



FACULTAT D'EMPRESA
I COMUNICACIÓ

Treball de Fi de Grau

Proposta de creació i realització d'una
websèrie: MEJOR UNIDOS

Bernat Vallès Olivet, Alexandre Camprubi Uriel,
Fernando Dominguez Vigara

Modalitat: *acadèmic*

Grau en Comunicació Audiovisual

Tutor/a: Maria Forga Martel

Vic, maig de 2018

AGRAÏMENTS

A la Nati, el Xavier i l'Enric que han demostrat molta professionalitat i compromís amb el projecte, sense ells i la seva interpretació no hauríem pogut crear aquest univers. També una forta abraçada al nostre compositor, Arthur Salas, que ha guiat a través de la seva música a aquests personatges sense rumb. I finalment a la Maria Forga, la nostre tutora de final de grau, per la seva exigència, el suport i la orientació. Ha demostrat ser una gran professional.

ÍNDEX

1. PROJECTE D'UNA WEBSÈRIE	1
1.1 INTRODUCCIÓ.....	1
1.1.1 Presentació i justificació.....	1
1.1.2 Equip.....	3
1.2 MARC TEÒRIC I CONTEXTUAL DE REFERÈNCIA.....	4
1.2.1 Marc teòric	4
1.2.1.1 L'audiovisual en l'era digital.....	4
1.2.1.2 La websèrie.....	6
1.2.1.3 El <i>teaser</i> o tràiler.....	9
1.2.1.4 Tracte de la política en el producte audiovisual.....	14
1.2.2 Marc contextual de referència.....	15
1.2.2.1 Referents temàtics i conceptuals.....	16
1.2.2.2 Referents estètics.....	19
1.2.2.3 Referents del <i>teaser</i>	20
2. WEBSÈRIE: BÍBLIA	21
2.1 GUIÓ.....	22
2.1.1 Presentació de la sèrie.....	22
2.1.2 Univers	23
2.1.3 Presentació personatges.....	29
2.1.4 Sinòpsis capítol pilot.....	37
2.1.5 Argument capítol pilot.....	37
2.1.6 Guió literari capítol pilot.....	38
2.1.7 Argument capítols primera temporada.....	62
2.2 DIRECCIÓ ARTÍSTICA.....	64
2.2.1 Localitzacions.....	64
2.2.2 Fotografia.....	65
2.2.3 Il·luminació	66
2.2.4 Atrezzo.....	67
2.2.5 So.....	67

2.3 DISSENY DE PRODUCCIÓ.....	69
2.3.1 Equip tècnic.....	69
2.3.2 Pressupost.....	70
2.3.3 Pla de treball.....	82
3. TEASER.....	86
3.1 PREPRODUCCIÓ.....	86
3.1.1 Guió literari.....	86
3.1.2 Guió tècnic.....	93
3.1.3 Localitzacions.....	96
3.1.4 Pla de treball.....	100
3.1.5 Pla de rodatge.....	102
3.2. POST-PRODUCCIÓ.....	108
3.2.1 Muntatge del teaser.....	108
3.2.2 VFX	108
3.2.3 So i banda sonora.....	109
3.2.4 Crèdits i disseny/maquetació.....	110
3.3. MEMÒRIES DE REALITZACIÓ DEL PROJECTE.....	110
3.3.1. Àlex Camprubi Uriel.....	110
3.3.2. Fernando Domínguez Vígara.....	112
3.3.3 Bernat Vallès Olivet.....	113
4. BIBLIOGRAFIA I MATERIAL	
WEB.....	115

1. PROJECTE D'UNA WEBSÈRIE

1.1 INTRODUCCIÓ

1.1.1 Presentació i justificació

Durant els últims quatre anys acadèmics hem dut a terme matèries relacionades amb la comunicació empresarial, la comunicació periodística professional i amb la producció i realització audiovisual. La àmplia oferta de continguts del programa acadèmic ens ha portat a plantejar una idea que posi en pràctica tots aquells conceptes assolits de forma teòrica en termes de preproducció, realització i postproducció audiovisuals, que per nosaltres és una prioritat i s'ajusta més als nostres objectius professionals i personals. El treball de final de grau és una gran oportunitat per resoldre aquesta necessitat de dur a terme un projecte audiovisual que s'adapti als nostres gustos i inquietuds.

La voluntat de crear un producte original i creatiu ens empeny a la ficció cinematogràfica, un format en el qual podem expressar lliurement una idea. La ficció ens dóna la possibilitat de treballar en diferents formats com el llargmetratge, el curtmetratge, els clips, la docu-ficció o les sèries. Aquesta última és la que ens crida més l'atenció degut a l'augment del consum i la producció d'aquest tipus de format durant els últims anys. Sent conscients de les dificultats de produir una sèrie per televisió, ens volem adaptar al format websèrie, que s'ajusta a les nostres possibilitats tècniques, de difusió i comercials. Entenem que l'argument que es planteja en la websèrie és un tema d'interès actual cosa que ens fa creure en l'opció de vendre la idea i el projecte.

Com a ciutadans catalans i espanyols, durant els últims anys estem vivint una situació política i social nova i trascendental en la qual una part important de la societat catalana vol trencar amb les institucions de l'Estat Espanyol i esdevenir un nou Estat independent. Aquest escenari genera un conflicte i una divisió entre catalans i també entre Catalunya i la resta de l'Estat i ens presenta un univers de conflicte que inspira fàcilment un producte audiovisual degut al gran marge d'interpretacions que se'n poden extreure.

Vivim amb la impressió d'estar sotmesos a la constant càrrega d'informació envers al conflicte esmentat per part de mitjans i de les xarxes de comunicació moderna, i això ens crea un estat de tensió i de saturació personal. És per això que el que volem buscar a partir

del nostre producte és relaxar aquesta tensió provocada pel contrast d'opinions i d'ideologies de forma que la websèrie no es posicioni en favor de cap idea política sinó que en faci burla de totes elles i, d'aquesta manera, desencalli aquesta angoixa que provoca la situació actual. La millor manera de dissipar aquest estat és generar un producte en clau d'humor. Una websèrie d'humor ens obre la possibilitat de tractar aquest univers des de la més humil sàtira i crítica i es vol fer sense partir de cap posició política per tal de carregar en favor i en contra de qualsevol d'elles en qualsevol moment. Dit d'una altra manera: pretenem no casar-nos amb ningú.

Es coneixen pocs productes audiovisuals que parlin sobre el conflicte independentista de forma humorística i els que ho fan es basen en els successos diaris i els fets polítics rellevants, és a dir, no plantegen ficcionar escenaris futurs a mig i llarg termini. És també per aquest motiu que sorgeix la idea de partir d'un univers totalment fictici futurista, conseqüència de la situació política actual. Es vol presentar una eventual Catalunya independent. Es vol presentar de forma catastròfica, doncs quan des de Catalunya es fa referència a un possible Estat independent sempre s'intenta plasmar com a quelcom idíl·lic i fal·laç. Nosaltres volem donar-li la volta a aquesta imatge d'una Catalunya ideal o somiada per convertir-la en un fracàs polític i social, en un país en decadència i contrarrestar-la amb una Espanya fictícia més propera als països de l'Europa septentrional. Som davant un panorama d'incertesa i l'aprofitem per especular amb la nostra sèrie, afegint humor i ironia. El risc al que ens exposem és que les coses esdevinguin tan diferents a com les podem preveure que la sèrie quedi massa allunyada del seu referent. Per salvar-ho, ens valem de l'exageració i tenim sempre en compte que no prenen opcions versemblants, sinó absolutament boges i transgressores. D'aquesta manera evitem posicionar-nos cap a una o altra teoria ideològica respecte al conflicte.

El projecte que es du a terme és, doncs, la presentació d'un producte audiovisual en format websèrie que trenqui amb els estereotips tan a nivell de guió i context com a nivell estètic. Es presenta la proposta de producció de la websèrie de situació, o sitcom, a través de la guionització del capítol pilot i la sinopsi dels cinc capítols que formen part de la primera temporada sencera. A més es realitza un *teaser* amb la idea de poder vendre el projecte i la idea.

1.1.2 Equip



Àlex Camprubi Uriel, 23

Estudiant de Comunicació Audiovisual, (Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya)

Tasques en el projecte:

- Responsable de muntatge i postproducció.
- Guionista
- Actor
- Tècnic de so
- Ajudant de direcció
- Disseny i grafisme



Bernat Vallès Olivet, 27

Tècnic superior de realització de projectes d'audiovisuals i espectacles, (ITES Barcelona Imatge i So)

Estudiant de Comunicació Audiovisual, (Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya)

- Director
- Guionista, i responsable de guió
- Responsable de realització
- Actor

Fernando Domínguez Vigara, 26

Estudiant de Comunicació Audiovisual, (Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya)

Tècnic superior de producció de projectes d'audiovisuals i espectacles, (Sant Ignasi Sarrià)

Tasques en el projecte:

- Responsable de preproducció
- Director artístic
- Guionista
- Càmera
- Actor
- Ajudant de direcció



1.2 MARC TEÒRIC I CONTEXTUAL DE REFERÈNCIA

1.2.1 Marc teòric

El producte audiovisual que es presenta en aquest TFG neix de la següent investigació: d'una banda es vol investigar i experimentar sobre un format audiovisual d'aparició recent, la websèrie, que respon a la necessitat d'adaptació del producte audiovisual a la forma digital i al consum actual. És important conèixer què és, com neix, per què, en què es diferencia de la resta de formats i quina relació s'estableix entre producte i consumidor a través d'aquest nou format.

En quant a contingut, el projecte audiovisual que es du a terme vol fer una crítica i un anàlisi en clau d'humor de la situació política actual que es viu a Catalunya i a l'Estat espanyol en el context de la voluntat independentista d'una part de la societat catalana. Per això és necessari l'estudi del vincle entre política i producte audiovisual. Es vol fer un anàlisi del tracte que rep la política en el sector audiovisual, en cinema i televisió, de com el producte audiovisual inclou o parla de política i de com aquesta idea influeix en el públic. Cal, però, diferenciar-ho de la propaganda política del cinema. El que es vol investigar és com s'introdueix la política, en casos reals o ficticis en el producte audiovisual i no com el cinema actua de forma propagandística.

Per últim cal investigar i conèixer la tècnica del teaser/tràiler per tal de poder realitzar un producte que compleixi amb les necessitats, característiques i funcions d'aquest format de presentació.

1.2.1.1 L'audiovisual en l'era digital

Per estudiar aquest nou format audiovisual és necessari analitzar la situació en què es troba a nivell global la producció audiovisual. La globalització i l'aparició i ús d'Internet com a eina comunicativa ha generat un procés de canvi generacional en relació als mitjans de comunicació tradicionals:

Gracias a la convergencia y mediante la base transversal de Internet, se unen en un solo sistema la televisión, la informática y las telecomunicaciones. Con esta triple unión los contenidos aumentan, se convierten en multimediáticos y se diseminan amigablemente por las diferentes pantallas de forma rápida. Entre los ámbitos ejemplares de la convergencia

destaca la producció de ficció audiovisual, que valíendose de las capacidades de la Web 2.0, explican las claves innovadoras en este tipo de traspaso de mensajes. Una de las más importantes consiste en el carácter colaborativo que se impone durante el proceso integral de creación y desarrollo de los proyectos, que dista enormemente del modelo infranqueable y unidireccional de la televisión unidireccional.

(Morales & Hernández, 2012)

La generació 2.0 o l'era digital ha obligat a una ràpida i necessària adaptació dels formats i productes audiovisuals a les noves formes de consum, que passen per la immediatesa, la interacció i la difusió massiva.

Con el surgimiento del llamado movimiento Web 2.0, se ha evidenciado la capacidad de Internet para movilizar colectivos. De un lado porque las nuevas aplicaciones permiten al usuario convertirse en creador y consumidor de contenidos según sus propias y particulares necesidades, pero, por otro lado, porque le permite integrar e integrarse en comunidades que comparten gustos, necesidades, sueños, sentimientos y experiencias, de una forma que ya no depende de fronteras espaciales o temporales, generando el ambiente adecuado para una producción y consumo de conocimiento socialmente distribuido [...] Esta nueva filosofía de colectividad está permitiendo que internet evolucione como medio de comunicación y a pesar de las limitaciones actualmente existentes en cuanto al ancho de banda se refiere, estamos asistiendo a un progresivo y cada vez más importante proceso de creación y difusión de contenidos audiovisuales en la red. La presencia creciente de este tipo de contenidos exige hacer una reflexión en torno a los formatos y géneros audiovisuales que con mayor frecuencia encontramos en el medio y sobre todo a las nuevas formas de expresión narrativa digital que permiten la creación colectiva.

(Lloret Romero & Canet Centellas, 2008)

El públic consumidor es converteix doncs, en protagonista i propagandista del mateix producte per la necessitat i facilitat d'interacció amb la creació audiovisual, en un nou univers col·laboratiu en constant creixement i evolució. Degut a aquesta nova tendència o forma de consum, estem davant d'una adaptació del contingut audiovisual als nous formats i a les noves plataformes que passa, no només per un canvi d'estructura i de forma, sinó

també per una transformació a nivell de llenguatge, ritme i contingut.

El principal problema con el que se encuentra la industria que produce y distribuye contenidos audiovisuales pensados para el cine o la televisión es la imposibilidad de trasvasar estos contenidos a la red. Las dificultades derivadas del enorme tamaño de los archivos de vídeo y la escasa velocidad de transmisión de los mismos, hacen necesarias nuevas estrategias con las que optimizar al máximo el proceso de difusión de estos contenidos.

(Lloret Romero & Canet Centellas, 2008)

La dificultat de traspasar els formats tradicionals com el cinema, les sèries televisives, telenovel·les o programes d'entreteniment a aquestes noves plataformes interactives en la xarxa, obliga als productors i creadors audiovisuals a generar nous formats, adaptats a les necessitats del mercat perquè puguin acollir creacions pensades ja per al nou consumidor.

[...] el sector productivo audiovisual se esfuerza por adecuar sus contenidos al medio interactivo, desplegando una amplia gama de productos que incluyen desde largometrajes hasta cortometrajes en vídeo y todos aquellos formatos derivados como consecuencia de las exigencias tecnológicas del medio como el microrelato y la ciberserie hasta géneros que se han integrado adecuadamente como los videoclips y los trailers, pasando por el cómic y la radionovela digital.

(Lloret Romero & Canet Centellas, 2008)

1.2.1.2.La websèrie

“Se entienden como webseries todos aquellos seriales de ficción audiovisual creados para ser emitidos por internet. Con una unidad argumental, una continuidad (al menos temática) y más de tres capítulos.” (Hernández, P 2011). En un article per a la Universitat Autònoma de Barcelona; *La webserie: convergencias y divergencias de un formato emergente de la narrativa en Red* (2011), Fernando Morales i Paula Hernández, classifiquen les websèries segons el seu nivell d'interacció:

1. Las Tradicionales: Son aquellas que han heredado el formato de la ficción televisiva elementos argumentales, temáticos, personajes, escenarios y temas ya explotados plasmados con tratamiento audiovisual sencillo.
2. Los Videoblogs: Producciones que utilizan una tecnología austera, una única cámara estática, en la que el protagonista se dirige a ella continuamente para narrar la historia. Suelen ser trabajos realizados por un equipo muy reducido, incluso por una sola persona.
3. Webseries Interactivas: Caracterizadas por el uso de la tecnología digital para la participación del usuario en la configuración de la trama. Sin embargo, son escasas aún las Webseries que apuestan por utilizar este recurso, exclusivo de Internet.

(Morales & Hernández, 2012)

Format que podríem afirmar que proporciona una major possibilitat creativa que qualsevol format televisiu o tradicional. La websèrie neix de la voluntat de crear contingut cinematogràfic adaptat a aquest nou mètode de consum per Internet i transforma la producció audiovisual tradicional no tant per contingut sinó per forma. Però comencen a aparèixer com a produccions independents, amb baixos pressupostos i mancades de recursos tècnics.

[...] la gran mayoría de series web son creadas por productoras independientes (en 2011, de 70 webseries activas, 61 son de productoras independientes) que aún no encuentran la forma de financiarse en la red. El bajo presupuesto del que disponen la mayor parte de ellas condiciona los recursos técnicos con los que trabajan: aparecen pocos decorados, las localizaciones suelen ser internas y hay un uso masivo de planos cortos. El equipo es habitualmente reducido y en muchas de ellas los actores son los mismos guionistas y directores.

(Hernández, 2011)

El nou format però de seguida passa a formar part de la primera plana del rànquing de consum audiovisual. En part, gràcies als nous mètodes i hàbits de consum dels quals s'ha parlat anteriorment, però també per l'àmplia possibilitat i flexibilitat que atorga la web com a tela en blanc per a creadors/es i productors/es.

El desarrollo de las comunicaciones en Red viene forjando así un proceso de democratización y especialización de las vitrinas de exhibición de mensajes audiovisuales.

La rigidez de la producción televisiva va desapareciendo, en pro de nuevos modelos para el acceso y formas de ficción más dinámicas para establecer relaciones con las audiencias: elección de actores y personajes, líneas narrativas, resolución de conflictos (sin considerar otros aspectos como la liberación temática o la permisividad del lenguaje). Se trata de un fenómeno nuevo de comunicación audiovisual que se incrementa en buena medida por la negativa actitud ante nuevos proyectos por parte de las cadenas dominantes del mercado, dando paso a nuevos relatos que reproducen conflictos juveniles que cuestionan el sistema social actual.

(Morales & Hernández, 2012)

L'augment exponencial del consum d'aquest tipus de contingut ha fet que passi de ser un producte independent a formar part de la creació de grans productores i a transformar el paradigma audiovisual, el seu consum i per tan el mercat.

Pero resulta que este formato ahora es producido por las grandes productoras de cine. La abundancia de las series web que se están realizando, unida a la creciente calidad de muchas de ellas, y al vasto seguimiento de la audiencia y consecuente repercusión social de las mismas, hacen de este ámbito casi inexplorado un interesante objeto de estudio. La importancia se deja notar en la inclusión de las mismas en numerosos festivales ya consolidados, así como la creación de nuevos certámenes dedicados a ellas de manera exclusiva.

(De las Muñecas, 2016)

De la ràpida evolució i de l'increment de productes audiovisuals que respecten aquest format en parla Paula Hernández (2011):

La producción de ficción audiovisual para Internet en España desde 2004 a febrero de 2011 se ha ido incrementando con una media de 10 webseries estrenadas por año. Convirtiendo la Red en una plataforma perfecta de proyección de contenidos propios de ficción.

(Hernández, 2011)

És complicat apostar per quina va ser la primera websèrie, doncs es tracta d'un format que manté una línia ben fina amb altres apostes web com el blog o videoblog. The Spot o

thespot.com, creada per Scott Zakarin l'any 1995, la primera història dividida en episodis en línia i al mateix temps la primera pàgina web en incloure vídeos i fotografies que fan que es passi a parlar de l'espai web com a blog o, per què no?, websèrie.

Si indaguem en l'univers de la websèrie i parlem de la seva història, destaquem però l'aparició de les *websèries* a l'Estat espanyol. Segons l'autora Beatriz Gallego Delgado, la trobem l'any 2004 amb el naixement de *Cálico Electrónico*. La websèrie es crea a Barcelona de la mà de *Nikodemo Animation*, per encàrrec de l'empresa *Electrónica Web*.

1.2.1.3.El *teaser* o tràiler

Sense deixar de parlar de formats i produccions audiovisuals hem d'analitzar i parlar del *teaser* i del tràiler cinematogràfic, doncs el projecte planteja la realització d'un *teaser* tràiler per a presentar de forma visual la websèrie proposada. Dit d'una altra manera, per vendre la idea a possibles productores interessades en subvencionar el projecte. Precisament, el Tràiler no és més que una eina publicitària del contingut cinematogràfic i actualment de la resta de produccions audiovisuals que puguin existir, en aquest cas també de les websèries.

Andrew J. Kuehn, posiblement la persona más influyente en la historia del trailer cinematográfico, define un trailer como una herramienta de marketing que posiciona un producto –en este caso, una película– en el mercado –en este caso, el cinematográfico.

(Jon Dornateche, 2007)

Tot i la importància d'aquest recurs publicitari, "Hoy en día los trailers desempeñan un papel crucial para el funcionamiento de la industria cinematográfica" (Dornateche, 2007), hi ha pocs autors que analitzin i escriguin sobre aquest format o petita pel·lícula, tal com diu el mateix Dornateche. Per aquest motiu ens centrem amb l'estudi del mateix autor per intentar resoldre qüestions i dubtes respecte al tràiler. Segons Dornateche són necessàries tres característiques que han de complir els tràilers per a ser concebuts com a objectes unificats de naturalesa homogènia i constant.

Si observamos el fenómeno de los trailers desde una perspectiva global, tres características comunes surgen a primera vista. La primera se refiere a su razón de ser, es decir, al porqué de su existencia. La segunda, al objeto para el cual existen: a la naturaleza del objeto al que

hacen referencia. La tercera tiene que ver con su propia naturaleza narrativo-audiovisual. Las dos primeras características conforman el sentido pragmático y funcional de los trailers mientras que la última ofrece –desde un nivel estético– los elementos visuales y auditivos que funcionarán como código para su interpretación.

(Jon Dornateche, 2007)

La primera característica fa referència a la pròpia raó de ser: “Los trailers existen por una razón muy concreta y es la de movilizar a un posible consumidor para que vea una determinada película. Su fin último es el de generar o fomentar una necesidad de consumo que derive en la acción de subsanarla” (Dornateche, 2007). La segona té a veure amb l'objecte per al qual existeix el tràiler. Tal i com diu l'autor, el tràiler és un discurs audiovisual utilitzat per vendre històries narrades per altres discursos audiovisuals i per als quals existeix. Són espectacles per altres espectacles. La tercera d'aquestes característiques té a veure amb la seva pròpia naturalesa narrativa i audiovisual.

Así llegamos a la tercera característica de los trailers cinematográficos y es que adoptan la forma audiovisual del producto que promocionan como código expresivo y además éste se estructura en torno a una narración. Esta última característica está relacionada con la naturaleza discursiva de los trailers. Al igual que muchos spots publicitarios, los trailers giran en torno a una narración. Pero mientras los spots publicitarios generan narraciones autónomas en las cuales el producto no es sino fuente de inspiración artística, en los trailers sucede que la fuente de inspiración es otro programa narrativo estructurado a priori. Y en función de esa narración principal –la de la película–, el trailer se articulará siguiendo unos determinados patrones, como la inclusión de partes fundamentales de la historia y la omisión de otras o como la elección de determinadas estrategias retóricas. De esta manera se configura un proceso sintético–retórico particular que da forma a la narración secundaria.

(Jon Dornateche, 2007)

Si aprofundim en la naturalesa narrativa i audiovisual del tràiler observem que no existeix un model estètic únic que caracteritzi aquest format audiovisual:

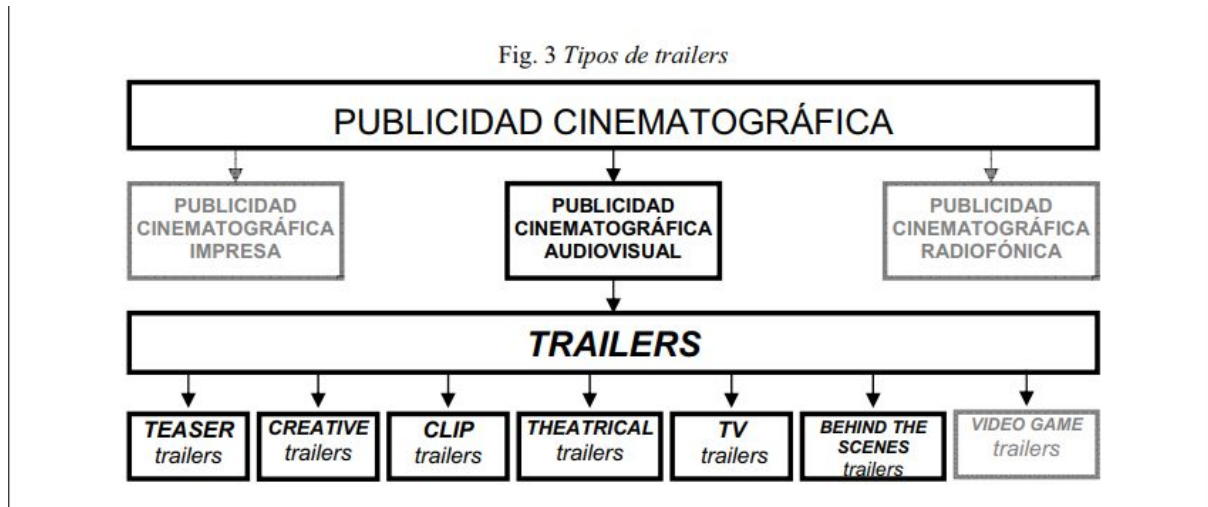
No existe un modelo único de estética del tráiler, sino que ésta depende del género del film que anuncia y de los objetivos comunicativos que persiga. Además, el tráiler se ve

influenciado por el lenguaje de la televisión y del videoclip. Esto hace que el tráiler se estructure desde un punto de vista publicitario, alejándose cada vez de criterios cinematográficos. Hay una gran presión sobre los productores de los trailers que conduce a la estandarización de los trailers: escenas que despiertan la atención de un amplio público entrecortadas por diálogos llamativos, aparición de los protagonistas, una música agitada, narración en off apuntando la trama de la película e información adicional que ayuda a vender la película. A pesar de esto, el tráiler no es simplemente una selección de las escenas más destacadas de la película, sino que presenta un discurso articulado y una estructura adecuada destinados a cumplir su función comunicativa.

