El guión de productos multimedia

Neus Devesa

PID_00150916

UOC
Universitat Oberta de Catalunya
www.uoc.edu

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño general y la cubierta, puede ser copiada, reproducida, almacenada o transmitida de ninguna forma, ni por ningún medio, sea éste eléctrico, químico, mecánico, óptico, grabación, fotocopia, o cualquier otro, sin la previa autorización escrita de los titulares del copyright.

Índice

Introducción 5

1. Etapa 1. La animación 7
1.1. *Wall E and the Vaccum Cleaner* 7
1.1.1. Guión 7
1.1.2. Escaleta 10
1.1.3. Tratamiento y biblia 12
1.1.4. La *story-line* 13
1.2. *Shaun the Sheep*, serie de TV 13
1.2.1. Guión 14
1.2.2. Escaleta 22
1.2.3. La biblia 24
1.2.4. La *story-line* 26
1.3. *Lupe y Bruno*, cortometraje 27
1.3.1. Guión 27
1.3.2. Escaleta 33
1.3.3. La *story-line* o sinopsis 33

2. Etapa 2. La ficción 34
2.1. *Los Soprano*, serie de TV 34
2.1.1. Guión de la primera secuencia de la primera temporada de *Los Soprano* 34
2.1.2. Esquema guión-secuencia 50
2.1.3. La biblia 51
2.2. Strike TV, canal de televisión *on line* 54
2.2.1. Guión episodio 1: *Kool Fun* 54
2.2.2. La *story-line* 56

3. Etapa 3. Clip publicitario 57
3.1. Clip publicitario: Golf V 57
3.1.1. Guión 57
3.1.2. Presentación 65
3.2. Clip publicitario de Sony Bravia 65
3.2.1. Guión 65

4. Etapa 4. El clip de vídeo 83
4.1. Tráiler de *El Exorcista V* de Jaume Balagueró 83
4.1.1. Guión 83
4.2. Clip de vídeo de Laforet Visual 87
4.2.1. Guión de *Reverie* de Laforet Visual 87
4.2.2. Objetivo 90

5. Etapa 5. El documental 91
5.1. Reportaje de TVE *Los pañuelos verdes* 91
5.1.1. Guión 91
5.1.2. La idea y el guión inicial 95
5.2. *Línea 900: El juzgado de Emilio* 96
5.2.1. Guión de *El juzgado de Emilio* de *Línea 900* 96
5.2.2. La idea 106

6. Etapa 6. Webs 107
6.1. Webs educativas infantiles 107
6.1.1. Web de *Las tres mellizas* 107
6.1.2. Web de *Una mà de contes* 115
6.2. Webs comerciales y empresariales 122
6.2.1. Web de Cricket Design 122
6.2.2. Web de ADNCOM 124
6.2.3. Web publicitaria de Cámara Leica 128
6.2.4. Web de Malum 133
6.2.5. Web de Dvein 136

7. Etapa 7. El móvil 138
7.1. "Mankind is no Island" 138
7.2. Los *mobisodes* 140

8. Etapa 8. Los videojuegos 143
8.1. *Animal Crossing* 143
8.1.1. El proyecto inicial 143
8.1.2. Los personajes 145
8.2. *Seafight* 153
8.2.1. Sinopsis 154
8.2.2. Las localizaciones 154

Introducción

En alguno de los ejemplos de este módulo los términos o procedimientos utilizados difieren de los estudiados anteriormente durante el curso. Existen diferentes rutinas productivas o tradiciones 'guionísticas' vinculadas a los diferentes medios, países e incluso empresas. El estudio de la guionización audiovisual y multimedia no es una ciencia exacta y el uso que se hace de las palabras, los conceptos y las herramientas que utiliza el guionista puede variar.

Por ejemplo, habitualmente en la industria española se llama SECUENCIA a lo que nosotros en este curso conocemos como ESCENA. Los story-lines pueden ser más o menos largos, depende de la productora, y a veces a lo que nosotros denominamos SINOPSIS se le llama ARGUMENTO.

1. Etapa 1. La animación

1.1. *Wall E and the Vaccum Cleaner*

http://www.youtube.com/watch?v=NLgif_lhnJA&feature=related

Sketch de un minuto basado en el personaje de Wall E, el robot protagonista de la película de Disney y Pixar que lleva el mismo nombre.

El ***sketch*** es una unidad dramática independiente basada en el humor. Puede durar desde un minuto hasta cinco minutos. Esto significa que en muy poco tiempo se plantea una situación, se desarrolla y se resuelve.

Es más fácil llenar 10 páginas que condensar la historia sólo en dos, y durante este corto espacio de tiempo se tiene la capacidad de atrapar al espectador, contarle algo y, además, arrancar su sonrisa. Son muchas cosas por tan pocas líneas. Es un reto para cualquier guionista.

1.1.1. Guión

El guión acabado es el trabajo que se entrega al director o realizador para que éste empiece su trabajo. Es fundamental que la presentación de este guión sea profesional, lo cual significa escribirlo siguiendo los formatos profesionales. Siempre puede haber diferencias, pero, por norma general, siguen el mismo punto y tipo de letra: 12 Courier o Times. Los márgenes, distancias y presentación más habituales pensados para A-4 son los siguientes:

- Título de la secuencia, que se presenta en mayúsculas, negrita y subrayado: margen izquierdo a 3 cm.
- Descripción: margen izquierdo a 3 cm.
- Personaje: margen izquierdo a 6 cm (puede llegar a 8 cm). En mayúsculas.
- Acostación del personaje: margen izquierdo a 5 cm (hasta 7 cm). Entre paréntesis y cursiva.
- Diálogo: margen izquierdo a 4 cm (hasta 6 cm). Con el mismo punto y tipo de letra que la descripción.

