Posa't a fer vídeos al TikTok, automatitza un compte com jo.

PABLO

I ara què faig?

3. EXTERIOR. PÀRQUING F. C. COMUNICACIÓ. DIA. (FLASHBACK) .

En Pablo, amb una armilla taronja, indica a un cotxe a on ha d'aparcar, amb la finestra oberta, un pilot visiblement enfadat li llença un tiquet a la cara que el protagonista ha de recollir del terra mentre el cotxe arrenca.

4. EXTERIOR. BANC UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

En Nico i en Pablo asseguts al banc mantenen una conversa.

NICO

Però tu pensa que és algo temporal, d'estiu, per sortir del pas.

PABLO

Ja, però tampoc tinc gaire clar que hi ha després d'aquest estiu, no sé si m'explico.

NICO

Si t'anima jo tampoc tinc clar que faré d'aquí tres mesos.

PABLO

Més o menys sabia per on tirar, intentar fer algo amb el projecte, moure'l. Però sempre igual, tinc uns objectius i se'n van a la merda.

NICO

No pensis en això ara mateix. Mira, el principal argument a favor de la reencarnació és que hi ha gent que en una única vida no pot ser tan gilipolles, el teu tutor segur que ha viscut unes quantes. No li donis més voltes.

PABLO

Sí, clar, és molt fàcil dir-ho. Ara no em vinguis com sempre de dedicat temps a tu mateix, llegeix, inverteix el teu esforç en emprendre...

NICO

No, no et diré això. Simplement et diré que la vida és bastant dura, però hem de mirar cap endavant.

PABLO

I mirar cap endavant que significa? Fotre'm a tirar currículums a productores?

NICO

Doncs si vols sí. Prova.

PABLO

El problema és que no vull, saps les històries que expliquen els directors i directores sobre quan eren petits: "*Doncs jo agafava la càmera i gravava tot el dia*". Jo no hem sento així, si de petit l'únic que feia era muntar legos.

NICO

I què vols dir amb això?

PABLO

Que ni tinc ganes, ni valc per això. Soc massa vago per dedicar-me al cine.

NICO

Ja estem, torno a dir la vida no és un camí de roses, hauràs de fer coses que no t'agraden per aconseguir el que vols.

PABLO

El problema és que ja no sé que vull. I sí, que dura és la vida, però el que em sembla trist és que ens l'haguem de guanyar.

FI

5. CONCLUSIONS

El plantejament del projecte sorgeix a finals del curs 2022 – 2023. Amb la pressió d'acabar la carrera l'any següent, haver de pensar una idea pel Treball de Fi de Grau, escollir pràctiques curriculars i començar a veure no gaire lluny el futur fora de la universitat, es va idear aquest producte per reflectir les inquietuds dels estudiants de graus universitaris. En certa manera, també neix del desencant amb la pròpia indústria audiovisual i el sector del cinema i la televisió, que a través dels quatre anys de carrera ha anat augmentat conforme, a poc a poc, coneixia les maneres de treballar, les relacions entre les persones d'aquest món i vivia de primera mà experiències que desmotivaven a continuar treballant per dedicar-se en un futur a aquest sector. El projecte és un reflex d'aquestes emocions, experiències i, sobretot, del cop de realitat que suposa haver posat el peu, només uns breus instants, sobre el terra de la indústria del cinema i la televisió.

De totes maneres, iniciar el treball no va ser complicat, perquè el fet d'escriure i plantejar un argument i una trama basada en la mateixa experiència va facilitar els primers processos d'ideació del producte. Per una banda, el primer bloc, el marc teòric compost per la definició del gènere i l'anàlisi de mercat, va ser una oportunitat per entendre i ampliar els conceptes bàsics, la teoria i el context del *mockumentary* i els formats de web sèrie. Em va ajudar a nodrir-me del món de la comèdia i les possibilitats que ofereix la suma d'aquest gènere i aquest format, però a la vegada, va ser la part més densa a l'hora d'investigar i redactar.