(Gil, 2010)

Ambdós autors coincideixen en afirmar que el tràiler cinematogràfic construeix una narrativa, en moltes ocasions complexa, pròpia que esdevé de la ficció del propi producte que vol vendre. L'autora Eva Gil (2010) fa un anàlisi d'aquests elements estètics que doten de cos al tràiler. En destaca el muntatge, que sol ser dinàmic, presenta una velocitat accelerada i compostat per escenes curtes i juxtaposades que no solen seguir l'ordre cronològic del film; la banda sonora, on la música pren protagonisme per sobre del so i els diàlegs ja que actua com a fil conductor entre aquestes escenes juxtaposades; els personatges, que són presentats directa o indirectament en el tràiler; i l'estructura: " el modo en que la información de la película promocionada se presenta ante el espectador".

És en aquest punt on recuperem l'estudi de Jon Dornaletche. Considerem a l'autor el primer en crear un model de distinció dels tipus de tràiler, doncs previament al seu estudi no existeix cap tipus de taxonomia que ordeni els tipus de tràiler existents. Dornaletche ho fa des de la forma que tenen aquests de presentar la informació de la pel·lícula davant l'espectador. En el seu estudi Dornaletche distingeix els tipus de tràiler de la següent manera:



(Jon Dornaletche, 2007)

Per al nostre estudi i projecte ens centrem i analitzem tres d'aquest tipus de tràiler. El *teaser trailer*, el *creative trailer* i el *behind the scenes trailer*. El primer d'aquests, el *teaser trailer* que l'autor defineix de la següent manera:

Teaser Trailer (trailer incitador): (to) tease: excitar y bromear con una persona cuando no se pretende tener sexo con ella. La definición del verbo describe la propia naturaleza y función del *teaser trailer*. En este sentido, el objetivo *teaser trailer* es el de excitar al espectador mostrando algo que sea interesante sin pretender «darlo todo». Un *teaser* también es entendido como un problema con difícil solución, como un puzzle. De esta forma, un *teaser trailer* sería «un problema» cuya única solución es ver la película. En una campaña publicitaria el *teaser trailer* es lo primero que se exhibe de cara al público. Se exhibe antes incluso de que la película esté rodada del todo, un año o 6 meses antes de su estreno. Por lo general, los *teaser trailers* ni siquiera incluyen material filmado de la película, por lo que algunos *teaser trailers* serían también *creative trailers* (véase *creative trailer*).

(Jon Dornaletche, 2007)

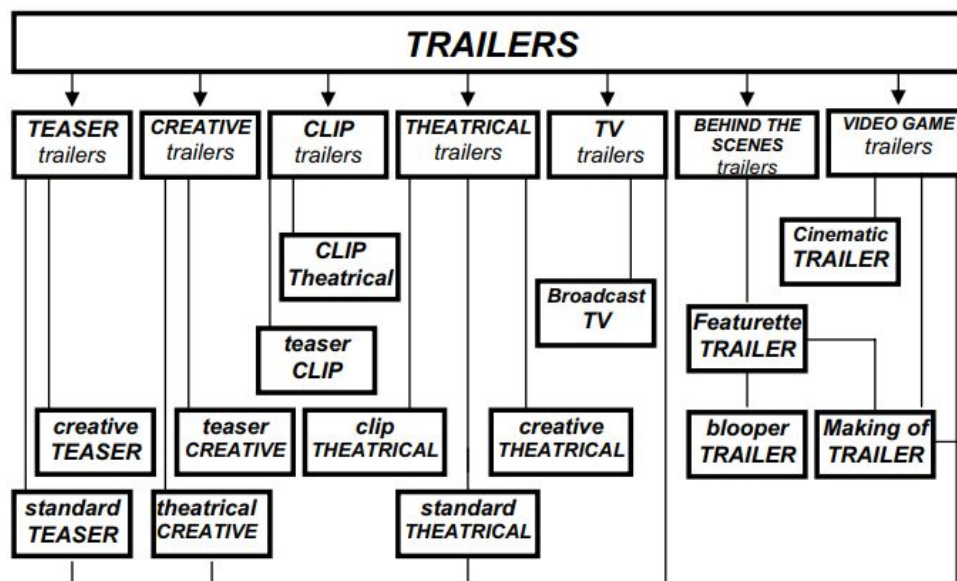
El *creative trailer* es distingueix, segons l'autor, perquè no utilitza material propi de la pel·lícula o audiovisual que representa, sinó que parteix d'una realització pròpia. "Los *creative trailers* se parecen a cualquier spot comercial, responden a una estructura narrativa lineal y no utilizan montaje discontinuo. Pueden estar compuestos por material filmado a

propósito para el trailer como, por ejemplo, los trailers presentados que hicieran Orson Welles, Cecil B. Demille o Alfred Hitchcock. También pueden estar compuestos a partir de animación gráfica generada por ordenador” (Dornaletche, 2007).

Pel què fa al *behind the scenes trailer* (tràiler darrera les càmeres), seguint la definició de l'autor, és un tràiler que utilitza imatges de la realització del film o audiovisual. Actua com a un petit reportatge a partir d'imatges del making off real.

Aquesta distinció dels tipus de tràiler ens porta a nosaltres, però també als autors citats anteriorment, a la necessitat de poder unir més d'un tipus de tràiler al mateix temps. Dornaletche ho fa i crea de nou un gràfic que organitza tràilers per subcategories:

Fig. 4 Subtipos de trailer



(Jon Dornaletche, 2007)

La industria cinematogràfica no tardaria en explotar su potencial publicitario no solo para sus propios productos sino para cualquier bien de consumo. El cine, en su afán de crecer como industria, revolucionó la manera de hacer publicidad hasta el punto de convertirla en otra forma más de entretenimiento. La prueba es que, hoy en día, los spots publicitarios como los

trailers copan la atención del espectador a un nivel parecido al que lo hace el cine. Quizá una de las razones sea que ambos hayan optado por contar historias.

(Jon Dornaletche, 2007)

Per finalitzar aquest estudi, volem citar una frase de la qual el mateix Dornaletche fa referència en el seu treball:

[...] los trailers son simplemente películas perfectas en el sentido que nunca te defraudan.

Jean Luc–Godard

1.2.1.4. Tracte de la política en el producte audiovisual

El que es pretén en aquest estudi és analitzar com s'explica un conflicte polític, una idea política i com s'introdueix un univers polític en un producte audiovisual o com la política es converteix en el pal de paller d'una producció en forma de gènere. Coneixedor de la influència que exerceix el cinema o qualsevol altre producte audiovisual en relació a una idea o un discurs polític envers a l'espectador, aquest estudi intenta indagar en la política com a tema a tractar o com a gènere més enllà de la idea o posició política que aquest pugui transmetre.

Es tracta doncs de veure la política com a recurs argumental i narratiu per al desenvolupament d'històries i trames i no tan com a subjecte d'anàlisi d'una perspectiva de la ciència política. Per aconseguir-ho ens centrem en un dels referents més propers dels quals disposem, el programa de sàtira política Polònia de Televisió de Catalunya. Deixant de banda aquest anàlisi del discurs propagandístic que el Polònia pot transmetre, es tracta d'una proposta trencadora a l'hora de parlar de política.

Pensem que una manera fèrtil d'analitzar el Polònia i els espais televisius d'humor comparables és situant-los entre els gèneres d'opinió. Tanmateix, a ningú no se li pot escapar que es tracta d'una mena d'opinió distinta, característica. Al Polònia s'opina a través de l'entreteniment humorístic i la màscara, que s'aplica tant als personatges com a les situacions de l'actualitat, deformant-los davant la mirada de l'espectador. Podem afirmar que al Polònia s'opina redibuixant la realitat, aplicant-hi els miralls deformats i deformadors de la sàtira. Si la informació barrejada —o contaminada— per patrons que provenen de

l'entreteniment se l'ha anomenada infotainment, potser l'opinió barrejada amb entreteniment (o l'entreteniment amb forta càrrega valorativa) la podríem batejar opitainment.

(Sintes, 2015)

D'aquesta simple definició de com el Polònia tracta la política, tal com diu Sintes de forma emmascarada i deformada, se'n podria extreure la idea de que la intenció d'aquesta sàtira política és la pura interpretació en clau d'humor d'una realitat en un context polític d'actualitat. Això demostra que la política pot actuar com a gènere d'entreteniment, però al mateix temps genera un missatge d'opinió política tot i la crítica a ambdós punts de vista del conflicte tractat.

Si el que fan els mitjans de comunicació en informar és processar alguns fets per convertir-los en esdeveniments, el que el Polònia duu a terme és el reprocessament de l'actualitat mediàtica per convertirla en el que podríem anomenar esdeveniments de segona generació o metaesdeveniments. El subsistema Polònia contempla com a fets els esdeveniments mediàtics i els converteix, al seu torn, en uns altres esdeveniments. Aquesta agenda polonitzada —agenda establerta a partir de l'agenda mediàtica, com, d'altra banda, fan tots els espais d'opinió— pot adquirir tanta força que s'imposi com a imaginari o pseudoentorn.

(Sintes, 2015)

En el cas d'aquest anàlisi del Polònia s'observa que la política es pot convertir en gènere audiovisual. És la política que actua com a pal de paller d'aquesta proposta i del projecte que es planteja en aquest treball. *Mejor Unidos* es crea entorn a un context polític i se'n planteja un procés i una evolució partint de l'actualitat i degenerant-la.

1.2.2 Marc contextual de referència

Tota peça audiovisual parteix d'un context referencial que construeix el que acaba essent el producte final. Aquest context no s'acaba només en referents d'altres produccions audiovisuals anteriors, va més enllà, fins a qualsevol tipus d'expressió artística, fins a qualsevol moviment artístic o literari, fins a conceptes o fins a idees polítiques o

ideològiques poden resultar referents d'aquest nou producte o peça artística. En el cas de "Mejor unidos" s'analitzen i s'usen com a referents les següents creacions i produccions:

1.2.2.1.Referents temàtics i conceptuals

La política és un tema que gairebé podríem considerar un gènere. Actua com a tal en moltes produccions cinematogràfiques, en sèries, websèries i evidentment documentals o docuficció. Al llarg de la història de l'audiovisual i sobretot del cinema, la política s'ha tractat i representat mitjançant de tots els gèneres cinematogràfics o audiovisuals, des del cinema històric fins a la comèdia i passant pel drama o la ciència ficció. La política s'ha entès com a un tema que ha generat una trama o com a un univers per construir una història al seu voltant. Podem parlar d'obres guiades a representar i donar un punt de vista d'un conflicte polític real, exemples d'això són: *All the President's Men* (1976), dirigida per Alan J. Pakula; *Good Bye, Lenin* (2003), dirigida per Wolfgang Becker; *Das Leben der Anderen* (2006), dirigida per Florian Henckel von Donnersmarck o *Hotel Rwanda* (2004), dirigida per Terry George. A nivell estatal caldria destacar el film *La lengua de las mariposas* (1999), dirigida per José Luís Cuerda, o *Pa Negre* (2010), d'Agustí Villaonga i *Fènix 11:23* (2012), de Joel Joan i Sergi Lara, a nivell català.

És menys comú trobar productes audiovisuals de sàtira política, en podem destacar *La cortina de fum* (Wag the Dog, 1997) de Barry Levinson, *In the loop* (2009) dirigida per Armando Lanucci o a Charles Chaplin en el film *El gran dictador* (1940). A nivell de l'Estat espanyol podríem parlar del fals documental *Operació Palace* (Operación Palace, 2014) produït per la cadena de televisió La Sexta. Exemples que ens serveixen de referents però que poc s'apropen a la idea d'imaginar un futur polític d'un conflicte d'actualitat. Per parlar d'exemples més propers al que es planteja en aquest projecte hem de fugir del cinema tradicional i buscar en d'altres formats com els televisius, el documental o les mateixes sèries televisives pensades i adaptades per a la seva reproducció en xarxa.

Aquesta cerca ens porta a aprofitar com a referents programes com: *Saturday Night Live* (1975–2018), de la televisió Nord Americana NBC, un *late show* estadunidenc creat per Lorne Michaels; *Las noticias del guiñol* (emesa per Canal+ i Cuatro del 1995 a l'any 2005), un informatiu d'humor polític protagonitzat per marionetes. Es tracta de produccions audiovisuals, tinguin el format que tinguin, destinades a donar un punt de vista alternatiu al

tracte que es fa de la política en plataformes purament informatives, en peces que presenten un conflicte polític i en donen una visió crítica o a produccions que presenten una situació política verídica en format cinematogràfic, documental etc.

Un dels casos més similars a nivell temàtic i per la proximitat a l'univers que presenta la websèrie és el programa Polònia, presentat per Toni Soler i produït per Televisió de Catalunya, que s'emet a TV3 des de l'any 2006. El Polònia és un programa de sàtira política actual que podem decantar més a un producte d'opinió però que considerem exemplar pel fet de que aconsegueix restar importància a fets i situacions polítiques d'actualitat gràcies a l'humor.

Si bé podem considerar el programa de Toni Soler com a una barreja d'informació i sàtira, cal destacar la força amb que el programa d'entreteniment arriba a un gran nombre de públic. Creiem que aconsegueix aquest èxit d'audiència, en part, gràcies al fet de relaxar una tensió ideològica i informativa patent al dia a dia del mateix consumidor. El fet de mostrar una altra realitat a la que se'ns mostra en informatius o debats polítics dona a l'espectador un descans. Es tracta però d'un descans simbòlic ja que segueix rebent imputs o idees informatives que decanten l'opinió pública en relació als temes tractats. En el nostre producte ens fixem en com el Polònia aconsegueix fer humor de la política i es tracta d'un gran referent per la proximitat en l'univers que tracta el mateix programa, l'actualitat política catalana. No obstant, en el cas de "Mejor unidos", no només es planteja una sàtira política basada en relaxar l'actualitat política sinó en imaginar un futur proper i un desenllaç a aquest procés polític. Seguint aquest punt trobem pocs referents que ens ajudin a plantejar o a imaginar la nostra peça.

Si bé aquests exemples ens serveixen com a referents del tracte o l'ús que es fa de la política a l'hora de crear un producte audiovisual al voltant d'aquest tema, també cal analitzar peces referents en relació a la narrativa i al guió per, d'aquesta manera, definir el grau o tipus d'humor, el tipus de personatges, de diàlegs, de relacions entre personatges i de la manera de transmetre una idea o un fet, en la websèrie que es du a terme.

Pel què fa a nivell narratiu es vol fugir de la clàssica sèrie de situació amb un format teatral en què les escenes es desenvolupen successivament seguint una narrativa tradicional de principi, nus i desenllaç. Per això els nostres referents són més propers a les ficcions cinematogràfiques que inclouen salts en el temps i estructures narratives més complexes

que, per exemple tracten una mateixa escena des de diferents localitzacions o utilitzen salts en el temps de forma gratuïta per donar informació en relació a un conflicte intern de l'argument.

Un exemple que ens serveix com a referent narratiu en aquest sentit és *How I meet your mother* (2005-2014), de Craig Thomas i Carter Bays. Es tracta d'una comèdia de situació que segueix els patrons de les *sitcom* més aviat teatrals però que trenca amb l'argumentació continuada, juga amb salts narratius, amb desordenar els successos que planteja el mateix argument per explicar-los de forma original sense perdre el sentit de la història. Seguint amb la idea d'aquests salts narratius i d'escenari, per causar un xoc i un parèntesi en la mateixa història, ens fixem en una animació que aconsegueix convertir-los en propis gags que serveixen com a toc d'humor o "sketch" que refresca la pròpia trama d'un capítol. Es tracta de la sèrie *Family Guy* (1999), creada per Seth MacFarlane, una paròdia de la mateixa societat americana.

Tindrem en compte aquests exemples per a generar un ritme narratiu que ens separi de l'estil de comèdies de situació com; *Plats Bruts* (1999-2002), dirigida per Oriol Grau, Lluís Manyoses i Joel Joan; *Friends* (1994-2004), dirigida per Marta Kauffman i David Crane; *The big bang theory* (2007-2018), produïda per Warner Bros i Chuck Lorre; *The young ones* (1982-1984), de Paul Jackson. De totes elles però ens quedem amb aspectes molt rellevants per aconseguir generar humor. D'elles en destaquem, sobretot, el treball que se'n fa de la creació de personatges en els seus guions. Creiem que un dels punts forts d'aquests èxits audiovisuals recau en la forta i destacada personalitat de cada un dels personatges que hi apareixen. En el cas de *Friends* per exemple, reconeixem a sis personatges completament diferents entre ells, cada un amb les seves manies, les seves inquietuds, la seva forma de parlar, la seva manera de gesticular i reaccionar en qualsevol situació. Acabem coneixent a cada personatge i aprenem a interpretar i a entendre com i perquè reacciona de la manera que ho fa en cada moment. Això s'aconsegueix partint de la base que, previ al guió literari, s'ha creat cada personatge des de zero, cada personatge té un passat i un present, cada personatge té una vida privada.

Analitzant aquests referents ens adonem de que tant important és conèixer cada personatge i que aquests es dotin d'una identitat marcada i genuïna com que cada un sigui prou diferent als altres. I no només això sinó que ambdós personatges o més es puguin relacionar i que aquesta relació ens condueixi a generar situacions i conflictes prou humans i rics com per

produir una història que funcioni. N'és un exemple molt clar la sèrie catalana *Plats Bruts*, on se'ns presenta una relació que a priori sembla impossible entre quatre personatges completament diferents entre ells però amb personalitats i estils molt marcats que fan que aquestes relacions flueixin i s'enriqueixin.

Un aspecte que creiem de vital importància i que segueix lligat a la importància de gestar personatges complexos és la necessitat de donar-li a un d'ells la capacitat de ser un protagonista amb què el públic consumidor se senti identificat. Això ho descobrim en moltes de les sèries esmentades anteriorment.

1.2.2.2.Referents estètics

Coneixent i analitzant les principals sèries de comèdia de més èxit ens adonem que poques, o gairebé cap d'elles, aposta per fugir del muntatge teatral i de la càmera fixa. El llenguatge narratiu a través del pla i el moviment de càmera o el muntatge desapareix per donar pas a llargues escenes estàtiques perquè diàlegs i guions sumin protagonisme. En aquest projecte es vol apostar per trencar amb aquest format teatral i adaptar una *sitcom* a un format narratiu molt més planificat, més proper al llenguatge cinematogràfic, ple de canvis de pla i moviments de càmera justificats o d'un llenguatge narratiu propi que aporti un segon argument a la història. Precisament aquest trencament del format *sitcom* el trobem en una de les websèries més vistes a l'estat espanyol; *Malviviendo* (2008-2012), dirigida per David Sainz i produïda per *Different*. Una producció que treu profit de plans curts de càmera en mà, plans de detall i moviments de càmera sense descuidar el diàleg, el guió propi d'una sèrie d'humor i que serveix per aprofundir en un univers fictici al mateix temps que ens serveix per donar detalls i missatges que passarien desapercebuts en plans oberts propis de les *sitcom* tradicionals.

De la mateixa sèrie *Malviviendo*, ens quedem també amb la seva gama cromàtica de colors freds i de baixos contrastos lumínics que generen un ambient fred i compuls al mateix temps. Precisament el que es vol aconseguir en aquesta websèrie és crear un ambient fred i distant, per explicar l'univers en el que es desenvolupa la trama, però al mateix temps juvenil i amb certs aires de calidesa i tocs psicodèlics. A arribar a aquest punt ens podem ajudar d'obres com; *Fear and Loathing in Las Vegas* (1998), un film de comèdia negra dirigit per Terry Gilliam. Una pel·lícula fosca per contingut però viva en quant a la seva gama

cromàtica. Viva i càlida però que aconseguen un ambient psicodèlic, daltabaixos i que trenca amb l'harmonia cromàtica. A la mateixa línia de contrast estètic, en el que el mateix univers de l'obra es converteix en una petita història que ajuda a l'espectador a empatitzar amb un context molt rellevant per a la història que explica el guió, trobem creacions cinematogràfiques com; *The big Lebowski* (1998), escrita, produïda i dirigida pels germans Coen. Un film ple de somnis surrealistes de gran contrast estètic.

1.2.2.3.Referents del teaser

Pel què fa a la creació i realització del teaser ens fixem amb alguns exemples que el que fan és intentar vendre un producte a través de l'univers del mateix. El que s'ensenya no és només una petita mostra del que succeeix en el film sinó que presenta el context en el qual es desenvoluparà la història, es presenta un món fictici. Això ho aconseguen en els seus primers teaser o tràilers creacions tant diferents com; *Inception* (2010), dirigida per Christopher Nolan; *Wall-e* (2008), d'Andrew Stanton, un film d'animació; *Requiem for a dream* (2000), dirigida per Darren Aronofsky.

La idea que es proposa en aquest projecte per a la creació del teaser té com a handicap el fet de no disposar de material rodat del producte cinematogràfic que ha de vendre. La solució és la creació de material inèdit per a la mateixa peça. Un exemple el trobem en el primer llançament de; *The incredibles* (2004), un èxit d'animació dirigit per Brad Bird, que ens serveix també com a exemple de teaser que actua com a escena que ens posa en context de l'univers del film però que sola actua com a petita història que ens presenta també un personatge i ens dóna pistes del to de l'audiovisual. En la mateixa línia trobem el primer teaser del film: *The hateful eight* (2015), de Quentin Tarantino, creat a partir de material produït expressament per a aquest primer llançament.

Troblem també exemples que ens ajuden justificat la idea del nostre projecte pel què fa al *behind the scenes trailer* (tràiler darrera les càmeres), un tràiler que utilitza imatges de la realització del film o audiovisual. Actua com a un petit reportatge a partir d'imatges del making off real. Ho trobem en primers llançaments de grans produccions com; *The Lord of the Rings, The fellowship of the Ring* (2001), dirigida per Peter Jackson, o actuant com a fals reportatge en el cas de; *Poltergeist* (1982), de Tobe Hooper.

2. BIBLIA
MEJOR
UNIDOS

2.1 GUIÓ

2.1.1 PRESENTACIÓ

Mejor Unidos és una Comèdia de Situació o Sitcom en format websèrie que vol ridiculitzar i criticar la societat catalana i la societat espanyola a través d'un context fictici. La websèrie presenta una hipotètica Catalunya independent i vol fer una dissecció còmica a la situació social i política actual que es viu de la relació entre Catalunya i la resta de l'Estat espanyol. Es mostra un univers decadent fins arribar a l'absurd on l'exageració es torna irreal. S'utilitzen totes les males pràctiques polítiques que està realitzant l'Estat espanyol i la societat espanyola actualment (2017/2018) envers Catalunya per realitzar una crítica a través d'aquesta Catalunya fictícia.

Dins aquest univers futurista, la sèrie ens presenta a quatre amics que comparteixen pis a Vic. La vida quotidiana i els objectius personals de cada un d'aquests personatges es veuen afectats per la situació política i per la imposició de les lleis absurdes que decreta l'Estat Català. La sèrie ens mostrarà diferents estils de vida, ens presentarà diferents relacions personals entre personatges i idees completament oposades. S'aportaran diferents formes d'entendre la vida i de viure i entendre la situació política que viu Catalunya actualment.

Cada episodi vindrà marcat per l'aprovació d'una llei absurda, que pot generar situacions estranyes i còmiques entre la població o també l'anunci d'un esdeveniment que pot marcar el dia a dia dels personatges. Aquesta serà l'excusa que generarà les trames de cada episodi

2.1 2 UNIVERS

COM HA ACONSEGUIT LA INDEPENDÈNCIA CATALUNYA?

La inacció política dels grups independentistes per culpa de la falta d'efectius, molts d'ells empresonats en presons espanyoles i controlats pel 155, fa que sorgeixi un moviment revolucionari radical dirigit per Joan Laporta que discrepa del pacifisme i dels mètodes legals per assolir la independència. Ens estem remuntant a l'any 2025, on aquest grup amb suport dels CDR, els "laioflautes", la CUP i el Pacma, formen un grup revolucionari anomenat SARDANA, "Secessionistes Alçats en Revolució Diària contra l'Annexionament Nacionalista Aspanyol". Aquests inicien un període de protesta armada. Es produeixen diferents aldarulls en seus del govern espanyol, concerts de Joan Manuel Serrat, casernes de la Guàrdia Civil i al Zoo de Barcelona, on lamentablement mor l'últim exemplar del Linx ibèric, accident que provoca la desvinculació del Pacma del grup.

