

Guionització de sèries d'animació

Neus Devesa

PID_00168409



Universitat Oberta
de Catalunya

www.uoc.edu



Els textos i imatges publicats en aquesta obra estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada (BY-NC-ND) v.3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los i transmetre'ls públicament sempre que en citeu l'autor i la font (FUOC. Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya), no en feu un ús comercial i no en feu obra derivada. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.ca>

Índex

1. El guionista i la creació d'històries	5
2. Inici de projecte	9
2.1. Què és el guió?	9
2.2. Buscar idees	10
2.2.1. Tema	10
2.3. Sinopsi i <i>storyline</i>	12
2.4. Una bona història	14
2.5. Preparació del projecte	16
2.5.1. Projecte o bíblia	16
2.5.2. Sinopsi	17
2.5.3. Format	18
2.5.4. <i>Target</i>	18
2.5.5. Objectiu, gènere i to	21
2.5.6. Personatges	23
2.5.7. Localitzacions o escenaris	24
2.5.8. Costos i màrqueting	24
3. Creació de personatges	25
3.1. Història i personatges	25
3.2. El protagonista	26
3.3. Els altres personatges	32
3.3.1. L'antagonista	32
3.3.2. Els secundaris	33
3.4. Relació entre personatges	35
3.4.1. Individualitzar un personatge	35
4. El guió	37
4.1. Esquema del guió: els tres actes	39
4.2. Primer acte: plantejament	40
4.3. Segon acte: desenvolupament	42
4.4. Tercer acte: desenllaç	44
4.5. <i>Storyboard</i>	45
4.6. Dialogació	47
4.7. Com es millora el guió	49
5. Estructura de l'esquetx	51
5.1. Consells per a escriure bones històries curtes	51
5.1.1. Senzill	51
5.1.2. Començament ràpid	51
5.1.3. El factor "ai, ai, ai"	52
5.1.4. Ritme	52

5.1.5. Personatges	52
5.1.6. Imprevisible	53
5.2. El format 3-5 minuts	54
5.3. Els finals	55
Bibliografia	57

1. El guionista i la creació d'històries

El procés d'escriure una història d'animació no és gaire diferent del procés de creació de qualsevol altra història, tant si és interpretada per actors de carn i ossos, personatges en 2D o 3D, s'ha de transmetre per la televisió o el cinema, com si s'ha d'editar en un llibre. El punt d'arrencada, el moment en què el creador pensa què vol narrar, a qui li passarà la història i quines coses succeiran, no és diferent, sigui quina sigui la transformació que després se'n farà. El que canvia és el desenvolupament de la història. El mitjà de comunicació per al qual s'escriu, sí que condiciona enormement la manera com el guionista, en el nostre cas, desenvolupa el guió.

Cada producció audiovisual utilitza uns mitjans i té uns recursos determinats, tant tècnics com econòmics. Aquests marquen com convertir aquella idea inicial en un producte acabat. En aquest sentit, és molt diferent si parlem de rodar un guió amb persones i imatges reals, que si elaborem una producció d'animació. El guionista, primerament, ha de dominar el mitjà per al qual treballa, conèixer-ne els avantatges i les limitacions. D'acord amb el mitjà en què treballi, n'haurà d'adaptar la història.

Es diu que l'escriptor que escriu novel·les ha de llegir molt, i aquells que es dediquen a l'animació han de mirar molta animació. És cert, però, amb això no n'hi ha prou. Cal mirar molta animació, llegir molt, saber de literatura, d'art, de televisió, de cinema. Com més disciplines conegui el creador, millors històries crearà. Saber de pintura, de música, fins i tot d'interpretació. El guionista no es pot inspirar només en produccions animades, també s'ha de fixar en actors de teatre, en pel·lícules d'imatge real, en situacions de la vida quotidiana. Com més rica sigui la nostra formació, més recursos tindrem a l'hora de crear. No ens hem de descuidar d'escriure. La professió s'aprèn també practicant, i el guionista ha d'escriure cada dia, sigui per encàrrec o pel simple fet de practicar.

Parlar d'animació i de 3D, encara que el nostre objectiu no sigui escriure un llargmetratge, és entrar als estudis Pixar, els pioners de l'animació digital. Actualment, Pixar és una empresa subsidiària propietat total de The Walt Disney Company, però de moment no ha perdut la seva essència i un dels seus valors més importants és donar rellevància a la història. Pixar sempre ha fet gala de prioritzar el treball de l'argument i de mimar els seus guionistes. L'objectiu, diuen, és buscar alguna cosa per dir i trobar-ne la manera més adequada d'explicar-la. És cert que la importància que Pixar ha donat sempre al guió, l'ha fet diferent d'altres productores, i precisament les seves produccions destaquen pel contingut de qualitat. A més a més, com bé diuen, són uns apassionats de l'animació i el que busquen són bons resultats i aprendre en cada nova pel·lícula, tant amb el guió, com tècnicament.

La millor manera, doncs, d'introduir-nos en el procés creatiu de l'animació és escoltar el que diuen els mestres de Pixar.

The Pixar process

"There is a scene in Toy Story 2 when the old man repairing Woody tells the impatient toy collector Al, «You can't rush art.» This is especially true at Pixar, where films go through four stages: development, creating the storyline; pre-production, addressing technical challenges; production, making the film; and post-production, «polishing» the final product."

El més interessant d'aquest paràgraf és aquest "you can't rush art" ('amb l'art no es pot córrer'), una frase que significa moltes coses, la principal de les quals és que eleva l'animació a la categoria d'art. Sovint, entre els companys de professió del guió, es considera l'animació com un gènere menor, com allò a què es dediquen els guionistes que no troben feina en les sèries de televisió. Almenys així se'n parla al nostre país, però no creiem que sigui així als Estats Units.

Hi ha la tendència de relacionar animació amb públic infantil. Uns espectadors que equivocadament se'ls jutja menys exigents. No és així en absolut, només cal preguntar-ho als mateixos nens i nenes. Potser no saben expressar clarament què els agrada o què falla en la història que acaben de veure, però sí que transmeten l'entusiasme o l'avorriment de manera espontània. Si el guió funciona gaudeixen enormement i la veurien deu vegades seguides. Si la pel·lícula fluïxeja, aviat l'obliden i busquen un joc millor.

Per tant, l'animació no és exclusiva del públic infantil, encara que es tracti d'una producció adreçada a ells. D'una banda, hi ha l'adult que acompanya les criatures al cinema, que decideix pagar o no per aquella entrada o DVD. Algú que a més a més vol passar una estona divertida. D'altra banda, hi ha l'adult que gaudeix amb de les bones històries d'animació. I a més hi ha els productes d'animació destinats al públic major d'edat.

En favor de l'animació només cal dir una cosa: escriure animació és tan difícil i mereixedor de respecte com qualsevol altre gènere d'escriptura.

Reprenem un altre cop la frase de Pixar "you can't rush art". La productora dóna una importància cabdal al temps de creació. Massa vegades el guionista se sent pressionat, empès per frases com: "no hi ha temps" i "això es fa amb un no-res". Doncs no ha de ser així. Si volem aconseguir bons resultats i bones històries, hem de treballar amb certs marges temporals. Quan es tracta de trobar la millor història per explicar, no hi valen les presses ni les tensions. Sens dubte, un ambient distès i relaxat afavoreix la creativitat, i el guionatge demana tenir temps. Això no vol dir que el guionista s'assegui a esperar la musa, al contrari. Si no volem que la musa ens passi de llarg, val més que quan arribi ens trobi treballant. Però les condicions de treball també han de ser les òptimes, sinó també passarà de llarg.

Donald A. Norman, un guru de la usabilitat i la psicologia cognitiva, ha seguit els descobriments de la psicòloga Alice Isen sobre la relació entre els estat d'ànim i el procés creatiu. Norman l'aplica al disseny i a la creativitat en general. El guionista, com a creatiu, també està subjecte a aquestes condicions, i tal com certifiquen, afavoreixen o no la concepció de bones històries.

"Quan ens sentim bé, el rendiment en una sessió de pluja d'idees és millor, és a dir, examina millor les múltiples alternatives. I és cert que no costa gaire fer que ens sentim millor. Isen no va fer res més que demanar als seus col·laboradors que mirassin durant alguns minuts una comèdia.

[...] Quan ens relaxem i ens sentim alegres, els processos intel·lectuals s'expandeixen, esdevenen més creatius, més imaginatius."

Donald A. Norman

Sens dubte, dins d'un bon ambient de treball, sense el famós estrès, un despatx agradable on ningú sembla tenir pressa, és més òptim per tenir bones idees, que per exemple en un despatx fosc, amb l'amenaça de ser acomiadat i les presses de "ho necessito per ahir!". Pot semblar innecessària i evident aquesta reflexió, però massa sovint m'he trobat en una situació similar i he sentit dir als companys de professió "llàstima que no teníem temps, la sèrie hauria sortit millor".

El fragment de Pixar sobre el procés creatiu que segueix l'empresa citat anteriorment parla dels quatre estadis o fases que s'han de seguir en la creació del producte audiovisual, des de l'inici de la primera idea fins que surt la producció al mercat:

- **Primera fase:** desenvolupament. És el moment que es crea la idea i es desenvolupa la història.
- **Segona fase:** preproducció. El guió està acabat i s'emprenen els reptes tècnics.
- **Tercera fase:** producció. És el moment de fer la pel·lícula.
- **Quarta fase:** postproducció. Cal muntar i "polir" el producte final.

La tasca principal del guionista està en la primera fase. Evidentment és el responsable de la creació de la idea, si bé en moltes produccions la primera idea, allò que engega la maquinària, pot ser un treball de diversos professionals. Després, un cop perfilada, supervisada i aprovada la idea, el guionista és l'encarregat de fer la història fins que té forma de guió. Tot i això, no és l'únic que intervé en aquesta etapa, ni tampoc es limita només aquí. Què fa exactament el guionista i com ho fa és el que explicarem a les pàgines següents.

Abans de continuar, hem de citar les paraules d'un gran mestre, Stephen King, escriptor de moltes històries portades al cinema, com la mítica *El resplandor* dirigida per Stanley Kubrick. Com ell mateix diu, algú capaç d'haver venut tantes novel·les ha de tenir alguna opinió interessant sobre la seva elaboració. Per això, finalment, al final dels anys noranta es va decidir a escriure *On Writing* ('Mentre escric'), un llibre que tracta de l'ofici "amb què em guanyo la vi-

da". Com a guionistes, sens dubte ens interessen els consells d'algú que escriu històries que sovint es transformen en guions per a la gran pantalla. El primer consell que n'hem d'aprendre és el respecte per la professió. El valor que cal donar a l'escriptura, ja sigui per escriure un conte de vint pàgines o el guió d'un curtmetratge de deu minuts.

"L'acte d'escriure es pot abordar amb nerviosisme, entusiasme, esperança i fins i tot desesperació [...]. Tot és lícit mentre no es prengui a la lleugera. Repeteixo: no s'ha d'abordar la pàgina en blanc a la lleugera.

No et demano que ho facis amb reverència, ni sense sentit crític [...]. No és cap concurs de popularitat, ni les olimpíades de la moral; tampoc no és cap església, es tracta d'escriure, no de rentar el cotxe o posar-se rímel. Si ets capaç de prendre-t'ho seriosament, en parlarem. Si no pots, o no vols, tanca el llibre i dedica't a una altra cosa. A rentar el cotxe, per exemple."

Stephen King

És, doncs, el moment de passar a l'acció i descobrir aquells elements que ens poden ajudar a escriure una història coherent, ben estructurada i que es pugui convertir en una bona producció audiovisual. Com bé diu un dels mestres de referència de l'escriptura de guions, Robert McKee:

"L'escriptura de guions és una tasca plena de preguntes, però no de misteris irresolubles.

No hi ha res en l'ofici de narrar històries que sigui incompreensible. De fet, explicar una història amb l'objectiu de portar-la a la pantalla sembla una tasca enganyosament senzilla a primera vista. Però com més ens acostem al centre [...], la feina es complica progressivament, i ens adonem que a la pantalla no hi ha lloc on amagar-se."

Robert McKee

2. Inici de projecte

2.1. Què és el guió?

Tenim el full en blanc i esperem la inspiració. El problema és que potser no sabem per on començar. Què és el que hem d'escriure exactament? Syd Field, escriptor nord-americà considerat un dels mestres del guió cinematogràfic, defineix el guió com "una història explicada en imatges". El guionista no escriu per fer gaudir el lector, escriu perquè les paraules es transformin en imatges per a la pantalla. Ha de ser visual, ha d'escriure un guió que ha de servir de guia per al director i la resta de l'equip de producció. Tot el que surti al guió serà a la pantalla, allò que no expressem clarament, no hi serà.

Un guió és com un nom: tracta d'una persona o persones en un lloc o llocs, fent una cosa. Tots els guions compleixen aquesta premissa bàsica.

Syd Field

La tasca del guionista és narrar una història: idear un personatge, o més d'un, per a dur a terme una acció en un lloc i en un temps determinats fins a la resolució final d'aquesta acció. Qualsevol pel·lícula, curtmetratge, sèrie de televisió, segueix aquesta regla d'or. És així de senzill i tanmateix així de complicat. Crear un personatge a qui succeeixin coses interessants, que sigui atractiu per al públic, que faci i parli d'una manera particular, no es troba cada dia. Com sempre es diu entre els guionistes, tot està escrit, ja s'ha explicat tot, el que fa una història diferent de l'altra és la manera com es narren els fets. La combinació particular i personal que el guionista dóna als seus personatges i a les accions és el que converteixen el guió en nou i diferent.

"Una història no és només el que s'explica, sinó també la forma d'explicar-la.

[...] L'originalitat és la confluència del contingut i de la forma.

[...] Entre un mar de gèneres i estils, el guionista podria arribar a creure que si totes aquestes pel·lícules narren històries, qualsevol cosa es pot convertir en una història. Però si ho analitzem amb més profunditat, si eliminem el que és superficial, observem que en el fons totes són el mateix. Cadascuna és una representació de la forma universal de la narrativa."

Robert McKee

El guionista és un gran observador de la realitat que l'envolta, un expert a saber transformar allò que és més quotidià en la història més increïble. Fins i tot quan la idea és aparentment original, està inspirada en les coses que veiem i sentim. L'animació és experta precisament a copiar les conductes hu-

manes i traslladar-les per exemple al fons del mar, com fa Dreamworks a *L'espantataurons*, o enviar uns animals de zoo enmig del món salvatge, com passa a *Madagascar*.

L'habilitat del guionista és la transformació que fa de l'observació, i el talent per a combinar situacions i personatges. Hi ha persones més creatives i imaginatives que d'altres, però l'ofici de guionista també s'aprèn. Es poden llegir llibres teòrics, pàgines com aquestes, però el que fa ser guionista és escriure cada dia i visionar, mirar pel·lícules, sèries, curts. I tornar a escriure i a reescriure. Precisament, la reescriptura és una fase que sovint s'obvia, sovint també per la manca de temps. Però és en la relectura i revisió de tot el material que el guionista perfila i arrodoneix el guió.

2.2. Buscar idees

La clau per a escriure un bon guió comença per buscar una bona idea, trobar què explicar. Hi ha "tècniques" per a buscar inspiració, una de les quals és utilitzar la font inexhaurible de les històries ja narrades en format de llibre, les obres de teatre, els contes, les llegendes o tradicions. O un episodi de la nostra pròpia història. Altres llocs de recerca són el diari, una senzilla notícia apareguda en un diari local ens pot inspirar una història fantàstica. Cercar en la vida quotidiana, entre les anècdotes que sentim explicar. La mateixa experiència de la vida o per exemple la biografia de l'heroi comarcal, o el rebesavi familiar.

Dreamworks assegura que sovint s'inspiren en històries ja existents per a crear les pel·lícules. Altres idees són totalment originals.

"Great films begin with great concepts («Grans pel·lícules han començat amb grans idees»)

Algunes de les nostres idees són completament originals, mentre que d'altres s'inspiren en una àmplia varietat de fonts, que inclouen llibres infantils i còmics."

Story Department, Dreamworks

Els americans sovint utilitzen el terme *concept* per a referir-se al breu resum de la història, entre una i dues pàgines. A l'Estat espanyol se sol utilitzar generalment el terme *storyline* o *sinopsi*.

2.2.1. Tema

La història, sigui quina sigui la font d'inspiració, sorgida d'un material existent o original, té implícit un **tema**. "El valor de l'amistat", "Existeix el príncep blau", "Els somnis es poden fer realitat"..., qualsevol d'aquestes frases pot ser vàlida com a tema de la nostra història. S'ha de buscar aquest què, una cosa que es resumeixi en poques paraules i que ens doni sentit a l'argument. Hem d'estar convençuts d'aquest tema, perquè ens acompanyarà i estarà present en tota la pel·lícula. Sorgeix en el moment d'iniciar la història i no ens abandonarà

fins al final. És per això que el tema ha de tenir una condició indispensable: que l'equip creatiu de professionals cregui allò que diu el tema i tingui ganes d'explicar-ho en una producció.

Paul Schrader, guionista de pel·lícules com *Taxi Driver*, *Encontres a la tercera fase* o *American gigolo*, en una entrevista publicada dins del llibre *Converses amb Martin Scorsese*, assenyala el tema com una de les peces clau per a escriure el guió.

"Crec que hi ha tres passos per a escriure un guió. Primer, has de tenir un **tema**, alguna cosa que vulguis dir. No ha de ser precisament cap cosa grandiosa, sinó alguna cosa que et preocupi. En el cas de *Taxi Driver*, el tema era la soledat. Després has de trobar la **metàfora** per a aquest tema, una metàfora que en sigui l'expressió. A *Taxi Driver* era el taxista, l'expressió perfecta de la soledat. Llavors cal trobar una **trama**..."