Per altra banda, el desenvolupament del projecte i el pla de producció, donat que la ideació del producte no començava de zero, sinó que feia mesos que estava en plantejament, no va suposar grans dificultats. L'apartat que més temps va comportar van ser els guions del teaser i els quatre episodis. Els processos d'escriptura necessiten maduració i canvis constants, per això va ser clau demanar ajuda i opinió a tercers per poder dur a terme l'escriptura, que va ser un procés llarg, però efectiu i amb bons resultats.

L'objectiu principal del projecte era crear un producte sòlid fet per joves i per a joves. La intenció era elaborar una Bíblia de continguts extensa i un pla de producció detallat per ser el més fidel possible als cànons de treball de la indústria audiovisual real. Aquest objectiu s'ha assolit amb èxit, s'han plantejat des de les vies de finançament, les localitzacions, l'organització de producció, fins als aspectes més creatius del projecte, com per exemple els guions, el càsting i el desenvolupament dels personatges.

En consonància amb l'assoliment de l'objectiu principal, els punts forts d'aquest projecte de TFG resideixen, per una banda, en la seva estructura i, per altra banda, el seu argument i la seva història. Avui en dia les televisions convencionals i les productores audiovisuals convencionals estan contínuament buscant la connexió amb la joventut, ja que a poc a poc van perdent aquest públic. El producte resultant d'aquest TFG encaixa perfectament en la programació de plataformes que s'han esmentat al punt 4.6.2. *Distribució*. Plataformes pertanyents a canals i televisions convencionals d'àmbit nacional que durant aquests últims anys han apostat pel contingut sota demanda i els productes per audiències joves. No només l'estructura de la distribució és positiva, el màrqueting és una part molt important del producte resultant, perquè el format i el gènere afavoreixen la conversió dels continguts creats per aquest projecte a moltes plataformes diferents com TikTok, Instagram o YouTube Shorts, plataformes que actualment mouen una gran quantitat d'usuaris i interaccions. Com s'esmenta en l'apartat 4.6.1. *Màrqueting*, el contingut per aquestes plataformes ajudaria a crear una mica més d'història al voltant dels personatges i la trama, fet que podria suposar una major fidelització de l'audiència.

Quant a les innovacions que presenta aquest projecte de TFG, les característiques principals resideixen en el que s'ha comentat anteriorment: un producte fet per joves i per a joves. Avui en dia les úniques oportunitats que es donen als joves d'entre 18 i 25 anys al sector de la indústria audiovisual són a aquelles persones que tenen grans quantitats de seguidors a xarxes, influencers o creadors de contingut a internet. L'experiència que tenen és limitada, en la gran majoria de casos sense estudis en aquest àmbit i, així i tot, formen el gruix de joves que treballen per grans corporacions de mitjans audiovisuals. Aquest projecte reflecteix la realitat dels estudiants de graus d'audiovisuals per fer-se un lloc al sector, i planteja una dura crítica pel que fa a la situació dels influencers en aquest sector, que moltes vegades acaparen oportunitats a gent que té estudis i fa anys que treballa en l'àmbit. Això pot significar un respir per aquelles plataformes que reben crítiques per aquesta pràctica, i pot ajudar que a poc a poc es vagin donant més oportunitats a joves que de veritat tenen vocació i preparació per treballar en l'audiovisual.

Donat que és un projecte de web sèrie, el futur d'aquest Treball de Fi de Grau es pot dividir en dues opcions. Per una banda, d'aquí a un temps es planteja enviar la proposta tant a productores com a concursos de guió per intentar rebre el finançament estipulat al pla de producció i dur a terme el producte final. Per altra banda, si no és possible trobar aquest finançament, el format, les localitzacions i el gènere permet desenvolupar-lo de

manera autònoma a través dels nostres canals i eines pròpies. Fins que no es materialitzi el producte no estarà tancat del tot, com s'ha esmentat abans, aquest projecte necessiten i s'alimenten del canvi constant, les revisions i les correccions. Per tant, és un projecte en construcció, obert a canvis constants i a noves idees.