Després d'aquesta gran pèrdua i davant la ineficàcia de l'acció revolucionaria, Joan Laporta es veu obligat a demanar ajuda internacional. Aconsegueix el suport del líder Nord-coreà Kim Jong-un a canvi del traspàs de Leo Messi a un equip de la lliga del país comunista. També aconsegueix l'ajuda de Veneçuela gràcies al tractat del Delta de l'Ebre, territori que s'ha convertit en punt de trobada dels amants de la música reggaeton. La falta de reacció del govern espanyol davant les amenaces d'atac nuclear a Cartagena fa que l'aliança independentista canviï d'estratègia i vulgui atacar Las Ventas de Madrid. Davant aquesta possibilitat el govern espanyol demana ajuda a la UE, que com sempre, mira cap a un altre costat. Catalunya esdevé un estat independent. Laporta s'autoproclama nou rei de la corona catalana, contracta a l'empresa ACS, dirigida per Florentino Pérez, perquè construeixi un mur a la frontera amb Espanya i com a primera acció torna a permetre el consum de tabac dins els espais públics.

God
Save the
King

POLÍTICA I GOVERN

2026, Catalunya ha aplicat unes polítiques austeres que degeneren en atacs a la llibertat d'expressió, a la falta de desenvolupament de les principals institucions del país i a actuar de forma repressiva i totalitària en front als intents de canvi social per part d'associacions, partits polítics o de la mateixa societat. Un exemple és l'aplicació d'un article de la nova Constitució Catalana, rèplica del 155 aplicat per l'Estat espanyol al 2017 a Catalunya. Aquest cop és l'Estat Català qui l'ha aplicat al territori de la Vall d'Aran, que protesta pacíficament per aconseguir un referèndum vinculant per assolir la independència.

Els partits convencionals encara existeixen, però han perdut tota la seva essència i només conserven el nom. Tots són fidels a la Corona Catalana per por a represàlies. Partits com PP, Ciudadanos o el PSC tenen petites corrents antilaportianes però són una minoria. Albert Rivera està a Madrid a l'exili i molts dels ex diputats dels Socialistes, com Pere Navarro o Miquel Iceta, actualment viuen a països del Carib, reclamant llibertat mentre demanen un mojito.

La Generalitat és el nou Palau Reial. Joan Laporta viu com un maharajà. Ningú li discuteix res. La societat catalana l'admira i tots aquells que es feien dir Republicans ara són més monarques que la mare que els va parir.



RELACIÓ CATALUNYA-ESPANYA

Catalunya no vol saber res d'Espanya i viceversa. L'Estat Espanyol està molt dolgut de que després de tants anys de convivència els catalans decidixin marxar. Les relacions institucionals s'han trencat per complert. El president de la República Espanyola, Karlos Arguiñano, i Joan Laporta tenen molt mala relació i no es poden ni veure. Les exportacions entre els dos països s'han limitat a l'intercanvi de receptes i acudits dolents. Espanya ha tancat la frontera amb Catalunya, ja que no forma part de la Unió Europea i ja no pot beneficiar-se de l'espai Shengen. Tot i això, hi ha molts catalans que diàriament intenten saltar la tanca que els separa o s'aventuren en pasteres per arribar de forma il·legal a les costes Valencianes i Balears.

SITUACIÓ A LA REPÚBLICA ESPANYOLA

Si Catalunya ha esdevingut un territori hostil, on la supervivència és el pa de cada dia, l'Estat espanyol és ara una República capdavantera de la Unió Europea. La qualitat de vida ha augmentat de forma vertiginosa, la crisi financera és història, els pobres són cada vegada menys pobres, els recursos abasten tota la població i les desigualtats cada cop són menys evidents. I sí, tots els polítics corruptes van tornar els diners a la població, els Borbons van fundar un partit polític de ideologia Socialista Republicana Participativa i José Maria Aznar ha fundat una de les ONG's més galardonades internacionalment. El govern aplica mesures contra l'entrada de refugiats catalans i nega el visat i la doble nacionalitat a molts dels catalans que així la reclamen.

ELACIONS INTERNACIONALS

Tots els membres de la Unió Europea i la ONU no reconeixen el nou Estat Català ja que consideren que els seus mètodes van ser violents i antidemocràtics. Però Veneçuela i Corea del Nord sí que ho van fer degut a la bona relació entre els mandataris i perquè consideraven que tenien polítiques molt comunes. Actualment hi ha un gran aïllament econòmic i social, on les exportacions i importacions amb altres Estats són escasses per no dir que inexistents. Fins i tot la relació amb Andorra és dolenta, fins al punt que Catalunya li va declarar la guerra perquè aquesta es negava a vendre el tabac i l'alcohol a preus populars. Actualment hi ha una guerra de trinxeres als Pirineus.

ECONOMIA



L' Euro ja és història, ha tornat la pesseta. Catalunya ja no viu del turisme, doncs les restriccions d'entrada i sortida del país són pròpies de la més estricta dictadura. Les principals empreses del país han canviat les seves seus o han fet fallida, ara és el negoci il·legal i l'economia submergida la principal font de diners del país. El principal mercat financer es trasllada en terres del Tarragonès, el Barcelona World, Las Vegas catalanes, controlades per la màfia coreana, són ara la principal seu de negocis bruts, de prostitució i de tràfic il·legal del país. Són pocs els qui mantenen una feina controlada per l'Estat però tothom paga una alta quota d'impostos reials destinats als capricis dels qui controlen el país. La taxa d'atur oficial és del 96%, els jubilats no cobren pensions i els joves amb prou feines troben oportunitats laborals.

*ens podem estalviar
això = que ara*

EDUCACIÓ

A les escoles no s'ensenya el castellà. El sistema educatiu es limita a unes poques hores d'assignatures troncal i una gran oferta d'estudis en pro de les noves polítiques. L'inici de les aules ve marcat pel jurament a l'estelada, sobretot abans de la nova assignatura obligatòria de danses populars Tibetanes. L'adoctrinament és el pa de cada dia. Hi ha un programa d'Intercanvi internacional molt important entre les principals Universitats de Barcelona y les de Pyongyang. En definitiva, el sistema educatiu segueix sent una autèntica merda.

SANITAT

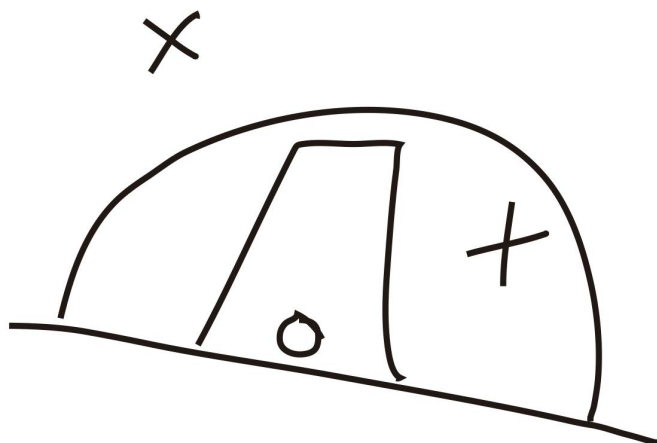
Tot segueix igual. Llistes d'espera, falta de professionals, col·lapse de pacients als diferents centres, poca inversió... però s'ha considerat oportú invertir en plantes medicinals. Les tendes de cànnabis s'han disparat després de la legalització d'aquesta droga i tots els afectats per malalties on aquesta planta té efectes curatius disfruten de les seves dosis. Però la societat s'aprofita d'aquesta situació i un gran nombre de persones simulen estar malaltes per aconseguir cànnabis pel seu consum personal. És molt habitual veure gent consumint pel carrer. Això també provoca un petit nombre de turisme de consum, on genera una microeconomia no molt ètica. Som la Nova Amsterdam del sud.

SOCIETAT

El nombre d'habitants ha caigut en picat, un important èxode rural fa que les principals ciutats del país quedin desertes. Els partidaris de "Tabarnia" abandonen Catalunya i busquen refugi en camps d'ajuda internacional a la frontera francesa, però els pocs que s'han quedat estan realitzant manifestacions pacífiques, com la cadena humana que unia Barcelona i Tarragona, per demanar a l'Estat català un referèndum de dependència amb Espanya. Pisos ocupats, cases abandonades, focs, fum i edificis pastera omplen el paisatge de pobles i ciutats que han perdut la seva essència i que ara són past de multituds de civils que es busquen la vida i que sobreviuen en condicions poc favorables.



Els joves ocupen pisos propietat de bancs i immobiliaries en fallida, punxen l'electricitat i organitzen botins en petites seus bancaries. Una minoria de la població jove de Catalunya ara inicia una revolta pacífica contra el patriarcat en forma de manifestacions culturals i artístiques al carrer intentant captar adeptes i poder presentar un projecte d'alternativa a la monarquia. La gran majoria, però, encara defensa la Catalunya independent que tant somiava i que ara ha aconseguit. Però no sense empassar saliva després de pagar un alt preu per al que considerava llibertat.



ESPORTS

Lamentablement, l'esport és el circ dels ciutadans d'aquesta nova Monarquia. Tothom l'utilitza com a via d'escapament per no pensar amb tot el que està succeint. Però no estan de sort, ja que el nivell esportiu és molt lamentable. S'han oficialitzat totes les federacions esportives i juntament han sorgit les seleccions nacionals de tots els esports i les lligues respectives. La selecció Catalana de futbol ha resultat ser un fracàs, ja que després de la generació de Xavi Hernandez, Joan Capdevila i Carles Puyol (que no van poder defensar mai la selecció catalana de futbol però si que ho van poder fer amb una selecció Espanyola guanyadora de Mundials i Eurocopes), els catalans s'han hagut de conformar amb una selecció amb noms poc rellevants que no han tingut els suficients pebrots de classificar-se pel mundial, tot i enfrontar-se a la selecció de Gibraltar. Però no tot són penúries en l'esport català, les seleccions de curling, quidditch, corfbol i petanca tenen realment un nivell espectacular i s'han popularitzat molt en els últims anys, fins al punt on no queda ni un seient lliure al Palau Sant Jordi per veure les finals.

La lliga catalana de futbol és una merda, no us volem enganyar. Només juguen 10 equips i el nivell del Barça és molt lamentable. Les seves grans estrelles han marxat a les millors lligues europees i només s'han quedat jugadors del filial. També s'han fet noves incorporacions com Douglas, Oleguer Presas i Javier Saviola. El Girona és l'equip top d'aquesta lliga i el Reial Club Deportiu Català (anteriorment anomenat Reial Club Deportiu Espanyol) ha baixat a la Segona Divisió B, on actualment juga amb el San Cristóbal de Terrassa. Gerard Piqué ha penjat les botes i ara és el nou president del Barça després de guanyar unes ajustades eleccions on participaven socis de renom com Agustí Bedito, Iñaki Urdangarin i Joan Gaspart. Però els mals resultats de l'equip de futbol i de totes les seccions en general ha generat una onada de crítiques i l'afició del Camp Nou el convida a marxar del club amb un mar de mocadors blancs tot ballant el "Waka Waka" en protesta a la seva gestió.

2.1.3 PRESENTACIÓ PERSONATGES

JOFRE MACIÀ TARRADELLAS (JOFRE)

Jofre Macià Tarradellas és un recent graduat en periodisme per a la Universitat Rei Llaporta de Vic. Va néixer al centre de la mateixa ciutat l'any 2000, ara té 26 anys. És un pringat, tot el que fa li surt malament i no aconsegueix aixecar cap.

1. Aparença física

1.1. Fisonomia

En Jofre és un noi alt, d'uns 1'88 cm i pesa 77 kg. Té les extremitats molt llargues i és força pelut. El cabell el porta curt i arreglat, així com la barba poblada, de la que està ben orgullós. Unes ulleres de pasta que són molt gruixudes li ocupen bona part de la cara allargada on el somriure d'aquesta és ressaltat per les seves dents.



1.2. Vestuari

Jofre vesteix poc conjuntat. Camises llises o a ratlles sempre descordades tapen parcialment samarretes amb estampats sobre el procés independentista, de pel·lícules de renom, de l'Univers Star Wars o de les festes majors de pobles d'Osona. Acompanyat sempre de pantalons texà renyits.

2. Expressió verbal

Com que és un personatge molt tímid quan es veu en una situació incòmode, que no pot controlar o simplement que té por, no aconsegueix mirar als ulls de l'altre persona. La seva inseguritat també fa que les espatlles sempre les té pujades i respon als altres afirmant allò que li han dit en forma de pregunta. Quan se li diu alguna cosa positiva se li escapa un petit somriure amb una sonoritat una mica desagradable, mentre es posa vermell com un tomàquet.

3. Caràcter

El caràcter d'en Jofre ve marcat per la seva falta d'autoestima i les seves inseguretats. És una persona sense carismes, insegura i ingènua, poc intel·ligent i previsible. No obstant, aquests trets de la seva personalitat fan que resulti còmic i graciós sense que ell mateix se'n adoni. Es tracta d'una persona activa i molt nerviosa, en ocasions obsessiva, que sempre vol tenir-ho tot sota control, el que pot i el que no pot controlar. Tot i que a vegades pot resultar irritant, el seu bon cor i la seva amabilitat el converteixen en una persona agradable i de bon tracte.

4. Backstory

Des d'els seus primers minuts de vida, en Jofre ja va ser una molèstia pels seus pares, va néixer per Nadal a l'hora de dinar. Els seus familiars, per compromís, van ser presents a l'hospital per veure un dels miracles de la vida, per desgràcia en Jofre era una mica desagradable a la vista i els seus plors una mica irritants. Així que de miracle res, va sortir un troll total. Els pares d'en Jofre, en Josep i la Maria eren dos vigatans que tenien una botiga de joguines al Carrer Cardona de Vic. Venien les típiques joguines antigues de fusta que cap nen a l'actualitat jugaria. Al Jofre li agradava molt la feina dels seus pares però sobretot les joguines que s'exposaven a la botiga. Sempre va voler tenir el cavall de fusta que donava la benvinguda als clients que entraven al petit establiment, però el seus pares no li van deixar ni pujar a sobre per provar-lo. No tenien molta empatia pel seu fill. Aquest va ser l'inici d'una relació molt distant amb ells. En Jofre era un nen amb un cor molt gran, era bona persona i generós, però els seus pares tot el contrari. El mantenien, però mai li van mostrar efecte. A casa es sentia sol, per aquest motiu mirava molt la televisió i sobretot TV3. Va créixer amb Jordi Pujol a la presidència. Ell veia que el president era una persona bondadosa i que pensava pels catalans, així que el va adoptar com el seu pare, com a referent. Durant la seva joventut va adoptar posicions ideològiques molt catalanistes.

5. Vida professional

A l'atur, és periodista

6. Vida privada

En el temps lliure que li queda després de buscar feina en premsa escrita comarcal, o de veure la temporada sencera de qualsevol sèrie de ciència ficció, el Jofre visualitza eterns i densos debats polítics catalanistes i independentistes emesos per televisió pública. Els videojocs o el YouTube també omplen bona part de la seva vida i el seu temps, doncs un canal de YouTube porta el seu nom, allà intenta fer públiques les seves idees polítiques als seus 34 subscriptors. La seva falta de carismes i de perspectiva limiten el seu ventall de possibilitats d'èxit en la xarxa.

JOSEP DAUSÀ LÓPEZ (PEPO)



Josep Dausà López, o Pepo pels amics, va nèixer a Barcelona l'any 1996, ara té 30 anys. És un jove despreocupat, seriós i amant de la música Heavy Metal.

1. Aparència física

1.1. Fisonomia

En Pepo és un jove corpulent, medeix 1'60m d'altura i pesa 90kg.

Té un color de pell pàl·lid que contrasta amb el fosc cabell llarg que li penja fins a l'espatlla. Una barba descuidada li cobreix bona part de la cara rodona i plena de marques a la pell, desgastada i seca. Ha estat sempre per sobre del seu pes adient, es troba en baixa forma i pateix problemes de genolls. Ho compensa amb la seva força bruta i unes mans robustes i enormes. No és gaire atractiu i té els braços i les cames plens de tatuatges de grups de Heavy Metal i esquelets.

1.2. Vestuari

Aprofita la roba del seu germà i dels seus cosins. Mai s'ha preocupat per la seva imatge i vesteix el primer que troba a l'armari. Sempre porta roba fosca, jaquetes de pell, camises de quadres que semblen estovalles i pantalons ajustats. Col·lecciona samarretes de festivals de música o grups de Heavy Metal. El que mai falta al seu vestuari són unes botes Timberland a l'hivern o unes sandàlies de Thailandia a l'estiu.

2. Expressió verbal

El llenguatge d'en Josep és vulgar, ha crescut en barris poc desenvolupats de la ciutat, s'ha ajuntat amb gent d'ètnies diferents i el seu vocabulari s'ha vist empapat de paraules col·loquials i provinents d'altres llengües i cultures. La seva llengua és el català però sovint parla també amb castellà, a ell li és indiferent. Utilitza paraules i expressions provinents del castellà i l'anglès. Al contrari del seu tarannà, el seu llenguatge és molt àgil, expressa moltes idees en pocs segons i sempre fa referències culturals en els seus discursos, en ocasions plens de metàfores lligades al Heavy Metal i a la música. Mai amaga cap missatge darrera de frases complexes, quan ha de dir alguna cosa la diu tal com és, sense tabús.

3. Caràcter

El Pepo és un tio calmat i seriós. Molt prudent i relaxat, sempre pensa dues vegades les coses abans de dir la seva, ja que no li agrada entrar en conflictes ni que la gent del seu voltant parli sobre problemes que, per a ell, no tenen cap mena de transcendència. Evita sempre discussions tret que es parli de música o de festivals, si es dóna el cas, el Pepo es transforma i pot arribar a ser molt insoportable. La seva llarga experiència de supervivència l'ha dotat de molta paciència i d'un saber estar que només abandona quan sona un dels seus grups de música preferits.

És una persona gentil, amable, és clar i intel·ligent. Molt amic dels seus amics, sempre està disposat a ajudar a qui el necessita. La seva transparència el fa ser cruel i directe en moltes ocasions, doncs no es talla un pèl a l'hora de dir el que pensa tot hi pensar i meditar tot allò que diu. Dotat d'un gran compromís amb els seus ideals, que van des de la lleialtat fins al respecte de l'espai vital personal de cada individu. Creu en l'Anarquisme i es considera anticapitalista i humanista, tot i que mai ho exposa als demés. No intenta adoctrinar a ningú, odia que la gent faci això.

4. Backstory

En Pepo va néixer al Poble Nou de Barcelona, en un segon pis del Carrer de Pujades, prop de la parada de Llacuna de metro. Fill d'una mare soltera, la Teresa, i criat amb l'ajuda del seu avi Pere, vidu de la Carme. Les dificultats econòmiques de la família forçaven al Pepo a buscar-se la vida des de ven petit. Als 12 anys, després de sortir de l'escola pública del barri, ja es guanyava les seves primeres monedes com a cangur d'una nena menor. Una part d'aquell sou el portava a casa, la resta l'invertia en classes particulars de guitarra que feia amb un amic de la seva mare en un pis a dues parades de metro de casa. Tot i la seva força i facilitat de supervivència no va aconseguir entrar a la universitat pública, només apte per a rics a Catalunya, però sí que va poder apuntar-se a cursos de belles arts i arts escèniques. Fins a l'actualitat segueix fent cursos de formació, cada cop més específics en belles arts. Sempre ha tingut facilitat per adaptar-se a qualsevol situació, ha creat noves amistats amb facilitat i ha tingut algunes relacions amoroses poc series, ell mateix ja no recorda el nom de cap d'elles. Els amics però els ha canviat al seu gust sempre que ha volgut o així ho ha sentit. Al Jofre, però, mai l'ha abandonat després de coincidir a la cua de l'atur. L'any 2018, després de la mort del seu avi, va decidir continuar la vida per ell mateix, tot i les dificultats i va decidir, juntament amb el Jofre, d'anar a viure junts a Vic.

5. Vida professional

En l'actualitat, el Pepo treballa a mitja jornada en una pastisseria i dóna classes particulars de guitarra a joves adolescents, que en moltes ocasions el paguen amb substàncies estupefaents. Gaudeix de la seva vocació en les classes particulars però pateix i es comporta de forma correcta en la feina que realitza per necessitat.

6. Vida privada

Ocupa el gairebé tot el seu temps lliure en escoltar música, tocar la guitarra, fumar cànnabis i a llegir la revista Rolling Stone mentre espera la pizza de formatge i ceba que li ha d'arribar. La pizza representa gairebé el 50% de la seva dieta que complementa amb pastissos que s'emporta de la pastisseria on treballa i el gran assortit de menjar brossa que omple el seu armari de la cuina. És amant de la fotografia, tot i que no la practica, i de tan en tan s'escapa per visitar alguna exposició temporal en una galeria d'art que està apunt de fer fallida. Sempre que pot passa l'estona amb amics, preferiblement en sales de concerts clandestins o en festivals alternatius. En qualsevol moment desconnecta i s'aïlla gràcies a uns bons auriculars i una música que sempre frega els límits de decibels.

JONATÀN GARCIA MARTÍNEZ (JONNY)

Jonatàn Garcia Martínez, o Jonny pels amics, va nèixer a Santa Coloma de Gramanet l'any 1992, ara té 34 anys.. Actualment viu a Vic per temes laborals. És conegut com un garrulo, un caní, un xarnego i un espanyolet per part dels habitants de Vic, ja que és l'última persona amb aquesta estètica i que defensa unes idees unionistes. És molt odiat, menys pels seus companys de pis.

1. Aparença física

1.1. Fisonomia

El Jonny és un noi que medeix 1,70 cm i pesa 65 kg. No és una persona grassa però se li pot observar una panxa provocada pel consum d'alcohol. És de pell morena i té el cabell curt i castany. La barba la té descuidada i les dents no estan molt cuidades, això provoca que mai somrigui tot i que tampoc ho fa perquè sempre està enfadat.

1.2. Vestuari

Sempre va amb la samarreta de la selecció espanyola de futbol o amb samarretes de tirants. Normalment porta pantalons d'esport, juntament amb sabatilles Nike comprades al mercat negre. Sempre va decorat amb arracades i penjolls d'or (o això es pensa) i té els braços i les cames plens de tatuatges amb dissenys tribals.

2. Expressió Verbal

Després de la declaració d'independència, en Jonny mai més ha tornat a somriure. Sempre està enfadat i de mal humor. Tot li sembla malament i ho exagera gesticulant molt els braços. Només se li escapen petites rialles quan s'enriu del Jofre o explica com planteja diferents escenaris per tornar a unir Catalunya i Espanya. Normalment està assegut, mirant



la televisió o bevent cervesa a la terrassa, per aquest motiu té l'esquena tant curvada i les espatlles alçades.

3. Caràcter

El caràcter d'en Jonny va molt relacionat amb la situació política de Catalunya. Anteriorment era un noi molt alegre i que desprenia molta energia. Ara ja no, sempre està enfadat quan es relaciona amb els companys de pis, però quan està sol és una persona trista i sense ambicions. Tot el que tenia era la Unitat d'Espanya, la "Liga de Fútbol Profesional" i els acudits dolents dels Morancos. Ara ja no té res d'això i Espanya no el deixa entrar. S'ha de conformar en formar part d'aquesta nova República. Tot i això, no ha perdut tota l'esperança i vol tornar unir fronteres juntament amb els pocs partidaris de Tabarnia que queden a Catalunya. Tot i això, té molt apreciació als seus companys de pis tot i no mostrar-ho públicament.

4. Backstory

En Jonny és fill d'immigrants Andalusos, concretament d'Almeria. Va arribar a Santa Coloma de Gramanet quan tenia només 4 anys. Sempre es va relacionar amb gent del barrin que també

eren fills de gent de tots els racons d'Espanya. La seva llengua nativa és el castellà i la influència de totes les cultures de l'Estat estaven molt presents a la seva vida, per aquest motiu estima tant aquest país. En Jonny era una persona molt riallera i amb moltes amistats, coneixia a tota la gent del barri perquè col·laborava amb diferents iniciatives veïnals. No era un bon estudiant però anava passant de curs. L'assignatura que li costava més era la de llengua catalana. La seva família li havia inculcat uns valors tant arrelats a la cultura espanyola que mai va considerar que fos una llengua de profit, per aquest motiu en l'actualitat no la parla però sí que l'entén una miqueta. Quan va complir 18 anys va entrar la presó per trafic de estupefaents, va estar tancat més de dos anys on va sortir amb els braços i les cames plens de tatuatges i amb un sentiment encara més anticatalanista ja que es pensava que l'havien tancat entre reixes per les seves manifestacions ideològiques.

Un cop es va declarar la independència de Catalunya, en Jonny va ser dels molts catalans que van intentar demanar la doble nacionalitat i passar la frontera, però no li van concedir, però a tots els seus familiar i amics sí. Es va quedar sol, sort en va tenir d'en Jofre que el va acollir a casa després de conèixer a les oficines de l'atur on allà es va començar a crear una bona amistat tot i les seves diferències ideològiques com de forma d'entendre de vida. Ara viuen junts a Vic i són inseparables.