Paul Schrader

En animació trobar el tema de la pel·lícula té un valor incalculable. John Lasseter, el productor executiu de *Ratatouille*, en una entrevista feta després de l'estrena i èxit d'aquesta pel·lícula, contesta la pregunta: "Quina és la idea que va inspirar *Ratatouille*". Respon amb una clara referència al tema i la seva importància en tots els films. Actualment, John Lasseter és el director creatiu de Pixar i assessor creatiu de Disney.

"*Ratatouille* és la vuitena pel·lícula de Pixar. Si veus totes les nostres pel·lícules, cada una és diferent de l'altra. Cada pel·lícula té un tema i cada un dels temes és diferent. El **tema de *Ratatouille* és intentar aconseguir la passió de la nostra vida en contra de totes les barreres**. Tractar que es compleixin els teus somnis creatius. Crec que és una idea diferent de les anteriors. Pixar en té una en totes les seves pel·lícules, una història amb molt de cor, amb contingut emocional i que és divertida tant per als adults com per als nens. Amb personatges memorables, realment atractius, que viuen dins de mons creïbles i bells."

John Lasseter

El tema aporta emoció a la història, fa que atrapi l'espectador i, sobretot en produccions per a tots els públics, és important que tingui un "missatge" positiu. Poques serien les persones satisfetes amb un film que transmetés un missatge com "la solitud és el millor que et pot passar a la vida".

A part del tema, John Lasseter assenyala una qüestió que ja ha sortit abans: la importància que dona Pixar a buscar continguts que emocionin i diverteixin a grans i petits. L'adult és qui accepta o no que el seu fill o filla consumeixi aquell determinat producte. Per tant, la història l'ha de convèncer, satisfer i si a més a més l'enganxa, doblement millor. El tema és una de les claus d'aquest èxit, per tant, per norma general podríem dir que ha de ser un tema universal. Recognoscible i compartit per molts, que representi un desig o un somni comú. A *Ratatouille* aquest "intentar aconseguir la passió de la nostra vida en contra de totes les barreres" és contundent, entusiasma. Crec que molts, algun dia, ens hem cregut invencibles i capaços de saltar totes les barreres per tal d'aconseguir el nostre desig. I si no ho hem cregut per nosaltres mateixos, hem admirat qui almenys ho ha provat.

Una pel·lícula com *Shrek*, que va aparèixer el 2001 com una innovació, injectava aire nou i diferent als films infantils d'animació. Si ens fixem en el tema, ens adonem que també és diferent, aporta alguna cosa nova. Els creatius han buscat anar una mica més enllà.

"Quan vam començar *Shrek*, volíem fer un conte de fades que tingués vida.

Com si obríssim un llibre de fades i ens poséssim dins d'aquest món.

És una gran història sobre l'acceptació d'un mateix pel que s'és. Vivim en una societat amb un sentit distorsionat del que és bonic i del que no, i crec que el missatge d'aquesta pel·lícula és que tothom és bonic."

Andrew Adamson i Vicky Jensen, directors de *Shrek*

Un conte de fades amb un tema tan universal com la bellesa interior. A simple vista no sembla tan innovador i diferent, però sí com l'aborda Dreamworks. És un missatge dirigit al públic tant adult com infantil, perquè *Shrek* no és una història només per a nens, la sàtira d'alguns referents dels contes i també d'espais com Las Vegas i Universal City (la ciutat del malvat Lord Farquaad), la converteixen en apta per a tots els públics. Apta en el sentit de divertida, entretinguda i recomanable també per al públic adult.

2.3. Sinopsi i *storyline*

La primera peça d'aquest trencaclosques que anomenem *guió* és la idea i el tema. Són el clic que fan bellugar les peces. El pas següent és crear la trama, no amb tota l'extensió, això s'haurà de fer gradualment, però sí fer un primer desenvolupament d'aquest tema i aquesta idea. Entenem per *trama* la línia argumental principal.

Aquest segon pas és l'escriptura d'un resum de la història, una breu explicació de l'argument. Se sol començar fent un *storyline* i després una *sinopsi*. L'*storyline* com un breu resum entre cinc i deu línies, que representen aproximadament la síntesi d'una història. Sinopsi com una visió més àmplia, una narració breu entre tres i set pàgines i no més de 10.

L'important d'aquesta fase és que el guionista ha de ser capaç d'explicar en poques paraules de què va la història. Primer escriu un breu resum d'un paràgraf. Poques línies, però suficients per a posar sobre la taula els punts principals de la història. Són set línies que expliquen l'essència de la història, la màgia que ha de convèncer productors i directors de tirar endavant el projecte.

Exemple

Sovint els cursos de guió utilitzen el típic exemple de *storyline*:

"Noi A s'enamora de noia B i l'amor és correspost. Desavinences familiars els obliguen a separar-se. Però ells busquen la manera de tornar-se a reunir i fer efectiu el seu amor. Les coses no surten com esperaven i finalment moren tots dos."

En realitat explica poca cosa, a partir d'aquest *storyline* podríem escriure un munt d'històries ben diferents, entre les quals també *Romeu i Julieta* de William Shakespeare.

Actualment es busca en l'*storyline* aquella màgia, aquella llumeta que faci entreveure que el producte pot ser diferent i convertir-se en la gallina dels ous d'or. Perquè, desenganyem-nos, el que no hem d'oblidar és que l'audiovisual és un negoci com qualsevol altre, i ben poques persones estan disposades a invertir-hi diners, si no creuen que els recuperaran i com a mínim en doblaran el capital.

En tot cas, el més important d'escriure l'*storyline* no és tant per vendre el producte, com pel mateix guionista. És un exercici de reflexió i d'aclariment de les idees. Sovint és una situació o un personatge el que ens ha inspirat. Tenim una idea vaga d'allò que volem explicar, però encara no hem trobat la trama adequada.

Per exemple, hi ha una situació que personalment sempre m'ha fet molta gràcia. El munt d'ocells que s'arreglaren damunt dels cables elèctrics. M'agrada explicar a les meves filles que els ocells juguen, i el primer que perd ha de marxar. És una ximpleria, no porta enlloc, però els ocells damunt del fil elèctric continuen essent una imatge temptadora. És només una idea que podem meditar. Trobar un fil argumental que expliqui alguna cosa sobre aquests ocells, que els passi alguna cosa i finalment que s'acabi la història. És a dir, falta l'*storyline*, A troba B, apareix C i marxa A.

Aquesta imatge dels ocells al cable elèctric no m'atrau només a mi. La gent de Pixar, cap al 2002, devia pensar alguna cosa semblant. El resultat és el curtmetratge *For the birds*, guanyadora de l'Oscar al millor curt d'animació. Tres minuts esplèndids que no em cansaré mai de mirar.

For the birds



<http://www.youtube.com/watch?v=yJzQiemCluY>

Mentre el guionista no sigui capaç d'explicar breument la història que té al cap, per més fantàstica que sigui, encara no té res. A vegades tenim la sensació de tenir l'argument perfecte, n'hem escrit dos o tres fulls. La prova definitiva arriba quan algú ens pregunta "ah sí? I de què va?". Comencem a explicar, i al cap de poques frases diem "no, no, espera, de fet no és un noi, és una noia que...". Al final, entre entrebancs i dubtes acabem amb un "bé, més o menys és així, però..., és que no em sé explicar". El problema no és que no ens sapiguem explicar, el problema és que realment no tenim la línia argumental

bàsica clara. Quan l'*storyline* està solidificat i representa l'essència de la nostra història, aleshores les explicacions flueixen soles. Feu-ne la prova i ho comprovareu.

El guionista pot escriure un guió o elaborar un projecte a títol personal, de manera que haurà de presentar-lo a les productores i aconseguir vendre'l. En principi el més usual és treballar en equip, per un projecte sorgit de més d'una persona. Per tant, les idees es van creant progressivament, buscant el consens i l'acord entre tots. Aleshores, un cop escrit l'*storyline* i aprovat per tots, s'elabora la **sinopsi**.

La sinopsi és una extensió de l'*storyline*. L'hem d'escriure com qui escriu una narració o un conte. No ha de durar gaire, entre cinc i deu pàgines està bé. És clar que això també depèn del tipus de producte. La sinopsi d'una pel·lícula o d'una sèrie de televisió pot requerir set pàgines, mentre que un curtmètratge, tan sols una pàgina. Sigui quina sigui la llargada de la sinopsi, ha d'incloure la història, determinar-ne el tema, els personatges principals i els girs. I evidentment el final, com acaba.

Ja tenim una feina feta, però queda molt camí per recórrer abans no convertim el nostre guió en imatges. Aquesta simple trama s'ha de convertir en un bon guió, i això ho aconseguirem segons com construïm la història, com creem els personatges principals i secundaris, i com desenvolupem les accions.

Un productor, però, decidirà si tira endavant o no el projecte, llegint la sinopsi. Si en dedueix que pot arribar a ser un bon guió, que el protagonista és atractiu, o diferent, que la manera d'enfocar les coses pot tenir èxit, aleshores donarà el sí. Si no li atrau la sinopsi, encara que tinguem el guió sencer escrit, mai no passarà a la pàgina següent. I és que en el món de l'audiovisual, sembla que ningú no té temps per a llegir res.

Sovint, la sinopsi pot anar acompanyada de suggeriments d'actors, de manera que això ajuda immediatament a situar i suposar el to de la sèrie o pel·lícula. En canvi, en l'animació això no ho podem fer. Necessitem algun dibuix que en doni pistes, un primer esbós dels protagonistes. Però això ja és una altra qüestió, de què tractem més endavant.

2.4. Una bona història

Com a guionistes som responsables de la primera pedra, sense la qual dificultem l'èxit del producte; però tampoc no en som la garantia absoluta. Una producció audiovisual és el treball d'un equip complex en què la feina de cadascú compta. De fet, la resposta de què es ven i què no, no la té ningú. A vegades no entenem per què productes excel·lents han passat desapercibuts i en canvi d'altres certament mediocres aconseguen bons resultats. Aquí hi intervenen molts factors: l'època de l'any en què apareix la producció en el mercat, si hi

ha optimisme i es gasta, si fa fred i la gent passa més hores a casa, i per tant mirant la televisió. Amb quins productes comparteixen graella o cartellera i n'és competidor.

Ara bé, les bones històries no hi ha dubte que donen bons resultats. Una bona història fa possible que hi hagi una bona pel·lícula. Com es proclama sempre, no hi ha un guió excel·lent que s'hagi quedat al calaix, tard o d'hora s'acaba realitzant. La qüestió és, què és una bona història?

"Una «bona història» significa allò que paga la pena narrar i que el món vol conèixer. Aconseguir escriure-la és una tasca solitària. Comença amb el talent.

[...] Guardi el que està ben escrit, odii la redacció dolenta i reconegui'n la diferència.

El nostre objectiu ha de ser **narrar bé** una bona història."

Robert McKee

Quan algú és el propi autor de la història, se li fa difícil veure tant els defectes com les qualitats. El millor és deixar reposar les pàgines escrites i tornar-les a mirar al cap d'un temps, dies, no setmanes. La lectura es farà amb ulls nous, prenent distància amb el material. En general el sistema funciona, al cap d'uns dies el guionista és capaç de revisar, canviar i sacrificar el que calgui.

El primer projecte que John Lasseter va fer com a director de la Disney i Pixar és *Bolt*. A partir d'aquesta pel·lícula, Lasseter ens dóna les claus per a escriure una bona pel·lícula.

"Crec que es necessiten fer molt bé tres coses per a aconseguir una bona pel·lícula, sobretot si es tracta d'un llargmetratge d'animació. Explicar una història convincent que mantingui intrigada la gent. Omplir la història de personatges atractius i memorables. Aquí la paraula clau és «atractius», ja que fins i tot els personatges dolents poden resultar atractius. I després s'ha de col·locar aquesta història i aquests personatges memorables, en un món creïble, que no vol dir necessàriament realista, sinó només creïbles per la història que s'està explicant. És molt important que aquestes tres coses encaixin. També s'ha de connectar amb el públic, això significa que s'ha de mostrar alguna cosa que els resulti familiar, però d'una manera que mai no hagin vist. *Bolt* és un exemple perfecte d'aquesta filosofia."

John Lasseter

Segons Lasseter, les **tres claus** per a aconseguir una bona pel·lícula són:

- 1) Escriure una història convincent, que enganxi el públic.
- 2) Crear uns personatges atractius i potents. Els dolents també.
- 3) El que passa i el que fan els personatges ha de ser creïble.

Enganxar l'espectador amb uns personatges atractius dins d'un món coherent. Lasseter parla de llargmetratges. En una sèrie de televisió, sens dubte aquestes tres punts també són fonamentals. De fet en qualsevol història, sigui curta o llarga, com a guionistes ens hauríem de preguntar si el nostre guió reuneix aquestes tres condicions. Si la nostra resposta és afirmativa, és que anem per bon camí.

Abans llegíem què aconsellava Paul Schrader per crear bones històries. Tres passos que en el fons no són tan diferents dels que proposa Lasseter. Schrader parlava de tema, metàfora i trama. Tema com a nucli de la història, metàfora com a essència dels personatges i trama com a món particular de la pel·lícula. Dit en altres paraules, però sense tanta distància entre l'un i l'altre. Hi ha, però, les sàvies paraules d'un novel·lista, dramaturg i escriptor de contes, molt popular durant la dècada de 1930, W. Somerset Maugham, que deia el següent:

"Hi ha tres regles per a escriure. Malauradament ningú no es posa d'acord sobre quines són."

W. Somerset Maugham

Es poden donar directrius, aconsellar, llegir i escoltar el que diuen els grans mestres sobre el guió, però, en definitiva, la tècnica i la professió se la fa cadascú. L'experiència, els errors, la pràctica és el que fa el guionista.

2.5. Preparació del projecte

Crear una història no és limitar-se a escriure una sinopsi i començar a fer el guió. En cine i televisió s'elabora un document que inclou altres apartats i elements, tots importants, tant per a definir la història, com per a saber quina serà la magnitud de la producció.

En aquest apartat assenyalarem els punts que s'han de treballar abans d'escriure el guió i que formen part del document escrit del projecte audiovisual.

2.5.1. Projecte o bíblia

El primer punt és aclarir que tota la informació que el guionista elabora al voltant del projecte, abans d'escriure el guió, ha d'estar recollida en aquest document que sovint s'anomena la *bíblia*. Sobretot en un projecte de sèrie, que va per capítols, és imprescindible l'elaboració de la bíblia. És el document de referència fundador de la sèrie. Descriu, de manera detallada, el quadre general en el qual han d'evolucionar els personatges principals: els elements dramàtics comuns, els llocs, els temes, la progressió dramàtica, la descripció detallada dels personatges principals i de les seves relacions. Així com les sinopsis de tots els episodis de la temporada.

Té una utilitat doble. Abans que res és el document que es presenta a la cadena de televisió o al productor, per a vendre el producte. Si el projecte tira endavant, és la guia que haurà d'utilitzar l'equip de treball per a escriure cada capítol. Hi ha d'incloure la descripció de cadascun dels personatges, una referència de com són, com parlen i es mouen aquests protagonistes. També hi conté la sinopsi general de tota la sèrie, perquè se sàpiga en quin punt comença la història i fins on arribaran els personatges. Però també la sinopsi de cadascun dels capítols. Pensem que en una producció més o menys gran, el guionista que escriu els capítols pot no coincidir amb el creador de la bíblia. Per tant,

aquest document és una autèntica guia de referència. És el que ha de donar cohesió al producte. En un equip, per exemple, de set guionistes, en què cadascú escriu un capítol diferent, sense la bíblia els resultats serien catastròfics. Cada guionista interpretaria a la seva manera el protagonista, fent coincidir el mateix tema en dos capítols diferents.

En animació, la bíblia també inclou els dibuixos dels protagonistes. És possible que quan el guionista comenci a escriure els guions, encara no existeixin les animacions definitives, per exemple en 3D. Per tant, es necessita una guia per a imaginar-se la cara que tindrà aquest protagonista que potser té forma de gos petaner. No és fàcil escriure per a uns personatges que encara no existeixen, que no els has sentit mai a parlar. Aquest és un altre gran repte del guionista d'animació. Pensem que en imatge real, tot i que no s'hagi començat a rodar la sèrie, sí que estan més o menys decidits els actors. I encara que no hagin interpretat ni una escena, possiblement sí que els hem vist actuar alguna vegada. Per contra, el guionista d'animació només ha pogut llegir, per exemple, que la sèrie va sobre una família, força peculiar, en què tots són grocs, i el pare a més no té ni un pèl i fa una bona panxeta. És clar, ara tothom pensa immediatament en *Els Simpson*. Però per als primers guionistes segur que va significar una dura prova. Mai una família humana de color groc no havia estat la protagonista d'una sèrie.

Quan es tracta d'una pel·lícula o d'un curtmetratge, en principi el document de referència ja no s'anomena *bíblia*. És simplement el document escrit del projecte. Hi ha de contenir també la sinopsi, un argument més o menys extens i la descripció dels personatges, tant els principals com els secundaris. En animació, com hem dit, és important afegir el disseny de personatges i alguna de les localitzacions. La localització és el lloc, l'escena on passa l'acció.

El document del projecte és doblement important. S'ha d'ensenyar a productors i directius i vendre el projecte; i és una aproximació de com serà el resultat final del producte. El guionista sempre ha d'escriure pensant en el fet que els lectors també treballen en el mateix projecte i el que volen és saber com funciona.

A continuació hi ha una definició orientativa de tots els apartats que ha d'incloure la bíblia d'un projecte audiovisual.

2.5.2. Sinopsi

Ja hem parlat de com escriure l'*storyline* o sinopsi del projecte. Ara només hem de recordar que la sinopsi és possiblement el primer apartat que incloem al document del projecte. Si es tracta d'una sèrie, és l'argument general de tots els capítols sense entrar encara en detall. La breu sinopsi de cadascun dels episodis és al final del document.