Com a valoració final del projecte destacar la importància de la veu dels estudiants i la joventut en el sector audiovisual. Les noves formes de crear i consumir estan canviant totalment el paradigma de la indústria i productes com aquest mostren que a poc a poc els estudiants i el públic jove tenen una major importància, i tenen molt poder, pel que fa al contingut televisiu tradicional. Si no es donen oportunitats a generacions com la nostra els mitjans convencionals acabaran desapareixent.

6. BIBLIOGRAFIA

Blázquez, A. (2014): *El falso documental en el terreno del periodismo. El caso de Operación Palace*. Recuperat de Universidad de Sevilla: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/28869/TFG%20Azucena%20Bl%c3%a1zquez%20Ni%c3%b1o.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Clares-Gavilán, J., & Medina Cambrón, A. (2018). *Desarrollo y asentamiento del vídeo bajo demanda (VOD) en España: el caso de Filmin*. Profesional De La información Information Professional, 27(4), 909–920. Recuperat de: <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.19j>

De Miguel, J. (2024): *11 estadísticas de TikTok: usuarios y más datos (2024)*. Recuperat de: <https://www.doofinder.com/es/blog/estadisticas-tiktok>

ECAM. XXXX: *¿Y si todo es mentirà? El falso documental*. Recuperat de Guía didàctica: El documental / la no ficción: <https://ecam.es/12-y-si-todo-es-mentira-el-falso-documental/>

Elías, C., i Teira, D. (2021): *Manual de periodismo y verificación de noticias en la era de las*. Universidad Nacional de Educación a Distancia. Recuperat de: http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:EditorialUNED-aa-FILO-Mperiodismo/n0137428PB01A01.pdf?trk=public_post_comment-text#page=128

Esteban Cubero, D. (2023): *¿Qué es un mockumentary o falso documental?* Recuperat de: <https://cursosdeguion.com/618-que-es-un-mockumentary-o-falso-documental/>

Gencat, Jovecat (2024). *Mostres i festivals a Catalunya*. https://jovecat.gencat.cat/ca/temes/cultura/cinema-i-audiovisual/no_tho_perdis/festivals/index.html#tematics

Gobierno de España, Ministerio de Cultura (2024). *Ayudas – Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales*. <https://www.cultura.gob.es/cultura/areas/cine/ayudas.html>

Higueras – Ruiz, M. J. (2022): *El discurso metatelevisivo y la sitcom en la televisión estadounidense: Estudio de caso de la serie de televisión WandaVision*. Recuperat de Ediciones Complutense: <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/86782/117-127%20%284%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Institut Català de les Empreses Culturals (2024). *Subvencions per al desenvolupament de projectes audiovisuals*. <https://icec.gencat.cat/ca/tramits/tramits-temes/Subvencions-per-al-desenvolupament-de-projectes-audiovisuals?category=73da721c-a82c-11e3-a972-000c29052e2c&temesNom=Cultura&moda=1>

Júlia Augé, M. (2016): *Las series web: melodrama que persiste*. Universidad Nacional de La Plata. Recuperat de: https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/71041/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Lleonart, A. (2024): *La plataforma 3cat supera Filmin en quota de mercat a tot l'estat espanyol*. VilaWeb. Recuperat de: <https://www.vilaweb.cat/noticies/3cat-supera-filmin/>

McKee, R. (1997): *El guió: Substància, estructura, estil i els principis de l'escriptura de guions*. Alba Editorial (ALBAminius).