5. Vida professional

Oficialment és mecànic de cotxes tuning, però realment és traficant de drogues i armes coreanes. Des de ven jove treballava amb productes il·legals, però anava amb més cura. Ara que Catalunya és independent no hi ha molt control per part dels Mossos d'Esquadra i com que la mafia coreana és molt propera al Govern, en Jonny té moltes facilitats per treballar en aquest tipu de negocis.

6. Vida privada

Catalunya ara només té dos canals de Televisió, TV3 i 8TV. Per aquest motiu en Jonny, durant el seu temps lliure es dedica a piratejar televisions per sintonitzar canals espanyols a tots aquells catalans que no van poder entrar a Espanya i volen disfrutar de cadenes que no estan manipulades i són totalment lliures i plurals. També és un gran aficionat al fútbol, sempre que pot mirar els partits de la selecció espanyola i del Reial Madrid. El cultiu de cànnabis també li treu moltes hores, és el camell del barri i un dels seus millors clients és el Pepo.

PRESENTACIÓ PERSONATGES

LEIRE FARIÑAS CAMPOS

Leire Fariñas Campos és una noia va nèixer a Vigo el 1996, ara té 30 anys. És la cosina d'en Jonny i ha vingut a viure a Catalunya perquè ha conegut al Jofre i també perquè feia molts anys que no veia al seu cosí. És una noia molt simpàtica i oberta. Gràcies a ella podem observar el contrast que hi ha entre els nous catalans i espanyols, mentre uns ara són pobres, barroers i amb poques llums, els altres ara són tot el contrari.

1. Aparença física

1.1. Fisonomia

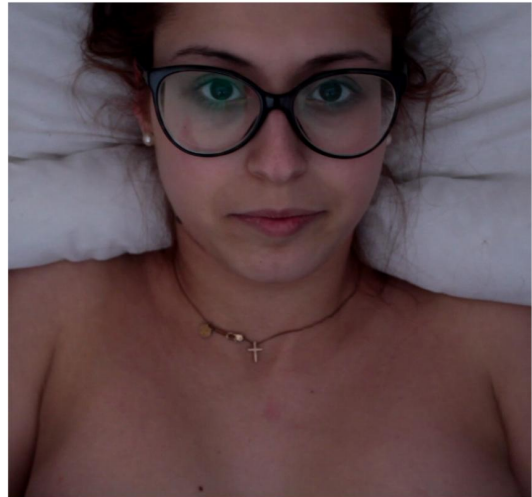
La Leire és una noia que medeix 1,60 cm i és prima amb moltes curbes. Es nota que és una noia que es cuida molt i fa esport ja que té la pell molt fina i les cames musculades. El cabell és castay, llis i li arriba a l'altura de les espatlles. Té els ulls clars i un somriure que enamora a tothom amb unes dents blanques i perfectament posades.

1.2. Vestuari

Com que prové d'una família espanyola i aquest país ara gaudeix d'un fort creixement econòmic, és una noia que posseeix molt diners i això es veu influenciat en la seva vestimenta on sempre porta roba cara i vesteix a la última moda. Principalment porta roba ajustada on es pot intuir la forma del seu cos esportiu. Porta ulleres i arracades d'or que són molt cridaneres. Sempre va acompanyada d'un bolso on porta un aresanal de maquillatge per ella i totes aquelles persones que veu que no estan arreglades al seu gust.

2. Expressió verbal

La Leire és una noia molt oberta i extrovertida que li agrada molt parlar amb la gent i conèixer les seves inquietuds.



Degut això, sempre està observant a la gent, mira fixament els ulls i mostra molt interès a tot allò que diu la gent. Sempre respon amb un somriure tot i no està d'acord amb allò que diu l'altre persona, això pot generar confusió, on sempre el receptor creu que està tenint una conversa recíproca o que mostra interès emocional.

3. Caràcter

Simpàtica, alegre, empàtica i sociable són els quatre adjectius que defineixen més el seu caràcter. És una persona que sempre busca conèixer la personalitat de les persones. És molt observadora i està tot el rato preguntant coses personal per conèixer millor a les persones. En certs moments mostra sentiment de pena envers els altres perquè veu la diferència social i econòmica entre el seu país i aquesta nova Catalunya. També pot semblar una persona innocent i fins i tot un pel tonteta, però realment és molt intel·ligent i sap com portar la gent en el camí desitjat.

4. Backstory

Va nèixer al barri de Freixeiro de Vigo on el seus pares posseeixen diferents negocis relacionats amb el marisc. Forma part d'una família molt adinerada de Galícia on mai li ha faltat de res. Va anar a les millors escoles cristianes de Galícia i es va relacionar amb gent del seu estatus social. La independència de Catalunya els hi va anar molt bé ja que el Port de Barcelona es va tornar innactiu perquè el nou govern va decidir no invertir ni una sola passeta. Cansada d'una vida monòtona i amb pocs objectius que li generessin emocions, decideix anar a Catalunya com si fos una destinació exòtica amb l'objectiu d'ajudar als seus habitants, com si fos un voluntariat. De pas també anirà a veure el seu cosí, en Jonny, que fa molts anys que no el veu.

5. Vida professional

Va estudiar ADE a la Universitat de Santiago de Compostela. Anteriorment va exercir en el negoci de marisc de la seva família però es sentia buida, per això ho va deixar. Actualment a Catalunya no treballa i viu a costa dels seus pares.

6. Vida privada

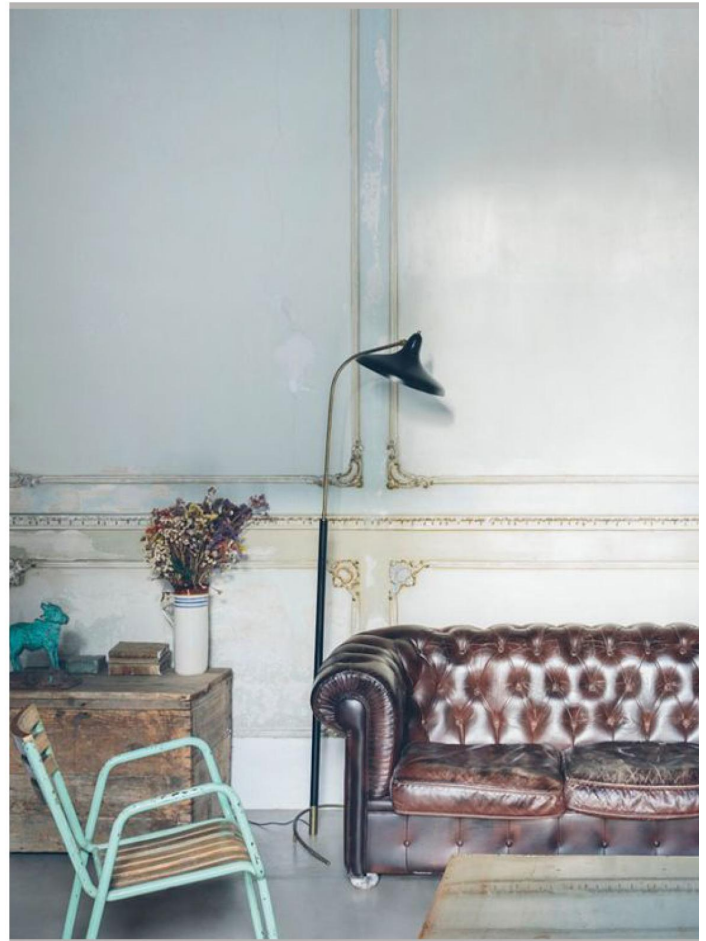
Quan no està amb en Jofre, en Jonny i el Pepo ajudant-los amb tot el que pot va de compres. És una noia que té un problema amb el consum, sempre està comprant roba de la última moda i la més cara. Però a Catalunya té un problema, totes les grans marques no existeixen. Així que en comptes de comprar, està fent una recerca exastiva d'aquests productes, fins arribar a l'obsessió que la porta a la begeria. També li agrada molt el cinema i la ciència ficció, que serà l'únic element en comú que tindrà amb en Jofre.

2.1.4 SINOPSIS CAPITOL PILOT

La declaració de guerra a Andorra per part de la Monarquia Catalana portarà a Jofre, Jonny, Pepo i Leire a viure un seguit de desafortunades situacions que els farà inseparables.

2.1.5 ARGUMENT CAPITOL PILOT

El govern català declara la guerra al principat d'Andorra. Tot home i tota dona capaç de combatre a l'exèrcit és cridat al front de batalla. Tota persona? no, el Jofre no rep la citació i farà tot el possible per defensar el seu país. Quan rep la visita inesperada d'una jove en busca d'una dutxa calenta, en Jofre mostra la seva faceta heròica per intentar desvetllar un complot d'espionatge andorrà inexistent. A diferència del Jofre, el Jonny va en contra de la seva voluntat. Mentrestant, en Pepo travessarà mars i muntanyes per assistir al concert d'uns dels seus grups preferits a l'Estat veí.



2.1.6 Guió literari capítol pilot

"MEJOR UNIDOS"

1- TOBLEBOOM!

PER ÀLEX CAMPRUBI, FERNANDO DOMÍNGUEZ I BERNAT VALLÈS

1. EXT. VIC. DIA

Imatge d'un cartell fet pols on apareix el nom de la ciutat de Vic i en segon pla la ciutat. Imatges d'una Vic decadent del 2026. Les imatges ens mostren la vida a la ciutat, on la gent és pobre i pidola pels carrers remenant les escombraries. Els carrers i les seves construccions són velles i abandonades.

2. INT. MENJADOR. DIA (TÍTOLS DE CRÈDIT) (SONA LA BANDA SONORA DE LA PEL·LÍCULA JAMES BOND)

En PEPO, JONNY i JOFRE estan mirant la televisió des de el sofà de casa. PEPO (30 anys), d'aparència heavy metal llueix una llarga melena i és corpulent. Punteja un acord amb la guitarra. JONNY (34 anys), baixet, prim i amb una samarreta de la selecció espanyola. Obre una cervesa Estrella Damm ben fresca.

3. INT. ESTACIÓ DE TREN. DIA

LEIRE (30 anys), una noia atractiva i elegant. Arrossega una maleta de rodes, s'atura al mig de l'estació i es treu les ulleres de sol de forma seductora. Mira a l'horitzó.

4. INT. MENJADOR. DIA

JOFRE (26 anys) alt, amb ulleres de pasta, vesteix amb una samarreta de l'Assamblea Nacional Catalana. JOFRE menja crispetes amb devoció. PEPO, JOFRE i JONNY assentats al sofà del menjador del pis que comparteixen, mirant una pel·lícula de James Bond.

5. INT. MENJADOR. DIA

Interromp la pel·lícula un missatge de la casa reial.

VEU EN OFF.

Interrompim aquest programa per donar pas a un missatge d'urgència de se majestat, el rei de la corona catalana.

REI (OFF.)

(Segur i amb un punt de supèrbia)

Catalans, catalanes, cigalerus...

Àlex Camprubi, Fernando Domínguez i Bernat Vallès

JONNY

(amb actitud passota)

Joder que pesado, a ver que mierda suelta hoy.

REI (OFF.)

Interrompo aquesta merda de pel·lícula per donar-vos una notícia molt important. Com ja sabeu, els nostres veïns andorrans han trencat definitivament els acords comercials d'alcohol i tabac amb el nostre país.

JONNY escup un glop de cervesa a la cara de JOFRE.

JOFRE

Jonny, para de fer això tio. Sempre fas el mateix.

REI (OFF.)

Les provisions són escasses però...al loro! sóc coneixedor de les necessitats del meu poble. Per això declaro la guerra a Andorra. Bona nit i ens veiem al *Luz de Gas* per celebrar la victòria!

JONNY

Primero nos quita el fútbol y ahora el Barça juega en una liga catalana que es una mierda, después hizo un pacto con el Gobierno Norcoreano para que los estudiantes hicieran el erasmus en nuestras ciudades, ¿los habéis visto? son unos sosos! Y ahora el cabrón este nos quiere quitar el alcohol y el tabaco... estoy hasta la polla de esta Cataluña!

Un enviat especial de l'exèrcit català truca la porta del pis.

JONNY

JOFRE te toca

JOFRE

Sempre vaig jo tio...

JONNY

Te juro que cuando la selección Catalana se clasifique para un mundial iré siempre yo... jajaja

JOFRE obre la porta i al veure el militar amb unes cartes a la mà, mira als seus companys de pis amb una cara de satisfacció i alegria.

CARETA ENTRADA

6. INT. PASTISSERIA. DIA

PEPO entrega un pastís a una CLIENTA (75 anys), que vesteix de diumenge.

PEPO
(Cordial però passiu)

Seran 500 pessetes si us plau.

AMIC DEL PEPO (27 anys), de pinta "heviata" entra a la botiga de forma molt agressiva, donant una patada a la porta, cridant i ensenyant la llengua.

AMIC DEL PEPO
(Cridant, entusiasmat i amb actitud agressiva)

Que passaaaaaaa!

L'actitud del PEPO al veure'l canvia tornant-se també agressiu i exaltat. Fent el símbol de la mà cornuda que els caracteritza, cosa que provoca que el pastisset caigui sobre la CLIENTA.

PEPO
(Cridant i amb actitud agressiva, movent la llengua)

Que passaaaaaaa!

AMIC DEL PEPO

Tiu, tiu...tot de puta mare! Te n'has enterat, oi? collons PEPO no podem fallar.

PEPO

Hem d'estar a primera fila nanu, a la puta trinxera...que peti,
que peti!

Àlex Camprubi, Fernando Domínguez i Bernat Vallès

CLIENTA
(Orgullosa)

Així m'agrada nois, que orgullosa que estic del nostre jovent, hem de defensar el nostre país d'els fills de puta dels andorrans.

PEPO

Què andorrans ni què osties senyora...estem parlant del concert de AC/DC!

PEPO i AMIC PEPO

"I'm on the highway to hell
On the highway to hell"...

AMIC PEPO es tranquilitza i mentre abandona la botiga es dirigeix a PEPO.

AMIC PEPO

De conya tiu...ens veiem allà doncs. Ah!, pensa que toquen a Màlaga.

La porta s'acaba de tancar, PEPO canvia d'un rostre d'eufòria a un estat gèlid.

CLIENTA

Nen, em posaràs un altre pastís?

7. INT. MENJADOR PIS. DIA

JOFRE està assentat al sofà, abatut. Mira les dues cartes que ha portat el militarñ. En segon pla JONNY es prepara per entrar a la dutxa.

JONNY

Quita ya esa cara de amargado colega, que te has librado de una buena.

JOFRE

Àlex Camprubi, Fernando Domínguez i Bernat Vallès

(Trist i insegur)

Tú i en Pepo heu estat cridats per combatre a la guerra, en canvi jo no... No puc entendre perquè no compten amb mi...

JONNY

Joder ¿que no lo ves?, te estás desangrando por un corte de una jodida carta... y ni siquiera la has abierto.

JOFRE es mira el dit, està dessagnant d'una forma exagerada. Sembla que es mareja. JONNY s'ha tret la samarreta i porta una tovallola de la bandera espanyola amb un toro enrotllada a la cintura.

JONNY

A ver parguela, que no estás hecho para esto...lo que daría yo por no ir, ni siquiera quería vivir en Cataluña.

8. (FLAIXBACK) INT. COTXE. DIA

JONNY (6 anys), assentat al darrera d'un cotxe, amb un barret de Mickey Mouse i amb manoples del dibuix animat. Condueix el seu pare. El cotxe va carregat de maletes.

JONNY

(Content i eufòric)

Papá, papá ¿cuándo vamos a llegar a Disneyland?

PARE

Muy pronto hijo, y ahora vuelve a cerrar la boca.

JONNY

Bieeeeeeen!

9. INT. MENJADOR PIS. DIA

JOFRE s'aixeca per continuar parlant amb JONNY. Mentre JOFRE parla, JONNY es retira poc a poc i entra al bany.

JOFRE

(orgullós i molt segur)

No puc quedar-me de braços plegats. Jo sempre esmorzo, dino i sopo pa amb tomàquet. No m'he perdut ni un dels 1906 capítols del Cor de la Ciutat. Em masturbo pensant amb la Pilar Rahola i l'1-0 del 2017 vaig fer d'escut humà per defensar les urnes!

10. (FLAIXBACK) EXT. COL·LEGI ELECTORAL. DIA

JOFRE agafa una iaia com a escut humà abans de que rebi una garrotada de la policia.

11. INT. MENJADOR PIS. DIA

L'aigua calenta no funciona.

JONNY

Aaaaaaargh!Me cago en...Joder! ¿Otra vez sin agua caliente? ¿Jofre no llamaste al servicio técnico?

12. (FLAIXBACK) INT. PIS. DIA

JOFRE, amb bernús, assentat al sofà rodejat de mocadors i amb el telèfon en mà.

JOFRE

...i què portes posat pubilleta?

13. INT. MENJADOR PIS. DIA

JONNY surt del bany, passa ràpidament pel menjador i surt del pis.

JONNY

Voy a ver la caldera a ver que coño pasa...

Tot seguit tornen a trucar a la porta. Quan JOFRE obre la porta LEIRE se li llença al damunt, li fa dos petons i busca el bany.

LEIRE

(contenta i parlant ràpid)

Hola, tu debes de ser PEPO, que mono...soy LEIRE. ¡Uff!, estoy cansadísima, ¿te importa si me doy una ducha?, vale gracias.

JOFRE queda parat de la sorpresa, i amb un gest tímid li indica on és el bany, tot i que LEIRE ja ha entrat fa rato. JONNY torna a entrar al pis.

JONNY

Creo que ya funciona..

JOFRE

JONNY...está ocupat.

JONNY

Joder, PEPO ya está otra vez soltando un zurullo?

JOFRE

No és en Pepo, és una noia.

JONNY

¿Como que una chica?

JOFRE

Si collons, t'ho prometo, ha entrat com si fos casa seva...però tranquil ja li demanaré que ens pagui l'aigua que gastis, a mi no me la fot...

JONNY

¿Como dejas entrar a cualquiera en casa? estamos en guerra colega, podría ser una asesina, o una depredadora sexual...o todavía peor, una espía andorrana.

En Jofre fa un gest de pensament.

14. (FLAIXBACK) EXT. AJUNTAMENT. DIA

JOFRE es troba en un final de pel·lícula on ell resulta un heroi. Té lloc una condecoració militar en honor al mateix JOFRE per

Àlex Camprubi, Fernando Domínguez i Bernat Vallès

haver atrapat a l'espia andorrana. Un responsable de l'exèrcit li col·loca una medalla d'honor al pit mentre JOFRE subjecta a l'acusada.

RESPONSABLE DE L'EXERCIT

...i atorguem la medalla d'honor per destapar una trama d'espionatge andorrà al Sr. Macià Tarradellas. És un honor tenir-lo a les nostres files.

JOFRE mira a LEIRE

JOFRE

Em deus 75 pessetes.

15. INT. MENJADOR. DIA

JONNY torna a marxar del pis.

JONNY

Voy a ducharme a casa la vecina, que dia de mierda estoy teniendo colega...

LEIRE surt del bany.

JOFRE

Què? Has gastat molta aigua?

LEIRE

Perdona... pero no entiendo el catalán...

JOFRE

No entén el català? Ah! És clar... a Andorra no saben parlar català...

LEIRE

Bueno... Me voy a cambiar...

16. INT. MENJADOR. DIA

Àlex Camprubi, Fernando Domínguez i Bernat Vallès

LEIRE entra a una de les habitacions per canviar-se quan JONNY torna per agafar els trastos i dirigir-se al front de batalla. JOFRE remena una de les maletes de LEIRE en busca de proves. Dins descobreix un objecte sospitos.

JOFRE

Què és això?

JONNY

Parecen unas esposas... y una porra...

JOFRE

I això?

JONNY

Parece un Dildo... però seguro que es una cámara de espionaje...

JOFRE

No cal investigar més! Tot indica que és una espia Jonny. Saré una heroi nacional!

JONNY

Que si. Bueno yo me las piro a la Guerra. Que te den.

PAS DE TEMPS

17. EXT. FRONTERA. DIA

PEPO arriba a la frontera amb una furgoneta feta caldo escoltant ACDC i fumant. Quan baixa la finestreta del cotxe la música que escolta ha canviat, és el "Mediterraneo" de Joan Manuel Serrat. GUÀRDIA CIVIL (40 anys) vigila la frontera.

GUÀRDIA CIVIL

(Actitud de superioritat)

Buenas tardes caballero. Me permite ver su documentación por favor.

PEPO busca els papers a la guantera del cotxe, retira objectes il·legals, un bong, una bossa de marihuana i una revista de premsa rosa.

PEPO

Bona tarda senyor policia. Si, un momentet...que han d'estar per aquí..."equiliqua"...aquí la té!

Li entrega la documentació al Guàrdia Civil mentre somriu dissimuladament.

El GUÀRDIA CIVIL agafa la documentació, li fa una ullada, es posa a riure subtilment.

GUÀRDIA CIVIL

Bueno, bueno... jajajja. Vamos a ver chaval...¿sabes de donde eres, verdad? A España solo pueden entrar ciudadanos de la Unión Europea. Haberlo pensado antes de votar al "Puydemong".

PEPO

No se de qui collons m'estàs parlant, jo només vull veure el puto Angus Young cremar la guita!

GUÀRDIA CIVIL

Pues chaval...si fueses francés, Alemán... o al menos andorrano te dejaría pasar, pero con este pasaporte imposible, así que vete a tu país a escuchar sardanas o voy a sacar a Piolin a pasear.

El GUÀRDIA CIVIL fa un gest amenaçador al treure la porra. PEPO, espantat, fa marxa enrere amb el cotxe.

18. EXT. CAMP D'ENTRENAMENT MILITAR. DIA

El GENERAL està passant files amb el seu grup de soldats. En fila un al costat de l'altre i cada un amb pitjor aparença que l'anterior. El GENERAL es passeja d'una punta a l'altre de la fila.

GENERAL

...us ha quedat clar colla de ganduls? no esteu de vacances
idiotes, rucs, estúpids...no valeu per res imbècils, sou un petit
tros de merda, desgraciats...no sigueu ignorants carallots!

En el moment en què el GENERAL passa pel davant de JONNY, sona el
seu telèfon mòbil on podem escoltar la *Marcha Real*. El GENERAL
s'atura i es mira a JONNY, que agafa el telèfon i respon sense
miraments. El GENERAL es posa molt nerviós.

JONNY

JOFRE colega, ¿que dices?

19. INT. PIS. DIA

JOFRE està espiant des de la cuina a LEIRE que mira la televisió
mentre es pinta les ungles al sofà.

JOFRE

JONNY, m'has d'ajudar...s'ha quedat!

JONNY

¿Quien se ha quedado?

JOFRE

Collons l'espia! Què faig? Què li dic?

20. EXT. CAMP D'ENTRENAMENT MILITAR. DIA

El GENERAL, més enfadat crida l'atenció a JONNY que segueix
parlant per telèfon.

GENERAL

Soldat Jonatan! Deixa immediatament el telèfon i presti atenció...
desgraciaaaaaaat!

JONNY

Que te calles pesao!

21. INT. MENJADOR PIS. DIA

JOFRE

què?

22. EXT. CAMP D'ENTRENAMENT MILITAR. DIA

JONNY

Tranquilo JOFRE esta vez no iba para ti...se lo decía a un pesado de estos del ejército. Escucha, es el momento de poner en práctica todo aquello que te enseñé...

23. INT. MENJADOR PIS. DIA

JOFRE

Que? Què vols dir?

24. EXT. CAMP D'ENTRENAMENT MILITAR. DIA

Si, colega, es tu oportunidad, seducela, que salga el casanova que llevas dentro, muy dentro joder...se el puto James Bond, JOFRE, el puto Bond.

PAS DE TEMPS

24. INT. CUINA PIS. DIA

JOFRE a la cuina preparant el sopar. La ràdio sona al fons.

RADIO (OFF.)

Àlex Camprubi, Fernando Domínguez i Bernat Vallès

La celebració del referèndum convocat de manera il·legal pel Consell General d'Aran ha deixat 893 ferits per part dels Mossos d'Esquadra. Tot i que gairebé el 90% dels Aranesos han votat a favor de la independència el Govern de la Generalitat i el Tribunal Constitucional diuen que és il·legal i que per sobre de tot estan les lleis. Seguirem informant.

JOFRE (veu baixa)

A per ells, oe... a per ells, oe...

JOFRE (PENSAMENT)

Jofre, recorda, ets el puto James Bond!

25. INT. MENJADOR PIS. DIA

JOFRE porta un esmòquing negre, amb aires seductors s'apropa a LEIRE, que s'ha posat el pijama.

JOFRE

(segur i amb aires de seducció)

...t'he preparat el sopar, però podem passar directament als postres...

LEIRE

jajajaj, no...prefiero probar este plato!, parece delicioso.

En JOFRE ha cuinat un plat que fa molt mala pinta.

JOFRE

Ah!, si és clar...

JOFRE i LEIRE seuen a la taula, l'un davant de l'altre, JOFRE subjecta una copa de Martini.

JOFRE

Et preparo una copeta de Martini? Jo me'l prenc agitat...no remogut!