Debemos tener en cuenta que se trata de un guión de ficción, por tanto puede ser diferente a la presentación de un guión de web, y, en última instancia, cada productora tiene su propio estilo, que no suele diferir mucho de este "formato tipo".

Guión de *Wall E and the Vaccum Cleanner*

FONDO PANTALLA BLANCO

Aspiradora estilo clásico, el recipiente de recogida de polvo es rojo. En la parte superior se encuentra el botón de encendido; en la parte inferior, la manguera negra y el cable eléctrico, que se alarga hasta salir de la pantalla; está conectado a la corriente.

Entra Wall E a su aire, como siempre. Pasa por detrás de la Aspiradora, el aparato le llama la atención.

Wall E
(Sorprendido)
¡Wow!

Da media vuelta y saluda a la Aspiradora, levanta la mano.

Wall E
(Saludo)
¡Iuhu!

Se acerca. Da unos golpecitos en la parte superior de la Aspiradora, como si fuera un ser vivo. Sin darse cuenta, Wall E pulsa el botón de arranque del aparato.

Wall E
(Asustado)
¡Oh!

Se inclina hacia atrás y se pliega, queda convertido en una caja metálica temblando de miedo.

Wall E
(Miedo)
¡Ahahah!

Tímido, se asoma, se despliega y al fin se acerca a la Aspiradora. El pie (o rueda) de Wall E es aspirado por la manguera succionadora y le queda pegado. Ahora Wall E no se asusta, siente curiosidad. Avanza y retrocede mirando la manguera como se mueve.

Coge la manguera y se la acerca al ojo, evidentemente se le pega. Mira a ambos lados.

El guión

El guión es una herramienta, tiene que contar sólo lo que queremos explicar, cuantas menos líneas y giros utilicemos, más fácilmente lo entenderá el realizador. Lo importante es la descripción de la escena, quién y qué hay, aunque sea telegráfico. No es el lugar ni el momento de demostrar nuestras dotes literarias.

El equipo conoce a Wall E

Es una serie de *sketchs* basados en la película, por lo tanto está claro cómo tiene que ser físicamente y psicológicamente el personaje. No hace falta añadir nada más.

Wall E
(¡"Que divertido! ¡Fantástico!")

Se saca el tubo del ojo y lo observa. Pone uno de sus dedos en el agujero de salida y... se le pega. Wall E se divierte, pone y saca el dedo hasta tres veces.

Observa de nuevo la manguera y se le queda pegada a la barriga. Esto aún es más divertido. Se mueve arriba y abajo de forma que la manguera hace S.

Wall E
(Sonido que recuerda a un tren)

Entra la Cucaracha amiga de Wall E, que como siempre se comunica por pequeños ruiditos.

CUCARACHA
("¿Qué estás haciendo?")

Wall E
(Explicaciones varias del nuevo aparato)

Wall E se despega la manguera y la muestra a la Cucaracha, que al acercarse, es engullida por la Aspiradora. Wall E se desespera.

Wall E
(Exclamación, sobresalto: "¡Ostras!")

Sacude la manguera intentando que escupa a la Cucaracha. Da unas vueltas, estira la manguera, hace movimientos varios, Wall E está desesperado. Sin querer y sin darse cuenta la manguera se le escapa de la mano y empieza a expulsar polvo negro. La Aspiradora corre arriba y abajo mientras Wall E intenta recuperar la manguera. Todo queda completamente lleno de polvo, la pantalla en negro.

Se detiene el ruido de la Aspiradora y el polvo desaparece. La Aspiradora está tumbada en el suelo, la manguera también, el cable eléctrico desenrollado, Wall E también está estirado en el suelo y todo completamente lleno de polvo. Wall E levanta la cabeza.

Wall E
("La que acabo de liar")

Las acotaciones

Aclaran al actor qué actitud adoptar para decir esa frase. En animación, da pistas de los movimientos y gesticulaciones que hace el personaje. La acotación indica la frase exacta que diría el personaje cuando éste sólo gesticula o emite sonidos.

El tres mágico

Repetir dos veces la misma acción no es suficiente para que el espectador reaccione. A la tercera repetición, el público ya se lo espera y le hace gracia. Repetir por cuarta vez sería pesado. El recurso de la repetición por tres es aplicable a muchas situaciones de cine o televisión, no hace falta que sea un producto de humor.

Wow!

Mueve la cabeza, mirándolo todo. La Cucaracha sale de dentro de la manguera. Wall E se levanta y contento alarga las manos para recoger la Cucaracha.

Wall E
(Contento de recuperar a la Cucaracha)
Ueiu!

La acaricia. Cuando va a marcharse, ve las marcas de sus roderas en el suelo, debido a la cantidad de polvo. Wall E se pone la Cucaracha sobre los hombros.

Wall E
("Esto no puede quedar así.")
Ooho!

Wall E con las manos esparce más o menos el polvo para borrar las roderas; sale de plano dando marcha atrás, disimulando, como quien no ha hecho nada.

1.1.2. Escaleta

La **escaleta** no es otra cosa que la historia contada punto por punto dividiendo el argumento en secuencias. En este caso es un único plano-secuencia.

Como en todas las historias, (siempre hay excepciones) el argumento se divide en tres actos: planteamiento, desarrollo y final. En cuanto se ha desarrollado una idea, hay que pensar y dosificar qué información irá en cada acto. Después, ya estamos listos para empezar la escaleta del episodio.

Escaleta de *Wall E and the Vaccum Cleaner*

ESCALETA

ACTO 1:

Una Aspiradora en un fondo blanco y neutro. Wall E entra en pantalla y pasa cerca del aparato. Como es habitual en él, le llama la atención.

Fondo blanco para no descentrar al espectador

El objetivo es mostrar al personaje de Wall E de forma divertida, haciendo gags; por lo tanto, el fondo de pantalla es irrelevante, el blanco no distraerá.