Si el projecte que preparem no és un encàrrec, sinó que s'ha de vendre i ensenyar a les televisions i els productors, l'important és que la sinopsi sigui directa, simple i atractiva. Els productors no solen llegir gaire, no tenen temps. Sovint és un lector de guions que té el projecte a les mans, algú que té un munt de papers i projectes per llegir. La manera de cridar la seva atenció és amb unes poques línies i impactants. Una sinopsi de quatre pàgines acostuma a semblar una barbaritat. Si en una sola pàgina som capaços de resumir el més important de la història i enganxar el productor o lector de guions, ja tenim un punt a favor.

2.5.3. Format

Quan es tracta d'una sèrie, és bàsic explicar el tipus de format que ha de tenir. Si són capítols de tres minuts o de 26, i per què. És necessària una justificació del tipus de programa. Aquesta explicació pot estar determinada per qüestions personals, de gust i preferència. Però també per raons externes. Per exemple, les cadenes de televisió necessiten tenir sèries d'entre tres i cinc minuts, per col·locar entremig de la programació i fer quadrar els temps. Per tant, el format pot ser un encàrrec i cal haver ajustat el contingut a aquest tipus de format. Sigui com sigui la raó per la qual s'opta per un format o un altre, és una decisió que es pren mentre s'està gestant el projecte, i òbviament afecta enormement el tipus d'històries i de personatges.

També condiona com escriure el guió el mitjà de comunicació a través del qual es difondrà el producte. Escriure per a una gran pantalla de cinema permet l'espectacularitat. Ara que entren amb força les projeccions en 3D, el guionista haurà de trobar la manera de fer escenes encara més vistoses i aptes per aquest tipus d'animació.

La televisió també permet seqüències imaginatives pel que fa a l'animació, des d'un avió creuant la pantalla a tota velocitat, fins a muntanyes que es desintegren i alienígenes que envaeixen el poble. No passa el mateix amb les noves plataformes. Una minipantalla, de mòbil, iPhone..., permeten una espectacularitat reduïda i, per tant, el guió s'hi ha d'adequar. En comptes de basar-se en efectes especials i molt visuals, potser s'ha de centrar més en la dialogació. Són les noves tecnologies i realment s'està en fase d'experimentació, és difícil preveure què funcionarà i què no.

2.5.4. Target

Target és un terme anglès que s'utilitza en audiovisuals per a designar el destinatari ideal. Sí bé no cal dedicar un apartat del document del projecte a parlar de l'edat ideal de l'espectador, el guionista sí que l'ha de tenir en compte des del principi.

És fonamental definir el públic al qual va destinat el producte i, consegüentment, és feina del guionista saber com és aquest espectador ideal. Quins són els seus gustos, quin llenguatge parla, com assolir-ne l'atenció i l'interès. El *target* condiciona enormement el tipus d'història que expliquem. En animació, no cal dir que s'ha de determinar molt bé la franja d'edat a la qual es vol arribar. Normalment són produccions destinades al públic infantil, però dins d'aquest públic hi ha grans diferències entre unes edats i unes altres.

La vaca Connie

Agafem un exemple d'una sèrie infantil com *La vaca Connie*, una producció catalana del 2002. Encara que no n'hàgim vist la sèrie, ens podem fer una idea de l'estil en el web: <http://www.lavacaconnie.com/>.

És evident, tant per l'estil de l'animació com pel tipus de llenguatge i els arguments, que és una sèrie destinada a un públic infantil petit, entre tres i cinc o sis anys. Un jove trobarà *La vaca Connie* avorrida, lenta i sense cap gràcia; però és que tampoc no està escrita perquè li agradi. L'equip creatiu volia fer un producte per als més petits, i en aquest sentit el resultat és més que satisfactori. Feu-ne la prova ensenyant el web a una criatura, i comprovareu que queda absorbt per les imatges i encantat amb aquesta vaca simpàtica i eixerida. No hem d'oblidar tampoc fer un programa atractiu per als pares d'aquestes criatures, perquè són els que decideixen si engeguen o no l'aparell de televisió, si aquest producte és apte i interessant per als seus fills. En aquest sentit, *La vaca Connie* també reuneix les condicions per a guanyar-se la confiança dels adults.

És important fer un estudi previ i tenir un coneixement profund dels nens i nenes. Quines aficions tenen, quin tipus de programes televisius els agrada, quins jocs en són els predilectes. Tornem a l'exemple de *La vaca Connie*. La mateixa animació és simple, no s'utilitza la nova tecnologia del 3D. Per què? Perquè no es tenien a l'abast més recursos? O perquè no interessava? Ens decantem per la segona raó. Sovint no necessitem els sistemes més sofisticats per a explicar una història, i més encara quan es tracta d'un públic tan menut, a qui els encanten els titelles i els ninots més simples. El llenguatge pausat i sense presses, també adequat a la manera de fer de la canalla, perquè ells no hi entenen d'estrès.

Erky i Perky

Mirem un altre exemple totalment diferent, la sèrie *Erky i Perky*, una producció australiano-canadenca del 2006 (<http://www.erkyperky.com.au/>). Encara que no coneguem la sèrie, mirant el web ens fem una idea de l'estil esbojarrat dels personatges i de les seves històries. Un grapat de cuques que comparteixen aventures, emocions i penúries en una cuina lluent, estèril, amb fragància de llimona, una impressionant olor de netedat i... sense menjar! Els personatges són còmics, divertits i sovint una colla de gamarussos. Uns protagonistes que són cuques, un to a vegades grotesc i gamberro... no hi ha dubte que el públic ideal és a partir dels 10 anys i està pensat per a enganxar també els adolescents. Això no significa que no el pugui mirar un infant de quatre anys, però possiblement no el convencerà, perquè tot i que pot trobar graciosos els personatges, visualment, no entendre la meitat de les bromes, se li escaparan les ironies.

Ara bé, no hi ha res més difícil, però freqüent, que rebre l'encàrrec d'escriure una peça destinada al públic infantil en general, entre el quatre anys i els 12. Què escriu el guionista davant d'aquest repte? Si la història està pensada per als més grans, és probable que els més petits no hi entenguin la meitat de les paraules. Si escrivim per als més petits, seran els grans els que s'avorriran. La solució és escriure en diferents registres o nivells alhora. Utilitzar elements de lectura fàcil, que permeti que el *target* de 4-7 anys ho entengui i s'ho passi bé.

Pensar en un segon nivell de comprensió adequat al *target* 8-12 anys. I finalment, cosa que no hem d'oblidar, usar elements que permetin la complicitat de l'adult.

Escriure en diferents registres significa i exigeix al guionista un esforç imaginatiu, passar tres vegades per la mateixa seqüència i comprovar que el resultat serà atractiu per a aquest públic tan ampli. Això significa que tant les accions com el llenguatge han d'estar mesurats. S'ha d'arribar a una entesa. Podem fer un producte en què creguem que l'animació serà el ganxo per al *target* més petit, les històries personals i les relacions entre personatges atraurà el *target* més adolescent i la ironia dels diàlegs enganxarà el *target* adult. De totes maneres, una cosa és la teoria i l'altra aconseguir-ho.

Pixar ho aconsegueix, sobretot en els curtmetratges. Diguem de passada que Pixar ens obsequia sovint amb aquestes petites peces d'animació, la majoria esplèndides i autèntiques lliçons de la bona animació.

Mike's new car

Prenem un exemple, el curtmetratge *Mike's new car*, una producció del 2002 nominada a millor curt d'animació per l'Acadèmia dels Oscars. Gairebé quatre minuts excel·lents amb els ingredients necessaris per a l'èxit.

Mike's new car



http://www.youtube.com/watch?v=liQoq7_YPEc

Els protagonistes de *Mike's new car* són els mateixos que els de la pel·lícula *Monstruos SA* de la mateixa Pixar. D'entrada, doncs, els personatges Mike i Sullivan són coneguts pel públic que ja els ha vist actuar, i per tant en té la complicitat, els són familiars. Sobretot és el públic més petit a qui li encanta tornar a veure en acció els seus personatges preferits. I és que als infants si els ha agradat una cosa, serien capaços de veure-la mil vegades seguides. Descobrirem ara, però, quins serien els diferents nivells de lectura, per a cadascun dels diferents públics.

En un primer moment, les accions de Mike i Sullivan són el que crida l'atenció. Allò que li passa a Mike amb el seu cotxe, tot i que previsible en alguns moments, és graciós i divertit. El públic més petit no tindrà cap problema a entendre què passa amb el cotxe: el conflicte de Mike i Sullivan amb els botons del vehicle, amb el capó on queda atrapat Mike... En canvi, algunes frases del diàleg estan pensades per a un públic no tan petit. Al principi de la història, Sullivan, sorprès pel canvi de cotxe, expressa un simple "Què tenia el teu altre cotxe?", una frase sens dubte amb una certa ironia que no pescarà el públic petit, però sí el més gran. La resposta de Mike és "Tres paraules Sulli: té tracció triple". Aquest llenguatge estaria en un segon nivell de lectura. Un *target* de set, vuit o nou anys no tindrà dificultat a entendre aquestes paraules, que a més reconeix, identifica

en un referent real i troba divertides. Al final, quan el cotxe de Mike s'estavella Sulli diu un "Que estrany, la bossa d'aire ha fallat". Finalment, després de sentir el "poof" del coixí de seguretat apareix Mike disparat. La frase de Sullivan la podríem considerar dins d'un tercer nivell de lectura. A un nen de 8 anys segurament se li escaparà aquest "la bossa d'aire ha fallat", en principi no ho relacionarà amb el coixí de seguretat, perquè pot ser que tampoc no sàpiga què és exactament ni quan s'activa... si no és que té una gran passió pels cotxes. En canvi, una nena de 14 anys enganxarà immediatament el significat de la frase i riurà, satisfeta, no solament perquè troba graciosa la situació, també perquè se sent en una posició de superioritat respecte al públic més petit, que no ha captat la ironia.

El públic més madur es podria avorrir només amb les imatges, però la complicitat del diàleg el fa somriure i a més a més pot identificar-se amb una situació real. Qui més qui menys s'ha trobat alguna vegada barallant-se amb la nova cafetera elèctrica, amb el compartiment per a l'aigua, el programador digital, les càpsules de cafè concentrat..., i, incapaç d'aconseguir un bon cafè, acabem recuperant la vella cafetera de gas.

Hi ha una qüestió que el guionista ha de tenir present: al públic li agrada sentir-se respectat i que se'l tracti com a persona intel·ligent. No vol que se li doni tot mastegat. Prefereix sentir que ha deduït alguna cosa, que ha entès un missatge mig ocult i que ha rigut amb una frase irònica que no tots han caçat.

En definitiva, abans de començar el projecte és bàsic decidir el públic al qual s'adreça el producte, com és i què li agrada. Si treballem per a una gran productora és possible que hi hagi especialistes que ens facilitaran la feina. Però si es tracta d'una empresa petita, haurà de ser el mateix guionista qui es preocupi per aconseguir aquesta informació.

2.5.5. Objectiu, gènere i to

Qualsevol producte audiovisual té un objectiu a aconseguir, no ens referim ara als objectius que han d'assolir els protagonistes que viuen l'aventura, sinó als objectius de la producció. Què es vol aconseguir amb aquest projecte? Pretén entretenir? Educar? Divertir? No hi ha res més frustrant per a un espectador que veure que no es compleixen les seves expectatives. Adquirir un producte pensant que aprendrem moltes coses sobre, per exemple, el regne animal, i descobrir que tot i que és molt divertit, no hi hem après res de nou. L'objectiu del que pretén el producte l'hauré de definir en el mateix moment que iniciem la creació del projecte i no oblidar-lo fins al final de tot.

L'objectiu del producte va lligat amb el gènere i el to. És possible que el mateix objectiu ens indiqui quin és el gènere adequat per a transmetre aquest missatge, així com el to que hauré d'utilitzar perquè tingui èxit. Abans, però, d'entrar en més detall, és important aclarir que l'animació no és un gènere audiovisual, sinó que és una forma d'art. Per *gènere* entenem la manera de classificar els productes audiovisuals, basant-nos en les similituds dels elements narratius que construeixen les històries. L'animació no és un estil narratiu, sinó que és una manera d'expressar-se, de crear, com ho és la literatura o el cinema.

A banda d'això, definir els gèneres no resulta tan senzill com sembla, si bé hi ha uns gèneres més o menys clàssics basats en el cinema, no sempre és clar on podem col·locar el nostre producte. De totes maneres, com a guionistes, els

gèneres són una eina més per a facilitar la feina, ja que defineixen la nostra història. A més a més és una etiqueta que es penja al producte i que orienta l'espectador. El producte pot no ajustar-se del tot a un sol gènere, però és cert que el públic en general busca decidir si aquella producció l'interessa o no, segons el gènere... "Sí, el terror m'agrada", "prefereixo la comèdia" o "m'interessa la història" són frases habituals que escoltem entre el grup que decideix quina pel·lícula vol entrar a veure.

Una classificació dels **gèneres** audiovisuals que podem aplicar a les produccions d'animació seria la següent:

- **Acció:** històries d'herois que passen aventures. Hi ha moments de persecució, baralles o batalles. En general són històries amb bastant moviment i ritme, en alguns moments trepidant. Un bon exemple és *Els increïbles* de Pixar.
- **Aventura:** són històries excitants, en què els protagonistes viuen noves experiències, o es traslladen a llocs exòtics. Expedicions a continents perduts, buscant tresors amagats... Sovint va molt lligat al gènere d'acció. *Up*, també de Pixar, s'ajusta perfectament a aquesta definició, un viatge a l'Amèrica del Sud per resoldre el conflicte personal.
- **Comèdia:** Històries alegres, divertides, que volen provocar el riure. Sens dubte la sèrie *Els Simpson* és la reina de la comèdia animada.
- **Crim:** històries de gàngsters o mafiosos. Hi solen haver crims, robatoris, assassinats.
- **Drama:** situacions de la vida, històries que impliquen un desenvolupament del caràcter personal, la interacció entre personatges. No sol tenir gaires efectes especials, ni se centra en l'acció o la comèdia.
- **Històric:** narren un episodi de la història, sovint projectada en la biografia d'un personatge real. *El Príncep d'Egipte* de Dreamworks narra la història de Moisès i l'esclavitud a Egipte.
- **Terror:** l'objectiu bàsic és espantar l'espectador. Possiblement hi puguem classificar *La crisi carnívora*, pel·lícula basca d'animació per a adults, escrita i dirigida per Pedro Rivero, tot i que és una sàtira del gènere (<http://www.crisiscarnivora.com/>).
- **Ciència-ficció:** solen ser mons imaginaris o visionaris. Passen a llocs o temps llunyans. Comparteix algunes similituds amb el gènere d'acció i d'aventures però la ciència-ficció sovint utilitza una tecnologia extraordinària per a explicar, per exemple, que un malvat alienígena verd i bavós intenta destruir la terra amb una arma còsmica. La seqüela animada d'una de les millors històries de ciència-ficció, *Star Wars: The Clone Wars*. La sèrie

d'animació està creada i produïda per George Lucas. De fet, és la primera sèrie d'animació creada per Lucas Animation (<http://www.starwars.com/theclonewars/>).

- **Altres:** hi ha gèneres menys usuals, almenys en animació, com és el cas del western. Històries ocorregudes a l'Oest Llunyà. El gènere de guerra, dedicat a narrar una batalla històrica. El musical, en què la dansa, la música, la cançó o la coreografia són els eixos principals d'expressió.

És clar que moltes històries són una combinació de més d'un gènere. En animació, qualsevol d'aquests gèneres és vàlid per a crear una història. Hi ha gèneres, com el crim per exemple, que en principi podria no encaixar en animació infantil. De fet, si afegim l'ingredient de la comèdia, qualsevol altre gènere es pot convertir en un producte per a tots els públics. Evidentment en l'animació per adults hi cap tot. La sèrie d'*Els Simpson*, destinada en principi a un públic adult, tot i que també s'ho mira molta canalla, té episodis de tots els gèneres. Homer Simpson fent de mafiós com en l'època de la llei seca nord-americana, convertint casa seva en una destil·leria il·legal. Transformat en lladre per a robar el cotxe del seu col·lega i propietari del bar Moe Szyslak. Revivint la història de l'expulsió del paradís fent d'Adam al costat d'Eva. Sempre, però, en tots els episodis la comèdia i l'humor són per sobre de tot, donant cohesió i mantenint el to irònic i crític que caracteritza la sèrie.

Hi ha una tendència, gairebé exigida èticament, de donar als productes infantils alguna cosa més que diversió i entreteniment, es busca formar i informar. De fet, les bones produccions audiovisuals, siguin infantils o per a adults, reuneixen més d'una condició. La qualitat del producte s'aconsegueix amb el "ha, ha, ha" i alguna cosa més; informació, opinió, ensenyament, de manera que el contingut resulti més consistent. A tots ens agrada passar una estona divertida, jugant a un joc de taula, mirant una pel·lícula o llegint un llibre... però si a més a més aprenem i ens informem, la satisfacció és doble.

El guionista no ha de perdre mai l'objectiu de vista quan escriu, però això no ha d'anar en detriment de la història. Educar els nens a través d'una peça d'animació sí, però no que es converteixi en una repetició del que troben a l'escola. Informar sobre el problema de l'escalfament del planeta pot ser molt interessant, mentre no es converteixi en un documental o una classe magistral, per a això ja hi ha, precisament, els documentals o les universitats.

2.5.6. Personatges

El document escrit del projecte audiovisual també ha d'incloure una descripció completa dels personatges, tant principals com secundaris. Així com un primer disseny quan és un producte d'animació. La creació dels personatges és complexa i massa important per a definir-la en unes quantes línies, per això hi dediquem un apartat sencer.