Netflix (Abril, 2023): *Top 10 by country*. Recuperat de: <https://www.netflix.com/tudum/top10/spain/tv?week=2024-05-05>

Nicholson, R. (2022): *Cunk on Earth review – Dianae Morgan's character is so well-written it's easy to forget she's not real*. Recuperat de: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2022/sep/20/cunk-on-earth-review-diane-morgans-character-is-so-well-written-its-easy-to-forget-shes-not-real>

Orús, A. (30 abril 2024): *Recaudación en taquilla de los diez principales géneros cinematográficos en Estados Unidos*. Recuperat de: <https://es.statista.com/estadisticas/637140/taquilla-de-las-peliculas-de-hollywood-por-genero-cinematografico-norteamerica/>

Osman, M. (23 agost 2023): *Estadísticas y Datos de YouTube (El segundo sitio más visitado)*. Recuperat de: <https://kinsta.com/es/blog/estadisticas-youtube/>

Padilla Castillo, G., i Requeijo Rey, P. (2010): *La sitcom o comedia de situación: orígenes, evolución i nuevas prácticas*. Recuperat de Universidad Complutense de Madrid: file:///C:/Users/usuario/Downloads/PadillaCastilloGraciela_LaSitcomOComediaDeSituaci_20240122183435.pdf

Resolución de 22 de marzo de 2024, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el III Convenio colectivo de ámbito estatal de la industria de producción audiovisual (técnicos). *Boletín Oficial del Estado*, núm. 85, de 6 de abril de 2024, páginas 38940 a 39010 (71 págs.): [https://www.boe.es/eli/es/res/2024/03/22/\(4\)](https://www.boe.es/eli/es/res/2024/03/22/(4))

Resolución de 28 de marzo de 2023, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el incremento y la tabla salarial para el año 2023, y la modificación del Anexo I del III Convenio colectivo estatal regulador de las relaciones laborales entre los productores de obras audiovisuales y los actores que prestan servicios en las mismas. *Boletín Oficial del Estado*, núm. 83, de 7 de abril de 2023, páginas 51050 a 51053 (4 págs.): [https://www.boe.es/eli/es/res/2023/03/28/\(2\)](https://www.boe.es/eli/es/res/2023/03/28/(2))

Sánchez Peña, M. (2020): *El humor y la sátira: Periodismo satírico en Internet, una visión hacia Ecuador*. Revista Publicando. Recuperat de <file:///C:/Users/usuario/Downloads/Dialnet-ElHumorYLaSatira-7510873.pdf>

7. ANNEXOS

7.1. ESCALETA TÈCNICA TEASER PRIMER BORRADOR

1. EXTERIOR. JARDINS/CAMP UAB. DIA.

En PABLO (22) i en NICO (22) escapen corrents de dos homes vestits de negre i amb pals a les mans. En veu en off escoltem una conversa entre els dos nois parlant sobre la crisi del paper en blanc d'un els protagonistes.

2. EXTERIOR. BANC UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

Els dos protagonistes conversen sobre la crisi creativa a l'hora de trobar bones idees pel Treball de Fi de Grau. De sobte en Pablo marxa corrents alertat per alguna cosa que està fora de camp, el seu amic Nico el segueix i apareixen dos homes vestits de negre amb pals a les mans que intenten empaitar-los.

7.2. GUIÓ LITERARI TEASER PRIMER BORRADOR

1. EXTERIOR. JARDINS/CAMP. DIA

En càmera lenta un noi jove de 22 anys, PABLO, corre de manera frontal a la càmera amb una bossa de pipes a la mà que va vessant. Al seu darrere corre un altre noi jove de 22 anys, el seu amic NICO, amb el telèfon a la mà. Tots dos estan espantats i corren frenèticament escapant d'alguna cosa que està fora de camp. Al fons un banc buit.

En veu en off escoltem als dos protagonistes mantenint una conversa que no té res a veure amb l'acció que veu l'espectador:

NICO (V.O.)

Però que m'estàs dient que has pagat a algú?

PABLO (V.O.)

No em jutgis, estava en blanc i el temps se'm menja.

Darrere d'en Nico, apareix un home vestit de negre de cap a peus i amb un pal a la mà, perseguint-los.

NICO (V.O.)