LEIRE

No, gràcies...no me gusta el alcohol, solo bebo agua.

LEIRE
(Pensament)

Ha! Mentira.

JOFRE li serveix una copa d'aigua a LEIRE. Els dos es posen a menjar, LEIRE fa cara de fàstic mentre està tastant el menjar. Durant una estona cap dels dos diu res, es crea un silenci incòmode.

JOFRE (PENSAMENT)

Merda JOFRE...has de dir alguna cosa.

JOFRE

Crec que ja hem parlat suficient de mi...parlem ara de tú.

LEIRE

Pues si, claro,...tengo 30 años, tengo un perro que se llama Azucarillo...es muy travieso... y me gustan los domingos de manta y peli..el otro dia vi la última de Star Wars, la duodécima creo..."El último y definitivo jedi". La has visto?...nunca pensé que Yoda y Chewbacca se iban a liar...

JOFRE

Si, la he vist.. a mi m'ha semblat molt romàntic...és una història d'amor molt bonica, demostra com dues persones tant diferents poden estimar-se tant i superar totes les adversitats per poder estar juntes...

JOFRE s'acosta de forma seductora i xiuxiueja un soroll imitant al personatge Chewbacca. LEIRE s'aparta i reacciona negativament.

JOFRE

Tinc una espasa làser a tamany real a la meva habitació...la vols veure?

LEIRE

«Mi joven padawan...cuando el camino inseguro es, mejor esperar
debemos.»

26. EXT. PARC INFANTIL. DIA

Un entrenament militar, els soldats en formació corren pel mig del bosc, el JONNY està al davant de tots.

SOLDATS

"Yo antes era español...
Con trabajo y buen jamón...
Y ahora que soy catalán...
patumaca pa esmursar"

Els soldats s'exerciten. Posen en pràctica moviments militars en diferents obstacles. Un dels soldats topa amb un nen, penjat en un dels obstacles. Es tracta d'un parc infantil, el lloc està ple d'infants i parelles amb cotxets.

27. EXT. FRONTERA. DIA

PEPO torna a plantar-se a la frontera, aquest cop disfressat de sevillana. Topa amb el mateix Guàrdia Civil. Ara quan baixa la finestreta del cotxe, al radiocasset, sona una cançó de flamenc. El GUÀRDIA CIVIL li fa un gest de negació i li impedeix l'entrada a Espanya.

PEPO

!Hola mi arma! ¿Pa donde cae la Feria de Abri?

GUÀRDIA CIVIL

Claro señora, es muy fácil mire...sigue recto hacia la rotonda,
tome la salida de mis cojones y sigue recto hasta llegar a la
plaza tu puta madre.

El GUÀRDIA CIVIL es queda mirant fixament en PEPO i amb silenci.

PEPO puja la finestreta i poc a poc fa marxa enrera amb el cotxe i se'n va.

GUÀDIA CIVIL

Y por cierto... estamos en agosto capullo!

28. INT. HABITACIÓ PIS. DIA

JOFRE, ajupit des de l'habitació, torna a trucar a JONNY mentre controla a LEIRE.

29. EXT. CAMP DE BATALLA. DIA

JONNY està atrinxerat, les bombes i els trets ressonen a pocs quilòmetres. El telèfon de JONNY es posa a sonar. JONNY contesta.

JONNY

Coño JOFRE, que estoy muy ocupado ¡Dime, que pasa!

30. INT. HABITACIÓ PIS. DIA

JOFRE

Em rendeixo JONNY, no ha funcionat...he fet tot el que em vas aconsellar, li he fet un dinar per llepar-se els dits, he estat super extravertit i fins hi tot li he dit coses molt romàntiques, però ha passat de mi, com totes. No podré salvar Catalunya, s'ha acabat!

31. EXT. CAMP DE BATALLA. DIA

JONNY

Los cojones te rindes ahora, no me seas picha floja...recuerda, siempre hay una alternativa, esa siempre funciona, ¿recuerdas?

JONNY abandona per un moment la conversa, s'incorpora amb molta rapidesa i inicia una descarregada de bales del 45 i amb molta energia contra enemics andorrans.

JONNY

(cridant, molt embogit)

Comed plomo pijos de mierda! A ver si ahora tenéis huevos de quitarme el alcohol y el tabaco! Volved a Caldea!

JONNY es torna a atrinxerar i continua la conversa amb JOFRE.

JONNY

(desfogat)

...emborrachala JOFRE, dejala bien pedo.

Una bomba "TOBLERONE" cau dins la trinxera. JONNY ho veu i reacciona ràpidament.

JONNY

(excitat)

¡Mierda, un Toblerone bomba! JOFRE te dejo, recuerda...¡haz trampas!

32. INT. HABITACIÓ PIS. DIA

JOFRE canvia l'expressió de la cara, rumiant penja el telèfon mentre s'escolta una forta explosió.

33. INT. MENJADOR PIS. DIA

LEIRE està assentada al sofà, una mà li col·loca un mocador amarat de cloroform als morros.

34. INT. SALA DE TORTURA. DIA

Una sala fosca, humida i plena de mecanismes de tortura. Al mig de la sala LEIRE, sense coneixement, lligada en una cadira de fusta. LEIRE es desperta sorpresa. De fons s'escolta algú xiular com Negan a la famosa sèrie "The walking Dead". Es genera molta tensió, LEIRE no sap què passa. Apareix JOFRE de la penombra amb un bat de beisbol recobert de filferro d'espines.

JOFRE
(controlat i segur)

Hola LEIRE...estàs còmode?

LEIRE
(tranquil·la i alleujada)

¡Ah eres tu JOFRI!

JOFRE

JOFRE!...és una E àtona!

LEIRE

jaja eres muy gracioso JOFRI

JOFRE
(enfadat)

grrrrrr! està bé, no volia arribar a aquest extrem però no m'ho
has posat fàcil... ara sabrem la veritat de tot plegat.

LEIRE

Si es por lo de Yoda y Chewbacca...no iba en serio JOFRI, yo
también creo que hacen una pareja cojonuda...a quien quiero
engañar, no pegan ni en pintura jajaja

En JOFRE es tapa les orelles i fa veure que no ha escoltat el que
ha dit la Leire.

JOFRE

No juguis amb mi renoi! Se que ens vols treure informació, ets un
agent secret del principat d'Andorra...què vols de mi?

LEIRE
(amb un to picaresc)

¡Ah!, ahora lo entiendo...si JOFRI, soy tu espia.

JOFRI

Àlex Camprubi, Fernando Domínguez i Bernat Vallès

(satisfet)

aha! ho sabia!!! Què vols? saber la recepta secreta del pa amb tomàquet?, vols que et revelem el final alternatiu de Merlí?... o no serà que vols saber com vam treure el Junqueras de la presó per aquell minúscul forat?

LEIRE

No JOFRI, quiero saber de qué color es tu espada láser.

JOFRE, enfurismat, agafa una serra elèctrica i es disposa a torturar a LEIRE quan se li acosta PEPO, vestit de torero, i li toca l'espatlla tímidament. JOFRE es gira.

PEPO

(amb molta serenitat)

JOFRE em pots tornar a deixar les claus de la furgó?

JOFRE li dóna les claus, quan PEPO les agafa mira a LEIRE.

PEPO

Ei.

LEIRE

(Feliç)

¡Hola!

PEPO surt de la sala. JOFRE torna a l'estat d'eufòria i utilitza la serra elèctrica per desplomar un pollastre i extreure'n una ploma. L'aprofita per fer-li pessigolles als peus de LEIRE, que riu.

PAS DE TEMPS

35. EXT. CAMP DE FUTBOL. DIA

El Futbol Club Barcelona es disputa el títol de lliga al camp del Manlleu. Els locals van guanyant. A la grada PEPO, que encara porta el barret de torero, s'assenta al costat d'un AFICIONAT DEL BARÇA (35 anys), vestit amb una llarga gavardina, ulleres de sol, una boina i la bufanda del Barça.

AFICIONAT DEL BARÇA

Tens lo meu?

PEPO li entrega un sobre ple de bitllets. L'AFICIONAT es guarda el sobre i li entrega un paper.

AFICIONAT DEL BARÇA

A les 5 del matí a la Barceloneta...que no et segueixi ningú.

El Manlleu marca un gol i la resta d'aficionats ho celebren.
L'AFICIONAT DEL BARÇA s'aixeca exaltat.

AFICIONAT DEL BARÇA

(cridant i mirant a la llotja del camp de futbol)

Piqué, ets el pitjor president que ha tingut mai aquest club!
Collons, heu llençat la lliga un altre any!

(dirigint-se a PEPO)

contra el Manlleu no podem fallar hòstia!

PEPO fa el gest d'abandonar l'estadi, l'AFICIONAT l'atura i li entrega uns flotadors infantils.

AFICIONAT DEL BARÇA

Té, et farà falta...

36. INT. SALA DE TORTURA. DIA

LEIRE apareix amb clars símptomes d'haver patit una tortura, les llàgrimes de riure són abundants, però al mateix moment està excitada, la situació la posa calenta.

JOFRE

(enfadat i desesperat)

escull!

LEIRE

La de la derecha...

Àlex Camprubi, Fernando Domínguez i Bernat Vallès

LEIRE extreu una dent del "Cocodrilo saca muelas", el cocodril no la mossega.

JOFRE

Hòstia quina sort!

JOFRE agafa el cocodril amb ràbia i el llança contra la paret. JONNY apareix de cop a la sala de tortura, vestit amb un mono d'esquiar, carregat de tabac i ampolles d'alcohol.

JONNY
(enfadat)

¿JOFRE qué cojones estás haciendo?

LEIRE
(contenta)

¡Hola primitooo!

JOFRE

...¿Primito?, com que primito?

JONNY

¿Estás torturando a mi prima, desgraciado?

JOFRE

Nooo!

JONNY

¡ah!, peor todavía...¡te la querías follar!

JOFRE

No!, torturant, l'estava torturant.

JONNY
(enfadat, dirigint-se a LEIRE)

¿y tú qué?

LEIRE
(sorpresa)

¿yo qué de qué?

JONNY
(Enfadat)

¿Has traído los tuppens de la iaia?

LEIRE

Si. Y a ti, ¿como te ha ido por Andorra?

JONNY

¡Ah!, pues muy bien, gente de puta madre...la nieve de lujo y me
he traído tabaco y alcohol.

JOFRE es mira als cosins palplantat, no entén res.

PAS DE TEMPS

37. INT. MENJADOR PIS. DIA

LEIRE, JOFRE i JONNY, apalancats al sofà mirant la televisió.
JONNY i LEIRE mengen croquetes del taper. JOFRE es mira les
croquetes amb devoció.

JOFRE
(tímid)

JONNY...puc provar una croqueta?

JONNY

¿Primero te querías tirar a mi prima y ahora le quieres comer las
croquetas a la yaya?

LEIRE

Por cierto... ¿donde está el otro chico?

JOFRE i JONNY miren el lloc de PEPO al sofà.

38. EXT. MAR. DIA

Una pastera de plàstic trenca amb les onades del mar. PEPO i altres catalans a bord, abatuts, morts de fred i deshidratats. De fons es pot sentir la cançó *Higwhway to Hell* de ACDC. Els ulls de PEPO s'il·luminen. L'excitació de PEPO, com la música, augmenta.

FINAL TÍTOL SÈRIE

39. EXT. CONCERT.

PEPO arriba a l'inici de la cua per entrar al recinte del concert, a la porta un porter, una cara coneguda. Es tracta del mateix GUÀRDIA CIVIL que no li ha permès l'entrada al país.

PEPO

Jo-der.

TÍTOLS DE CRÈDIT

2.1.7 ARGUMENT PRIMERA TEMPORADA

La primera temporada de Mejor Unidos està composta per 5 episodis amb una durada de 15 minuts aproximadament, ja que és un producte audiovisual en xarxa i considerem que no pot superar aquest temps perquè els consumidors de continguts audiovisuals en aquesta plataforma volen productes curts, sinó perden interès. El programa pilot, que és el que s'ha guionitzat, té aproximadament una durada de 20/23 minuts perquè s'utilitzarà per presentar els personatges i l'univers, per aquest motiu és necessària una durada més extensa, ja que s'intenta donar èmfasi a aquests aspectes. En els episodis de la primera temporada aniran succeint diferents esdeveniments i conflictes entre els personatges, però també s'aniran introduint diferents elements i situacions on l'espectador podrà anar observant i intuïnt que els habitants catalans partidaris a Tabarnia, i que són pro espanyolistes, estan preparant el terreny per realitzar un referèndum de dependència amb Espanya a esquenes de la Monarquia Catalana i el mateix govern. Quin resultat sortirà d'aquesta consulta?

TOBLEBOOM! (PROGRAMA PILOT)

El govern català declara la guerra al principat d'Andorra. Tot home i tota dona capaç de combatre a l'exèrcit és cridat al front de batalla. Tota persona? no, el Jofre no rep la citació i farà tot el possible per defensar el seu país. Quan rep la visita inesperada d'una jove en busca d'una dutxa calenta, en Jofre mostra la seva faceta heròica per intentar desvetllar un complot d'espionatge andorrà inexistent. A diferència del Jofre, el Jonny va en contra de la seva voluntat. Mentrestant, en Pepo travessarà mars i muntanyes per assistir al concert d'uns dels seus grups preferits a l'Estat veí.

TORNA'M EL NAS

Tres turistes Espanyols estan prenent cubates a la barra de la sala Razzmatazz de Barcelona. Però, què té de insòlit això? Que tres espanyols hagin vingut a Catalunya després de tot el que ha succeït? No. Els tres turistes són idèntics que els nostres protagonistes, són els seus dobles. Així que en Jofre, en Jonny i en Pepo decideixen intercanviar els papers i fer-se passar per ells per tenir una vida millor. Després d'una nit de farra, els tres turistes es desperten i veuen que estan a un pis que no és el seu i porten la roba dels tios que havien conegut la nit anterior.

CAPITÀ CATALUNYA

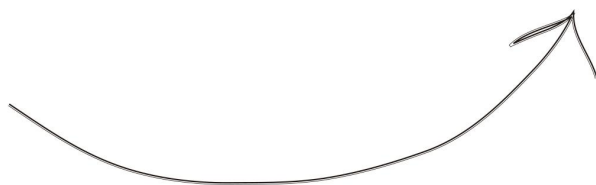
És el setè cop aquesta setmana que el Jofre és rebutjat a una entrevista de treball, així que per ofegar les penes es posa a fumar cànnabis amb els seus companys de pis. Els 3 agafen tal colocón que s'adormen. Dins de la seva imaginació, en Jofre s'adona que té superpoders, igual que tots els seus companys, però són poders molt absurds. En Jofre canvia d'ideologia cada 30 minuts, en Jonny pot utilitzar el comandament a distància a distància, la Leire té la capacitat de parlar tots els idiomes del món, però quan té la necessitat de comunicar-se, parla una llengua que el receptor no entén, i en Pepo pot parlar amb el terra. Tots quatre formaran un equip de superherois juntament amb el capità Catalunya per derrotar a Mariano Rajoy, que vol que Catalunya torni a ser d'Espanya.

LA TORRADORA DEL TEMPS

En Jofre decideix fer al pis, fa dos anys que viuen allà i encara no s'havien dignat a agafar l'escombra. Però es troba amb una sorpresa, darrera de la rentadora troben una torradora de l'antic propietari, però no és una torradora qualsevol, és una màquina del temps. Ara podran tornar al passat per intentar que Catalunya no declari la independència.

REFERÈNDUM. DESPERTA I VOTA!

La situació és insostenible. Les polítiques de la Monarquia Catalana i el seu govern cada cop són més autoritàries i absurdes. Els ciutadans que volen tornar a ser espanyols ja tenen a punt el referèndum de dependència amb Espanya. La monarquia es veu obligada a realitzar-lo per pressió internacional i perquè té la necessitat de mostrar que és un sistema polític modern i exemplar. Però només va posar una condició: ha de votar el 100% de la població. Un cop fet el recompte de vots i de participació veuen que ha sortit 50% de sis i 50% de nos. Però no tothom ha votat, falta una persona, en Jofre, que està dormint al seu pis després d'estar plorant tota la nit perquè li van donar carbasses al dia anterior. Ara tot un país depèn d'una sola persona.



PRIMERA TEMPORADA

2.2 DIRECCIÓ ARTÍSTICA

La direcció artística juga un paper molt important en aquest projecte. És la part que s'encarrega de crear un univers visual que respecti el guió, tenint en compte el context i la situació plantejada en cada espai, situació i acció del teaser. És la clau per aconseguir l'ambient desitjats que per si sol expliqui i transmeti un seguit d'idees fonamentals de guió. Com ja s'ha esmentat anteriorment, es presenta un escenari futurista però d'un futur proper, en què tot el que coneixem ha canviat relativament poc, però en el que tot ha envellit, s'ha desgastat i en alguns casos destruït en motiu de la sortida de Catalunya de l'Estat espanyol i del conflicte armat que l'ha precedit. Així, les localitzacions, l'atrezzo i el vestuari intenten cuidar al màxim cada detall.



2.2.1 LOCALITZACIONS

La cerca i tria de localitzacions és vital per a crear aquest ambient. S'ha optat per situar als personatges en fins a dotze espais diferents per, d'aquesta manera, aconseguir mostrar el màxim d'escenaris que ens ajudin a presentar l'univers. Els espais es conceben com un reflex del que viuen els personatges en cada moment, que ajudin a entendre el dia a dia de cada un d'ells i que situïn a l'espectador dins aquest món.

S'ha optat per espais amplis i poc cuidats, oberts i lluminosos, en part per facilitar el treball de disseny d'il·luminació, i per la simplificació dels mateixos escenaris en favor de potenciar el centre d'atenció, l'acció, i per restar importància a tot allò material d'aquest univers, material sense valor.

2.2.2 FOTOGRAFIA

Tenint en compte els espais i el guió es vol apostar per una fotografia propera i lineal, amb pocs alt i baixos, presentant dues i dees, dos estils diferents per destacar les dues històries que s'expliquen en paral·lel al guió del teaser. La càmera pretén viatjar amb els diferents protagonistes de la història, es tracta d'una càmera real i honesta. Ens distanciem de tot dispositiu que pugui donar-li un to contemplatiu a la imatge, tripodes i "travels". La decisió doncs, és treballar amb càmera en mà i que segueixi les accions, que permeti introduir i apropar l'espectador dins l'acció.

Es treballa a partir de dos tipus de lents fixes per tal de poder captar la màxima quantitat de llum en espais tancats. Una és de 55 mm que permetrà aconseguir major realisme, proper a l'ull humà. L'altre lent és de 18 mm. S'utilitza perquè es tracta d'un bon recurs que proporciona una exageració de la imatge. Permetrà donar més èmfasi en primers plans o primeríssim primer plans dels personatges, reforçant el to d'humor, frase o acció que protagonitzin.

La proposta es basa en dues paletes de color extrems de dos referents cinematogràfics:

- El primer correspon a: Ruby Sparks (2012), de Jonathan Dayton, Valerie Faris. Aquesta paleta s'utilitza per mostrar els espais més decadents d'aquesta nova Catalunya aprofitant les tonalitats de grisos i colors freds que generen poca calidesa visual en l'espai.



- La segona d'aquestes paletes s'usa en les accions on apareixen els personatges i escenes en les que tenen un to de comèdia, extreta del fil: Fear and Loathing in Las Vegas (1998), de Terry Gilliam. Aquesta si que aporta una major calidesa en la imatge.



2.2.3 IL·LUMINACIÓ

Tal hi com s'utilitzen dues paletes com a recurs per diferenciar les diferents històries en paral·lel, el disseny d'il·luminació treballa, també, a partir de dos propostes, de dos tipus de llum. La primera marcada per una llum freda. Per reforçar la idea d'una paleta de color gris i neutre.

S'utilitza llum artificial, en concret un focus Cotelux fluorescent, de llum blava, amb el que s'il·luminaran escenes d'interiors atenuades a partir de filtres foscos.

En canvi, s'utilitza una llum més càlida en escenes d'exterior o d'aquelles escenes marcades pel guió que representen la visió documental en el teaser. Els exteriors estaran controlats gràcies a la tria de localitzacions, ja estudiades en funció de la llum. Aquesta vindrà reforçada per un reflector d'intensitat. Aquesta llum més càlida s'aconsegueix utilitzant un focus Fresnel.

El disseny d'il·luminació vol respectar la proposta artística del projecte, així que es vol intentar salvaguardar l'estètica realista evitant una il·luminació forçada i irreal.

2.2.4 ATREZZO

L'attrezzo no és menys important per tal de recrear l'ambient i l'atmosfera. És important que mantingui una estètica i un discurs semblant en cada escena. La opció de crear espais minimalistes i de no carregar d'attrezzo les localitzacions facilita la possibilitat d'obtenir objectes, mobiliaris i materials necessaris per a ambientar cada escenari. En molts casos s'aprofita el mobiliari ja existent de les propietats localitzacions, en el cas d'interiors com el menjador, la terrassa o la pastisseria, el propi mobiliari, juntament amb objectes escollits en funció de cobrir necessitats específiques del guió ens serveixen com a attrezzo.

S'intenta cuidar fins a l'últim detall, per això, en l'attrezzo, s'hi inclou un seguit d'objectes, de més a menys importància, però que tots ells expliquen o aporten una informació extra a la imatge i a la història. Alguns d'aquest elements prenen protagonisme en el relat de la propia sitcom, objectes que utilitzen els personatges i que són insubstituïbles ja que interfereixen en el guió. D'altres són substituïbles però doten a cada escena de context.

La caracterització dels personatges, de la mateixa manera que les localitzacions i l'attrezzo, serveix per explicar i donar informació, en aquest cas ens dona pistes de la personalitat de cada personatge i de l'estil de vida de cada un d'ells.

2.2.5 SO

El so que utilitzarem so directa amb micró de perxa. En principi creiem que és la millor manera de captar so pel nostre projecte per tal d'aconseguir el realisme. En cas que no s'entengui els diàlegs o qualsevol problema utilitzarem un estudi i doblatge. A la banda sonora utilitzarem música original nostre per tal d'adaptar-la a les nostres necessitats i crearem un tema pels títols de crèdits.