Wall E intenta establecer contacto con la Aspiradora, pero lo único que sucede es que se pone en marcha el aparato.

Ante el ruido del electrodoméstico, Wall E se esconde.

Planteamiento de la historia

Este es el planteamiento de la historia. En este primer acto Wall E descubre un nuevo aparato y quiere saber más, pero también le tiene miedo. La Aspiradora es el elemento que provoca el conflicto.

El siguiente paso va a ser descubrir más sobre ese aparato. Este es el elemento que distorsiona la vida tranquila de Wall E y el que hace que la historia avance.

Estos pasos nos sirven para un *sketch*, pero también para una película. El esquema, sea para una historia de noventa minutos como para una de sesenta segundos, va a ser siempre el mismo.

ACTO 2:

Wall E vence el miedo y se acerca al aparato dispuesto a descubrir más cosas. Evidentemente, las acciones que hace nunca se acercarán a la utilidad real de una aspiradora.

Wall E descubre el poder succionador de la manguera de la Aspiradora y juega con ella. Le encuentra la parte divertida.

Llega el compañero de Wall E, la Cucaracha. Evidentemente, nuestro protagonista quiere enseñar el nuevo descubrimiento a su amigo. Pero no tiene en cuenta que el bicho es muy pequeño, y, cuando le acerca la manguera, lo engulle.

El segundo acto

El segundo acto es siempre el más largo, es la parte central de la historia. El elemento distorsionador, la Aspiradora, ahora es la causa de que su amigo haya desaparecido. El final del segundo acto nos lleva hasta el clímax. La Aspiradora se ha comido a la Cucaracha, las cosas no podrían ir peor, Wall E tendrá que solucionarlo.

ACTO 3:

Wall E intenta detener la Aspiradora diabólica, debe recuperar a su amigo. Finalmente la manguera se desmonta y el aparato se detiene. Así la Cucaracha puede salir y Wall E resulta triunfador de la aventura.

Cuando se marcha Wall E intenta dejarlo todo como antes, puesto que el suelo ha quedado completamente sucio de polvo, y lo consigue a su manera.

El tercer acto

El tercer acto empieza con el clímax. Existe un problema y tiene que resolverse, satisfactoriamente o no, pero hay que llegar a un final.

Un *sketch* siempre acaba con un gag final, en este caso Wall E intenta limpiar el polvo del suelo inútilmente; pero ha salvado a su amigo, que es lo importante.

1.1.3. Tratamiento y biblia

Después de presentar y aprobar un proyecto nuevo, se elabora la **biblia.** Es un documento donde se desarrolla el proyecto, y debe incluir un tratamiento en el que se explique el tipo de producto, si es una serie cómica, dramática, un programa de entretenimiento... y dónde pasa; cómo son los personajes, cómo hablan, cómo se mueven; el tono general y el objetivo final del producto.

La biblia de *Wall E and the Vaccum Cleanner*

En este caso son un grupo de *sketchs* de Wall E. El protagonista ya ha sido creado y se ha hecho una película, por lo tanto se trata de un subproducto, el proyecto del cual está realizado, y es conocido por todos los profesionales que trabajaran en él.

Así, lo que tenemos que explicar en la biblia es que se trata de una serie de *sketchs* cortos, alrededor del minuto de duración. El protagonista siempre será Wall E; a veces también interviene su compañero, la Cucaracha. En cada *sketch* Wall E encuentra un elemento u objeto desconocido para él y de lo más absurdo. Puede ser desde un *hula-hop* a un vaso de plástico. Su carácter extrovertido y curioso le lleva a investigar ese nuevo elemento, lo que le causará complicaciones. Al final, siempre sale victorioso, aunque a menudo el resultado sorprende al espectador.

El *sketch* en sí será una consecución de gags. Lo que se quiere es provocar la risa y que Wall E se convierta en un personaje aún más entrañable.

También podemos especular e ir un poco más allá. El propósito final de esta serie de *sketchs*, colgados en Internet, es la publicidad de la película y todos los productos de *merchandising.* Después de descubrir al personaje, tienes ganas de ver la película y de adquirir algún producto suyo. Pensemos que el público o *target* de la película son niños y niñas entre los cinco y doce años, un colectivo que se conecta al ordenador habitualmente; por lo tanto, es probable que vea estos *sketchs*.

1.1.4. La *story-line*

La ***story-line*** o breve sinopsis debe tener entre cinco o seis líneas, ser clara y concisa. Si la historia que queremos explicar no se entiende o necesitamos una página para hacerla comprensible, es que nos falla algo.

¿Qué pasa? ¿A quién le pasa? ¿Qué problema tiene? Si el protagonista tiene más problemas, quizá es que estamos escribiendo dos historias y sólo necesitamos una.

Si se trata de un proyecto dividido en capítulos, como en Wall E, también debemos ser capaces de explicar en qué consistirá la serie. Esto nos aclara las propias ideas y ayuda al productor a entender la propuesta, ya que normalmente es el primero que lee el proyecto. Pensemos que el productor suele ser una persona ocupada, que si no nos conoce de nada, dedicará solo unos pocos minutos a nuestro proyecto.

Lo más difícil de la *story-line*, aparte de tener las ideas claras uno mismo, es saber explicar sintéticamente lo que se quiere, saber decir sólo lo que es imprescindible para la historia.

Story-line de Wall E and the Vaccum Cleanner

`Wall E encuentra una Aspiradora, intenta establecer contacto. Por error se le pone en marcha. Primero se asusta, después ya no. Se inventa algún juego con ella. Llega su compañero Cucaracha a curiosear, pero la Aspiradora se lo traga. Wall E desesperado lucha por recuperar el amigo. Al final lo salva.`

1.2. *Shaun the Sheep*, serie de TV

Serie de animación inglesa, producida por Aardman para la BBC desde 2007, de gran éxito y emitida por televisiones de todo el mundo. En noviembre de 2008 ganó el premio Children and Young People en el Internacional Emmy (los óscar de la televisión). Para el 2009 la productora y la cadena tienen previsto el rodaje de nuevos episodios.