2.5.7. Localitzacions o escenaris

Anomenem *localitzacions* els llocs on transcorre l'acció. Sobretot en animació és important definir els espais, sovint es tracta de llocs irrealment, fantàstics, planetes desconeguts, pantans fastigosos o mons salvatges. Les descripcions, com a mínim dels llocs principals, han d'estar al document del projecte. Acompanyats també de dibuixos que donin una idea clara del que s'ha de dur a terme. És feina del guionista descriure aquests espais i treballar amb l'animador perquè el resultat final s'aproximi a la idea que té al cap.

2.5.8. Costos i màrqueting

Fer pressupostos i planificar la campanya de màrqueting no és feina del guionista en absolut, però no hem d'oblidar que existeix. Un projecte audiovisual ha d'incloure una planificació dels costos de producció, en la qual es té en compte el pressupost per a la realització del projecte, i també una partida destinada a la difusió i distribució del producte.

En cinema sobretot, cal tenir els canals de distribució lligats abans de la realització. Hi ha un munt de pel·lícules rodades i a punt d'estrenar que no troben qui la vol distribuir. Planificar una bona campanya publicitària assegurarà l'èxit o no de la producció. És clar que si no treballem per als americans es fa molt difícil competir-hi. Les produccions americanes dediquen a la promoció de les seves pel·lícules aproximadament un 35% del pressupost total. Només cal fer quatre números per a quedar esgarriat del que es devien gastar en un llargmetratge com *Ratatouille*, que va costar 92 milions de dòlars o els 175 d'*Up*. Són bones pel·lícules, no en dubta ningú, però també hi ha produccions europees molt interessants i que en canvi han passat més desapercebudes.

Història d'una gavina (i del gat que li va ensenyar a volar)

Per esmentar-ne alguna, *Història d'una gavina (i del gat que li va ensenyar a volar)*, una fantàstica producció italiana de l'any 1998, basada en un conte de l'escriptor xilè Luis Sepúlveda. Estrenada l'any 2000, no recordo haver vist anuncis promocionals per la televisió, ni les parades d'autobús amb cartells de la pel·lícula. Si voleu saber més coses d'aquest llargmetratge visiteu la pàgina web <http://www.lanternamagica.it/index.php?p=3&sp=1&d=4&s=3>. Un film atípic en l'animació i les formes per comparació a les produccions americanes, però no per això menys mereixedor d'interès, sobretot pel que fa al guió. *Història d'una gavina*, a més a més, és la prova que amb una animació menys espectacular també es poden fer històries excel·lents. O sigui, el bon guió és la base.

Encara que al guionista en general li fa mandra pensar en els números, els diners marquen la línia que s'ha de seguir. Poc pressupost, animació més senzilla, que vol dir, potser, menys personatges en 3D.

Tots aquests elements són els que han d'estar definits en el document del projecte abans de l'escriptura del guió. El *target*, l'objectiu, el format, els personatges, les localitzacions, la trama..., cadascuna d'aquestes peces ha d'encaixar perfectament amb l'altra. Un cop es tenen clars tots els punts, només aleshores estem preparats per a començar a escriure.

3. Creació de personatges

Tenim la idea, una línia general del que volem explicar. Hem acomplert per tant la primera part del projecte. Quan el guionista arriba a aquest punt, és perquè ha escrit una sinopsi, definit un tema, té una línia argumental més o menys clara, uns objectius, i sap que la seva història té uns personatges principals, tot i que encara no els coneix del tot. És el moment de dedicar temps i esforç a crear aquests personatges.

3.1. Història i personatges

Recordem com Syd Field defineix el guió: "una persona o persones fent alguna cosa en un lloc i un temps determinat". Aristòtil, en la seva *Poètica*, també assegurava que la tragèdia són "accions que realitzen uns personatges". Linda Seger, famosa consultora de guions, considera el personatge la clau perquè la producció sigui un èxit. Estem col·locant els personatges com la base de les nostres històries.

"Els grans personatges són essencials si es volen crear grans obres de ficció. Si els personatges no funcionen, no n'hi haurà prou amb la història i el tema principal per a captar l'atenció dels espectadors o dels lectors."

Linda Seger

Sens dubte els personatges, especialment el protagonista, tenen una importància cabdal. Hi ha qui creu que abans de tot s'ha de tenir un bon personatge, i després ja sorgirà l'argument. En canvi, hi ha els que asseguren que s'ha de tenir una història i els personatges aniran sorgint i creixent a mesura que meditem com organitzarem la narració.

"Els meus llibres tendeixen a basar-se en situacions més que en històries.

Té preferència la situació. Després vénen els personatges, que al principi sempre són plans, sense trets distintius. Un cop s'han fixat tots dos elements al meu cervell, començo a explicar la història."

Stephen King

Stephen King té molt clar que primer és la idea, una situació. El que hem anat dient fins ara. Després ell crea els personatges, però no del tot, sinó que els fa créixer a mesura que es va perfilant l'argument. Altres autors asseguren que sense el protagonista no comença a bellugar-se l'engranatge de la creació dramàtica. La resposta correcta és que tots tenen raó. Depèn de cada guió, de la situació que ha desencadenat la creació del guió, fins i tot de la inspiració. En tot cas, és difícil aconsellar què és millor, si començar per la creació del perso-

natge o per la història. Syd Field deixa clar que hi ha dues maneres d'escriure el guió. Les dues fórmules són vàlides i cadascú ha de treballar de la manera que se senti més còmode i creatiu.

"Hi ha dues maneres d'abordar un guió. Crear una idea i «encaixar-hi» uns personatges, o crear un personatge i deixar que la història sorgeixi a partir d'aquest."

Syd Field

Sigui quina sigui la manera com comencem a treballar la història, fins que no coneixem el protagonista com si fóssim nosaltres mateixos, no hem de començar a escriure el guió. Ara la qüestió és, s'aprèn a crear bons personatges? La resposta és que se'ns dubte. Almenys hi ha estratègies perquè el nostre protagonista pugui convertir-se en un gran personatge.

3.2. El protagonista

Abans esmentàvem el curt *Mike's new car*. Què és Mike? Una bola verda amb un sol ull al mig, cametes i braços llargs i prims, dues miniovelles. Què té d'humà això? Res. En canvi estem segurs que l'espectador sent, es preocupa i s'emociona amb Mike. El públic el veu com una persona real i és capaç de plorar i riure amb ell. Com és possible això? És la màgia del cinema i l'animació, però no és tan simple com treure el Mag del barret de copa. Sens dubte, el guionista ha de saber donar-li tot el necessari perquè ens faci sentir i emocionar. Quins són, però, aquests elements necessaris? Se'n pot aprendre? Linda Seger ens assegura que sí.

"La creació de personatges inoblidables és un procés i, tot i que alguns escriptors afirmen que és una cosa que no es pot ensenyar, com a consultora he après que hi ha processos i conceptes que poden millorar de manera efectiva els personatges."

Linda Seger

El protagonista és el nucli de la història, és a qui li passen les coses, és qui ha de resoldre un conflicte, qui ha de superar una situació personal o externa complicada. El primer pas del guionista, per a descobrir qui és aquest personatge increïble capaç d'atrapar l'espectador, és elaborar-li una fitxa completa de la seva vida: una caracterització perfecta.

"La **caracterització** és la suma de totes les qualitats observables d'un ésser humà, tot allò que es pot saber per mitjà d'un examen acurat –l'edat i el coeficient intel·lectual, el sexe i la sexualitat, l'estil de parla i la gesticulació, l'elecció d'automòbil, de casa i de roba, l'educació i la professió, la personalitat i el caràcter, els valors i les actituds–, tots els aspectes humans que es poden saber d'algú [...].

Sota la superfície de la caracterització, i independentment de les aparences, qui és aquesta persona? En el cor de la seva humanitat, què hi trobem? Es tracta d'un personatge afectuós o cruel? Generós o egoista? Fort o dèbil? Sincer o mentider? Valent o covard?"

Robert McKee

Per crear una fitxa del personatge hem de poder imaginar-lo, tenir alguna idea de com és. Per a això cadascú ha de fer ús dels seus dots d'observació i de la pròpia experiència. El guionista ha de ser un gran observador i fer un autèntic

treball de recerca, buscant en els éssers reals la font d'inspiració. Perquè, tinguin la forma que tinguin els personatges, han de ser creïbles, i això només s'aconsegueix per comparació al que és real.

El primer pas per a la creació d'un personatge és la recerca

"El procés de creació d'un personatge és progressiu. Fins i tot quan no escriuen, els escriptors necessiten emmagatzemar detalls i buscar inspiració i idees en la vida real."

Linda Seger

Quan ideem un personatge, per exemple introvertit i reservat, hem de buscar en el nostre "arxiu personal" anomenat *cervell* aquells caràcters que ens poden inspirar. Segur que tots coneixem algú, un veí, una amiga, un parent que reuneix aquestes característiques. Pensem en ell, doncs, per començar a crear el nostre propi personatge. De fet, el guionista no inventa des de zero, sempre copia del que hi ha al seu voltant i ho adapta, imita la realitat i la transforma en aquells personatges que necessita.

Tornant al Mike, la bola verda, i el seu cotxe nou. Qui no té un cunyat o cosí obsessionat pel cotxe? Que es gasta el primer sou en un nou model? Això no impedeix que sigui una persona agradable i simpàtica, però tan escrupolosa amb el seu vehicle, que resulta inaguantable. Podríem continuar fent una llista de coincidències amb més d'una persona real, no solament en el caràcter, també físicament. No volem dir que existeixi un ésser humà baix, verd i rodonet, però sí menut, grassonet, simpàtic i entranyable.

Sobretot és en l'animació que s'inventen personatges inexistents i el guionista ha d'aconseguir que l'espectador els vegi com si fossin una persona real, però tampoc sense perdre l'essència del que és: un personatge irreal que pot fer com un humà però molt més. *Ratatouille* és una pel·lícula protagonitzada per rates, uns animals que en general desagraden, solen provocar rebuig i fàstic. En canvi, el film provoca que el públic s'estimi el protagonista, una rata. Com s'aconsegueix aquesta transformació?

"Estic molt orgullós dels personatges de *Ratatouille* perquè crec que són els personatges més atractius que hem creat; Remy, el seu germà Emile... Són rates. Són rates! A tothom li fan fàstic les rates! Sobretot quan en veiem un munt juntes. A nosaltres ens encanten aquest tipus de reptes. La nostra intenció va ser que aquestes rates resultessin atractives. Les vam estudiar i vam aconseguir-ne algunes per poder-les observar. Hi ha molts aspectes d'aquests petits animals que resulten molt atractius i tendres. Les vam estudiar, i els animadors i els dissenyadors de personatges, gent a qui els agraden aquests éssers, van prendre aquest concepte i aquests personatges tan atractius com altres que hàgim creat."

John Lasseter

Lasseter revela que per a aquesta producció de Pixar van fer una recerca sobre aquests animals. Buscant, no solament el comportament i els tics de conducta d'aquests animals, sinó que també cercaven els atractius. De quina manera una rata es pot convertir en protagonista d'una pel·lícula i enganxar el públic des del primer moment. L'observació els havia de donar les respostes.

El segon pas és la descripció física del personatge

El guionista ha de construir una biografia completa dels seus personatges, i en especial del protagonista. Ho ha de saber tot d'ell, des del dia del seu naixement i almenys fins al final de la pel·lícula. Aquesta mena de currículum del protagonista comença per la descripció física. Una descripció que ens revelarà altres aspectes del personatge.

La nostra forma física està determinada en certa manera per la nostra manera de ser. Una persona extremament nerviosa possiblement serà prima, mentre que un caràcter tranquil i despreocupat, se sol relacionar amb cert sobrepès. Sullivan, el company de Mike, és alt i gros. Perquè sí? En absolut, té un caràcter tranquil, bo i despreocupat, que fa creïble i coherent el seu caràcter amb la seva forma física. Sembla que parlem de tòpics i que les persones segueixen uns models. No sempre és així, però sí que tendim a relacionar certs trets físics amb certs aspectes de personalitat.

Russell és el jove explorador, de només vuit anys, entusiasta i persistent que acompanya el vell i rondinaire Carl, en una gran aventura per Amèrica del Sud. Aquests són els protagonistes de la darrera pel·lícula de Pixar *Up*. Russell, a part de ser un pesat que no calla mai, fa de tant en tant alguna pífia i li encanta la xocolata. Grassonet, de cara rodona i guarnit sempre amb les seves medalles d'explorador. Algú se l'imagina diferent de com és? Podria ser prim, amb unes llargues cames i jaqueta texana... Personalment crec que no encaixaria amb la idea mental que tots tenim d'un jove escolta, en principi pesat i maldestre. El mateix experimentem amb Carl: cabells blancs, enormes ulleres de pasta negra, desdentegat i un inseparable, per bé que curiós, bastó per a ajudar-se a caminar. La forma de caminar, de bellugar-se de Carl també està en consonància amb el tipus de personatge. Peter Docter, director i guionista, juntament amb Bob Peterson d'*Up*, explica com en aquest cas van haver de canviar la manera de concebre un personatge d'animació, perquè no es tractava d'un ésser fantàstic ni d'una bola de peluix, representava un ancià i per tant havia de ser creïble.

"Un dels principals problemes era trencar amb els hàbits que tenim com a animadors. Normalment tractem de relaxar el moviment [...], sobreposant accions i fent bonics i fluidos moviments. Mirant persones grans reals ens vam adonar que hi ha una rigidesa que ve amb l'edat, els ossos es fonen i tendim a ser menys flexibles. Així que nosaltres mateixos vam establir algunes regles: Carl no pot girar el cap més de 15 o 20 graus sense girar també el tors, per exemple. No pot aixecar els braços gaire alt. Després, també volíem que al final n'augmentés la flexibilitat, ja que es transforma en un heroi d'acció i recupera la vida."

Peter Docter

Els detalls d'aquest tipus, en aquest cas concret referents al moviment del personatge, evidentment són escrits al guió. Poden ser una aportació de l'animador, del director o d'un altre membre de l'equip. Però és el guionista qui com a mínim haurà especificat en la descripció del personatge, que es tracta d'una persona gran i per tant té una mobilitat reduïda; acusada també per la

seva situació de pessimisme, de qui ja no espera res de la vida. Al final recupera mobilitat i ganes de viure, dues característiques que van unides a la pel·lícula i possiblement en la vida real també sigui així.

Els grans personatges, siguin d'animació o no, tenen un conjunt d'elements que fa que en tinguem una percepció de coherència. Les peces encaixen perfectament i no hi ha res que sorprengui l'espectador, pel que fa a accions en relació amb la seva forma de ser tant física com de caràcter. Aquest és el punt que ha de buscar el guionista.

La coherència ha de convertir els personatges en creïbles

"El resultat final de tot el temps dedicat al treball, recerca, preparació i reflexió seran uns personatges reals, vius i creïbles; persones reals en situacions reals."

Syd Field

En animació hi ha un treball constant entre el guionista i l'animador. Allò que el guionista posa al paper, ho ha d'interpretar un professional que ho haurà de convertir en dibuix animat, en un ninot que ha de transmetre sentiments i emocions. El personatge animat no té el suport d'un actor de carn i ossos que complementa el caràcter, per tant, la descripció ha de ser molt més acurada. Com es mou, com parla, la forma de vestir, tot ha de complementar la personalitat del personatge.

El tercer pas en la creació del personatge és la descripció interior

Els trets físics determinen, com hem dit, el caràcter del personatge, el fan coherent. Quan descrivim les característiques de personalitat, no n'hi ha prou amb un "personatge simpàtic però rondinaire". Cal "guarnir" el personatge amb uns valors, unes actituds i unes emocions. És així com aconseguirem que el nostre protagonista sigui rodó i transmeti passió a l'espectador.

Els personatges han de fer emocionar el públic, si no és com si fossin morts. Han de ser coherents i creïbles en allò que fan; creïbles no vol dir realistes. Andrew Stanton, un dels grans creatius de Pixar, director i guionista de *Buscant en Nemo* i *Wall-E*, assegura que l'èxit dels personatges animats de Pixar és que tenen característiques dels humans. Poden bellugar-se de manera mecànica, com ho fa Wall-E, però ningú no dubta que pensa i sent com una persona real. Perquè té una vida interior, uns sentiments recognoscibles en amics o familiars nostres.

"Em fascinava la soledat que evoca aquesta situació, i l'empatia immediata que provoca el personatge. Passem molt de temps intentant aconseguir que els personatges de les nostres pel·lícules siguin atractius i despertin l'interès del públic. Em vaig dir: «Què faig amb un personatge com aquest?». I no vaig trigar gaire a adonar-me que el contrari de soledat és amor, o companyia. Em vaig sentir immediatament atret per la idea d'una màquina enamorada d'una altra màquina [...]. Em va encantar la idea que la humanitat tingués una segona oportunitat gràcies a aquest personatge que s'enamora."

Andrew Stanton

Les paraules de Stanton ens diuen molt més que el procés de creació del personatge. Ens diu com a partir de buscar el tema de la pel·lícula, la soledat i l'amor, va trobar la manera de fer créixer el seu personatge i arribar a fer-li viure una bona història. Un personatge que se sent sol i busca relacionar-se amb altres éssers. Aquesta és l'essència de *Wall-E*, la que crea el guionista i ha de mantenir durant tota la història.

"Els personatges, igual que les persones, tenen un tipus de personalitat interna que els defineix qui són i ens anticipa com actuaran. Si els personatges es desvien d'aquesta essència, poden resultar inversemblants o sense sentit."

Linda Seger

El guionista pot trobar-se encallat amb uns personatges, o en la mateixa història. Si ens passa això, caldrà revisar la descripció i pensar en l'essència del protagonista i si l'hem perdut de vista en algun moment. Pot ser que amb aquest treball de revisió del personatge, ens adonem que li falta consistència, personalitat i caracterització.