2.3 DISSENY DE PRODUCCIÓ

2.3.1 Equip tècnic

Equip tècnic

Material de vídeo

- Càmera Sony AX2000 → 1
- Tripode → 1
- Fig-rig → 1
- Càmera réflex Canon 550D → 1

Material d'il·luminació

- Allargs → 1
- Dimmers → 3
- Focus Fresnel laniro de 1000W → 2
- Focus fluorescente – Cotelux → 2
- Kit de banderes → 1
- Filtres → 1
- Reflector - Blanc plata → 1
- Reflector – difussor → 1

Material de so

- Gravadora Zoom H4n Pro APH-4n Bundle → 1
- Micro de perxa → 1

2.3.2 Pressupost

Pressupost del llargmetratge FICCIÓ o DOCUMENTAL	
Títol:	Mejor unidos!
Format:	Websèrie
Empresa productora sol·licitant:	Bufaproducciones
Director/a:	Alexandre Camprubí, Bernat Vallès, Fernando Dominguez
Empresa/es coproductora/es i nacionalitat/s	

RESUM (1)	PRODUCTORA	COPRODUCTORA 1	COPRODUCTORA 2	Inversió recursos a Catalunya	TOTAL
	Bufaproducciones				
Nacionalitat	Catalana				
CAP. 01.- GUIÓ I MÚSICA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CAP. 02.- PERSONAL ARTÍSTIC(8 o 9 personatges)	400,00	0,00	0,00	0,00	400,00
CAP. 03.- EQUIP TÈCNIC ...(18 persones).....	970,00	0,00	0,00	0,00	970,00
CAP. 04.- ESCENOGRAFIA	850,00	0,00	0,00	0,00	850,00
CAP. 05.- EST. RODATGE/SONORITZACIÓ I DIVERSOS PRODUCCIÓ	1.545,00	0,00	0,00	0,00	1.545,00
CAP. 06.- MAQUINÀRIA, RODATGE I TRANSPORTS	2.931,00	0,00	0,00	0,00	2.931,00
CAP. 07.- VIATGES, HOTELS I ÀPATS	250,00	0,00	0,00	0,00	250,00
CAP. 08.- PEL-LICULA VERGE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CAP. 09.- LABORATORI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CAP. 10.- ASSEGURANCES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CAP. 11.- DESPESES GENERALS	170,00	0,00	0,00	0,00	170,00
CAP. 12.- DESPESES EXPLOTACIÓ, COMERÇ I FINANÇAMENT	300,00	0,00	0,00	0,00	300,00
TOTAL	7.416,00	0,00	0,00	0,00	7.416,00

		CAPÍTOL 01.- Guió i Música		REMUNERACIONS		RETENCIONS (**)		DIETES	Coproductora	Coproductora	Inversió recursos a Catalunya
Núm. Compte		BRUTES (*)	IRPF	SEG. SOCIAL							
01.01.	Guió	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
01.01.01.	Drets d'autor										
01.01.02.	Argument original										
01.01.03.	Guió										
01.01.04.	Diàlegs addicionals										
01.01.05.	Traduccions										
01.01.06.											
01.01.07.											
01.01.08.											
01.02.	Música	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
01.02.01.	Drets d' autor de les músiques										
01.02.02.	Drets d' autor de les cançons										
01.02.03.	Compositor de la música de fons										
01.02.04.	Arranjaments										
01.02.05.	Direcció de l'orquestra										
01.02.06.	Professors enregistrament de les cançons										
01.02.07.	Ídem de la música de fons										
01.02.08.	Cantants										
01.02.09.	Cors										
01.02.10.	Copisteria musical										
01.02.11.											
01.02.12.											
TOTAL CAPÍTOL 01		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

		CAPÍTOL 02.- Personal artistic		REMUNERACIONS		RETENCIONS (**)		DIETES	Coproductora	Coproductora	Inversió recursos a Catalunya
Núm. Compte		BRUTES (*)	IRPF	SEG. SOCIAL							
02.01.	Protagonistes	0	0	0	400	0	0	0	0	0	0
02.01.01.	Jofre				100,00						
02.01.02.	Jonny				100,00						
02.01.03.	Pepo				100,00						
02.01.04.	Leire				100,00						
02.01.05.											
02.01.06.											
02.01.07.											
02.02.	Principals	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
02.02.01.											
02.02.02.											
02.02.03.											
02.02.04.											
02.02.05.											
02.02.06.											
02.02.07.											
02.02.08.											
02.02.09.											
02.03.	Secundaris	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
02.03.01.											
02.03.02.											
02.03.03.											
02.03.04.											
02.03.05.											
02.03.06.											
02.03.07.											
02.03.08.											
02.03.09.											
CAPÍTOL 02 (4 personatges)		0,00	0,00	0,00	400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Núm. Compte	CAPÍTOL 03.- Equip tècnic	REMUNERACIONS			RETENCIONS (**)		DIETES	Coproductora	Coproductora	Inversió recursos a Catalunya
		BRUTES (*)	IRPF	SEG. SOCIAL	IRPF	SEG. SOCIAL				
03.01. Direcció.		0,00	0,00	0,00			250,00	0,00	0,00	0,00
03.01.01. Director/a							50,00			
03.01.02. Primer/a ajudant/a direcció							50,00			
03.01.03. Secretari/ària de rodatge										
03.01.04. Auxiliar de direcció							50,00			
03.01.05. Director/a de repartiment										
03.01.06. Segon/a ajudant/a direcció										
03.01.07. Direcció d'actors							50,00			
03.01.08. Direcció d'art							50,00			
03.01.09.										
03.02. Producció		0,00	0,00	0,00			250,00	0,00	0,00	0,00
03.02.01. Productor/a executiu/va							50,00			
03.02.02. Director/a producció							50,00			
03.02.03. Cap de producció							50,00			
03.02.04. Primer/a ajudant/a producció							50,00			
03.02.05. Regidor/a										
03.02.06. Auxiliars producció							50,00			
03.02.07. Caixer/a-pagador/a										
03.02.08. Secretari/ària producció										
03.02.09. Ajudants producció oficina										
03.02.10. Ajudants producció										
03.02.11. Ajudant/a del/de la regidor/a										
03.02.12. Productor/a associat/da										
03.02.13. Product manager										
03.02.14. Director/a producció										
03.02.15. Coordinador/a Producció										
03.02.16. Coordinador/a d'especialistes										
03.02.17. Assist.coordinador/a producció										
03.02.18. Localitzador/a										
Ròssec CAPÍTOL 03		0,00	0,00	0,00			500,00	0,00	0,00	0,00

Núm. Compte	CAPÍTOL 03.- Equip tècnic	REMUNERACIONS			RETENCIONS (**)		DIETES	Coproductora	Coproductora	Inversió recursos a Catalunya
		BRUTES (*)	IRPF	SEG. SOCIAL	IRPF	SEG. SOCIAL				
03.03. Fotografia.		0,00	0,00	0,00			500,00	0,00	0,00	0,00
03.03.01. Director/a fotografia							200,00	0,00	0,00	0,00
03.03.02. Segon/a operador/a										
03.03.03. Ajudant/a (foquista)							50,00			
03.03.04. Auxiliar de càmera							50,00			
03.03.05. Fotògrafa d'escenes										
03.03.06. Operador/a Steadicam							50,00			
03.03.07.										
03.03.08.										
03.04. Decoració		0,00	0,00	0,00			50,00	0,00	0,00	0,00
03.04.01. Decorador/a							50,00			
03.04.02. Ajudant/a decoració										
03.04.03. Ambientador/a										
03.04.04. Atrecistes										
03.04.05. Tapisser/a										
03.04.06. Constructor/a cap										
03.04.07. Pintor/a										
03.04.08. Pintor/a										
03.04.09. Fuster										
03.04.10. Fuster										
03.04.11. Ajudants d'atrecista										
03.04.12. Ajudant/a decoració										
03.04.13. Coordinador/a decoració										
03.04.14.										
03.04.15.										
03.04.16.										
Ròssec CAPÍTOL 03		0,00	0,00	0,00			750,00	0,00	0,00	0,00

Núm. Compte			REMUNERACIONS			RETENCIONS (**)		DIETES	Coproductora	Coproductora	Inversió recursos a Catalunya
			BRUTES (*)	IRPF	SEG. SOCIAL	IRPF	SEG. SOCIAL				
03.05.		Sastreria	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	750,00	0,00	0,00	0,00
03.05.01.	Figurista		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
03.05.02.	Cap Sastreria										
03.05.03.	Sastre/sastressa										
03.05.04.	Ajudants de vestuari										
03.05.05.											
03.05.06.											
03.06.		Maquillatge	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	50,00	0,00	0,00	0,00
03.06.01.	Maquillador/a							50,00			
03.06.02.	Ajudant/a										
03.06.03.	Auxiliar										
03.06.04.											
03.06.05.											
03.06.06.											
03.07.		Perruqueria	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	20,00	0,00	0,00	0,00
03.07.01.	Perruquer/a							20,00			
03.07.02.	Ajudant/a										
03.07.03.	Auxiliar										
03.07.04.											
03.07.05.											
03.07.06.											
03.08.		Efectes especials i efectes sonors	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
03.08.01.	Cap efectes especials										
03.08.02.	Ajudant/a										
03.08.03.	Armer/a										
03.08.04.											
		Ròssec CAPÍTOL 03	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	820,00	0,00	0,00	0,00

Núm. Compte			REMUNERACIONS			RETENCIONS (**)		DIETES	Coproductora	Coproductora	Inversió recursos a Catalunya
			BRUTES (*)	IRPF	SEG. SOCIAL	IRPF	SEG. SOCIAL				
03.08.		Efectes especials i efectes sonors	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	820,00	0,00	0,00	0,00
03.08.05.	Cap efectes sonors		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
03.08.06.	Ambients										
03.08.07.	Efectes sala										
03.08.08.											
03.08.09.											
03.08.10.											
03.08.11.											
03.09.		Sò	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00	0,00	0,00	0,00
03.09.01.	Cap							50,00			
03.09.02.	Ajudant/a							50,00			
03.09.03.	Post-producció										
03.09.04.	Ajudant/a										
03.09.05.											
03.09.06.											
03.10.		Muntatge	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
03.10.01.	Muntador/a										
03.10.02.	Ajudant/a										
03.10.03.	Auxiliars										
03.10.04.											
03.10.05.											
03.10.06.											
03.10.07.											
03.10.08.											
03.10.09.											
03.10.10.											
03.10.11.											

Núm. Compte			REMUNERACIONS			RETENCIONS (**)		DIETES	Coproductora	Coproductora	Inversió recursos a Catalunya
			BRUTES (*)	IRPF	SEG. SOCIAL						
03.11.	Electricistes i maquinistes		0,00	0,00	0,00		920,00	0,00	0,00	0,00	
			0,00	0,00	0,00		50,00	0,00	0,00	0,00	
03.11.01.	Cap electricistes						50,00				
03.11.02.	Electricistes										
03.11.03.	Maquinistes										
03.11.04.	Ajudants										
03.11.05.											
03.11.06.											
03.12.	Personal complementari		0,00	0,00	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	
03.12.01.	Assistència sanitària										
03.12.02.	Guardes										
03.12.03.	Peons										
03.12.04.	Managers										
03.12.05.											
03.12.06.											
03.12.07.											
03.12.08.											
03.13.	Segona unitat		0,00	0,00	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	
03.13.01.	Director/a										
03.13.02.	Cap producció										
03.13.03.	Primer/a operador/a										
03.13.04.	Segon/a operador/a										
03.13.05.	Ajudant/a direcció										
03.13.06.	Ajudant/a producció										
03.13.07.	Ajudant/a càmera										
03.13.08.											
03.13.09.											
03.13.10.											
TOTAL CAPÍTOL 0318 person -			0,00	0,00	0,00		970,00	0,00	0,00	0,00	

Núm. Compte			Bufaproducciones	Coproductora	Coproductora	Inversió recursos a Catalunya
04.01.	Decorats i escenaris		0,00	0,00	0,00	0,00
04.01.01.	Construcció i muntatge de decorats					
04.01.02.	Enderroc decorats					
04.01.03.	Construcció en exteriors					
04.01.04.	Construcció en interiors naturals					
04.01.05.	Maquetes					
04.01.06.	Telonets					
04.01.07.	Lloguer decorats					
04.01.08.	Lloguer d' interiors naturals					
04.01.09.						
04.01.10.						
04.01.11.						
04.01.12.						
04.02.	Ambientació		750,00	0,00	0,00	0,00
04.02.01.	Mobiliari llogat		200,00			
04.02.02.	Atrezzo llogat		200,00			
04.02.03.	Mobiliari adquirit		100,00			
04.02.04.	Atrezzo adquirit		200,00			
04.02.05.	Jardineria					
04.02.06.	Armeria					
04.02.07.	Vehicles en escena					
04.02.08.	Àpats en escena		50,00			
04.02.09.	Material efectes especials					
04.02.10.	Material fungible					
04.02.11.						
04.02.12.						
04.02.13.						
Ròssec CAPÍTOL 04			750,00	0,00	0,00	0,00

Núm. Compte		Bufaproducciones	Coproductora	Coproductora	Inversió recursos a Catalunya
04.03.	Vestuari	750,00	0,00	0,00	0,00
04.03.01.	Vestuari llogat			0,00	0,00
04.03.02.	Vestuari adquirit	100,00			
04.03.03.	Sabateria				
04.03.04.	Complements				
04.03.05.	Complements				
04.03.06.	Materials sastreria	50,00			
04.03.07.					
04.03.08.					
04.03.09.					
04.04.	Semovents i carruatges		0,00	0,00	0,00
04.04.01.	Animals				
04.04.02.					
04.04.03.	Quadres i pinsos				
04.04.04.					
04.04.05.					
04.04.06.	Carruatges				
04.04.07.					
04.04.08.					
04.04.09.					
04.05.	Varis	100,00	0,00	0,00	0,00
04.05.01.	Material perruqueria	50,00			
04.05.02.	Material maquillatge	50,00			
04.05.03.					
04.05.04.					
04.05.05.					
04.05.06.					
04.05.07.					
TOTAL CAPÍTOL 04		850,00	0,00	0,00	0,00

CAPÍTOL 05.- Estudis rodatge/sonorització i varis producció		Bufaproducciones	Coproductora	Coproductora	Inversió recursos a Catalunya
Núm compte					
05.01.	Estudis de rodatge	0,00	0,00	0,00	0,00
05.01.01.	Lloguer de platós				
05.01.02.	Rodatge en exteriors estudi				
05.01.03.	Flux elèctric de l'estudi				
05.01.04.					
05.01.05.	Instal·lacions complementàries				
05.01.06.					
05.01.07.					
05.01.08.					
05.01.09.					
05.02.	Muntatge i sonorització	850,00	0,00	0,00	0,00
05.02.01.	Sala de muntatge	500,00			
05.02.02.	Sala de projecció				
05.02.03.	Sala de doblatge	200,00			
05.02.04.	Sala d'efectes sonors sala				
05.02.05.	Enregistrament barreges				
05.02.06.	Enregistrament banda sonora				
05.02.07.	Transcripcions magnètiques				
05.02.08.	Repicat a òptic (DAT 5")				
05.02.09.	Sala enregistrament cançons				
05.02.10.	Sala enregistrament música fons				
05.02.11.	Lloguer instruments musicals				
05.02.12.	Efectes sonors arxiu				
05.02.13.	Drets discogràfics música				
05.02.14.	Drets discogràfics cançons				
05.02.15.	Transcripcions a video per al muntatge				
05.02.16.	Sala de post-producció	150,00			
05.02.17.					
05.02.18.					
Ròssec CAPÍTOL 05		850,00	0,00	0,00	0,00

Núm compte		Bufaproducciones	Coproductora	Coproductora	Inversió recursos a Catalunya
05.03. <i>Varis producció</i>		850,00	0,00	0,00	0,00
		695,00	0,00	0,00	0,00
15.03.01.	Còpies del guió	20,00			
15.03.02.	Fotocòpies en rodatge	20,00			
15.03.03.	Telèfon en dates de rodatge				
15.03.04.	Lloguer de camerinos exteriors				
15.03.05.	Lloguer de caravanes				
15.03.06.	Lloguer d'oficines en exteriors				
15.03.07.	Magatzems varis				
15.03.08.	Garatges en dates de rodatge				
15.03.09.	Gratificacions				
15.03.10.	Neteja, etc., llocs de rodatge	25,00			
15.03.11.	Comunicacions en rodatge				
15.03.12.	Gasolina, Reparacions, etc. (cotxe)				
15.03.13.	Contingències				
15.03.14.	Despeses vàries	300,00			
15.03.15.	Walkies	200,00			
15.03.16.	2 taules producció	20,00			
15.03.17.	Botiquí	20,00			
15.03.18.	Caixa eines	25,00			
15.03.19.	Material pluja	35,00			
15.03.20.	Alargos & regletas	30,00			
15.03.21.	CADIRES?				
15.03.22.					
15.03.23.					
15.03.24.					
15.03.25.					
15.03.26.					
15.03.27.					
15.03.28.					
TOTAL CAPÍTOL 05		1.545,00	0,00	0,00	0,00

CAPÍTOL 06.- <i>Maquinària de rodatge i transports</i>		Bufaproducciones	Coproductora	Coproductora	Inversió recursos a Catalunya
06.01. <i>Maquinària i elements de rodatge</i>		2.356,00	0,00	0,00	0,00
06.01.01.	Càmera principal	1.000,00			
06.01.02.	Càmeres secundàries				
06.01.03.	Objectius especials i complementaris	200,00			
06.01.04.	Accessoris ADAPTADOR	100,00			
06.01.05.	Material fotografia	350,00			
06.01.06.	20 PILES AL DIA x 7 = 140 p	56,00			
06.01.07.	Material il·luminació llogat	300,00			
06.01.08.	Material maquinistes llogat				
06.01.09.	Material il·luminació adquirit				
06.01.10.	Material maquinistes adquirit				
06.01.11.	Grues				
06.01.12.	Altres materials il·luminació maquinistes				
06.01.13.	Càmera mòbil				
06.01.14.	Plataforma				
06.01.15.	Grup electrògen				
06.01.16.	Carburant grup				
06.01.17.	Helicòpters, avions, etc.				
06.01.18.	Dos discs durs	150,00			
06.01.19.					
06.01.20.					
06.01.21.	Equip de so principal	200,00			
06.01.22.	Equip de so complementari				
06.01.23.	Flux elèctric (escomesa)				
06.01.24.					
06.01.25.					
06.01.26.					
06.01.27.					
06.01.28.					
Ròssec CAPÍTOL 06		2.356,00	0,00	0,00	0,00

Núm compte			Bufaproducciones	Coproductora	Coproductora	Inversió recursos a Catalunya
06.02.	Transports		2.356,00	0,00	0,00	0,00
			575,00	0,00	0,00	0,00
06.02.01.	Cotxes de producció	6 cotxes (30 persones)				
06.02.02.		12,14 x 7 cotxes i camió = 84,98				
06.02.03.						
06.02.04.						
06.02.05.						
06.02.06.	Furgonetes vàries					
06.02.07.	Lloguer cotxes sense conductor					
06.02.08.	Furgonetes de càmeres					
06.02.09.	Furgoneta de decoració					
06.02.10.	Furgoneta d'àpats en rodatge					
06.02.11.	Camió de material elèctric	1 camió (70 al dia)	500,00			
06.02.12.	Camió de vestuari					
06.02.13.	Camió de maquillatge					
06.02.14.	Camió de					
06.02.15.	Autobusos					
06.02.16.	Taxis en dates de rodatge					
06.02.17.	Facturacions					
06.02.18.	Duanes i nòlits					
06.02.19.	Furgonetes d'actors					
06.02.20.	Parking Camió		75,00			
06.02.21.						
06.02.22.						
06.02.23.						
06.02.24.						
06.02.25.						
06.02.26.						
06.02.27.						
06.02.28.						
		TOTAL CAPÍTOL 06	2.931,00	0,00	0,00	0,00

CAPÍTOL 07.- Viatges, hotels i àpats						
Núm compte			Bufaproducciones	Coproductora	Coproductora	Inversió recursos a Catalunya
07.01.	Localitzacions.		250,00	0,00	0,00	0,00
07.01.01.	Viatge (lloc i data)		250,00			
07.01.02.	Viatge (lloc i data)					
07.01.03.	Viatge (lloc i data)					
07.01.04.	Despeses localitzacions					
07.01.05.	Despeses locomoció					
07.01.06.						
07.01.07.						
07.01.08.						
07.02.	Viatges.		0,00	0,00	0,00	0,00
07.02.01.	persones a avions					
07.02.02.	persones a altres mitjans transport					
07.02.03.	persones a altres mitjans transport					
07.02.04.	persones a altres mitjans transport					
07.02.05.						
07.02.06.						
07.02.07.						
07.03.	Hotels i àpats.	COMPTAT A DIETES		0,00	0,00	0,00
07.03.01.	Facturació hotel					
07.03.02.						
07.03.03.	Menjars en dates de rodatge					
07.03.04.	Hotels					
07.03.05.						
07.03.06.						
07.03.07.						
07.03.08.						
07.03.09.						
		TOTAL CAPÍTOL 07	250,00	0,00	0,00	0,00

CAPÍTOL 08.- Pel·lícula verge.			Bufaproduccions	Coproductora	Coproductora	Inversió recursos a Catalunya
Núm compte						
08.01.	<i>Negatiu.</i>		0,00	0,00	0,00	0,00
08.01.01.	Negatiu de color - ASA					
08.01.02.	Negatiu de color - ASA					
08.01.03.	Negatiu de blanc i negre					
08.01.04.	Negatiu de so					
08.01.05.	Internegatiu					
08.01.06.	Duplicating					
08.01.07.						
08.01.08.						
08.02.	<i>Positiu.</i>		0,00	0,00	0,00	0,00
08.02.01.	Positiu imatge color					
08.02.02.	Positiu imatge blanc i negre					
08.02.03.	Positiu primera còpia estàndard					
08.02.04.	Positiu segona còpia estàndard					
08.02.05.	Interpositiu					
08.02.06.	Lavender					
08.02.07.						
08.03.	<i>Magnètic i varis</i>		0,00	0,00	0,00	0,00
08.03.01.	Magnètic 35/16 mm (nou)					
08.03.02.	Magnètic 35/16 mm (usat)					
08.03.03.	Magnètic 1/4 polzada					
08.03.04.						
08.03.05.	Material fotografies escenes					
08.03.06.	Altres materials					
08.03.07.	Varis					
08.03.08.	(Cintes DAT 45')					
08.03.09.						
TOTAL CAPÍTOL 08			0,00	0,00	0,00	0,00

CAPÍTOL 09.- Laboratori.			Bufaproducciones	Coproductora	Coproductora	Inversió recursos a Catalunya
Núm compte.						
09.01.	<i>Revelat.</i>		0,00	0,00	0,00	0,00
09.01.01.	D'imatge a color					
09.01.02.	D'imagen en blanc i negre					
09.01.03.	D'internegatiu					
09.01.04.	De duplicating					
09.01.05.	De so					
09.01.06.						
09.02.	<i>Positiu.</i>		0,00	0,00	0,00	0,00
09.02.01.	D'imatge a color					
09.02.02.	D'imatge en blanc i negre					
09.02.03.	D'interpositiu					
09.02.04.	De Lavender					
09.02.05.	De primera còpia estàndard					
09.02.06.	De segona còpia estàndard					
09.02.07.						
09.03.	<i>Varis.</i>		0,00	0,00	0,00	0,00
09.03.01.	Tall de negatius					
09.03.02.	Descartament					
09.03.03.	Classificació i arxiu					
09.03.04.	Sincronització negatius					
09.03.05.	Altres treballs (Telecinemes)					
09.03.06.	Trucatge (fosos)					
09.03.07.	Titols de crèdit					
09.03.08.	Laboratori fotografies					
09.03.09.	Animació					
09.03.10.	Imatges d'arxiu					
09.03.11.	Varis					
09.03.12.						
09.03.13.						
TOTAL CAPÍTOL 09			0,00	0,00	0,00	0,00

		CAPÍTOL 10.- Assegurances			
Núm compte		Bufaproducciones	Coprodutora	Coprodutora	Inversió recursos a Catalunya
10.01.	Assegurances.	0,00	0,00	0,00	0,00
10.01.01.	Assegurança de negatiu				
10.01.02.	Assegurança de materials de rodatge				
10.01.03.	Assegurança de responsabilitat civil				
10.01.04.	Assegurança d'accidents				
10.01.05.	Assegurança d' interrupció de rodatge				
10.01.06.	Assegurança de bona fi				
10.01.07.					
10.01.08.	Seguretat Social (Règ. Artistes) (Quotes d' empresa)				
10.01.09.	Seguretat Social (Règ. General) (Quotes d' empresa)				
10.01.10.					
10.01.11.					
10.01.12.					
10.01.13.					
10.01.14.					
10.01.15.					
10.01.16.					
10.01.17.					
10.01.18.					
10.01.19.					
10.01.20.					
10.01.21.					
10.01.22.					
10.01.23.					
10.01.24.					
10.01.25.					
10.01.26.					
TOTAL CAPÍTOL 10		0,00	0,00	0,00	0,00

		CAPÍTOL 11.- Despeses generals			
Núm compte		Bufaproducciones	Coprodutora	Coprodutora	Inversió recursos a Catalunya
11.01.	Generals.	170,00	0,00	0,00	0,00
11.01.01.	Lloguer d'oficina				
11.01.02.	Personal administratiu				
11.01.03.	Missatgeria				
11.01.04.	Correu i telègrafs				
11.01.05.	Telèfons				
11.01.06.	Taxis i despeses de locomoció fora de dates de rodatge	0,00			
11.01.07.	Llum, aigua, neteja	0,00			
11.01.08.	Material d' oficina				
11.01.09.	Àpats pre i post rodatge	150,00			
11.01.10.	Gestoria assegurances socials				
11.01.11.	Fotocòpies	20,00			
11.01.12.	Varis				
11.01.13.					
11.01.14.					
11.01.15.					
11.01.16.					
11.01.17.					
11.01.18.					
11.01.19.					
11.01.20.					
11.01.21.					
11.01.22.					
11.01.23.					
11.01.24.					
11.01.25.					
11.01.26.					
TOTAL CAPÍTOL 11		170,00	0,00	0,00	0,00

CAPÍTOL 12.- Despeses d'exploració, comercial i financers		Bufaproducciones	Coprodutora	Coprodutora	Inversió recursos a Catalunya
Núm compte					
12.01.	CRI i còpies	0	0	0	0
12.01.01.	CRI o Internegatiu				
12.01.02.	Còpies				
12.01.03.	(TELECINEMA)				
12.01.04.					
12.01.05.					
12.02.	Publicitat.	300	0	0	0
12.02.01.	Material publicitari	200,00			
12.02.02.	Lloguer sala de projecció // coses esdeveniments	100,00			
12.02.03.					
12.02.04.	Tràiler (*)				
12.02.05.	Making off				
12.02.06.	Varis				
12.02.07.					
12.02.08.					
12.02.09.					
12.02.10.					
12.03.	Interessos passius.	0	0	0	0
12.03.01.	Interessos passius i despeses de negociació de préstecs oficials				
12.03.02.					
12.03.03.					
12.03.04.					
12.03.05.					
12.03.06.					
12.04.	Auditoria	0	0	0	0
	Auditoria				
	TOTAL CAPÍTOL 12	300,00	0,00	0,00	0,00

RESUM COMPLEMENTARI PRODUCTORA SOL·LICITANT

	TOTALS	TOTALS AMB LÍMITS	OBSERVACIONS
CAP. 01.- GUIÓ I MÚSICA	0,00	0,00	
CAP. 02.- PERSONAL ARTÍSTIC(8 o 9 personatges)	400,00	400,00	
CAP. 03.- EQUIP TÈCNIC ...(18 persones).....	920,00	920,00	
CAP. 04.- ESCENOGRAFIA	850,00	850,00	
CAP. 05.- EST. RODATGE/SONORITZACIÓ I DIVERSOS PRODUC	1.545,00	1.545,00	
CAP. 06.- MAQUINÀRIA, RODATGE I TRANSPORTS	2.931,00	2.931,00	
CAP. 07.- VIATGES, HOTELS I ÀPATS	250,00	250,00	
CAP. 08.- PEL·LICULA VERGE	0,00	0,00	
CAP. 09.- LABORATORI	0,00	0,00	
CAP. 10.- ASSEGURANCES	0,00	0,00	
COST DE REALITZACIÓ	6.896,00	6.896,00	Subtotal
Productor executiu	50,00	50,00	Limit màxim: 5% del subtotal
Despeses generals (Cap. 11)	170,00	170,00	Limit màxim: 7% del subtotal
Publicitat (Cap. 12.02.)	300,00	300,00	Limit màxim: 40% del subtotal
Interessos passius (Cap. 12.03.)	0,00	0,00	Limit màxim: 20% del subtotal
Còpies (Cap. 12.01.)	0,00	0,00	
Doblatge/subtitulat	0,00	0,00	A qualsevol idioma de l'Estat espanyol
Informe econòmic, auditoria	0,00	0,00	
COST TOTAL	7.416,00	7.416,00	

RESUM %	Productora sol·licitant	Coproductora 1	Coproductora 2	Inversió de recursos a Catalunya	TOTAL
	Bufaproducciones				
CAP. 01.- GUIÓ I MÚSICA					0,00
CAP. 02.- PERSONAL ARTÍSTIC	100,00	0,00	0,00	0,00	100,00
CAP. 03.- EQUIP TÈCNIC	100,00	0,00	0,00	0,00	100,00
CAP. 04.- ESCENOGRAFIA	100,00	0,00	0,00	0,00	100,00
CAP. 05.- EST. RODATGE/SONORITZACIÓ I DIVERSOS PRODUCCI	100,00	0,00	0,00	0,00	100,00
CAP. 06.- MAQUINÀRIA, RODATGE I TRANSPORTS	100,00	0,00	0,00	0,00	100,00
CAP. 07.- VIATGES, HOTELS I ÀPATS	100,00	0,00	0,00	0,00	100,00
CAP. 08.- PEL·LICULA VERGE					0,00
CAP. 09.- LABORATORI					0,00
CAP. 10.- ASSEGURANCES					0,00
CAP. 11.- DESPESES GENERALS	100,00	0,00	0,00	0,00	100,00
CAP. 12.- DESPESES EXPLOTACÓ I FINANCERES	100,00	0,00	0,00	0,00	100,00
	100,00	0,00	0,00	0,00	800,00

2.3.3 Pla de treball

El pla de treball que es proposa per a la producció, realització i post-producció del teaser consta a continuació. Les dates i tasques són les més acurades possibles i des de l'equip es creu que és factible assumir els terminis d'aquest pla.