Sobre la serie y los personajes puedes visitar la página web: http://www.shaunthesheep.com/

Still Life. Episodio 16 de la primera temporada de la serie: http://es.youtube.com/watch?v=qas27wHba4w&feature=channel_page

Una serie de televisión, sea de animación o no, es la historia de unos personajes contada de forma fragmentada, por capítulos. Por lo general, los personajes de las *sitcom* (comedia de situación o cómica) y de las series de animación evolucionan y cambian muy poco. En cada episodio aparece un problema o conflicto que se resuelve en el mismo capítulo. La trama dividida en tres actos es muy clara: planteamiento, desarrollo y desenlace.

1.2.1. Guión

Cada episodio de *Shaun the Sheep* es de siete minutos. La duración más corriente en las series de televisión es de veintiséis minutos por capítulo, aunque en animación puede ser inferior, de trece o, como en este caso, de siete minutos. Estos tiempos no son al azar, responden a las necesidades de la parrilla televisiva, que tiene que cuadrar con los bloques publicitarios, los programas y llegar justo para el telediario. Las piezas de corta duración, como estos siete minutos de Shaun, son un producto interesante para las cadenas, puesto que cubren huecos entre programas y publicidad. Una parrilla televisiva es un auténtico rompecabezas.

Respecto al guión y los tiempos, siempre se cuenta a minuto por página, y realmente suele ser así. En este episodio veremos como esos siete minutos, que en realidad son seis porque el tiempo restante son careta y créditos, se convierten en seis páginas escritas, aproximadamente.

Still Life

SEC. 1. EXT – PRADO GRANJA - DIA

El Rebaño pasa el rato en su prado. Unas charlan, otras hacen la siesta. Bitzer con su *walkman* está apoyado en la valla.

Granjero se acerca silbando de felicidad. Lleva un caballete y una caja de pinturas.

Bitzer ve al Granjero acercarse, alterado avisa al Rebaño.

BITZER
(Aviso, alarma: "¡Viene Granjero!")
¡Guau!

El Rebaño se pone a pacer simulando ser ovejas ordinarias.

REBAÑO
(Exclamación de "¡Viene Granjero!")
¡Ah!

Bitzer esconde el *walkman* y los auriculares bajo su gorro, da un saludo militar a Granjero, el cual lo mira y sigue.

BITZER
(Aliviado, no les ha pillado.)
¡Buf!

Las secuencias

Están numeradas y deben indicar si es un exterior o un interior. Dónde ocurre y finalmente si es día, noche, amanecer, e incluso la hora cuando es fundamental para la trama.

Los diálogos

Es importante indicar los diálogos, aunque sean solo gemidos o exclamaciones. En el caso de la animación, las bocas tendrán que moverse y después habrá que locutarlo.

El Granjero, en el prado, deja los utensilios de pintura en el suelo al lado de una bala de paja, en donde hay un casete.

GRANJERO
(Feliz)
¡Ah!

El Granjero encuadra con las manos su casa, toma medidas.

GRANJERO
("Perfecto")
¡Aha!

El Granjero instala el caballete y la tela, la caja de pinturas encima de la bala de paja... En ese momento el caballete se inclina. El Granjero lo tiene que poner bien, y luego vuelve a lo suyo.

GRANJERO
("Bueno. Vamos allá")
EeAaah.

Ahora es la tela que se desliza por el caballete. El Granjero algo mosqueado, la pone bien e intenta seguir con lo suyo. Sin tiempo a nada la tela vuelve a bajar. El Granjero se cabrea.

GRANJERO
(Amenaza con el dedo al caballete: "¡Como vuelvas a hacer eso te la cargas!")
¡Arghargh! ¡Uiargh!

El Granjero lo coloca bien. Aun no ha abierto la caja de pinturas, que el caballete entero cae al suelo. Enfadado se lanza encima del caballete. No le vemos, pero sí escuchamos cómo gruñe y con un martillo da golpes.

GRANJERO
(Cabreado)
¡Argh argh!

El Granjero se levanta, ha sujetado bien el caballete. Por fin, emocionado, abre su caja de pinturas.
En la caja hay diferentes tubos de colores, una paleta y una boina al estilo pintor francés. El Granjero se pone la boina y se siente inspirado repentinamente.
Shaun, junto a Shirley y otra oveja, se ríen de la situación.

Los primeros minutos

O decena de segundos cuando se trata de episodios cortos como éste, son instantes fundamentales. Tienen que situar, dar una idea de lo que trata y enganchar. En 20 segundos el espectador sabe que son unas ovejas y un perro que no se comportan como tales, y que el tono es cómico. En esta ocasión algo va a pasar con el granjero: parece que quiere pintar un cuadro.

Las descripciones

Si existe algo gratuito, hay que quitarlo. Las explicaciones tienen que contar los pasos a seguir: Granjero llega / Granjero se instala / Granjero encuadra. El guión no especifica cómo van a ser los planos, pero los puntos y aparte indican que son diferentes imágenes. La cuestión es que el realizador interprete lo que imaginamos de la misma manera.

...El caballete entero cae al suelo...

Esta imagen funciona perfectamente como gag, como efecto cómico visual independiente. Como recurso humorístico utiliza la repetición a tres. Primera: el caballete casi se cae. Segunda: La tela se desliza. Tercera: cae todo, tela y caballete. Ahí además utiliza la exageración: "cae todo", otro recurso también muy utilizado en la comedia.

OVEJAS
(Ríen.)
¡Ja, ja, ja!