I no vas pensar en demanar-me ajuda?

PABLO (V.O.)

No, no volia molestar.

És fa el silenci, de darrere de l'home de negre apareix un altre amb una clau anglesa.

PABLO (V.O.)

Escolta.

NICO (V.O.)

Què?

PABLO (V.O.)

Ara de veritat, tu d'on treus les idees?

NICO (V.O.)

No ho sé. De l'experiència?

PABLO (V.O.)

Veus, a mi mai em passa res.

NICO (V.O.)

No et truquen últimament els genis des de l'univers?

En Pablo trenca una pipa amb les dents.

NICO (V.O.)

Més val que no et passi res. Saps que pots tenir problemes
amb això de pagar pel treball, no?

2. EXTERIOR. BANC ALS JARDINS. DIA

Tots dos personatges estan asseguts a un banc, en PABLO menja
pipes i en NICO, distret, no aixeca la vista del seu mòbil.
En Pablo no reacciona de primeres, espetega les dents i rumia
una estona.

PABLO

No crec que em diguin res a la uni, no es donaran compte.

La veritat és que m'ha quedat un deute gros amb la
tonteria... Però és que el cap no em funciona, que no em
dona vaja.

En Pablo s'assenyala el cap mentre diu la última frase. El
personatge agafa una pipa de la bossa i se la posa a la boca,
el seu amic sembla que no pren atenció i en Pablo s'adona:

PABLO

Tot el puto dia amb el...

En Pablo mirant cap a la dreta del seu amic, se sorprèn, s'aixeca ràpidament i marxa corrents. En Nico, mira com el seu amic surt del pla, mira cap a la seva dreta i ràpidament el segueix. De la dreta del banc apareixen corrents dos homes vestits de negre, un amb un pal i un altre amb una clau anglesa.

HOME 1

¡Venid aquí hijos de puta!

HOME 2

¡Que os vais a cagar!

FI

7.3. GUIÓ TÈCNIC TEASER PRIMER BORRADOR

ESCE NA	PLA	ENQUA DRA MENT	ANGUL ACIÓ	ACCIÓ	DIÀLEG	SO
1	1	Pla general	Frontal	En càmera lenta un noi jove de 22 anys, PABLO, corre de manera frontal a la càmera amb una bossa de pipes a la mà que va vessant. Al seu darrere corre un altre noi jove de 22 anys, el seu amic NICO, amb el telèfon a la mà. Tots dos estan espantats i corren frenèticament escapant d'alguna cosa que està fora de camp. Al		The Lamb, John Tavener Senza un perché - Nada

				fons un banc buit. En veu en off escoltem als dos protagonistes mantenint una conversa que no té res a veure amb l'acció que veu l'espectador : Darrere d'en Nico, apareix un home vestit de negre de cap a peus i amb un pal a la mà, perseguint-los. És fa el silenci, de darrere de l'home de negre apareix un	NICO (V.O.) Però que m'estàs dient que has pagat a algú? PABLO (V.O.) No em jutgis, estava en blanc i el temps se'm menja. NICO (V.O.) I no vas pensar en demanar-me ajuda? PABLO (V.O.) No, no volia molestar.	
--	--	--	--	---	---	--

				altre amb una clau anglesa.	PABLO (V.O.) Escolta. NICO (V.O.) Què? PABLO (V.O.) Tu d'on treus les idees? NICO (V.O.) No ho sé. De l'experièn cia? PABLO (V.O.) Veus, a mi mai em passa res. NICO (V.O.) Més val que no et passi res. Saps que pots tenir problemes	
--	--	--	--	-----------------------------------	---	--

					amb això de pagar pel treball, no?	
2	1	Pla general	Frontal	Tots dos personatges estan asseguts a un banc, en PABLO menja pipes i en NICO, distret, no aixeca la vista del seu mòbil. En Pablo no reacciona de primeres, espetega les dents i rumia una estona.	PABLO No crec que me diguin res a la uni, la veritat és que m'ha quedat un deute gros amb la tonteria.. . Però és que el cap	