Quina és la motivació que mou el nostre personatge? Ens hem de repetir aquesta pregunta per no divagar i allunyar-nos de com és el protagonista, i com actuarà. Pensar en una situació límit ens pot ajudar a no oblidar aquesta essència i a fer-lo créixer. Què farà Carl si el seu acompanyant explorador està en perill? L'ajudarà tot i perdre l'oportunitat d'aconseguir el seu objectiu? En aquests moments sabrem si el nostre protagonista està prou treballat per a actuar. Com molt bé diu Robert McKee, les pressions desvetllen el veritable caràcter de les persones, o dels personatges.

"El veritable caràcter es desvetlla per mitjà de les opcions que escull cada ésser humà sota pressió: com més gran sigui la pressió, més profunda serà la revelació i més adequada resultarà l'elecció que fem de la naturalesa essencial del personatge."

Robert McKee

Imaginar-nos una situació, que formi part o no de la trama, i preguntar-nos què faria en aquesta ocasió, com actuaria. Si som capaços de respondre aquesta pregunta, és que el tenim llest per a sortir a escena. Contràriament, si tenim dubtes, no estem segurs de com reaccionaria, potser és que encara està poc treballat. Ara és el moment de solucionar aquests problemes; contràriament, aquesta podria ser la causa que més endavant la nostra història quedés encallada. Quan el guionista se sent segur de conèixer el seu protagonista, està preparat per a llançar-se a l'aventura d'escriure la història.

El guionista s'ha d'enamorar del seu protagonista

Aquest és més que un punt, un consell que s'ha de seguir. El que hem d'aconseguir amb aquests ninots animats, siguin boles verdes, cotxes parlants o girafes hipocondríiques, és que el públic se'ls cregui i s'hi identifiqui.

"*Madagascar* va ser un èxit perquè tenia aquests personatges agradables i entranyables, amb els quals la gent es pot identificar, i també relacionar-s'hi. Malgrat els defectes que tenen, els problemes, les angoixes, i tots els entrebancs a què s'enfronten, és fàcil simpatitzar-hi i voler que se'n surtin."

Eric Darnell, codirector i coguionista de *Madagascar*

"Senzillament ens vam enamorar dels personatges que vam crear i la resta de la gent també se'n va enamorar. Vam agafar el tema de la civilització contra el salvatgisme, i el vam convertir en una història sobre l'amistat d'aquests animals del zoo, en la qual els seus vincles es posen a prova quan arriben a la selva. Quan vam acabar la primera pel·lícula (abans que tingués l'èxit tan gran), ja pensàvem que podiem fer moltes més coses amb aquests personatges."

Tom McGrath, codirector i coguionista de *Madagascar*

El guionista aconsegueix crear grans personatges si s'enamora d'ells. Encara que es tracti del protagonista més malvat del món, hem de buscar què ens atrau d'ell. Si no ho aconseguim, potser és que no és el protagonista adequat. No aconseguirem enganxar el públic si nosaltres mateixos no ens creiem i estimem el protagonista. A vegades hi ha pel·lícules que la impressió que ens fan en sortir de la sala és que el guionista ha acabat odiant el seu protagonista. Doncs per a impedir que això ens passi, cal buscar-li allò que per a nosaltres el fa atractiu, ja que hi compartirem moltes hores de feina. Si creiem que d'aquí a un mes, li haurem agafat mania, és que falla alguna cosa; encara no ens n'hem enamorat. En tot cas val més canviar-li algunes coses perquè conviuem amb aquest personatge durant molts mesos; com a mínim, mentre duri l'escriptura del guió.

Abans parlàvem dels personatges de *Ratatouille*, autèntiques rates de claveguera, les quals a la majoria ens fan fàstic, però en canvi no es transmet aquest rebuig a la pantalla, tot al contrari. Per la manera com parla John Lasseter dels protagonistes de *Ratatouille*, es nota que es va enamorar d'aquests personatges i s'hi va entusiasmar. Abans d'iniciar el rodatge de la pel·lícula tot l'equip ha d'estar convençut de l'atractiu dels protagonistes. Tota la informació que tenim del protagonista i que considerem fonamental per a crear-lo ha d'estar en una fitxa. Podem elaborar esquemes, dibuixos si en tenim l'habilitat, enganxar fotografies, tot allò que considerem útil per a l'animador, el director, el productor o per a nosaltres mateixos. És normal que el guionista acabi sabent més coses del personatge que les que figuraran finalment al projecte. El que ha d'ensenyar el guionista són tots aquells elements fisiològics i psicològics imprescindibles per a la història. És la fitxa que inclouem en el document del projecte.

La resta d'informació sobre els nostres personatges l'hem de tenir guardada en un calaix, com un petit tresor. Qui sap si arribarà el moment que l'haurem d'obrir i revisar-ne el contingut. La història ens pot quedar encallada, no sabem com resoldre un problema amb la trama i aquell detall oblidat ens pot ajudar a complementar el personatge i desencallar el guió. Per exemple, tenim un protagonista, li hem creat una vida, un passat en el qual sabem que als set anys el va mossegar una iguana i d'aleshores ençà té fòbia a aquests animalons. En un principi no tenim previst que surti cap iguana en la nostra història, però..., i si a la meitat de la història necessitem que surti esperitat del museu dels rèptils? Només hem de recordar que de petit va agafar por a les iguanes i problema resolt. És clar, abans o després haurem d'explicar a l'espectador què li va passar amb les iguanes de petit. Si no, la història no tindrà sentit.

Aquesta anècdota del rèptil ens serveix per a explicar com és d'important que tots els elements que caracteritzen el personatge, hi són per alguna raó. Serveixen per a fer avançar l'acció o aportar informació valuosa per a la història. Si no ha d'aportar res que el nostre protagonista surti esperitat del museu, doncs eliminem la fòbia, la iguana i el museu. En un guió no hi ha res gratuït, el guionista ha de tenir la certesa que si li canvien una escena, un personatge, deixa de funcionar la història.

3.3. Els altres personatges

Abans de començar a escriure el guió, ja ho hem dit, cal conèixer el nostre protagonista a fons, definir-lo, donar-li un nom i una vida pròpia. El mateix haurem de fer amb els altres personatges, si bé no els hem de dedicar tantes línies, sí que els hem de conèixer en profunditat.

"Moltes de les millors històries són memorables gràcies als seus personatges secundaris. Aquests poden fer que la història avanci, necessitar el paper del personatge principal, afegir-li color i textura, aprofundir en el tema principal de la història, ampliar la paleta de colors i perfilar fins i tot l'escena o el moment més insignificant."

Linda Seger

Això vol dir que els personatges secundaris no estan triats a l'atzar, tots ells han de beneficiar la nostra història, han de donar nous matisos a la trama o al tema, allò que el mateix protagonista no pot donar perquè deixaria de ser coherent. Cadascun dels personatges secundaris ha de desenvolupar alguna funció, ja que si està al guió només perquè ens agrada i ens cau bé, però no aporta res i no fa avançar la història, l'haurem de sacrificar.

3.3.1. L'antagonista

En aquest punt entra en joc l'antagonista. El protagonista és el personatge principal que ha de vèncer els obstacles per assolir la meta, l'objectiu. Això no implica que hagi de ser "bon tipus". L'antagonista és aquell que s'oposa al protagonista de la història i posa traves perquè no aconseguixi la seva me-

ta. Igualment, això no significa que l'antagonista sigui un personatge dolent. L'antagonista pot ser un personatge bo, però que en un moment determinat fa que el curs de l'acció es torci.

Wall E

Un exemple de la complexitat dels antagonistes el trobem en la pel·lícula de *Wall E*. En principi Auto, el robot que pilota la nau on viuen els humans, és l'antagonista de la història, ja que és el responsable que els humans s'hagin convertit en éssers inactius, incapaços de decidir per si sols, i ell els domina. Però el veritable antagonista de Wall E és EVE, la robot que viatja a la Terra amb la missió de cercar senyals de vida vegetal. El conflicte principal de la pel·lícula és Wall E intentant guanyar-se l'afecte d'EVE. Tot i els seus esforços, ella continua amb la seva missió, inalterable, centrada en la recerca de la planta. Finalment, Wall E aconsegueix el seu objectiu, l'afecte d'EVE. Recordem també el director i guionista de la pel·lícula, Andrew Stanton, que definia el tema de *Wall E* com una màquina enamorada d'una altra màquina, i que "la humanitat pugui tenir una segona oportunitat gràcies a aquest personatge que s'enamora". El tema no és la lluita d'un robot solitari vingut de la Terra contra un robot anomenat Auto, que intenta dominar la humanitat. Per això la veritable antagonista és EVE, la responsable de col·locar Wall E en una situació límit i obligar-lo a actuar.

Allò que mai no faria el nostre protagonista, és l'antagonista qui l'obligarà a fer-ho. Wall E mai no hauria abandonat la Terra, la seva missió era recollir la brossa. Però l'amor que li desperta EVE és tan gran, que és capaç d'aferrar-se al casc de la nau i viatjar perillosament per l'espai. EVE aconsegueix posar en una situació límit *Wall E*.

En moltes històries, però, l'antagonista coincideix amb un personatge malvat fins a les últimes conseqüències. Qualsevol de les pel·lícules clàssiques de Disney tenen aquest personatge malèfic, a vegades lleig i previsible com la bruixa de la *Bella dorment*, altres en forma de galant, com Gascó de *La bella i la bèstia*.

El que fa enriquir la història és buscar un antagonista més ocult, no tan previsible, com en el cas de *Wall E*. El guionista ha de procurar convertir el seu antagonista en un personatge tan atractiu com puguem. Per què no pot ser intel·ligent? Atractiu? Interessant? Quan creem l'antagonista, li hem de dedicar gairebé tant d'amor com ho hem fet amb el protagonista. Així serà més bon antagonista i personatge, i consegüentment aconseguirem una història millor. Pensem que totes les accions dels personatges secundaris són en benefici de la trama principal, per a aconseguir millors reaccions del protagonista.

3.3.2. Els secundaris

Com hem de treballar els personatges secundaris? La resposta ens la dóna el mateix protagonista de la història. Ells ens indica què i qui necessita per a actuar.

Continuem amb el cas de *Wall E*, ja que suposa un repte per al guionista escriure una història d'un robot sol a la Terra. Els creatius tenien clar el tema, el protagonista, però què fa aquest personatge sol? Necessita algú per a interactuar, no es poden passar seqüències senceres amb Wall E fent voltes amunt i avall, recollint brossa. Amb qui parla? Com podem explicar quina és la seva missió? Evidentment calia un secundari i el van trobar. Una Cuca amb qui compartir alegries i penes, una Cuca que serveix per a comunicar a l'espectador, d'una manera intel·ligent i sense diàleg, quina és la missió de Wall E a la Terra.

A partir, doncs, de la necessitat del protagonista, es van conformant la resta de personatges. Shrek necessita un company de viatge, i el Ruc serà perfecte. Gràcies a aquest acompanyant, coneixerem altres facetes de Shrek i obtindrem totes les informacions necessàries per a fer avançar l'acció.

En una sèrie de televisió, els personatges secundaris tenen una importància potser encara més destacada, ja que en qualsevol capítol es poden convertir en protagonistes. Fixem-nos en la gran sèrie d'animació per a adults, *Els Simpson*. Fa poc un col·lega de professió i guionista d'animació, Josep Peña, parlant precisament de la millor manera d'aprendre a escriure animació, em va dir:

"Jo també sóc bastant autodidacte... I pel que fa a animació, encara més. Crec que no hi ha cap manual de referència sobre el tema. A banda de qualsevol episodi d'*Els Simpson*."

I té tota la raó. La millor manera d'aprendre la professió de guionista és escrivint cada dia i visionant tot tipus de ficció, tant la dolenta per a aprendre dels errors, com la bona, per a imitar i extreure'n les pròpies conclusions. En animació, sens dubte *Els Simpson* són un bon material per a analitzar i imitar.

El web de la sèrie, <http://www.thesimpsons.com/index.html> presenta tots els seus personatges, és un breu resum però suficient per a descobrir l'interior dels personatges, ens dóna pistes de quines són les seves manies, els seus gustos, quina és la forma d'expressió. És un bon model a seguir a l'hora d'elaborar la descripció de cadascun dels personatges, i que hem d'incloure a la Bíblia.

Aquí tenim la petita biografia d'Abraham Simpson, l'avi dels Simpson:

"L'avi Simpson viu al Castel Retirement de Springfield, que té com a lema: «On les persones grans es poden amagar de l'inevitable». És una font de saviesa, impossible d'apagar, el degoteig constant aconsegueix sempre posar fi a la paciència de qualsevol i provocar la ràbia. L'Avi, no solament viu en un passat que pràcticament va inventar. La seva memòria és intensa i prodigiosa. Tot i que és possible que oblidí els noms de la seva família o no es recordi de prendre's la medicació, sovint es recorda de participar personalment en esdeveniments històrics succeïts abans que naixés, i d'altres que és impossible que hagin passat.

Homer i l'avi s'estimen profundament. Tan profundament que no se sap mai. De fet tampoc no se sap mai. La seva manera d'expressar l'afecte que senten l'un per l'altre és per mitjà del menyspreu o de la simple indiferència. La relació de la família amb l'avi és, en el millor dels casos, una ocurrència tardana. Quan l'avi es presenta a casa de manera inesperada, sovint Homer tanca les persianes o s'amaga, fent veure que no hi ha ningú a casa. No obstant això, a Bart li encanta que l'avi s'encarregui d'ell, ja que és massa feble per a evitar les entremaliadures de Bart.

Tot i que el cos de l'avi no és tan jove com va ser un dia, el seu comportament romàntic és tan temerari, apassionat i vibrant com sempre. I com l'èxit, normalment acaba en decepció i angoixa. Una vegada va intentar aconseguir l'amor d'una dona de 120 anys, i tampoc no va tenir èxit. Altres activitats de lleure inclouen redactar cartes de queixa a gairebé tothom, i discutir amb el seu amic de la residència, Jasper, sobre la consistència adequada de la tapioca."

Els detalls de la seva descripció ens donen pistes de què pot passar en alguns capítols. Tot el que hi ha del personatge ha de beneficiar el guionista. Nosaltres l'inventem, per tant, com més controvertit, per exemple, el fem, més fàcil ens serà que entri en conflicte amb altres personatges o situacions. Si té un trauma infantil, també ens beneficia, perquè en qualsevol moment el podem fer sortir. En aquest cas, l'avi Simpson sempre relata històries d'abans de néixer ell, explicades com si les hagués viscut en primera persona. Aquest detall permet que en qualsevol episodi que es vulgui, per exemple, relatar la conquesta d'Amèrica, és fàcil que l'avi expliqui com ell viatjava al costat de Cristòfol Co-

lom, a bord de *La Pinta* o *La Niña*. La seva relació amb el fill també dona peu que sovint surtin situacions divertides o de conflicte, així com amb Bart. Per tant, tot el que és i com és l'avi està en benefici de la història, perquè en algun moment el guionista pugui utilitzar aquests elements en favor de la història.

Quan treballem els personatges és útil dedicar una pàgina diferent per a cadascun dels personatges, de manera que els puguem posar separatament i veure'ls en conjunts damunt de la taula de treball. A cada personatge li donarem les característiques físiques, tot allò que sigui més extern i una part interior, unes característiques emocionals, la reacció davant determinades situacions i la relació amb els altres personatges de la sèrie o la pel·lícula.

3.4. Relació entre personatges

En la creació dels personatges hi ha un element important, que s'ha de treballar: les relacions entre els personatges, i sobretot respecte al protagonista. Per qui sent predilecció, a qui demanaria consell, a qui trairia, de qui s'enamoraria. Aquests són elements que potser no sortiran al guió final, però el guionista els ha de preveure i utilitzar-los com a eina quan se sent encallat en algun punt. De la mateixa manera que tota la biografia del protagonista no sortirà a la història, potser d'aquell passat que hem creat, n'utilitzarem una petita part, però és important tenir-la present, perquè tot allò que ha viscut el personatge, les seves experiències, el condicionen per a les actuacions del present i el fan ser coherent i creïble.

És important fer els trets diferents dels altres personatges, tant com puguem. En una comèdia sobretot, els contrastos és el que fa que els personatges topin entre ells, de manera que proporcionem comèdia. Quines són les diferències en els seus valors? Què els motiva? Les seves actituds són diferents? La diversitat dona sempre riquesa al guió. Shrek és un ogre malcarat, que viu sol en un pantà, orgullós de la seva solitud, poc enraonador. De sobte apareix el que es convertirà en ombra i finalment company de viatge, el Ruc. Un personatge molt xerraire, que no para quiet, que és incapaç de tancar la boca. El contrast entre aquests dos personatges és el que dona ritme a l'acció, situacions còmiques i també el desencadenant de conflictes. No poden ser més diferents. Cal establir relacions interessants entre personatges, que per si soles ja donen joc. També crear incongruències entre personatges, obligar a relacionar-los amb caràcter oposats..., sempre que aconseguim mantenir-hi la versemblança. Si tenim un personatge impulsiu, el seu company de viatge millor que sigui reflexiu, buscar-hi el contrast. Pessimista-optimista, extravertit-introvertit, materialista-somiador.

3.4.1. Individualitzar un personatge

Quan hàgim creat els nostres personatges, hauríem de fer una comprovació final per assegurar-nos que no tenim personatges similars. Si dos personatges són molt semblants, un d'ells es convertirà en un personatge perdut. Per tant o

bé els fem més diferents o bé n'eliminem un. Si la combinació entre dos personatges és massa tova, aleshores haurem d'afegir un caràcter, una característica addicional que hi aportï energia.