El Granjero mueve los brazos para espantar y alejar esas ovejas.

GRANJERO
("Venga, fuera de ahí.")
¡Eps eps eps!

Las ovejas, pilladas in fraganti, se alejan.

Al fin, Granjero prepara su paleta de colores. Pone en marcha el casete, suenan "Las cuatro estaciones" de Vivaldi.

El Granjero empieza a pintar. Bueno, hace garabatos.

El Trío de ovejas miran, sorprendidas. Shaun decide moverse.

El Granjero pinta; algo en su punto de mira le sorprende.

GRANJERO
¡Ah!

Shaun posa en medio del prado, justo al lado de la granja.

El Granjero decide añadir Shaun al cuadro. Coge pintura blanca, la esparce por la paleta y la pinta, en un estilo infantil. Alza la vista para mirar de nuevo y algo le sobresalta.

GRANJERO
¡Aih!

Aparte de Shaun, ahora también está Shirley.

Sin más, el Granjero pinta otra oveja. Y cuando vuelve a mirar...

El rebaño entero lo ocupa todo.

GRANJERO
(Sorpresa y espanto)
¡Argh!

Repetición a tres

Otra vez encontramos el recurso de la repetición a tres con exageración. A la primera: una oveja; a la segunda: dos y a la tercera: todas... Bueno, tantas como caben.

El Granjero tiene las ovejas encima, intenta echarlas y como no lo consigue llama a Bitzer.

GRANJERO
(Silba.)
¡Fiu fiu fiu!

Bitzer lee un cómic, recostado a la valla. Cuando escucha el silbido, se pone en guardia.

El Granjero le empieza a dar instrucciones a Bitzer.

GRANJERO
("¡Échalas!")
¡Eycha!

Bitzer, entre el rebaño, señala una de las ovejas.

El Granjero le indica algo, moviendo los brazos.

GRANJERO
¡A papa apap!

Bitzer agarra la oveja y la coloca hacia atrás.

El Granjero señala hacia otro extremo.

GRANJERO
¡Eycha! ... Ay ay ay.

Bitzer retira otra oveja hacia un lado.

El Granjero sigue con sus instrucciones y moviendo las manos.

GRANJERO
¡Eycha!

Bitzer sigue ordenando ovejas, pero Granjero le pide algo más.

El Granjero da nuevas indicaciones.

GRANJERO
¡Argh argh!

Bitzer alza un poco la cabeza de una oveja, luego una oreja.

GRANJERO
(Alzando el pulgar: "Ok".)
¡Aha!

El rebaño ha quedado perfectamente ordenado. Granjero contento, vuelve a pintar. Dibuja una casa infantil.
Shirley saca la lengua y las otras dos ovejas se ríen.

Bitzer, recostado en la valla, las oye y se pone en guardia.

Ahora Shaun hace una mueca, las otras se parten de risa.

BITZER
(Enfadado: "Ya basta de tonterías.")
¡Guau!

El Trío deja de reír en seco. Bitzer les clava la mirada, con los dedos señala los ojos, amenazante.

BITZER
(Gruñe: "Os vigilo".)
¡Grrrr!

Las ovejas se quedan quietas y aburridas. Bitzer, satisfecho.
El Granjero sigue pintando, pero se le acaba la pintura blanca.

GRANJERO
("Vaya")
¡Argh argh!
(Comprueba que no queda gota.)
¡Archrs!
("Voy a buscar más.")
Argh.

Bitzer ve marcharle y aprovecha para mirar el cuadro.

Imagen del cuadro: dibujo simple e infantil.

Bitzer mira los trastos de pintura emocionado. Se asegura que el Granjero no está y hace unos retoques. Pinta con afición.

Imagen cuadro: Está añadido Bitzer, con trazo infantil.

Continúa pintando pero algo no va bien.

Exageración

Como recurso cómico: Granjero manda ordenar el rebaño como si se tratara de simples objetos, buscando la "belleza". Al final lo exagera más con el movimiento de las orejas de la oveja.

Imagen cuadro: La figura de Bitzer chorrea.

Bitzer sobresaltado, coge un trapo y frota... Algo va mal.

BITZER
¡Argh!

Imagen cuadro: en medio, una mancha horrible.

Bitzer no sabe qué hacer... Detrás tiene el rebaño de ovejas.

OVEJAS
(Niegan con la cabeza.)
¡Tse tse tse!

SEC. 2. INT – CASA GRANJERO - DÍA

El Granjero, en la cocina, pensativo, donde ha dejado la pintura blanca. Mira debajo del armario del fregadero, remueve todo.

SEC. 3. EXT – PRADO GRANJA – DIA

Shaun se acerca al cuadro, aparta a Bitzer, se pone la boina de pintor y piensa en cómo arreglar el desastre. Luego pinta. El rebaño observa atónito. Bitzer se tapa la cara, asustado.

Shaun pinta emocionado, un pincel por mano, saca la lengua. Imagen cuadro: paisaje estilo realista. Es un buen trabajo.

SHAUN
(Satisfecho: "¿Qué os parece?)
¡Beeee!

El rebaño observa, Timmy tiene algo que decir.

TIMMY
¡Beeee!

Su madre, que le lleva a cuestas, le acerca al cuadro y sigue sus instrucciones. Le moja la cara en la paleta y la estampa en la tela. Repite la operación tres veces.

Imagen cuadro: tres caritas de Timmy en medio del cuadro.

El rebaño y Bitzer, estupefactos, se acercan al cuadro.

SEC. 4. INT – CASA GRANJERO - DÍA

El Granjero busca la pintura en la sala. Todo está revuelto por todos lados. Tiene abierto un armario y va sacando cosas.

SEC. 5. EXT – PRADO GRANJA – DÍA

Todas las ovejas pintan, cada una a su bola. Timmy con un palo da golpes a la tela. Dejan de pintar y miran.