Gener 2018						
Diumenge	Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte
	1 INICI DE PREPRODUCCIÓ	2 INICI CÀSING	3 COMENÇAR CAMPANYA PUBLICITARIA PER VERKAMI O ALTRES PLATAFORMES	4	5	6
7	8	9	10	11	12 FINALITZACIÓ CÀSING	13 TENIR LOCALITZACIONS
14	15	16	17 CONTRACTAR CATERING	18 PERMISOSAS LOCALITZACIONS I DRETS DE ACTORS	19 DEMANAR MATERIAL	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29 RECOLLIDA DE MATERIAL	30 REVISIÓ MATERIAL I REUNIÓ PRERODA TGE AMB TOT L'EQUIP	31 FINALITZACIÓ DE PREPRODUCCIÓ			

Febrer 2018						
Diumenge	Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte
				1 RODATGE	2 RODATGE	3 RODATGE
4 RODATGE	5 RODATGE	6 RODATGE	7 RODATGE	8 RODATGE	9 RODATGE	10 RODATGE
11 RODATGE	12 RODATGE	13 RODATGE	14 RODATGE	15 RODATGE	16 RODATGE	17 RODATGE
18 REVISIÓ DE MATERIAL RODAT	19 REVISIÓ DE MATERIAL RODAT	20 REVISIÓ DE MATERIAL RODAT	21 REVISIÓ DE MATERIAL RODAT	22 REVISIÓ DE MATERIAL RODAT	23 REVISIÓ DE MATERIAL RODAT	24 REVISIÓ DE MATERIAL RODAT
25 REVISIÓ DE MATERIAL RODAT	26 REVISIÓ DE MATERIAL RODAT	27 REVISIÓ DE MATERIAL RODAT	28			

Març 2018						
Diumenge	Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte
				1 INICI POSTPRODUCC IÓ	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18 FI DE POSTPRODUCC IÓ	19 PRIMERA VERSIÓ	20 RETOCS	21 RETOCS	22 RETOCS	23 RETOCS	24 RETOCS
25 RETOCS	26 RETOCS	27 ÚLTIMA VERSIÓ	28	29	30	31

Abril 2018						
Diumenge	Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte
1	2	3	4	5	6 VISIONAT EN UNA MULTISALA	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

3. TEASER

3.1 PREPRODUCCIÓ

3.1.1 Guió literari

GUIÓ LITERARI TEASER

"MEJOR UNIDOS"

1. EXT. VIC. DIA

Imatges de Vic a vista d'ocell. Normalitat. A mesura que avancem la imatge canvia, la ciutat no és el que semblava, podem observar fum i escoltem sirenes i trets.

OFF DOCUMENTAL.

Després d'anys de lluita i repressió contra el poble català, els ciutadans de Catalunya ja gaudeixen de la seva llibertat. La gran gesta independentista dirigida pel nostre líder suprem, Joan Laporta, ha esdevingut una monarquia en creixement, plena d'oportunitats, esperança i prosperitat. Catalunya ara és, una, gran i lliure. De tots i totes...

2. EXT. TERRASSA. DIA

En Jonny és un noi d'estètica "cani". Vesteix amb samarreta de la selecció espanyola de futbol, porta tatuatges i pantalons de xandall. La seva actitud és grollera i xulesca.

JONNY

(Enfadat, ofès i agressiu. Es dirigeix a càmera)

¡Y una polla!

Cataluña ahora es un puto desastre...ya estáis otra vez manipulando cabrones.

JONNY dóna un cop a la òptica de la càmera.

3. EXT. TERRASSA. DIA

JONNY, JOFRE i PEPO estan asseguts en les cadires de la terrassa. En JOFRE és un noi simple, amb una samarreta groga de l'Assamblea

Nacional Catalana i té poca seguretat. En PEPO és un amant del Heavy Metal que vesteix de negre i porta els cabells llargs, és molt passota.

OFF DIRECTOR

Talleu! Talleu!

Jonny.... Jonny... és la 9a vegada que ens fas repetir l'entrevista! Només has de dir una frase tio: Ara que som lliures, Catalunya és...

4. EXT. TERRASSA. DIA

Jofre segueix el que l'equip de rodatge li havia exigit anteriorment a JONNY.

JOFRE

(Dirigint-se a càmera, amb un somriure i convençut)

...un país modèlic, on la gent té diners, viu tranquil·la i és super feliç.

5. EXT. CARRER. DIA

Jofre treu el cap de les escombraries, i retira una compresa enganxada d'un pollastre a l'ast mig podrit.

JOFRE

(Eufòric i satisfet)

Avui soparem calent!

6. INT. HABITACIÓ JOFRE. DIA

JOFRE es disposa a masturbar-se, agafa un paquet de mocadors i un gel lubricant...es frega les mans i agafa una foto de Puigdemont de sobre la tauleta de nit.

Veü en OFF.

Un català independentista...

7. INT. HABITACIÓ JONNY. DIA

JONNY busca una bandera espanyola i l'ensuma amb molta satisfacció.

Veü en OFF.

...un pro Tabàrnia que busca tornar a unir fronteres...

8. INT. PASTISSERIA. DIA

PEPO entrega un pastis a una clienta. Aquesta li entrega un bitllet de 1.000 pessetes.

VEU OFF.

i...un heavy.

9. INT. MENJADOR. DIA

Pepo, Jonny i Jofre seuen en un sofà atrotinat, al mig de la sala.

VEU OFF.

...encara que no us ho cregueu, conviuen feliçment en un petit pis de Vic...

10. INT. MENJADOR. DIA

JOFRE i JONNY es barallen pel tros de pollastre, en PEPO està enmig dels dos.

VEU OFF

...o potser no tant...

11. EXT. FRONTERA. DIA

En JOFRE i en PEPO estan dins el cotxe.

OFF RÀDIO

La celebració del referèndum convocat de manera il·legal pel Consell General d'Aran ha deixat 893 ferits per part dels Mossos d'Esquadra. A conseqüència el govern aplica el 155.

Frontera entre Catalunya i Espanya. Un Guàrdia Civil atura el cotxe amb una actitud molt xulesca.

GUÀRDIA CIVIL

Buenas tardes! La documentación por favor.

El Guàrdia Civil mira els documents d'identitat del JOFRE i PEPO.

PEPO
(Indignat)

Segur que no ens deixa passar. Ara com collons arribem a Malaga?
Em perdo el puto concert de l'any.

12. INT. BANY. DIA

Jofre està assegut al water i dona "likes" ràpid i reiteradament en una xarxa social de cites. Al costat, un fontaner arregla el desaigüe de la pica.

JOFRE

M'agrada, m'agrada, m'agrada, m'agrada, m'agrada...Si un "match"!

Veü en OFF.

Ah! i coneixeran una noia espanyola que els hi canviarà les seves vides.

13. INT. HABITACIÓ. NIT

Leire i Jofre practiquen sexe.

Leire
(Incòmode)

Jofre...

Jofre
(Suant i esbufegant)

Què passa?

Leire
(Incòmode)

Me siento un poco incómoda...

L'equip del documental està enregistrant l'escena amb multitud de càmeres i focus envoltant el llit, molt a prop dels dos joves.

14. EXT. CAMP FUTBOL . DIA

Pepo i un aficionat estan assentats a la grada d'un camp de futbol. L'aficionat, que porta una semarreta blaugrana, s'aixeca i fa una mocadorada en direcció a la llotja.

AFICIONAT
(Enfadat i cridant)

Ostia Puta! Mira, mira, no guanyem ni contra el Manlleu...Una altra lliga pel Girona! Té això és per tu. Piqué dimissió!...Piqué dimissió!

16. EXT. CARRER. DIA

Un ecapuxat fa un graffiti a la paret que posa: Foc al Rei.

17. EXT. FRONTERA. DIA

GUÀRDIA CIVIL
(Somrient)

A ver Chavales, como lo explico? Solo pueden pasar miembros de la Unión Europea. Haberlo pensado antes.

PEPO

(Dirigint-se a JOFRE)

Bua tio! Hem d'arribar el puto concert com sigui! Arrenca tio,
arrenca!

En JOFRE arrenca el cotxe ràpidament però tot seguit es cala.

18. INT. MENJADOR. DIA

JONNY, PEPO i JOFRE estan apalancats al menjador. La TV encesa.

Veü en OFF. Rei

i...¡al loro! Declaro la guerra a Andorra! Tots a les trinxeres!

Jonny

...ni de coña me meto yo a una trinchera para defender a esta
Cataluña.

19. INT. TRINXERA. DIA

Jonny està atrinxerat en una zona de conflicte. Les bombes cauen a
prop. Un "Toblerone" bomba cau davant seu.

Soldat

"Toblerooooone!"

20. EXT.TERRASSA.DIA

Jofre, Jonny i Pepo estan asseguts còmodament amb la Leire, que
mira a càmera.

Director

I tu Leire...per què et quedes aquí i no tornes a Espanya?

Leire

(contenta i segura)

Porque estamos...mejor unidos.

21. EXT.MAR.DIA

Pepo i tres persones més aguanten com poden en una pastera en mig del mar. Una llum els il·lumina la cara i s'escolta una música flamenca. El rostre els canvia. Tots alcen la mirada esperançats.

PEPO
(Eufòric)

Llibertaaaaat!

3.1.2 Guió tècnic

SEQÜENCIA	PLA	ENQUADREME NT	MOVIMENT/A NGLE	ACCIÓ	TEXT	SO
2	1	PG	Frontal	Jonny, Jofre i Pepo estan asseguts al sofà de la terrassa.		
2	2	PM	Frontal	Jonny es dirigeix a càmera	Cataluña ahora es un puto desastre...ya estáis otra vez manipulando cabrones.	
2	3	PM	Frontal	Director parlà	Talleu! Talleu! Jonny.... Jonny... és la 9a vegada que ens fas repetir l'entrevista! Només has de dir una frase tio: Ara que som lliures, Catalunya és...	
3	1	PC	Una mica contrapicat	Jofre segueix el que l'equip de rodatge li havia exigít	un país modèlic, on la gent té diners, viu tranquil-la i és super feliç.	

4	1	PCONJUNT	Picat	Jofre treu el cap de les escombraries, i retira una compresa enganxada d'un pollastre a l'ast mig podrit.	Avui soparem calent!	
5	1	PM	Lateral/Frontal	Jofre es disposa a masturbar-se, agafa un paquet de mocadors i un gel lubricant...es frega les mans	Un català	
5	2	PEcorç	Darrera	agafa una foto de Puigdemont de sobre la tauleta de nit.	independentista...	
6	1	PA	Frontal	Jonny li dona un petó a distància a una fotografia de Julio Iglesias.	...un pro Tabàrnia que busca tornar a unir fronteres...	
7	1	PConjunt	93 Escorzo Senyora	Pepo entrega un pastís a una clienta. Aquesta li entrega un bitllet.	i...un heavy. Ei, no et quedis el canvi!	

8	1	PConjunt	Frontal	Pepo, Jonny i Jofre seuen en un sofà	encara que no us ho cregueu, conviuen feliçment en un petit pis de l'eixample.
9	1	PConjunt	Frontal	Jofre, Jonny i Pepo es barallen pel tros de pollastre.	
10	1	PC	Escorzo Guardia Civil	Un Guàrdia Civil amb una actitud molt xulesca, mira els documents	
10	2	PC	Dintre del cotxe (contrapicat)		jajajaj...solo ciudadanos de la Unión Europea. ¡No puede pasar!
11	1	PEntero	Picat	Jofre està assegut al water i dona "likes"	Hòstia un "match"!...mmm...no! és de Madrid.
11	2	Pconjunt	Lateral	Jofre i fontaner al lavabo	Ah! i coneixeran una noia que els hi canviarà les seves vides.
12	1	PC	Contrapicat cara Leire	Leire i Jofre practiquen sexe	Leire (Incòmode) Jofre...no me siento muy cómoda...

12	2	PC	Cara Jofre Picat	Leire i Jofre practiquen sexe	Què passa?
12	3	PG		Tot l'equip	No me siento muy cómoda...
13	1	PG	Travelling a Jonny	Un grup de manifestants reivindiquen pacíficament un referèndum	
14	1	PConjunt	Frontal	Pepo i un aficionat estan assentats a la grada d'un camp de futbol.	Mira, mira, no guanyem ni contra el Manlleu...Una altra lliga pel Girona! Piqué dimissió!...Piqué dimissió!
15	1	PD	Mans cuinan Jofre	JOFRE cuina i escolta radio vall d'Aran.	La celebració del referèndum convocat de manera il·legal pel Consell General d'Aran

15	2	PAmerica	Despatlles o front Jofre	JOFRE cuina i escolta radio vall d'Aran.	'Aran ha deixat 893 ferits per part dels Mossos d'Esquadra. A conseqüència el govern aplica el 155. Jofre xiula "a por ellos".	
16	1	PConjunt	Guardia civil i amic Pepo	L'amic de Pepo es dirigeix al Guàrdia Civil.	Venga por favor...déjale pasar que es buen tío.	
16	2	Pentero	Despatlles	Pepo orina a la roda del cotxe del Guarda Civil		
17	1	PG	Frontal "escorzo TV"	Jonny, Pepo i Jofre estan apalancats al manjador. La TV encesa.	i...¡al loro! declaro la guerra a Andorra Jonny ...ni de coña me meto yo a una trinchera para defender a esta Cataluña.	
18	1	Pentero/america	Frontal/una mica lateral	Jonny està atrinxerat	"Toblerooooone bomba!"	

19	1	PG	Frontal	Jofre, Jonny i Pepo estan asseguts còmodament amb la Leire, que mira a càmera.	I tu Leire...per què et quedes aquí i no tornes a Espanya?	
19	2	PM	Frontal	Leire sofà	Porque estamos...mejor unidos.	
20	1	PG	Normal	Pepo i unes deu persones més aguanten com poden en una pastera en mig del mar.		
21	2	PC	Frontal	Una llum els il·lumina la cara i s'escolta una música flamenca. El rostre els canvia. Tots alcen la mirada esperançats.		

3.1.3 Localitzacions

Localització	Camp Futbol AEC Manlleu
Adreça	Passeig del Ter, s/n, 08560 Manlleu, Barcelona
Número de contacte	680988385



Localització	Menjador pis Vic
Adreça	Carrer Cardona 13
Número de contacte	626978679



Localització	Habitació pis
Adreça	Carrer Cardona 13, Vic
Número de contacte	626978679



Localització	Terrassa pis
Adreça	Carrer Cardona 13, Vic
Número de contacte	626978679



Localitzacio	Trinxera
Adreça	Carretera de Sentfores, La Guixa
Número de contacte	



Localització	Escombraries
Adreça	Rambla de Montcada, Vic.
Número de contacte	



Localitzacio	Pastisseria
Adreça	C/ Miquel Martí i Pol, Vic
Número de contacte	626978679



Localitzacio	Carrer pintada
Adreça	Carrer del Pare Xifré Vic
Número de contacte	



Localitzacio	Lavabo
Adreça	Carrer Cardona 13, Vic
Número de contacte	626978679



Localitzacio	Platja El Prat de Llobregat
Adreça	Passeig de la platja El Prat de Llobregat
Número de contacte	



Localitzacio	Lavabo
Adreça	Carrer Cardona 13, Vic
Número de contacte	626978679



Localitzacio	Frontera
Adreça	Vic
Número de contacte	



3.1.4 Pla de treball

Abril 2018						
Diumenge	Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte
			4 INICI DE PREPRODUCCIÓ	5	6 CÀSTING	7
8	9	10	11 TEASER GUIÓ	12	13 FINALITZACIÓ CÀSTING	14 TENIR LOCALITZACIONS
15	16	17	18	19 PERMISOSAS LOCALITZACIONS I DRETS DE ACTORS	20 DEMANAR MATERIAL	21
22	23	24	25	26	27 FI PREPRODUCCIÓ	28 RODATGE
29 RODATGE	30 RODATGE					

MAIG2018						
Diumenge	Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte
		1	2	3 RODATGE	4 RODATGE	5 RODATGE
6 RODATGE	7 EDICIO + POLIR TREBALL + BANDA SONORA	8 EDICIO + POLIR TREBALL + BANDA SONORA	9 EDICIO + POLIR TREBALL + BANDA SONORA	10 EDICIO + POLIR TREBALL + BANDA SONORA	11 EDICIO + POLIR TREBALL + BANDA SONORA	12 EDICIO + POLIR TREBALL + BANDA SONORA
13 EDICIO + POLIR TREBALL + BANDA SONORA	14 EDICIO + POLIR TREBALL + BANDA SONORA	15 EDICIO + POLIR TREBALL + BANDA SONORA	16 EDICIO + POLIR TREBALL + BANDA SONORA	17 EDICIO + POLIR TREBALL + BANDA SONORA	18	

3.1.5 Pla de rodatge

PLA DE RODATGE DEL TEASER: "MEJOR UNIDOS"

DIRECCIÓ: Bernat Vallès Olivet

Ajudants de direcció: Fernando Domínguez i Àlex Camprubi

JORNADA 1, 28/04/18, 08.00 A 14.00. C/Cardona, 13 Vic.

ESCENA 5, INT. MENJADOR. DIA			
HORARI	PLA/DESCRIPCIÓ	TREBALL	VARIS
08.00 – 09.00	5.01, 5.02 JOFRE. Masturbació	ATREZZO MAQUILLATGE VESTUARI	MOCADORS LUBRINCANT FOTO PUIG.
09.00 – 09.30	"	IL·LUMINACIÓ PROVES DE SO	
09.30 – 10.00	5.01 JOFRE. Masturbació	RODATGE	STEADYCAM SO DIRECTE
10.00 – 10.30	5.02 JOFRE. Masturbació	RODATGE	STEADYCAM SO DIRECTE
10.30 – 10.35		WILD TRACK	
ESCENA 15, INT. CUINA. DIA			
HORARIO	PLANO/DESCRIPCIÓN	TRABAJO	VARIOS
10.35 – 11.00	15.01, 15.02, JOFRE Cuinant i escoltant ràdio.	ATREZZO MAQUILLATGE VESTUARI	RÀDIO
11.00 – 11.30	"	IL·LUMINACIÓ PROVES DE SO	
11.30 – 12.00	15.01 JOFRE Cuinant i escoltant ràdio.	RODATGE	STEADYCAM SO DIRECTE
12.00 – 12.30	15.02 JOFRE Cuinant i escoltant ràdio.	RODATGE	STEADYCAM SO DIRECTE
12.30 – 12.35		WILD TRACK	

ESCENA 11, INT. BANY. DIA			
HORARI	PLA/DESCRIPCIÓ	TREBALL	VARIS
12.35 – 12.55	11.01, 11.02 JOFRE i FONTANER. Tinder al bany.	ATREZZO MAQUILLATGE VESTUARI	ROBA FONTANER
12.55 – 13.20	"	IL·LUMINACIÓ PROVES DE SO	
13.20 – 13.50	11.01	RODATGE	STEADYCAM

	JOFRE. Tinder		SO DIRECTE
13.50 - 14.20	11.02 JOFRE. Tinder	RODATGE	STEADYCAM SO DIRECTE
14.20 - 14.25		WILD TRACK	

JORNADA 1, 28/04/18, 08.00 A 17.00. C/del Pare Xifré

ESCENA 4, EXT. CARRER. DIA			
HORARI	PLA/DESCRIPCIÓ	TREBALL	VARIS
14:25 - 15:30		RECOLLIDA DE MATERIAL DESPLAÇAMENT DIETA	
15.30 - 16.00	04.01 JOFRE. Escombraria Pollastre.	ATREZZO MAQUILLATGE VESTUARI	ESCOMBRARI A POLLASTRE COMPRESA
16.00 - 16.30	"	IL·LUMINACIÓ PROVES DE SO	
16.30 - 17.00	04.01 JOFRE. Escombraria Pollastre	RODATGE	STEADYCAM SO DIRECTE
17.00 - 17.05		WILD TRACK	

JORNADA 2, 29/04/18, 08.00 A 17.00. Carrer Cardona, 13. Vic.

ESCENA 1, DRONE. VIC. DIA			
HORARI	PLA/DESCRIPCIÓ	TREBALL	VARIS
08:00 - 09:30		RECOLLIDA DE MATERIAL DESPLAÇAMENT DIETA	
09.30 - 12.30	01.01 DRONE VIC	RODATGE	DRONE
12.30 - 13.00		WILD TRACK BCN	

IMATGES RECURS CIUTAT DE VIC			
HORARI	PLA/DESCRIPCIÓ	TREBALL	VARIS
13.00 - 14.00		RECOLLIDA DE MATERIAL DIETA	
14.00 - 17.00	VIC. Imatges recurs	RODATGE	STEADYCAM SO DIRECTE

JORNADA 3, 03/05/18, 08.00 A 13.05 Santa Eulàlia de Riuprimer.