El guionista ha de tenir la certesa que cadascun dels seus personatges és únic. Un cop creat el personatge per mitjà de la descripció física, d'uns valors, unes actituds i unes emocions, s'hi han d'afegir detalls que n'accentuïn la individualitat. Ha de tenir comportaments específics, uns gestos o tics particulars, vestir una roba diferent dels altres. La seva manera de mirar, de moure's, de ballar, així com qualsevol imperfecció el convertiran en particular.

Així mateix, cada personatge ha de parlar de manera diferent respecte a tots els altres. El guionista ha de ser capaç de crear contrastos també en la parla. En les estructures de les frases, en el vocabulari, el ritme de la frase, la qualitat de veu i intentar donar al personatge principal una etiqueta de diàleg, una cosa que només diu ell. Per exemple, Homer Simpson constantment repeteix "Iuhu!". Quan les coses li surten com esperava, quan està content. És un tic de la parla, que no fa cap altre membre de la seva família ni de Springfield.

Una darrera cosa que cal tenir en compte, sobretot quan arriba el moment de fer actuar, reaccionar i parlar el personatge. Les accions del personatge són el que fa avançar l'acció, i si una acció no ens aporta res, s'ha de suprimir. Tot el que fa i diu és important i, sobretot, tal com ja deia el primer gran mestre d'escriptura, Aristòtil, un personatge és el que fa, no el que diu.

4. El guió

Ficció i no ficció

Abans d'entrar en l'estructura del guió caldria aclarir el terme *ficció*. S'utilitza per a definir la història inventada i creada per l'escriptor. Pot estar basada en fets reals, pot contenir episodis històrics, o bé pot ser totalment irreal; sigui com sigui, el guionista ha creat un argument, ha desenvolupat uns personatges i finalment ha escrit el guió; per tant, diem que es tracta d'una obra de ficció. En canvi, diferenciem el guió d'un documental, en què tots els fets es basen en la realitat, no hi ha actors interpretant un paper, les imatges són preses en el mateix lloc on han succeït; per tant, és una obra de **no-ficció**.

Què és el guió?

El segon punt que cal tractar és la mateixa definició de *guió*. La composició dramàtica, des dels inicis del drama, ha seguit la tendència de dividir les obres en tres actes. Aristòtil remarcava la importància de dividir l'estructura de la tragèdia en tres parts, fet imprescindible perquè la construcció de l'obra esdevingui reeixida.

"[...] Ara considerarem la construcció adequada de la faula o argument, en tant que això és sens dubte el primer i més important de la tragèdia. [...] Una tragèdia és una imitació d'una acció que es completa en si mateixa, com un tot de certa magnitud. [...] Un tot és allò que té principi, mig i fi. [...] Una trama ben construïda, per tant, no pot començar o acabar en el punt que es desitgi."

Aristòtil

Citem Aristòtil perquè les seves teories sobre narrativa continuen essent vigents avui dia. No deixa de ser fascinant que al segle IV aC es definís ja clarament l'estructura interna de les obres de ficció, aplicables tant als drames, les obres de teatre, les novel·les o els guions de pel·lícules. Fins i tot també hem de considerar que les obres que actualment narren els fets d'una manera no lineal, fent un salt enrere en l'acció (*flashback*) o un salt endavant en l'acció (*flashforward*), tenen un principi, un mig i una fi.

Syd Field, un dels professors de guió en majúscules, assegura que totes les històries es divideixen clarament en principi, mig i fi.

"A tots els guions es troba aquesta estructura lineal bàsica. Aquest model de guió és conegut com a *paradigma*. És un model, una estructura, un esquema conceptual."

Syd Field

Tant si són pel·lícules de 90 minuts, sèries de 26 com un esquetx de tres minuts, en tots hi descobrirem la mateixa estructura. No solament això, quan es treballa el guió és molt útil tenir present aquesta estructura i situar les accions,

el que passa, en un punt o l'altre de la trama. Primer, però, cal veure què i com anomenem aquest principi, mig i fi. Sovint en aquestes pàgines parlem de pel·lícules i de fet és un projecte de molta envergadura i costos de produir, que pocs aconseguirem fer mai. Però quan es parla d'estructura, poc importa que el producte sigui llarg o curt. En principi sempre se segueix aquest esquema, i de fet és bo seguir-lo perquè ens assegurem que funcionarà. Almenys és la fórmula que ha funcionat des que la humanitat crea històries de ficció.

El clímax

Un argument es divideix en tres parts, és el que generalment anomenem *tres actes*. El principi, el mig i la fi de què parlàvem és el que formen:

- El primer acte o plantejament
- El segon acte o desenvolupament
- El tercer acte o resolució

Entre el final del segon i el tercer acte es construeix el clímax.

"Clímax narratiu: una narració està formada per una sèrie d'actes que es desenvolupen fins a aconseguir un clímax de l'últim acte, o un clímax narratiu que comporta un canvi complet i irreversible."

Robert McKee

Robert McKee l'anomena *canvi complet i irreversible de l'acció*. És el punt o nus de màxima intensitat de la història, el punt en què el protagonista aconsegueix o no el seu objectiu, quan està a punt de rebre el sí o el no de la seva estimada o quan els bons estan a punt o no de guanyar la batalla.

El punt de gir

Linda Seger defineix molt clarament com ha de ser l'estructura dels tres actes d'un guió, i quant temps hem de dedicar a cadascun. Destaca, però, un element important, que ens pot ajudar a no perdre'ns quan dividim la línia argumental en actes, són els punts de gir.

"En una pel·lícula de cinema, els tres actes solen requerir unes deu o quinze pàgines per a plantejar la història, unes vint pàgines per a desenvolupar el primer acte, un segon acte llarg, que pot estendre's de quaranta-cinc a seixanta pàgines, i un tercer acte, relativament més ràpid, de vint-i-cinc pàgines. Cada acte té un enfocament diferent. El pas d'un acte al següent sol portar-se a terme amb una acció o succés anomenat **punt de gir**."

Linda Seger

Altres autors anomenen el gir *nus de la trama, incident o esdeveniment*. És un fet sovint inesperat que "s'enganxa" a l'acció i l'obliga a fer un gir en una altra direcció. Per exemple, a *Ratatouille*, la rata Remy viu al camp amb la seva família. Un aigua l'empeny fins a la ciutat, i queda sol i sense res. Aquest és un bon gir en la trama de la pel·lícula. El protagonista, empès contra la seva voluntat, es veu obligat a prendre una decisió. Més endavant, Remy ha aconseguit una

estabilitat i fer realitat els seus somnis, encara que d'amagat, s'ha convertit en ajudant de cuiner. Però és descobert. Aquí tenim un altre gir important en la història. El protagonista es veu obligat a abandonar la seva situació per un incident advers.

Els temps

Cal recordar que en un guió es compta sempre un full per minut, independentment de si el guió són només diàlegs, és tot acció o totes dues coses. A vegades sembla que no pugui ser, però realment funciona. És clar que s'utilitza un cos de lletra relativament gran, un Arial 12 per exemple. Els diàlegs i les acotacions, entrades... Més endavant en donem altres indicacions.

Basant-nos en el full per minuts, veiem que Seger recomana entrar al segon acte entre el minut vint-i-cinc i trenta-cinc, que durarà aproximadament fins al minut setanta-cinc o vuitanta. Finalment, un acte tercer més ràpid que ens durà fins al noranta o cent minuts que sol durar una pel·lícula.

Aquesta proporció es pot aplicar igualment a peces més curtes; en un curtmetratge per exemple de dotze minuts, dedicarem uns tres o quatre minuts al plantejament de la història, entre sis i set minuts al desenvolupament i un parell de minuts a la conclusió o resolució final. De la mateixa manera ho aplicarem a formats tipus esquetx, que solen durar entre tres i cinc minuts, de manera proporcional.

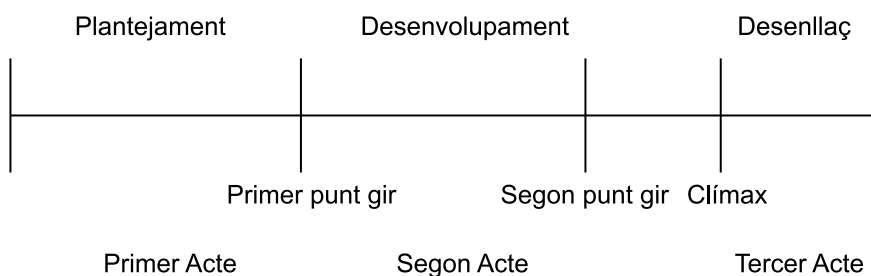
Les sèries de televisió acostumen a durar entre 21 i 26 minuts. Aquest temps és determinat per les pauses publicitàries. En principi hem de calcular una pausa o dues més els anuncis i ha de quadrar amb la graella televisiva. Pensem que les cadenes l'organitzen en funció de la publicitat i adequen la programació com més els convé, per raons econòmiques, no pas pels continguts dels programes.

És un bon exercici visionar una pel·lícula, una sèrie o un esquetx, amb un paper i un bolígraf al davant i intentar veure en quin moment hi ha el punt de gir, quan s'entra a cada acte i comprovar després amb el rellotge els minuts que han passat. Fer un resum de cada seqüència i apuntar el minut. Així, també s'aprèn a fer guions.

4.1. Esquema del guió: els tres actes

Els teòrics del guió solen exemplificar aquesta estructura en un esquema. Personalment, crec que no solament és útil per a dibuixar com és aquesta estructura, sinó que ajuda el guionista a aclarir les idees. És una bona eina per a organitzar la trama. Fer esquemes de tot, repartir l'argument per actes, pensar en quin moment entrarem al segon acte i què guardem per al tercer. Fins i tot fer dibuixos, utilitzar cartolines diferents per cada acte, penjar-ho a la paret i anar mirant i repassant què col·loquem en cada bloc. Són decisions que el

guionista ha de prendre al principi. És el que pot ajudar a no repetir i a fer avançar la història cap al final. No cal complicar-se amb esquemes complexos, ha de ser tan simple com el següent.



Tenim la sinopsi i l'argument de la història. Es tracta d'agafar aquesta història, allargar-la i repartir-la en un esquema, en peces que tinguin sentit. Col·locar en un extrem el principi i en l'altre el final. En la línia argumental hem de col·locar els punts principals de cada personatge i els esdeveniments importants de la trama. En certa manera és com tenir les peces del trencaclosques escampades damunt la taula i haver-les de col·locar ordenadament en aquesta línia imaginària que anomenem *trama*. Després ja ajuntarem les peces per construir el guió.

Cada acte l'haurem de dividir en seqüències, que són els canvis d'espais i accions. Cada seqüència ha de ser rellevant per a la història, ha d'aportar-hi alguna cosa. Són necessàries perquè l'acció tiri endavant. Això assegurarà que el guió està viu, que avança i manté la gent enganxada.

Cada acte té una funció diferent, de la mateixa manera que cada punt de gir té una raó de ser. A continuació veurem què ha de contenir cada acte perquè la narració sigui efectiva. Quan un cop finalitzada aquesta tasca dividim la trama en seqüències, també les haurem de dividir en principi, mig i fi perquè funcionin com a petites estructures internes del guió.

4.2. Primer acte: plantejament

Els primers minuts d'una història són essencials. Ensenyen a l'espectador de què va la producció i ha de ser prou atractiu per enganxar-lo. En un llargmetratge se sol dir que el guionista disposa dels 10 primers minuts de pantalla per a convèncer el públic. Proporcional al temps, el mateix passa en una novel·la, en una obra de teatre o en una peça d'animació de 12 minuts. En una obra escrita potser el novel·lista disposa de les 30 primeres pàgines per a convèncer i enganxar el lector. En una sèrie de 21 minuts, té encara no cinc minuts.

La funció del primer acte és presentar la situació del personatge o personatges principals i el seu objectiu o problema. És l'acte en què s'ha de saber de què va la producció. Ha de situar l'espectador però a més a més l'ha d'atrapar. Amb aquests pocs minuts hem de donar la informació bàsica perquè l'espectador

entri a la història. Quin és l'estil? Quins són els personatges principals? On passa? De què va? És una comèdia, un drama, una farsa? Marquem la direcció que ha de prendre el guió.

El primer acte és l'exposició del problema

Coneixem el protagonista, com és, com viu, amb qui es relaciona, fins que apareix una situació desestructuradora, un problema, un conflicte o una expectativa que provoca un canvi de rumb en la vida del protagonista.

Exemple de sèrie de televisió: *Els Simpson* "Sin blanca Navidad"

Aquesta mítica sèrie, estrenada el 1989, als Estats Units ja va per la temporada 21, tot un rècord, sens dubte, tant d'audiència com de manteniment del nivell excel·lent dels continguts. Qualsevol episodi és una lliçó de com s'escriu humor, animació i com es dialoga. Qualsevol capítol, a l'atzar, és vàlid per a veure'n l'estructura interna.

- 1) Arriba el Nadal a Springfield. Aquest any comprar regals a casa dels Simpson no serà un problema. Marge ha aconseguit estalviar un bon grapat de diners que guarda a la guardiola.
- 2) L'endemà, Bart es fa un tatuatge i Marge es gasta els estalvis per esborrar-lo. Arriba la primera complicació del problema.
- 3) Simultàniament, a la planta d'energia nuclear de Springfield, Homer s'assabenta que aquest any no tindrà la paga extra de Nadal. Una doble complicació al mateix problema. L'objectiu de la família, comprar els regals de Nadal, sembla que de moment no podrà ser. Com es pot solucionar?

Arribats a aquest punt, la situació està al límit, hi ha un gir, i perquè l'acció avanci els protagonistes hauran de fer alguna cosa diferent per intentar resoldre el problema. Hem acabat, doncs, el primer acte i entrem al segon.

Cadascuna de les situacions adverses per a aconseguir els diners funciona com a antagonista de la història. L'objectiu final és aconseguir diners, tot allò que s'interposa és l'antagonista. En un primer moment, és Bart qui fa aquest paper, la seva bajanada del tatuatge costa els estalvis de tots. El segon personatge desestructurador és Montgomery Burns, que ha decidit no donar paga extra.

Exemple de curtmetratge: *Presto* de Pixar

Podem agafar un curtmetratge de Pixar, *Presto*, per veure'n com segueix l'estructura dels tres actes. Un curt de poc més de cinc minuts, que aplega tots els ingredients de l'estructura més clàssica.

Presto



<http://www.youtube.com/watch?v=buywTgBlFio>

1) Només començar, el disseny de les lletres, el mateix títol *Presto*, la música, l'ambientació, tot són indicacions a l'espectador sobre el to del curtmetratge. Sembla que veurem la història d'un autèntic prestidigitador.

2) Immediatament descobrim que el protagonista és el Mag del Mag. El seu conflicte no és cap altre que tenir una gana espantosa i dificultats per aconseguir la pastanaga.

Tota aquesta informació se'ns ha donat amb 30 segons. És a dir, al gra directe, sense perdre ni una mil·lèsima de segon sabem quin és el problema del personatge principal.

3) Entra en joc el Mag, l'altre personatge principal. Tip, acabat de dinar i sense temps per perdre, es prepara per a la gran actuació amb els dos barrets màgics. El Mag, content, perquè sembla que li arriba el moment de la pastanaga. Però, a punt amb la boca oberta... S'ha fet tard. Mag, barrets, Mag i pastanaga corren cap a l'escenari.

A punt de resoldre el problema del protagonista, menjar-se la pastanaga i posar fi a la gana. El Mag fa tard en l'actuació, que com a element desestructurador provoca un gir en la trama: impedeix que el personatge aconseguixi l'objectiu. Per tant, el Mag es converteix en l'antagonista del Mag, perquè no deixa que assoleixi l'objectiu.

Som al final del primer acte. El conflicte està plantejat i coneixem els personatges. Han transcorreguts 1 minut 28 segons, dels 5,18 que dura tota la peça, és a dir, ha passat una quarta part del total.

Exemple de pel·lícula: *Shrek de Dreamworks*

La indústria americana té fama de seguir les estructures al peu de la lletra. Calcular al minut i afegir el gir en aquell precís moment. L'animació no se'n lliura en absolut. Un film com *Shrek*, que en aquell moment va semblar revolucionari, i ho era, pel que fa a l'estructura la manté absolutament clàssica i a part de les complicacions tècniques, la innovació va ser en el contingut. En aquest sentit és interessant fer una ullada a l'estructura que té i fixar-nos ens els canvis i girs de la trama.

1) **Minut tres.** L'espectador sap quin és el to de la pel·lícula i el tipus d'història. Còmic, poc convencional, i el protagonista és un ogre verd que viu en un pantà. És gairebé una norma que al minut tres passi alguna cosa. En aquest cas, Shrek s'enfronta als habitants del poble. És una manera de saber més coses sobre el personatge i la seva relació amb el "veïns".

2) A partir d'aquí sabem que hi ha un problema que afecta totes les criatures fantàstiques del país, entre les quals un Ruc xerraire i una mica fatxenda. Deduïm que serà un personatge principal i quin és el conflicte principal, tot i que ara per ara no afecta Shrek. De moment, el problema de l'ogre és el Ruc, que ha trencat la seva vida tranquil·la i solitària... I no solament ell, sembla que totes les criatures del bosc han buscat refugi al pantà de l'ogre. Estem al minut 12, el problema de Shrek, la seva tranquil·litat, es va complicant a cada moment. Per intentar resoldre'l, decideix viatjar al castell del malvat Lord Farquaad, el responsable de la persecució de les criatures fantàstiques, convertint-se així en el seu salvador.

3) **Minut 23.** Shrek i el Ruc es presenten a Lord Farquaad, ara per ara l'antagonista de l'ogre i de totes les criatures fantàstiques. En l'intent de recuperar la tranquil·litat del seu pantà, acaba comproment-se a salvar la princesa Fiona, captiva a la torre d'un castell, amb qui Lord Farquaad ha decidit casar-se. Estem al minut 23, un altre minut màgic per al cinema nord-americà. De moment, el problema de Shrek no es resol, sinó que fa un gir inesperat. S'acaba el primer acte.