Imagen cuadro: imitación de la Gioconda con cara de oveja.

OFF OVEJAS
¡Beeee!

Las ovejas vuelven a la carga. Timmy pinta con un spray. A Shaun no la dejan intervenir. Miran el resultado divertidas.

Imagen cuadro: pintura abstracta de ovejas.

OFF OVEJAS
(Divertidas)
¡Beeee!

SEC. 6. INT – CASA GRANJERO - DÍA

El Granjero continúa buscando, en la despensa de la cocina.

GRANJERO
¡Aha!

Por fin, sale de la despensa con un bote de pintura.

SEC. 7. EXT – PRADO GRANJA – DÍA

La situación es caótica. Todas pintan hasta que caen al suelo el cuadro. Bitzer y Shaun miran la escena.

Las ovejas llenas de pintura... Oyen el silbido de Granjero, que acaba de salir de casa y vuelve.

Bitzer y Shaun temen lo peor.

Granjero se acerca silbando.

Bitzer y Shaun hacen levantar las ovejas y se las llevan.

El Granjero llega y lo ve todo hecho un asco.

GRANJERO
¡Oh!
("Esto es un desastre.")
¡Oho! ¡Oho!
(Gruñe enfadado mirando el grupo.)
¡Grrr!

El rebaño sin saber qué hacer aguanta la bronca.

El rebaño se agrupa, asustado, se esconde detrás de Shirley.

El Granjero recoge el caballete y mira el cuadro.

Imagen cuadro: manchas de colores de tamaños diferentes.

Llega una limusina y se detiene. Se baja el cristal negro de la parte posterior y Granjero se acerca. Un brazo de hombre con un enorme anillo brillante se estira y señala el cuadro.

GRANJERO
¿Aha?
("¿Eso de ahí?)
¿Ah?

El brazo saca un fajo de billetes. Granjero sorprendido.

El rebaño atento, todavía escondido tras Shirley.

El Granjero entrega el cuadro por la ventanilla de la limusina y recoge el fajo de billetes. El coche arranca.

El rebaño sale de detrás Shirley.

El Granjero contento, guarda los billetes y se acerca a las ovejas. Contento coge a Timmy en brazos.

GRANJERO
(Emocionado)
¡Ohohohoho!

Besa y abraza a Timmy. Las ovejas y Bitzer miran asombrados.

El Granjero corre por el prado, primero con el pequeño, luego ya no, hace alguna volteretas feliz. Saltando de alegría. El rebaño le observa.

GRANJERO
(Alza los brazos de felicidad.)
¡Uhu! ¡Uhu!

Al final Shaun, Bitzer y el rebaño se ponen a reír. Granjero sigue saltando de alegría.

1.2.2. Escaleta

El capítulo de Shaun the Sheep está dividido en secuencias, aunque sean pocas. El paso previo a la escritura del guión siempre tiene que ser la escaleta secuenciada de la historia.

La sinopsis inicial hay que dividirla en secuencias, pero lo más importante no es explicar exactamente todo lo que ocurre en cada momento, sino que cada secuencia explique los giros y puntos dramáticos; esos puntos que hacen que la historia siga adelante.

Escaleta "Still Life"

SEC. 1. EXT – PRADO GRANJA - DÍA

Granjero quiere pintar un cuadro de su casa, justo desde el prado donde está el rebaño de ovejas. Se instala y empieza a pintar. Shaun se pone de modelo y Granjero también la pinta. Después es Shirley quien posa y también la añade. Al final todo el rebaño amontonado y Granjero manda a Bitzer ordenarlas y así podrá continuar con su cuadro.

Buscar lo que hace avanzar la historia

Que todas las ovejas acaben posando para el cuadro va a implicar que se termine la pintura blanca y que Granjero tenga que ir a por más, lo que generará el verdadero conflicto del capítulo.

A Granjero se le termina la pintura blanca y tiene que ir a por más. Cuando la pintura queda sola, Bitzer aprovecha para acercarse y dibujarse a sí mismo. Pero sin querer hace una mancha en medio del cuadro.

La historia

Hasta el momento se ha planteado la historia, estamos dentro del primer acto. Cuando Granjero se larga y deja el cuadro a solas, aparece la nueva situación que generará el conflicto que nos lleva al segundo acto.

SEC. 2. INT – CASA GRANJERO - DÍA

Mientras, Granjero busca en casa la pintura, sin encontrarla.

SEC. 3. EXT – PRADO GRANJA – DÍA

Shaun intenta arreglar el desastre del cuadro, y lo consigue, pero no es del agrado del resto. Timmy, con la ayuda de su madre, hace unos retoques y queda desastroso.

SEC. 4. INT – CASA GRANJERO - DÍA

El Granjero sigue buscando sin éxito la pintura.

SEC. 5. EXT – PRADO GRANJA – DÍA

Todas las ovejas pintan descontroladas, hacen diversas pruebas y ninguna les gusta.

SEC. 6. INT – CASA GRANJERO - DÍA

Granjero al fin encuentra un bote de pintura blanca.

SEC. 7. EXT – PRADO GRANJA – DÍA

Las ovejas siguen pintando hasta que la lían y todas caen por el suelo dejándolo todo perdido.

Granjero ya viene y todo está hecho un asco. No hay tiempo de arreglar nada.

Granjero se enfada muchísimo, pero al final todo sale bien. Aparece un supuesto coleccionista de arte que paga una fortuna por el cuadro. Así pues Granjero gana un dinero y todos contentos.

El conflicto del episodio

El conflicto del episodio es el desastre del cuadro, y ocurre en el segundo acto. Luego ese conflicto se complica aún más y nos lleva al clímax, al tercer acto: el cuadro ya no puede estar peor y, por si fuera poco, Granjero ya ha encontrado lo que buscaba y está de vuelta. Estamos en una situación límite para las ovejas.