				En Pablo s'assenyala el cap mentre diu la última frase. El personatge agafa una pipa de la bossa i se la posa a la boca, el seu amic sembla que no pren atenció i en Pablo s'adona: En Pablo mirant cap a la dreta del seu amic, se sorprèn, s'aixeca ràpidament i marxa corrents. En Nico, mira com el seu amic surt del pla,	no em funciona, que no em dona vaja. PABLO Tot el puto dia amb el...	
--	--	--	--	--	--	--

				mira cap a la seva dreta i ràpidament el segueix. De la dreta del banc apareixen corrents dos homes vestits de negre, un amb un pal i un altre amb una clau anglesa.		
--	--	--	--	--	--	--

Taula 12: Guió tècnic del teaser (V1) (Elaboració pròpia)

7.4. ESCALETA TÈCNICA TEASER SEGON BORRADOR

1. EXTERIOR. CAMP DE BLAT. DIA.

Una persona camina per un camp de blat amb la mà estesa tocant l'espígol, es dirigeix a l'horitzó.

Dos persones corren pels camps de blat, perseguint-se.

2. EXTERIOR. POBLE RURAL. DIA.

Un noi està recolzat a la cantonada d'una casa de poble, té una motxilla als peus. S'apropa un altre noi amb una motxilla a l'esquena i es saluden. El noi que tenia la motxilla al terra l'agafa i se'n van caminant

3. EXTERIOR. MUNTANYA. DIA.

Els dos nois amb la motxilla a l'esquena miren l'horitzó i el paisatge de camps que tenen davant.

4. EXTERIOR. BANC UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

En NICO (22) dona cops a la cara d'en PABLO (22), que està amb els ulls tancats, endormiscat i murmurant unes paraules inintel·ligibles. En Pablo es desperta. Esta assegut al banc, mentre que en Nico està amb els peus al banc i el cul a la taula. Després d'una petita conversa, el Pablo marxa corrents.

7.5. GUIÇO LITERARI TEASER SEGON BORRADOR

1. EXTERIOR. CAMP DE BLAT. DIA.

Una persona camina per un camp de blat amb la mà estesa tocant l'espígol, es dirigeix a l'horitzó.

V.O. (*Murmurant*)

Son un poco raros, no les gusta la gente ¿Sabes? Y si te acercas mucho te encantan, te conviertes en uno de ellos y ya no te puedes escapar.

Dos persones corren pels camps de blat, perseguint-se.

2. EXTERIOR. POBLE RURAL. DIA.

Un noi està recolzat a la cantonada d'una casa de poble, té una motxilla als peus. S'apropa un altre noi amb una motxilla a l'esquena i es saluden. El noi que tenia la motxilla al terra l'agafa i se'n van caminant

V.O. (*Murmurant*)

Vinc en son de pau. No us faré mal. Només vull ajudar-os.

3. EXTERIOR. MUNTANYA. DIA.

Els dos nois amb la motxilla a l'esquena miren l'horitzó i el paisatge de camps que tenen davant.

V.O. (*Murmurant*)

Oso ondo, osos ondo, oso ondo...

4. EXTERIOR. BANC UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. DIA.

En NICO (22) dona cops a la cara d'en PABLO (22), que està amb els ulls tancats, endormiscat i murmurant En Pablo es desperta. Esta assegut al banc, mentre que en Nico està amb els peus al banc i el cul a la taula.

PABLO

Què passa? Què fas?

El protagonista es posa la mà a la cara, allà on en Nico li feia cops.

NICO

T'has dormit.

PABLO

És que no puc més de veritat. No se m'acut res...

NICO

Has de descansar bé. Assegut a un banc no faràs res. Mentre diu la última frase, en Nico mira a càmera i fa el gest de "capissi" amb la mà que no sosté el telèfon mòbil. En Pablo es posa les mans al cap i s'incorpora una mica cap endavant.