En tots aquests exemples no és casual que a cadascun hi hagi tres punts. En realitat, l'estructura del guió sol dividir-se sempre per tres, des de l'estructura de la trama principal en tres actes, fins a les subtrames, les seqüències i cadascun dels actes.

4.3. Segon acte: desenvolupament

En el segon acte trobem un seguit de situacions que s'oposen a la consecució de l'objectiu del protagonista. Poden ser de diversos tipus: persona contra persona. Persona contra l'entorn. Persona contra si mateixa. Alguns crítics

com Syd Field expliquen que en el segon acte hi ha un punt que marca el pas de l'exposició al conflicte a través de com afecta el protagonista. Es tracta de l'aparició del primer conflicte o obstacle. El punt de gir que ens ha traslladat del primer acte al segon. A partir d'aquí, els obstacles mantindran un *crescendo* per a augmentar la intensitat de la història.

El segon acte és la complicació del problema

És la crisi, el conflicte multiimplicat. La situació empitjora. Hi ha un intent de normalització però l'efecte és el contrari i porta el conflicte al límit. Fins que es fa insostenible, el conflicte es multiplica i això desemboca en una crisi.

El segon acte és la part central, la més llarga. Sovint es pot subdividir en dues parts. L'acte comença amb una complicació del problema, sembla que es resol però encara empitjora més.

Exemple de sèrie de televisió: *Els Simpson "Sin blanca Navidad"*

1) Homer torna a la casa i quan s'assabenta que els diners reservats per als regals s'han gastat, decideix no parlar a la Marge de l'altra mala notícia, la paga extra que no rebrà. Intenta, doncs, comprar regals econòmics, però no se'n surt.

Hem començat el segon acte i el protagonista ha d'actuar per intentar resoldre el seu problema. Buscar regals barats sembla una bona idea, però no en troba. És, per tant, un primer punt d'intent de resoldre el conflicte, però que no s'aconsegueix.

2) Per mitjà de Barney, Homer decideix buscar secretament una segona feina com a Santa Claus i així recuperar diners per als regals. Però tampoc no resultaran ser tants diners i a més Bart descobreix el seu secret.

Un segon intent de resoldre el problema dels diners és fer una segona feina, però tampoc no aconseguir guanyar prou.

3) Amb el suport de Bart, Homer decideix apostar els diners guanyats en una carrera de gossos. Però ni els recupera, ni guanya res de res, ho perd tot.

En un tercer intent per solucionar el problema, la situació encara empitjora més i s'arriba al límit. És la crisi, la multiplicació del conflicte, el clímax que desemboca al tercer acte.

Exemple de curtmetratge: *Presto de Pixar*

1) El Mag surt a escena i comença a fer trucs. Busca dins del barret, perquè necessita la col·laboració del Mag, però aquest no està disposat a ajudar-lo perquè té gana. Així que boicoteja l'espectacle de màgia.

2) Cada boicot que fa el Mag, el públic de l'espectacle se'l pren com un nou truc i aplaudeix.

Els esforços que fa el Mag per aconseguir el seu objectiu, de moment no són suficients. Haurà de multiplicar la situació.

3) El Mag augmenta les malifetes i la situació va *in crescendo*. El Mag cada vegada en surt més malparat. La situació es descontrola, fins i tot per al Mag, i el Mag està a punt de quedar esclafat.

És el límit, la crisi del conflicte. Ja no pot augmentar més. Estem al minut 4 i 20 segons. Ha transcorregut el segon acte, molt més llarg que el primer, el doble de temps, i entrem al tercer acte quan falta poc més d'un minut perquè s'acabi el curt.

Exemple de pel·lícula: *Shrek de Dreamworks*

1) Shrek i el Ruc se'n van a salvar la princesa Fiona.

2) Arriben al castell, custodiat per un ferotge drac, que impedirà el rescat de la princesa. Els dos herois s'hauran d'enfrontar a una nova dificultat. Ara l'antagonista és el drac que guarda el castell i que farà l'impossible perquè Shrek i el Ruc salvin la princesa.

És el primer entrebanc, conflicte, que es troben en aquest rescat. És una complicació de la missió.

3) Shrek salva la princesa. Per fi coneixem aquest personatge que també es converteix en principal. Hem recorregut més d'una tercera part de la pel·lícula. Però encara queda retornar al castell de Lord Farquaad.

La primera part de la missió s'ha acomplert, però no l'objectiu de Shrek, que és aconseguir la tranquil·litat del seu pantà. Sovint, el segon acte, molt més llarg que els altres dos, se subdivideix en dues parts, separades per un gir menys intens.

4) En el viatge de retorn amb la princesa, entre Fiona i Shrek creix alguna cosa més que una amistat. Tot i que la princesa té un secret que encara no hem descobert quin és. No és la típica noia de conte de fades, és també un personatge peculiar que amaga alguna cosa.

5) El Ruc descobreix el secret de Fiona: com Shrek, és també una ogressa quan es fa de nit, a causa d'un encanteri que només es desfarà amb el petó de l'amor veritable.

Shrek, però, no en sap res i, per un malentès, creu que Fiona el detesta, i lliura la princesa a Lord Farquaad.

6) Lord Farquaad s'enduu Fiona, la qual també se sent dolguda per l'actitud de Shrek. Per tant, els dos enamorats trenquen la relació, se separen, sembla, que definitivament. Ella es casarà amb qui no estima, i ell tornarà a la vida solitària del pantà.

Aquesta és la màxima complicació. Fiona es casarà amb el Lord i Shrek tornarà al pantà i tot tornarà a ser com abans... Segur?

És la crisi, el conflicte **multiimplicat**. Aquest conflicte ens portarà cap al tercer acte. Queda poc més d'un quart d'hora per al final de la pel·lícula.

En aquests moments, la mateixa Fiona és l'antagonista de Shrek. El seu desig ja no és la tranquil·litat del pantà, sinó l'amor de la princesa. Qui li ho impedeix no és Lord Farquaad, tot i que es casarà amb la noia, sinó la mateixa Fiona, que accepta el casament per tal de trencar l'encanteri. Si el Lord la besa, deixarà de ser ogressa a les nits... o almenys això és el que creu.

4.4. Tercer acte: desenllaç

El tercer acte és la conseqüència directa de l'anterior. Comença amb el clímax, la situació del personatge està al límit i cal canviar alguna cosa. O bé és el mateix protagonista qui es transforma i actua, o bé una situació diferent l'empeny cap a la resolució del problema.

El tercer acte és el clímax i la resolució del conflicte

Havíem deixat el segon acte amb la situació al límit, la crisi, que acaba provocant el clímax. Tensió per part del protagonista i també de l'espectador; ningú sap com acabarà la història. El protagonista, aconseguirà el seu objectiu? L'heroi, podrà salvar la terra? El príncep, salvarà la princesa? La noia, aconseguirà recuperar el seu estimat? El nen, podrà tornar a casa?

Després d'aconseguir tenir l'espectador també inquiet, en suspens, preocupat pel seu protagonista, finalment arriba la resolució. S'acompleix l'objectiu, les expectatives, i tots podem respirar tranquils i satisfets.

Exemple de sèrie de televisió: *Els Simpson* "Sin blanca Navidad"

1) Homer ho ha perdut tot. De tornada a casa, Homer i Bart troben el gos pel qual havien apostat, abandonat pel seu propi amo. Pare i fill decideixen adoptar-lo.

La situació ha arribat a un límit tal, que ja no cal pensar més a resoldre-la. El protagonista creu que ja s'ha acabat tot.

2) Quan arriba a casa, Homer està disposat a confessar que ha perdut els diners, que no tenen res, però...

El protagonista, incapaç de resoldre el problema, es decideix a assumir la culpa, però...

3) La família creu que el gos és el regal de Nadal i, contents i feliços, asseguren que és el millor regal de tots els Nadals.

La sorpresa final: el gos es converteix en el millor regal. El protagonista ha resolt el problema, la família ha aconseguit el seu objectiu, però no de la manera esperada ni buscada. A l'últim moment la història ha fet un gir, i el que semblava que acabaria tristament, acaba de la millor manera possible.

Exemple de curtmetratge: *Presto* de Pixar

1) El Mag ha estat a punt de quedar esclafat per un enorme piano, però el Mag canvia d'actitud i decideix ajudar-lo. En surt ben parat i l'actuació es converteix en un èxit total, per sorpresa del mateix Mag.

2) El Mag, però, està dolgut amb el seu amo. Ell encara no ha aconseguit la pastanaga i ja sense esperança marxa de l'escenari.

Finalment, el protagonista renuncia al seu desig.

3) El Mag fa sortir el Mag a l'escenari i del barret de copa, en treu la tan desitjada pastanaga. Ovació del públic.

Exemple de pel·lícula: *Shrek* de Dreamworks

1) Shrek està sol al pantà, amb l'insistent companyia del Ruc. No és feliç perquè el seu desig ara està a punt de casar-se. Però no lluitarà més, convençut que el seu aspecte físic espanta tothom.

2) El Ruc el convenç que Fiona realment l'estima a ell. Així que a l'últim moment marxen a impedir el casament, curiosament amb l'ajuda de la Dragona.

3) Hi arriben just a temps, mentre encara se celebra el casament. Shrek interromp el casament, eliminen Lord Farquaad, s'aclareix el malentès amb Fiona, i els enamorats es fan un petó.

Encara queda la sorpresa final. Shrek i Fiona es besen amb un amor veritable però, contràriament al que espera tothom, l'aspecte extern de la princesa passa a ser definitivament el d'una ogressa.

Esquema absolutament clàssic pel que fa a l'estructura, tot i que el contingut, la forma com està tractat, és totalment innovador.

4.5. Storyboard

La mateixa Pixar defineix què és l'*storyboard* dins del seu procés creatiu.

"Es dibuixen els *storyboards*.

Els *storyboards* són una versió de la pel·lícula, en forma de còmic dibuixat a mà que serveixen com a desenvolupament de l'acció i el diàleg. Cada artista de *storyboard* rep pàgines del guió i/o un breu tractament, un mapa dels canvis emocionals dels personatges, i que necessiten ser vistos a través de les accions. Amb aquestes directrius, els artistes donen la seva visió de la seqüència que se'ls ha assignat, i la dibuixen. Després cal ensenyar el treball al director."

Pixar

És interessant veure què en pensen i com treballen les grans empreses d'animació de l'*storyboard*, perquè ens n'adonem també de com n'és d'important el guió. És la guia fonamental, bàsica, en què es basen els animadors de l'*storyboard*; per tant, la nostra missió com a guionistes és transmetre'ls la història de la manera més entenedora, que no generi dubtes ni confusions, i sense descuidar cap detall indispensable. La definició dels personatges, com pensa mentre diu una frase determinada, és bàsic. Fixem-nos que Pixar remarca que l'animador té un mapa dels canvis emocionals dels personatges.

Per a Dreamworks, després d'aconseguir escriure un guió ja força definitiu, convençuts de la fortalesa de la història, es dibuixa l'*storyboard*. "Es llegeix com un llibre de còmic, que es converteix en la guia visual de la pel·lícula."

En imatge real també es fa l'*storyboard* per determinar pla per pla el que s'haurà de rodar. Se'ns dubte en l'animació és exactament el guió convertit en còmic.

Blue sky Studios, els creadors d'*Ice Age* o *Robots*, quan expliquen el seu procés creatiu dediquen una part a la creació de l'*storyboard*. El treball dels animadors comença amb el guió escrit. Però és interessant com ens fan adonar que és un procés obert, que va evolucionant, perfeccionant-se i creixent a mesura que els dissenyadors treballen.

"De la mateixa manera que les accions escrites es desenvolupen quan es guionitza la seqüència completa, els dissenyadors de personatges i l'equip de disseny aconsegueixen que els personatges creixin i evolucionin a través dels detalls i en certa manera els fan viure. Tal com fem amb el disseny de *sets*, que es creen, es dissenyen i es construeixen, els personatges també tenen una evolució paral·lela, de manera que es converteixen en més alts, més baixos, més grassos i guapos o més lletjos, i van adquirint els trets individuals que farà millorar el personatge i continuar el procés."

How do we work?, Blue Sky Studios

El guió és un engranatge en procés constant. Fins al moment definitiu del muntatge, és susceptible de canvis. Perquè cada professional que hi participa aporta la seva visió i pot millorar el producte. En animació, el treball dels animadors poleix extraordinàriament els personatges, els espais. En tot això no volem dir que canviï la trama. L'argument, el guió a grans trets, no canvia, ja està decidit i aprovat i no podem anar canviant situacions i escenes a cada moment, si no és que estigui molt justificat. El que canvia són els petits detalls, com que en aquella seqüència potser el dissenyador suggereix que en comptes d'un barret en forma de copa sigui una boina.

La millor manera de concloure aquest apartat és amb les explicacions de Jim Reardon, un dels directius i guionista de la sèrie d'*Els Simpson*, sobre com treballa l'equip de guionistes.

"La majoria del temps ens el passem escrivint. El grup de guionistes està compost per uns 14 membres que treballen junts a la mateixa sala. Tot comença quan un guionista té una idea bàsica sobre l'argument de l'episodi i l'exposa a la resta de l'equip, establint una estructura bàsica de l'episodi. El següent que fa el guionista és escriure un primer esborrany. Després l'equip de guionistes es torna a reunir i reescriu aquest esborrany, que es converteix en gairebé el guió definitiu de l'episodi.

Durant la primera temporada, els guionistes comentaven que un acudit per pàgina era acceptable. Avui dia, si no hi posem un acudit cada 15 segons, els espectadors comencen a dir que li passa alguna a la sèrie, que ja no és el que era. És un problema d'expectatives. Els productors volen fer d'*Els Simpson* el tipus de programa que vols veure més d'una vegada.

[...] Els guionistes triguen uns tres mesos a escriure i retocar el guió de cada episodi.

El pas següent és la gravació dels diàlegs. Actors, guionistes i productors fan diverses lectures dels guions. Després d'aquestes lectures prèvies, els actors comencen la gravació.

[...] Quan està enllestit el guió i la gravació dels diàlegs, s'envia a fer un primer *storyboard*. Un cop acabat, guionistes i productors el revisen i l'aproven. Es retorna al departament de disseny i es fa una primera animació, rudimentària. Aquesta còpia dóna l'oportunitat al director, guionistes i productors de canviar el que creguin convenient gairebé per última vegada."

Impressionant però cert, el procés de creació d'un episodi d'*Els Simpson*, que mostra com el guió està en constant evolució fins al final del procés. Com el guionista té un paper important dins la producció i que hi té molt a dir.

4.6. Dialogació

L'estructura és bàsica perquè el guió sigui coherent i els personatges tinguin consistència. Però amb això no n'hi ha prou. Cal fer parlar els nostres protagonistes. De la mateixa manera que no hi ha una bona pel·lícula amb un mal guió, tampoc no hi ha un bon guió amb diàlegs dolents.

La dialogació és el darrer pas que fem quan tenim tota la història escrita. Ja sabem tot el que passarà i cal omplir els buits amb les paraules que diuen els personatges perquè, si no, no s'entén l'acció, falta afegir informació i ritme. Ara bé, si els personatges donen la informació tal qual, com ho diríem en una conversa de carrer, el resultat del nostre producte pot ser nefast. Com bé remarca Robert McKee, **el diàleg no és una conversa**.

"Les converses reals estan plenes de pauses incòmodes, de males eleccions de paraules i expressions, de frases sense acabar, de repeticions sense sentit; poques vegades es plasma una idea o s'aconsegueix tancar una frase. Però això no és important perquè les converses no pretenen plasmar idees ni tancar frases.

[...] El diàleg a la pantalla ha de tenir l'aroma de la parla quotidiana però un contingut superior al normal."

Robert McKee

Hem comprovat que alguns dels millors curtsmetratges d'animació tenen molt poc o cap diàleg. Per això cada paraula i cada coma és important, s'ha de reflexionar sobre el que diu, per què i com ho diu. Hi ha algunes directrius que

s'han de seguir per a aconseguir que els nostres diàlegs siguin bons. Costa trobar teòrics del guió que dediquin pàgines al diàleg, tot i que és una peça clau, però tots coincideixen en els mateixos punts.

Punts principals en la dialogació

- Els diàlegs han de transmetre conflicte, actituds i intencions. Més que revelar informació del personatge, han de transmetre'n l'essència.
- Han de fer avançar l'acció. Els personatges no parlen perquè sí.
- No hem d'escriure mai una frase de diàleg si som capaços de crear una expressió visual que la substitueixi. Els diàlegs no han de repetir el que ja es veu en imatges. Han de dir el que no es veu.
- Han de ser fàcils de llegir i de dir, gràcies al ritme. Abans, parlant del curtmetratge *Presto*, hem fet servir la paraula *prestidigitador*. És l'exemple més clar del que no hem de posar en un diàleg. Si no, feu la prova intentant repetir en veu alta tres vegades seguides aquesta paraula... Jo no ho aconsegueixo ni una sola vegada. De totes maneres, tampoc no cal anar als extrems i perdre la riquesa del nostre llenguatge.
- Cada personatge ha de tenir la seva pròpia manera de parlar.
- Han de tendir a ser breus i concisos. Generalment, les intervencions dels personatges no han de sobrepassar les dues o tres línies. Curts i clars.
- El diàleg ha de semblar real, tot i que no ho és.
- La importància del subtext. El subtext és allò que el personatge diu entre línies. Representa en certa manera els instints i els propòsits ocults que al personatge no li resulten evidents, però sí al públic. L'habilitat del guionista, doncs, és trobar les paraules que expressin allò que en el fons sent el personatge però que potser ni ell mateix no sap.
- Aclarir els sentiments i el to en què s'han de dir quan podrien portar dubtes, perquè el locutor sàpiga el to que li ha de donar. Pensem que el guionista en principi no serà a la sala de doblatge i una frase mal acotada pot ser més que un disgust quan veus l'escena muntada.