Aparte, la repetición del tres se repite en la estructura del capítulo. Hasta tres veces vemos la casa de Granjero, y a la de tres es cuando encuentra el bote de pintura. Hasta en tres bloques de imágenes vemos a las ovejas pintar el cuadro: en el primer bloque Shaun y después Timmy. En el segundo todas. En el tercero todas; es cuando lo estropean todo.

El desenlace final

El desenlace final, con *happy end* incluido, además termina con sorpresa final. La estructura es la del *sketch*, una situación que se complica y termina con una sorpresa, o sea, busca la manera de sorprender al espectador.

1.2.3. La biblia

Shaun the Sheep es una serie para la televisión, por lo tanto antes de empezar a escribir los capítulos de forma independiente, hay que elaborar una biblia inicial, el documento con la información necesaria para iniciar el rodaje o diseño del proyecto.

La biblia debe contener la *story-line* y sinopsis, la explicación del proyecto, de qué tipo de serie se trata, el tono, la descripción de los personajes principales y de las localizaciones. Si se trata de un episodio semanal, además debe incluir la sinopsis de los primeros trece capítulos y el guión acabado del primer episodio.

Lo corriente es pactar un bloque de capítulos inicial. Suele ser de trece episodios, que es lo equivalente a tres meses de emisión, un trimestre. A veces pueden pactarse directamente veintiséis episodios, que es lo mismo que dos trimestres en antena. Después, según el éxito, se hará otro paquete de trece o veintiséis capítulos.

En animación la biblia también debe incluir el diseño gráfico de las localizaciones y los personajes. Por lo tanto, las descripciones de los personajes no son minuciosas en los rasgos físicos. Como en todo lo referido al guión, deben ser explicaciones simples y concretas, fáciles de entender.

Personajes de *Shaun the Sheep*

Shaun

Shaun es una oveja que no sigue nunca al rebaño. Curiosa, imaginativa y traviesa, su personalidad alegre la hace diferente a las otras. La mezcla de entusiasmo e inexperiencia a menudo le causa problemas y le mete en situaciones difíciles, pero por lo general sale bien parada, puesto que tiene recursos suficientes.

Popular con el resto del rebaño es un líder natural. A pesar de su temeridad, tiene un inherente sentido de la responsabilidad y tratará de corregir el caos que provoca.

Bitzer

Bitzer, el perro pastor que tiene que estar siempre atento, con un ojo encima de su rebaño rebelde, sólo quiere una vida tranquila, pero esto es lo último que recibirá cuando está cerca de Shaun. A pesar de las payasadas de la oveja, tiene una actitud tolerante, pero está dispuesto a ponerse serio,

Descripción de los personajes

Es importante en la descripción de los personajes, sea de serie o película, establecer la relación entre ellos, quién se lleva bien con quien, quiénes se pelean... Son las pistas que deberemos emplear para confeccionar el guión.

Nota

Puedes descargarte las descripciones en inglés en la página web de *Shaun the Sheep*.

si las cosas se ponen fuera de control. Incluso participa de algunas locuras de Shaun, siempre y cuando Granjero no se entere.

Se comporta como un capataz de fábrica: control de las ovejas en el campo; lleva una agenda de empleados, una taza de té y bocadillos para el trabajo. A menudo se distrae de la pesadez del trabajo escuchando su walkman o haciendo el crucigrama, lo cual da a Shaun la oportunidad de hacer las mil y una a sus espaldas. Aunque Shaun es una fuente constante de exasperación, la relación entre ellos es amistosa. Aunque Bitzer, en última instancia, mantiene lealtad a Granjero (no va a morder la mano que le alimenta).

Granjero

El Granjero es un personaje solitario, las pequeñas celebraciones las hace sólo con el fiel Bitzer. Lleva su negocio con tenacidad y expresa poca emoción, salvo la frustración cuando las cosas van mal, o perplejidad frente algunas payasadas de Shaun. Sin embargo, tenemos algunas pistas de su vida interior: es entusiasta de las nuevas tecnologías y tiene una secreta pasión por el tambor y el bajo.

Como todos los humanos de la serie, lo vemos a partir de los animales y el punto de vista de su discurso es como una serie de gruñidos y murmullos. No es consciente de que los animales de su granja no son normales (Bitzer está decidido a mantenerlo de esa manera, el granjero no debe saber lo que ocurre a sus espaldas).

El rebaño

En su mayor parte, son las típicas ovejas: pasarían el día pastando y comiendo. Pero cuando Shaun tiene una idea en la cabeza, están muy contentas de seguirle y ver qué ocurre. Son divertidas e incluso fácilmente influibles; le proporcionan a Shaun un público entusiasta de sus travesuras; de buena gana se lanzan a los planes de Shaun. Pero también pueden ser torpes, cobardes y no son demasiado brillantes. Su incompetencia, con frecuencia, choca con Shaun, que más ambicioso, las explota.

Si bien son principalmente un grupo de animales indistinguibles y que suelen actuar como una sola oveja, hay unos pocos personajes más individualistas que destacan dentro del grupo:

Shirley

Cuatro veces el tamaño de cualquier otra oveja, Shirley tiene que ser empujada de un lugar a otro y come casi cualquier cosa que encuentre en su camino. También es útil como trampolín o ariete. Su amplio vellón proporciona un escondite para toda clase de artículos impensables.

Timmy

Adorable pero quizás no tan inocente como parece, Timmy es un bebé de oveja, con su chupete. Posee una alarmante propensión a meterse en situaciones peligrosas.

La madre de Timmy

La madre de Timmy (con rizadores en el cabello) no tiene una actitud muy maternal, pero cuando su niño se extravía –como lo hace con frecuencia– es inconsolable hasta que lo tiene de nuevo en sus brazos.