PABLO

Tant de bo fos tant fàcil, si els meus pares fossin rics ja estaria gravant qualsevol pel·lícula nostàlgica i vivint a un pis de l'Eixample esquerra. Jo l'únic que vull és una bona idea, que serveixi i poder presentar el TFG d'una vegada.

Després d'un petit silenci en Pablo aixeca les mans de la cara ràpidament i, molt sorprès, se'n va corrents remugant entre dents amb la motxilla oberta.

PABLO

Sí, sí, sí!

En Nico es queda al seu lloc sense moure's mentre veu com el seu amic marxa.

NICO

I jo només vull un milió d'euros...

FI

7.6. GUIÓ TÈCNIC TEASER SEGON BORRADOR

ESCENA	PLA	ENQUADRAMENT	ANGULACIÓ	ACCIÓ	GUIÓ	SO
1	1	Pla General	Frontal	Una persona camina per un camp de blat amb la mà estesa tocant l'espígol, es dirigeix a l'horitzó.	V.O. (Murmurant) Son un poc rars, no les gusta la gent ¿Sabes? Y si te acercas mucho te encantan, te conviertes en uno de ellos y ya no te puedes escapar.	Agape - Nicholas Brite
1	2	Pla General	Dorsal	Dos persones corren pels camps		Agape - Nicholas Brite

				de blat, perseguint -se.		
2	1	Pla General	Frontal	Un noi està recolza t a la cantona da d'una casa de poble, té una motxill a als peus. S'aprop a un altre noi amb una motxill a a l'esque na i es saluden . El noi que tenia la motxill a al terra l'agafa i se'n	V.O. <i>(Murmur ant)</i> Vinc en son de pau. No us faré mal. Només vull ajudar- os.	Agape - Nicho las Brite ll

				van caminan t		
3	1	Pla General	Esquena	Els dos nois amb la motxill a a l'esque na miren l'horit zó i el paisatg e de camps que tenen davant.	V.O. (Murmur ant) Oso ondo, osos ondo, oso ondo...	Agape - Nicho las Brite ll Efect e so cops
4	1	Pla General	Frontal	En NICO (22) dona cops a la cara d'en PABLO (22), que està amb els ulls tancats , endormi		Ef ec te so co ps (N IC Od ie gè ti c)

				scat i murmura nt En Pablo es despert a. Esta assegut al banc, mentre que en Nico està amb els peus al banc i el cul a la taula. El protago nista es posa la mà a la cara, allà on en Nico li feia cops.	PABL O Què pass a? Què fas? NICO T'ha s dorm it PABL O	
--	--	--	--	--	---	--

				Mentre diu la última frase, en Nico mira a càmera i fa el gest de <i>"capiss i"</i> amb la mà que no sosté el telèfon mòbil.	És que no puc més de veri tat. No se m'ac ut res. .. NICO Has de desc ansa r bé. Asse gut a un banc no farà s res. PABL O	
				En Pablo es posa les mans al cap i s'incor pora una mica cap endavan t.		

					Tant de bo fos tant fàci l, si els meus pare s foss in rics ja esta ria grav ant qual sevo l pel· lícu la nost àlgi ca i vivi nt a un pis de	
--	--	--	--	--	--	--

				Després d'un petit silenci en Pablo aixeca les mans de la cara ràpidam ent i, molt sorprès , se'n va corrent s remugan t entre dents amb la motxill a oberta. En Nico es queda al seu lloc	l'Ei xamp le esqu erra . Jo l'ún ic que vull és una bona idea , que serv eixi i pode r pres enta r el TFG d'un a vega da.	
--	--	--	--	--	--	--

				sense moure's mentre veu com el seu amic marxa.	PABL O Sí, sí, sí! NICO I jo nomé s vull un mili ó d'eu ros	
--	--	--	--	--	---	--

Taula 13: Guió tècnic del teaser (V2) (Elaboració pròpia)