Linda Seger assegura que entre els elements que fan que un guió sigui bo hi ha el conflicte, les actituds, les emocions i el subtext. Com es reconeix aleshores un diàleg dolent?

- Un diàleg dolent és inexpressiu, forçat i difícil d'articular.
- Quan el diàleg és dolent, els personatges semblen tots iguals i cap no sembla real.
- Un diàleg dolent emet directament el subtext. En comptes de revelar de mica en mica el personatge, deixa al descobert tot el que pensa i el que sent.
- A més a més simplifica les persones en comptes de revelar-ne la complexitat.

"Un diàleg bo és com un partit de tennis. La pilota passa d'un jugador a l'altre i representa un intercanvi constant de poder que pot ser sexual, físic, polític o social.

Linda Seger

La manera per a aprendre a dialogar és ben senzilla, si bé demana dedicació i esforç, com totes les coses:

- Escoltar converses quotidianes, fixar-se en els girs del llenguatge, però no copiar-los, el diàleg audiovisual no és una conversa de carrer.
- Dialogar cada dia. Encara que no tinguis un guió escrit, podem imaginar una situació, dos personatges i fer-los parlar. Després comprovarem si reuneixen les condicions perquè sigui un bon diàleg.

4.7. Com es millora el guió

El periodista i director de cinema, Cameron Crowe, poc després d'haver dirigit *Jerry Maguire*, pel·lícula protagonitzada per Tom Cruise, va fer un seguit d'entrevistes a Billy Wilder. Segurament, un dels millors directors i guionistes que ha tingut Hollywood, amb pel·lícules fantàstiques com *L'apartament* o *Ningú no és perfecte*. Cameron Crowe va recollir aquestes entrevistes amb Wilder en el llibre *Conversaciones con Billy Wilder*. Inclou una sèrie de consells als guionistes, onze punts que cal tenir en compte.

- 1) El públic és voluble.
- 2) Se l'ha d'agafar pel coll i no deixar-lo anar.
- 3) Cal desenvolupar una línia d'acció clara per al personatge principal.

- 4) Tingueu clar cap on aneu.
- 5) Com més subtilesa i elegància es té per a ocultar els elements de la trama, millor escriptor s'és.
- 6) Si teniu problemes amb el tercer acte, el veritable problema està en el primer.
- 7) Un consell de Lubitsch: deixeu que el públic sumi dos i dos. Us estimaran sempre.
- 8) En fer narracions en *off*, tingueu cura de no descriure el que ja està veient el públic. Afegiu-hi alguna cosa nova del que veuen.
- 9) El que passa al final del segon acte és el que desencadena el final de la pel·lícula.
- 10) El tercer acte ha d'anar creixent, creixent, creixent, en ritme i en acció, fins a l'últim succés, i aleshores...
- 11) ... ja està. No hi doneu més voltes.

El primer i el segon punts apareixen en un moment de la conversa, entre Crowe i Wilder, i paga la pena reproduir-la:

"CC: Tinc unes quantes afirmacions seves sobre l'elaboració de guions. M'agradaria ensenyar-se-les perquè me les comenti. «El públic és voluble. Se l'ha d'agafar pel coll i no deixar-lo anar en tota la pel·lícula».

BW: Sí, és una frase meva. Se l'agafa pel coll, se'ls accelera el cor, i no se'ls deixa anar. Se'ls ha d'estrènyer cada vegada més. Al final, quan estan gairebé sense alè, se'ls deixa anar, s'ha acabat, i la sang comença a circular una altra vegada."

Conversaciones con Billy Wilder, Cameron Crowe

5. Estructura de l'esquetx

Anomenem *esquetx* la unitat dramàtica bàsica. Diferent del gag, que és una petita peça còmica però que no té cap història ni desenvolupa cap acció dramàtica, és una situació que es resol amb la introducció d'un element inesperat que provoca l'humor. L'esquetx, sense utilitzar l'espectacularitat ni la tensió del cinema o de les sèries de televisió, aconsegueix crear unes expectatives, plantejar una situació i resoldre-la d'una manera senzilla i sovint sorprenent.

Sempre relacionem esquetx amb el gènere de l'humor, i de fet hi ha molts programes de televisió que es basen en un conjunt d'esquetxos. Altres vegades estan inserits dins de programes més grans, formant part d'un entreteniment. Com a format, és interessant descobrir-ne l'estructura, perquè segueix unes normes molt vàlides per aplicar a altres format més actuals, i cada cop més utilitzats. Peces que poden anar des dels tres minuts fins als 10. Actualment també hi ha força sèries de televisió que segueixen el format curt. Fins i tot els programes infantils actuals, els *contenidors*, que se'ls anomena, perquè engloben tota la programació infantil, de sèries, concursos, insereixen petites peces dels personatges fixos, de manera que es dona cohesió al contenidor. Aquestes petites peces també segueixen el format de l'esquetx, com en programes com el Club Súper 3 i els seus personatges de la Lila, en Fluski i la resta, de Televisió de Catalunya, o els *Lunnis* de Televisió Espanyola.

5.1. Consells per a escriure bones històries curtes

En totes aquestes produccions, coincideix el format curt, de pocs minuts, i tant si els anomenem *esquetx*, com *càpsula* o *episodi*, tots tenen l'estructura bàsica de l'esquetx, que segueix unes normes. I si bé no estan establertes, sí que de manera innata segueixen tots els guionistes.

5.1.1. Senzill

El format és curt, no hi ha temps per a complicar la història. Per tant, hem de crear una història molt clara, en què el conflicte també ha de ser molt clar, que el puguem explicar en una sola línia.

Quan es tracta d'una sèrie, sovint els temes són universals: l'amistat, l'amor, l'odi, la venjança, les vacances, el futbol, les festes de Nadal, els nens, estar en forma, la televisió, energies renovables, el canvi climàtic.

5.1.2. Començament ràpid

El conflicte ha d'aparèixer tan aviat com sigui possible.

Hi ha una frase que sovint repeteixen els guionistes, i que tots hem de tenir present quan escrivim per a la pantalla, tant si es tracta d'una peça curta com llarga: "començar tard i acabar d'hora".

5.1.3. El factor "ai, ai, ai"

Piti Español, conegut guionista català, en el seu llibre *Fer riure per televisió*, utilitza una frase del guionista americà Gene Perret per a definir aquest moment.

"Aquell moment de l'esquetx en què l'acció avança sense problemes i, de sobte, el guionista introdueix un parell de frases que fan que l'espectador pensi «Ai, ai, ai, i ara què faran?»."

Gene Perret

De fet, això no és altra cosa que el conflicte. El problema que s'interposa entre el personatge i el seu objectiu és el que provoca els punts de gir, els canvis d'actitud o d'emoció del protagonista.

En una peça de pocs minuts, que ha de sortir com més aviat millor.

L'esquetx és molt efectiu quan comença amb una situació sorprenent, que genera expectativa. En una sèrie, en què l'espectador ja coneix els personatges i per tant ens estalviem presentar-los en cada capítol, podem començar amb una imatge ja sorprenent i que formarà part d'aquest "Ai, ai, ai". O sigui, quan coneixem els protagonistes, a la segona línia del guió ja podem entrar en el conflicte.

5.1.4. Ritme

No podem perdre el ritme en tota la història. Això significa que l'acció ha d'anar avançant constantment. L'espectador no pot tenir la sensació d'espera, que el que li expliquem ja ho hem dit abans.

El ritme també el marca el diàleg, com hem dit abans, i hi ha unes pautes per aconseguir que sigui àgil i efectiu. Frases curtes i suggerents més que explícites. Evitar frases que passin les tres línies. El diàleg no és ni el que s'ha vist, ni el que es viu, ni el que es veurà.

Pensar en el subtext dels personatges, d'una manera simple: dir una cosa i pensar-ne una altra.

5.1.5. Personatges

Hem parlat extensament de personatges, però cal fer-ne un parell de remarques. Quan es tracta de formats curts, no podem complicar-nos a fer sortir molts personatges, no hi ha temps. Podem pensar en un episodi en què surti una marieta perseguida per 50.000 mosques. Les mosques no les podem con-

siderar gaires personatges, perquè actuen com un grup, com un sol personatge. Per tant, en aquest cas tindríem un grup mosca contra una marieta. Tornem a pensar a simplificar la història.

No utilitzem un personatge, si només ens serveix per a omplir.

Els pocs personatges que fem servir s'han de poder identificar immediatament. L'espectador ha de saber en pocs segons que "aquell és el simpàtic" i "l'altre el rondinaire". Això ho aconseguirem si estan molt ben definits. El posat, el vestit, la fesomia, tot ha d'estar enfocat a aclarir la personalitat del personatge.

5.1.6. Imprevisible

Sovint, inconscientment l'espectador vol saber cap on anirà la història. Confirmar que s'ha avançat als esdeveniments, no acostuma a agradar. Qui no ha dit o sentit allò de "està bé però a mitja pel·lícula ja sabia qui era l'assassí". Per tant, el guió previsible no és efectiu, no agrada. La tasca del guionista és sorprendre l'espectador, fer anar la història cap allà on no l'esperava.

En l'esquetx, quan arribem al final l'imprevist s'ha de multiplicar. La sorpresa del final, que a més capgiri tot el que hem estat veient, és molt efectiu. Agrada.

Minuscule

Hi ha una fantàstica sèrie d'animació francesa, *Minuscule*, de la productora Futurikon. Combina l'animació en 3D amb la imatge real. Basada en una idea molt simple però molt original, proposa redescobrir els petits insectes silvestres. Humanitza els personatges, i tracta temes quotidians. És un bon exemple per a examinar i buscar tots aquests punts que hem destacat. El web oficial de la sèrie és <http://www.minuscule.tv/>.

Fent una ullada al web podem conèixer-ne els personatges. Tots són uns simpàtics animalons, fins i tot en el disseny. De la marieta, per exemple, ens diu que és un animal de reputació dolça i gentil. En realitat no n'és gens, és una veritable trapella. La seva activitat principal és: provocar les mosques per donar-los increïbles maldecaps.

Les mosques, per la seva banda, tenen com a únic objectiu a la vida atipar-se de valent en les deixalles i després volar fent voltes durant hores per fer la digestió. La vida de les mosques seria així d'impassible, si no fos per la marieta que les provoca regularment.

D'aquesta manera senzilla i graciosa es mostra la resta de personatges. No oblidem que la presentació de la sèrie té l'objectiu de vendre el producte i enganxar l'espectador. Per tant, ha d'informar, però també divertir i ser prou atractiu per a atrapar el possible comprador i el públic en general.

Al web podem veure l'episodi pilot, però precisament perquè és el pilot, a vegades és peculiar, ja que ha de presentar els personatges principals i donar una idea de com serà la sèrie en general.

"Une bonne éducation"

Mirem un altre episodi.

"Une bonne éducation"



<http://www.youtube.com/watch?v=h8d5MEiPV-Y>

La marieta, que ja coneixem i sabem com és, educa les seves tres noves cries. Evidentment, els ensenyarà la seva distracció principal, molestar les mosques i posar-les en un bon embolic, i de passada, travessar la teranyina de la pobra aranya, que constantment l'ha d'estar reparant, per la poca consideració de la marieta.

És una història senzilla, tot és visual i sonor. El diàleg, que no és necessari en aquest cas, se substitueix per sons, per a donar ritme a les imatges. El conflicte principal "empipar les mosques" és ara una missió que han d'aprendre les petites marietes. L'"ai, ai, ai" de l'espectador és "se'n sortiran, tan petites?" i "com se'n sortiran?" Efectivament, ho aconseguen i la mare marieta les felicita. I ja està, així de senzill, 4 minuts i 40 segons. Nets, fluids, entenedors i a més a més assolint les expectatives que genera, entretenir i divertir.

5.2. El format 3-5 minuts

Ja hem dit abans que una pàgina equival a un minut de pantalla, per tant, un format tan habitual com el de 3-4 minuts ha de durar no més de quatre pàgines. Hi ha alguns paràmetres formals que s'han de tenir en compte a l'hora d'escriure el guió, sobretot per a aconseguir el full per minut:

- Els guions sempre se solen escriure en un cos de lletra 12, tipus Arial o Times. És una manera d'assegurar-nos el full per minut.
- El títol de la sèrie o de la peça s'ha d'escriure en negreta i majúscula.
- Les descripcions ocupen l'amplada del full, amb els marges habituals. Són indicacions per a l'equip, no ens hi hem d'estendre delectant-nos amb una prosa fantàstica. El guió no és per a gaudir llegint, és una guia, una eina de treball.
- El nom del personatge, gairebé centrat i en majúscules. A un marge d'entre 5 i 6.
- Acotació. Va a la línia següent al personatge, bastant entrat, sobre els quatre punts. S'ha d'escriure entre parèntesis i pot anar en cursiva. L'acotació

és el to en què s'ha de dir la frase. Només utilitzem l'acotació quan no es fa evident amb el diàleg el to d'aquelles paraules.

- El diàleg també ha d'anar força entrat, tot i que menys que el nom del personatge i l'acotació, entre el tres i quatre punts. Sovint es posa en negreta, per destacar.

5.3. Els finals

El final de la història s'ha de tenir molt clar des del principi. Una vegada un bon guionista que vaig tenir com a mestre, Albert Espinosa, ens va recomanar començar a escriure el guió pel final, fer les tres darreres seqüències de la nostra història, deixar-lo aparcat i després començar el guió des del principi. Diria que és molt bon consell. Escriure les quatre darreres línies i d'aquí cap endarrere. Reconec que fa certa mandra pensar com serà el final. Però precisament perquè és el més difícil, fer aquest exercici de reflexió és interessant. Pot ser que quan arribem al final, després d'haver escrit 20, 30 o 100 pàgines, n'haguem de canviar almenys alguna cosa, però l'interessant és que no canviï en profunditat. Perquè tota la història, des de la primera línia, l'hem encaminat cap a aquest final.

Hi ha guionistes que opinen just el contrari, que val més anar tirant i a veure on ens porten els personatges. Hi haurà a qui li funcionarà, però, en un format curt, en què no hi ha cap segon per perdre, hem de tenir molt clar on volem anar a parar. En l'esquetx tot desemboca al final.

Com sempre diuen els americans, cosa que se segueix majoritàriament en tot tipus d'història, no hem d'oblidar el famós "Happy end". És l'acompliment dels objectius, dels desitjos, de les voluntats del protagonista. L'espectador vol veure que el seu personatge aconsegueix el que ha estat perseguint durant tota la història. En principi ningú no vol escoltar una història que acabi malament. A vegades potser no és un "happy end" total, però almenys necessitem una mica d'optimisme, veure una porta oberta. Altrament, el públic se sent decebut, frustrat com el mateix protagonista. El guionista ha enganxat l'espectador amb la seva història, el que volem és que també acabi satisfet, amb la sensació que se han acomplert les seves expectatives.

En una peça curta, com l'esquetx, els finals han de ser contundents. Han de provocar la sorpresa en l'espectador. Quan ja considerem que l'hem acabat, aleshores hem de buscar alguna cosa més que ho capgiri tot, un clac.

Piti Español, a *Fer riure per televisió*, parla de la dificultat d'escriure els finals, més encara quan la peça és curta, tipus esquetx.

"Molts finals no estan ben resolts i deixen l'espectador amb aquella sensació de «Ah, així s'acaba?», una mica com si li haguessin escatimat alguna cosa.

Molts esquetxos fallen pel final, perquè crear-ne un de bo és una de les feines més difícils a l'hora d'escriure un esquetx.

Els finals han de ser rodons i no han de desmerèixer la resta de l'esquetx, la qual cosa, de vegades, és pràcticament impossible.

Però, per més bo que sigui un final, mai no justifica un esquetx.

Perquè un final sigui rodó ha de complir tres requisits: ha de ser **inesperat, lògic i definitiu**."

Piti Español

Darrera norma: si l'esquetx és molt bo, podem trencar totes les normes anteriors.

Les paraules de Piti Español sobre finals són perfectament aplicables a les peces de tipus curtmetratge, en què no sempre la voluntat és la de fer riure, però de totes maneres ha de seguir aquest acabament inesperat, lògic i definitiu, que pot acabar capgirant la història i, en tot cas, deixa l'espectador amb la sensació de "D'acord! No hi ha res més a dir!". La majoria d'episodis d'*Els Simpson* acaben amb aquesta bona sensació.

Bibliografia

Blue Sky Studios

<http://www.blueskystudios.com/content/index.php>

Crowe, Cameron (2002). *Conversaciones con Billy Wilder*. Alianza Editorial.

Dreamworks Animation

<http://www.pdi.com/>

Español, Piti (1994). *Fer riure per televisió*. Columna Edicions.

Field, Syd (1999). *El libro del guión*. Plot ediciones.

King, Stephen (2001). *Mientras escribo*. Plaza y Janés.

McKee, Robert (2009). *El guión*. Alba Minus Editorial.

Norman, Donald A. (2005). *El diseño emocional*. Ediciones Paidós.

Pixar Animation Studios

<http://www.pixar.com/>

Sáenz, Rodolfo. *Cómo hacer un buen guión para animación*

http://www.animation.dreamers.com/clases/seminario_anima_03/.

Scott, Jeffrey (2002). *How to write animation*. The Overlook Press.

Seger, Linda (1995). *Cómo convertir un buen guión en un guión excelente*. Ediciones Rialp.

Seger, Linda (2000). *Cómo crear personajes inolvidables*. Ediciones Paidós.

The Simpsons web

<http://www.thesimpsons.com/index.html>