ESCENA 18 , EXT. TRINXERA. DIA			
HORARI	PLA/DESCRIPCIÓ	TREBALL	VARIS
08:00 - 09:30		RECOLLIDA DE MATERIAL DESPLAÇAMENT DIETA	
09.30 - 10.00	18.01, 18.02 JONNY A LA GUERRA	ATREZZO MAQUILLATGE VESTUARI	VESTUARI SOLDAT ARMA TOBLERONE
10.00 - 10.30	"	IL·LUMINACIÓ PROVES DE SO	
10.30 - 11.00	18.01, 18.02 JONNY A LA GUERRA	RODATGE	STEADYCAM SO DIRECTE
11.00 - 11.05		WILD TRACK BCN	

ESCENA 13 , EXT. CARRER. DIA			
HORARI	PLA/DESCRIPCIÓ	TREBALL	VARIS
11:05 - 11:35		RECOLLIDA DE MATERIAL DESPLAÇAMENT DIETA	
11.35 - 12.00	13.01 MANIFESTACIÓ	ATREZZO MAQUILLATGE VESTUARI	EXTRES PANCARTES BANDERES TABÀRNIA
12.00 - 12.30	"	IL·LUMINACIÓ PROVES DE SO	
12.30 - 13.00	13.01 MANIFESTACIÓ	RODATGE	STEADYCAM SO DIRECTE
13.00 - 13.05		WILD TRACK BCN	

JORNADA 4, 04/05/18, 08.00 A 11.05 C/Parot Rocaguinarda, 29. Vic

ESCENA 7 , INT. PASTISSERIA. DIA			
HORARI	PLA/DESCRIPCIÓ	TREBALL	VARIS
07:00 - 07:30		RECOLLIDA DE MATERIAL DESPLAÇAMENT	

		DIETA	
07.30 - 08.00	07.01, 07.02 PASTISSERIA	ATREZZO MAQUILLATGE VESTUARI	PASTÍS PESSETES DAVANTAL IAIA
08.00 - 08.30	"	IL·LUMINACIÓ PROVES DE SO	
08.30 - 09.00	07.01, 07.02 PASTISSERIA	RODATGE	STEADYCAM SO DIRECTE
09.00 - 09.05		WILD TRACK BCN	

JORNADA 4, 04/05/18, 08.00 A 12.00 Camp de futbol CFManlleu, Manlleu

ESCENA 14 , EXT. CAMP DE FUTBOL. DIA			
HORARI	PLA/DESCRIPCIÓ	TREBALL	VARIS
09:00 - 09:05		RECOLLIDA DE MATERIAL DESPLAÇAMENT	
09.30 - 10.00	14.01, 14.02 GRADERÍA AFICIONATS	ATREZZO MAQUILLATGE VESTUARI	SAMARRETA BARÇA I MANLLEU BUFANDA MANGUITOS
10.00 - 10.30	"	IL·LUMINACIÓ PROVES DE SO	
10.30 - 11.00	14.01, 14.02 GRADERÍA AFICIONATS	RODATGE	STEADYCAM SO DIRECTE
11.00 - 11.05		WILD TRACK BCN	

JORNADA 5, 05/05/18, 08.00 A 16.05 C/Cardona, 13. Vic

ESCENA 2 , EXT. TERRASSA. DIA			
HORARI	PLA/DESCRIPCIÓ	TREBALL	VARIS
09:00 - 09:30		RECOLLIDA DE MATERIAL DIETA	
09.30 - 10.00	02.01, 02.02 ENTREVISTA DOCUMENTAL	ATREZZO MAQUILLATGE VESTUARI	EQUIP RODATGE
10.00 - 10.30	"	IL·LUMINACIÓ PROVES DE SO	
10.30 - 11.00	02.01, 02.02 ENTREVISTA DOCUMENTAL	RODATGE	STEADYCAM SO DIRECTE
11.00 - 11.05		WILD TRACK BCN	

ESCENA 3 , EXT. TERRASSA. DIA			
HORARI	PLA/DESCRIPCIÓ	TREBALL	VARIS
11.05 - 11.30	03.01 ENTREVISTA DOCUMENTAL JOFRE	RODATGE	STEADYCAM SO DIRECTE
11.30 - 11.35		WILD TRACK BCN	

ESCENA 19 , EXT. TERRASSA. DIA			
HORARI	PLA/DESCRIPCIÓ	TREBALL	VARIS
11.35 - 12.00	19.01 ENTREVISTA DOCUMENTAL LEIRE	ATREZZO MAQUILLATGE VESTUARI	EQUIP RODATGE
12.00 - 12.30	19.01 ENTREVISTA DOCUMENTAL LEIRE	RODATGE	STEADYCAM SO DIRECTE
12.30 - 12.05		WILD TRACK BCN	

ESCENA 8 , INT. MENJADOR. DIA			
HORARI	PLA/DESCRIPCIÓ	TREBALL	VARIS
12:05 - 12:30		RECOLLIDA DE MATERIAL	
12.30 - 13.00	08.01 PRESENTACIÓ SOFÀ	ATREZZO MAQUILLATGE VESTUARI	
13.00 - 13.30	"	IL·LUMINACIÓ PROVES DE SO	
13.30 - 14.00	08.01 PRESENTACIÓ SOFÀ	RODATGE	STEADYCAM SO DIRECTE
14.00 - 14.05		WILD TRACK BCN	

ESCENA 9 , INT. MENJADOR. DIA			
HORARI	PLA/DESCRIPCIÓ	TREBALL	VARIS
14:05 - 14:30		DIETA	
14.30 - 15.00	09.01 BARALLA POLLASTRE	ATREZZO MAQUILLATGE VESTUARI	POLLASTRE
15.00 - 15.30	"	IL·LUMINACIÓ PROVES DE SO	
15.30 - 16.00	09.01 BARALLA POLLASTRE	RODATGE	STEADYCAM SO DIRECTE
16.00 - 16.05		WILD TRACK BCN	

ESCENA 17 , INT. MENJADOR. DIA			
HORARI	PLA/DESCRIPCIÓ	TREBALL	VARIS
16.05 - 16.30	17.01 TV GUERRA	ATREZZO MAQUILLATGE VESTUARI	TV VEU OFF.
16.30 - 17.00	"	IL·LUMINACIÓ PROVES DE SO	
17.00 - 17.30	17.01 TV GUERRA	RODATGE	STEADYCAM SO DIRECTE
17.30 - 17.05		WILD TRACK BCN	

ESCENA 6 , INT. HABITACIÓ. DIA			
HORARI	PLA/DESCRIPCIÓ	TREBALL	VARIS
17.05 - 17.30	06.01 PRESENTACIÓ JONNY	ATREZZO MAQUILLATGE VESTUARI	FOTO JULIO IGLESIAS
17.30 - 18.00	"	IL·LUMINACIÓ PROVES DE SO	
18.00 - 18.30	06.01 PRESENTACIÓ JONNY	RODATGE	STEADYCAM SO DIRECTE
18.30 - 18.35		WILD TRACK BCN	

JORNADA 5, 05/05/18, 16.05 A 20.35 C/Major, 32. Santa Eulàlia de Riuprimer

ESCENA 12 , INT. HABITACIÓ. NIT			
HORARI	PLA/DESCRIPCIÓ	TREBALL	VARIS
18:35 - 19:00		RECOLLIDA DE MATERIAL DESPLAÇAMENT	
19.00 - 19.30	12.01, 12.02, 12.03 SEXE	ATREZZO MAQUILLATGE VESTUARI	EQUIP RODATGE
19.30 - 20.00	"	IL·LUMINACIÓ PROVES DE SO	
20.00 - 20.30	12.01, 12.02, 12.03 SEXE	RODATGE	STEADYCAM SO DIRECTE
20.30 - 20.35		WILD TRACK BCN	

3.2. POST-PRODUCCIÓ

3.2.1 Muntatge del teaser

El que es pretén aconseguir a l'hora d'ordenar i editar les escenes és un muntatge dinàmic, de contrastos i que segueixi un estil molt marcat i personal, que doni caràcter a l'obra que es vol vendre. El teaser vol mostrar dos universos en un: el punt de vista de la televisió pública de l'eventual Catalunya independent en forma de documental, que vindrà acompanyada d'un tractament diferenciat de la imatge i el color, així com d'efectes visuals i sons per aconseguir millor similitud amb un enregistrament documental, i el món de la pròpia sitcom, que sense deixar de mostrar un univers desastrós i amb un tractament també que respecti el propi context, aportarà tons més càlids. Aquests dos estils es diferenciaran també pel ritme, en el primer constant i més pausat i en el segon ple d'alts i baixos per emfatitzar en escenes i gags determinats.

Per aconseguir aquest ritme, en moments força accelerat, es vol treballar a partir de plans de curta durada, poc oberts i amb salts importants de perspectiva, cosa que genera major sensació de velocitat.

3.2.2 VFX

Com ja s'ha comentat anteriorment, els efectes visuals i sobretot el tractament del color i la llum en cada imatge del teaser cobra una importància vital per poder transmetre aquesta idea de dos universos en un sol fragment. L'un a partir de colors més freds i llums més tènues i l'altre a través de canvis de tonalitat i major intensitat de llum. Per donar major contrast entre ambdós mons es vol treballar a partir de filtres que apropin les imatges a un resultat tracador i prou diferenciat. Mentre l'univers sitcom es vol situar en un context més fred i tènue, on es respiri un ambient fred, la visió en forma de documental vol recordar un enregistrament més precari, de colors poc definits, cremats i de menor qualitat visual per apropar-se a propostes audiovisuals properes a la dècada dels anys 90.

Hi ha pocs efectes visuals més enllà d'aquest tractament d'imatge i llum. Aquests es volen generar des de l'aplicació *After Effects*, programa d'*Adobe Creative Cloud*. Escenes en les

que apareixen efectes visuals:

- 1. EXT. VIC. DIA - Escena en la qual és necessària l'aparició d'una cortina de fum provocada per un incendi en mig de la ciutat.
- 18. EXT. TRINXERA. DIA - Efectes visuals que intenten situar a l'espectador en mig d'un camp de batalla.

3.2.3 So i banda sonora

Pel què fa als efectes sonors, el teaser compta amb l'ús d'aquests en algunes de les escenes de més acció. Uns, creats a partir de l'enregistrament de so directe per part de l'equip de realització utilitzant una grabadora zoom i un micròfon de perxa, la resta són descàrregues directes de bancs de so gratuïts de lliure accés a la xarxa. Tots ells escollits meticulosament per al bon encaix dins el disseny sonor del teaser que ve marcat per una proposta realista. De la mateixa manera s'enregistren els diàlegs entre personatges per aconseguir la màxima qualitat possible i per evitar, tant com sigui possible, la contaminació acústica en cada presa donada en molts casos per la situació i context, sobretot en escenes d'exterior.

La banda sonora es culmina, en aquest i en molts d'altres casos, amb una proposta musical, que dóna molta força, molt ritme i missatge al teaser. En el cas de Mejor Unidos, es crea un tema original que engloba diferents estils musicals en un de sol. Un sol leitmotiv. Es tracta doncs d'un tema de gènere híbrid intergenèric. Aquest tema actua com a tema inicial acompanyant la introducció del teaser i es converteix en el tema principal de la peça. És d'aplicació extradiegètica i de forma d'actitud empàtica. Es podria definir el tema com a compartit ja que és el tema dels quatre protagonistes. Existeix una interdependència entre el material audiovisual i el tema proposat, es tracta doncs d'una vinculació integrada entre Banda Sonora i imatge.

Al tractar-se d'una Banda Sonora original, la peça única i principal està creada de forma conscient, respectant el nivell argumental de la proposta. Actua, en alguns casos a nivell adelantat, sense respectar la sincronia, cosa que dóna èmfasi, avisa, d'un gag o un tret rellevant del teaser.

3.2.4 Crèdits i disseny/maquetació

El teaser és la imatge amb la què es vol intentar vendre un projecte audiovisual. És una petita mostra que ha de tenir el suficient caràcter i la suficient força com per agradar al major públic possible, i per aconseguir-ho s'ha de dotar d'una estètica pròpia i original, d'un alt nivell qualitatiu a nivell de disseny. La proposta que es fa per a la creació de títols i crèdits no s'aparta de l'estètica que segueix la proposta artística del mateix teaser o en definitiva de la websèrie. No abandona l'estil decadent i desgastat i l'ús d'una paleta de color pastel, on el color passa a segon pla en favor de textures no orgàniques. S'aconsegueix a partir d'un treball de capes amb un nivell baix d'opacitat i un fons texturitzat. La tipografia escollida és la, ja predeterminada en programes d'Adobe, *CORBEL* editada al gust per una millor estètica. Amb un desplaçament vertical de -14pt i un tracking de -20 en negreta falsa. Tipografia que s'utilitza en d'altres elements de text del projecte.

3.3. MEMÒRIES DE REALITZACIÓ DEL PROJECTE

3.3.1. Àlex Camprubi Uriel

Destacar una sola part del treball per sobre d'una altra és gairebé impossible, doncs es tracta d'un projecte prou ampli com per haver de dedicar molt temps i esforç a totes i cada una d'aquestes parts. La prèvia organització i el repartiment de tasques del projecte entre els membres de l'equip ha ajudat a minimitzar la responsabilitat de cada un dels tres membres participants de la proposta en alguns aspectes del treball, però ni molt menys ha minimitzat la dedicació en qualsevol d'aquests apartats. Amb això vull dir que: el que era només una idea i un intercanvi d'opinions, s'ha convertit en la posada en marxa d'un projecte, que pot semblar diminut pel resultat, però que és immens en quant a necessitats. Un projecte d'aquestes característiques, aquest o qualsevol peça audiovisual i artística, requereix un esforç enorme de temps i treball per part d'un equip de molts professionals, ja que per aconseguir els resultats desitjats cal tenir en compte una llista gairebé inacabable de tasques a dur a terme. Aquest projecte comptava amb tres membres, no professionals i inexperts per executar una proposta atractiva i arriscada, pel què fa a l'objectiu pràctic d'aquest treball, tan a nivell de guió com a nivell de realització. Els tres integrants del grup ens hem hagut de multiplicar per aconseguir tirar endavant el procés de creació que ens ha portat al resultat final. Tots hem hagut d'intervenir i participar en tasques de les quals no n'erem els responsables i al mateix temps hem rebut el suport de la resta en aquelles tasques que estaven sota la nostra supervisió o control. És doncs digne de ressaltar el treball en equip que s'ha dut a terme en aquest TFG.

Precisament el treball en equip i la bona coordinació durant tot el projecte és el que ens ha portat a entregar aquest projecte de manera satisfactòria. Parlar d'aquest TFG, és però, parlar d'adversitats, de reestructuracions i d'adaptacions. El TFG viu una transformació en ple procés de creació, en un moment en què el guió literari no acaba de prendre forma i el temps se'ns tira al damunt. El primer plantejament del treball, que consisteix en la realització del programa pilot de la websèrie, es converteix en una proposta completament nova, la guionització d'aquest capítol però la producció d'un teaser amb la finalitat de vendre la idea/projecte. Aquesta reestructuració comporta un seguit de modificacions, no només en producció sinó en la memòria del propi TFG.

Com aquesta, el TFG ha patit d'altres modificacions a nivell, sobretot, de guió. La idea i en més ocasions l'univers de la websèrie s'ha vist afectat, modificat i capgirat en paral·lel a l'estat de maduració de la proposta. Així com la decisió de què i de quina manera enfocar el teaser per plasmar en major cabuda tot l'univers de Mejor Unidos. No vull entrar en detall dels inconvenients als que el grup de treball ha hagut de fer front en quant a nivell de realització i producció es refereix, ja que és potser part i responsabilitat fer-ho al membre encarregat d'aquesta secció.

Del projecte se'n extreu, doncs, una molt bona reacció per part de l'equip davant les situacions de conflicte i la bona gestió i presa de decisions per sobreposar unes les millors solucions als pitjors problemes.

3.3.2. Fernando Domínguez Vigara

Primer de tot m'agradaria parlar de tot el que ha suposat fer el TFG. En el nostre cas crec que ha estat una carrera de fons, no només per temes tècnics, on més endavant explicaré, sinó també en l'àmbit personal dels tres membres. Faig aquesta comparació, perquè molts cops teníem una idea que pensàvem que era excel·lent, però conforma reposava i la treballàvem, al final la canviàvem. Molts cops això semblava que fèiem un pas enrere i ens desmotivava. Malgrat això, hem sabut sobreposar-nos a tots aquests obstacles i amb molt esforç i treball en equip hem pogut tirar endavant.

Com bé explica un dels membres del grup ens vam repartir els rols del projecte, en aquest cas, jo era l'encarregat de producció i de fotografia. En veure les dimensions que anava agafant el projecte finalment tots els membres del grup vam haver d'implicar-nos al cent per cent en totes les tasques i cuidar-les meticulosament sense descuidar cap.

Respecte a l'apartat de producció, vull destacar la gran tasca que van fer els meus companys. Encara que jo era l'encarregat, era impossible arribar a tots els llocs. Per aquest motiu gràcies al treball amb equip i la implicació de tots els membres vam poder complir amb el pla de treball i les expectatives de trobar unes bones localitzacions, tenir tot el material, atrezzo, vestuari i actors. Un cop superada la fase de preproducció, ens vam haver d'enfrontar al repte del rodatge. En aquesta fase tindríem dos grans handicaps, un era la inexperiència en rodatges i l'altre la falta de personal. Aquests dos grans handicaps els superaríem gràcies al treball en equip, coordinació i l'esforç que tots els membres de l'equip.

En el meu rol de director de fotografia vaig dur a terme tasques com, guió tècnic, escollir correctament la il·luminació segons la localització i el tipus de llum natural, tenir cura de quin tipus d'objectiu utilitzar segons les necessitats de l'escena i sempre intentar complir les necessitats del que el director volia expressar en cada escena. Les dificultats que em vaig trobar alhora de realitzar el teaser van ser diverses. El primer obstacle va ser el temps climàtic, no teníem previst que plougués i ens va ploure gairebé cada dia. En l'àmbit de fotografia això és un gran problema, ja que el tipus de llum et canvia completament i has d'ajustar tots els paràmetres de la càmera i il·luminació. La següent dificultat van ser els canvis de plans i no poder seguir amb totalitat el guió tècnic. Crec que aquests imprevistos són normals en rodatges i un director de fotografia ha de poder superar i finalment es van poder realitzar amb èxit els canvis de guió.

Un aspecte que m'agradaria esmentar també és l'aplicació dels conceptes de la carrera a un rodatge o projecte com el nostre. Crec que els conceptes apresos a la universitat m'han servit d'ajuda per poder realitzar segons quines tasques. El punt negatiu que puc treure és l'apartat més pràctic, la meua opinió és que és una carrera massa teòrica i en alguns moments del rodatge ens faltava aquest toc més pràctic.

En definitiva, estic satisfet amb el resultat del nostre TFG. Hem fet un treball en equip i una bona coordinació en tots els aspectes, gràcies a totes les ganes i il·lusions que teníem de fer aquesta websèrie. També m'agradaria reconèixer el gran esforç de tots els membres del grup i agrair per tota la feina feta i crec que no podria haver tingut millors companys de treball. Moltes gràcies companys.

3.3.3. Bernat Vallès Olivet

Paciència. Aquesta és la primera paraula que em ve al cap quan penso amb les hores que li hem dedicat a aquesta idea. Poder no és la millor, o la que millor s'hagi portat a terme, però si és la nostre, és única. I perquè paciència? Paciència és el que defineix el projecte després d'hores, dies, setmanes i fins i tot mesos desenvolupant un univers i el seu respectiu programa pilot, juntament amb un *teaser* per mostrar-ho visualment i aconseguir fer-nos entendre. On hem tingut molts problemes, hem hagut de respirar a fons molts cops, reescriure i fer viable la idea, no desanimar-nos i pensar que tot té solució. Les grans idees no es fan a la primera. *Mejor Unidos* és el primer guió i *teaser* que realitzem en grup. Ens ha donat moltes dificultats tan a nivell tècnic però sobretot a nivell creatiu. Hem tingut tants, però tants imprevistos que fins l'últim minut de la data d'entrega s'ha hagut de canviar coses, repassant fins l'últim detall. Com a principiants en creació de continguts, a partir d'ara sabrem que un projecte d'aquestes dimensions i on participen tantes persones haurem de tenir molt més marge de maniobra alhora de desenvolupar-lo en tots els sentits.

Jo parlaré del desenvolupament de la idea, de l'adaptació amb la política catalana i les seves dificultats i lo difícil que és crear humor, i més amb un tema tant sensible com aquest.

La idea la vaig posar sobre la taula perquè considerava interessant fer un producte d'interès nacional, on encara ningú l'ha dut a terme en format *sitcome* i on creia que té futur comercial.

Durant aquests cinc anys de carrera he realitzat petits projectes audiovisuals on he creat guions originals, tots ficció, però cap on aquesta ficció vulgui tractar temes d'actualitat. Aquest ha estat la primera dificultat que he tingut. Tot i que em consideri una persona informada, que segueix diàriament el que està succeint al nostre país i que s'ho intenta prendre amb humor, no sabia com enfocar-ho. No volia parlar simplement de l'actualitat, la volia plasmar des de un altre punt de vista, per això vaig considerar interessant parlar del "ara" utilitzant el "demà". Criticar tot el que està succeint actualment però donant un resultat

en un futur hipotètic. Donar una conseqüència imaginària però que al mateix moment li dongui una importància a la realitat. No volia posicionar-me, simplement volia criticar les dues parts, tant el bàndol espanyol com el català. És difícil no fer-ho i criticar-ho tot per igual. Però considero que ho hem aconseguit, perquè hem parlat d'un univers futurista decadent, on es pot entendre que una Catalunya independent no és viable, així que es pot interpretar que no és bona una independència. Però al mateix moment hem utilitzat referències de coses negatives que ha fet el Govern Espanyol a Catalunya, com la manca de drets i llibertats, treslladant-ho a aquest nou govern totalitari català fictici per criticar tot el que han fet l'actual Govern Espanyol. Així també estem fent una forta crítica a Espanya.

L'humor és un concepte que és fàcil d'entendre però que és difícil de crear-lo. També ha costat molt intentar fer riure amb aquest tema. Així que hem utilitzat els personatges, i el que els hi succeeix, per crear situacions divertides que poc tenen a veure amb la política però que li donaven un toc de gràcia dins l'univers, i al mateix moment no li dóna tanta importància en "quina situació es troben" sinó a "com es desenvoluparan en ella".

Estic molt content amb el resultat. Hem fet una cosa diferent, que no existeix i el més important de tot, que entreté, que és el nostre principal objectiu. Volem fer passar una bona estona a la gent i evadir-se una mica del dia a dia.

Però hi ha moltes coses que he après del que s'ha de fer quan es vol fer un projecte d'aquesta magnitud, que són: rodejar-se de gent crítica i informada de la política, crec que és bàsic alhora de fer una crítica amb fonaments sòlids, duplicar el temps calculat alhora de enregistrar les imatges, ja que SEMPRE hi han inconvenients i coses que no tens presents. També, reballar amb gent amb un compromís i que cregui amb el projecte. Són moltes hores i diferents dies de treball que no tothom està disposat a cedir perquè la gent té les seves vides. I per últim i més important, il·lusió amb allò que es fa, perquè el resultat es veu reflexat amb el producte final. Com la banda sonora, on el meu gran amic Arthur li ha dedicat moltes hores per crear un ambient fantàstic. La seva il·lusió en crear un univers musical es pot escoltar amb una banda sonora que considero que és el millor que tenim. Gràcies de tot cor, t'ha quedat espectacular.

4. BIBLIOGRAFÍA I MATERIAL WEB

- Amado, A. M. (2009). *La imagen justa : cine argentino y política, 1980-2007*. Ediciones Colihue. Retrieved from https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=irtN9yWBj0YC&oi=fnd&pg=PA9&dq=política+y+cine&ots=sejWxISIKE&sig=_MHuEwmUV1uZQFuk86x5m5UJ65Q#v=onepage&q=política+y+cine&f=false
- Beatriz, A., & Delgado, G. (2010). TÍTULO DEL TRABAJO DE LAS SERIES TRADICIONALES A LAS SERIES WEB. *Universidad de Extremadura*. Retrieved from http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/2151/TFGUEX_2014_Gallego_Delgado.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- del Mar Griera Presentado por, M., & Ricardo Martínez, Y. (n.d.). TRABAJO DE FIN DE GRADO. ¿QUÉ ES AQUELLO QUE NOS HACE REÍR Y POR QUÉ? UNA MIRADA SOCIOLÓGICA AL PROGRAMA DE HUMOR POLONIA DE TV3. Retrieved from https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2013/111454/TFG_yricardomartinez.pdf
- Jon Dornaletche, R. (2007). DEFINICIÓN Y NATURALEZA DEL TRAILER1 CINEMATOGRAFICO/Definition and nature of movie trailers - ProQuest. *Pensar La Publicidad*, 1(2), 99–116. Retrieved from <https://search-proquest-com.biblioteca5.uc3m.es/docview/219623447?pq-origsite=summon>
- Jost, F. (2014). Webseries y series de tv: idas y venidas. Narraciones en tránsito. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 19(0), 39–51. https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2014.v19.43902
- Lloret Romero, N., & Canet Centellas, F. (2008). Nuevos escenarios, nuevas formas de expresión narrativa: La Web 2.0 y el lenguaje audiovisual. *Hipertext.Net*, (6). Retrieved from <http://www.hipertext.net/web/pag285.htm>
- Morales, F., & Hernández, P. (2012). La webserie: convergencias y divergencias de un formato emergente de la narrativa en Red. *Revista Comunicación*, Nº10, 1, 140–149.
- Morante, F. M., & Hernández, P. (2012). La webserie: convergencias y divergencias de un formato emergente de la narrativa en Red. *Revista Comunicación*, Nº10, 1, 140–149. Retrieved from

http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n10/mesa1/011.La_webserie-convergencias_y_divergencias_de_un_formato_emergente_de_la_narrativa_en_Red.pdf

Patricio, J., Ruffí, P., Javier, F., & Pérez, G. (n.d.). Nuevos formatos audiovisuales en Internet: cuando el usuario es quien innova. Retrieved from https://www.uchceu.es/actividades_culturales/2013/congresos/documentos/Fco_Javier_Gomez_Perez_Jose_Patricio_Perez_Rufi.pdf

Universidad de La Laguna. Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social. (1998). *Revista latina de comunicación social*. Universidad de La Laguna, Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social. Retrieved from <https://www.ull.es/publicaciones/latina/200353miranda.htm>