Los cerdos traviesos

Instalados en un patio junto al campo de las ovejas, esos traviesos cerdos son la pesadilla de Shaun. Burlones, irritables y codiciosos, su mayor placer es perturbar los planes de Shaun, a pesar de que son demasiado perezosos para tener buenas ideas por ellos mismos.

Descripciones

No muy extensas, pero nos dan los suficientes datos para saber cómo van a actuar frente a una situación. Esa es la función que debe tener este documento, saber qué harán si, por ejemplo, se les aparece una nave de extraterrestres. Así, por lo pronto, se me ocurre que todas van a saltar y a esconderse dentro del vello de Shirley.

1.2.4. La *story-line*

La biblia contiene las *story-lines* de todos los capítulos. De esa manera se organizan las tramas y unos capítulos pueden inspirar a otros. También es una forma de repartir el trabajo entre un equipo de guionistas y que todo siga el mismo tono, sin incoherencias.

Vale la pena aprovechar que en la web de "Shaun the Sheep" han colgado las sinopsis de la serie para echarles un vistazo. Cuando escribes una *story-line* o sinopsis intentas sintetizar al máximo. Cuando luego lees lo que escribe un

equipo como el de Shaun, te das cuenta de que ésta debe constar de dos líneas en vez de cinco, y aún más sintetizado de como te lo imaginabas. Es solamente una idea sobre la cual habrá que trabajar para convertirla en capítulo.

La *story-line* "STILL LIFE"

"The Farmer takes up oil painting and is determined to paint a masterpiece. But when his back is turned, Shaun Co. decide to have a go."

***

El Granjero toma sus utensilios de pintura, está decidido a pintar una obra maestra. Pero cuando da la espalda, Shaun y compañía deciden que uno vaya a meterle mano a la pintura.

La *story-line*

En estas dos líneas imaginamos de qué puede ir el capítulo, pero hay mucho que hacer. El carácter de los personajes nos guiará en el desarrollo de esta trama.

1.3. *Lupe y Bruno*, cortometraje

El **cortometraje** es una producción audiovisual o cinematográfica que dura sustancialmente menos que el tiempo medio de una película de producción normal. La duración de un cortometraje puede ir desde menos de un minuto hasta los treinta minutos. Entre treinta y sesenta minutos se consideran mediometraje. A partir de una hora de duración es un largometraje.

La finalidad del cortometraje es contar una historia, pero que tiene que conseguir la atención del espectador en muy poco tiempo. Comparte los mismos géneros que las películas, el factor diferencial es el tiempo, lo que evidentemente les convierte en un producto audiovisual de menor coste y, por lo tanto, es una buena plataforma para poder experimentar y, en muchos casos, hacer los primeros pinitos. Son muchos los directores y guionistas que han empezado realizando cortos para después dar el salto al largo.

Lupe y Bruno es el segundo trabajo de un equipo que ha conseguido crear su propia productora de animación. Puedes visitar su web: http://www.stopmotion.cat/ y descubrir algo más sobre el tipo de animación que utilizan, el *stop motion*, la técnica de rodar fotograma a fotograma; la misma que utiliza Tim Burton para sus películas.

Puedes saber algo más en:

http://www.youtube.com/watch?v=QkA4z2Xbm78 (1.ª parte)

http://www.youtube.com/watch?v=wlH9zJHv7kI&NR=1 (2.ª parte)

Lupe y Bruno es un corto de cinco minutos y medio, realizado con la técnica del *stop motion*. Fue el segundo trabajo de la productora I+G Stop Motion y con él ganaron una treintena de premios a nivel internacional.

1.3.1. Guión

El proceso para crear un cortometraje es el mismo que para escribir un largometraje, aunque tampoco difiere de los pasos necesarios para hacer el guión de un *sketch* o una serie. Es una historia y por lo tanto debe tener planteamiento, desarrollo y desenlace.

En este corto todo ocurre en el mismo lugar, aunque hay saltos en el tiempo que tendrán que estar bien marcados en el guión.

Es una historia que empieza y termina, no conocemos los personajes de antemano, ni el set o localización, por lo tanto hay que describirlos bien, así como todos los elementos que la historia necesita para tirar adelante.

Lupe y Bruno

EXT – ESTACIÓN TREN - DÍA

Lupe, una niña de ocho años espera el tren en la estación de su pueblo. El pueblo queda como fondo, en segundo plano. Lupe lleva dos coletas altas atadas con una goma rosa. Unas enormes gafas redondas y rojas que le ocupan buena parte de la cara. Lleva un jersey rojo, pantalones beige con zapatos y una mochila de escuela en la espalda. Está sola y ve acercarse a alguien.

Es Bruno. Llega a la estación andando pausadamente por un extremo del andén. El niño tiene la misma edad que Lupe, lleva el pelo corto y negro, peinado de forma moderna, flequillo largo y estirado echado hacia delante. Viste un jersey de rayas azules y un pantalón de peto también azul. En la mano lleva la cartera del colegio.

Lupe sonríe, ya conoce a Bruno; pero él mira disimuladamente al suelo, tiene vergüenza. Se detiene cerca de Lupe, manteniendo las distancias. Incluso despista al mirar por todas partes menos a la niña, mientras silba. Lupe en cambio no le quita el ojo, está ilusionada con la llegada de Bruno.

Lupe cierra los ojos y sonríe extasiada, queda claro que está enamorada del niño.

LUPE
(Suspira: "Qué guapo es.")
¡Umm!

De la cabeza le sale un globo de cómic donde vemos lo que está pensando: Lupe vestida de novia y Bruno tímido a su lado. Ella le da un beso en la mejilla.

El globo desaparece y Lupe abre los ojos emocionada. Mira a Bruno y algo se le ocurre.

LUPE

("¡Ya sé que voy a hacer!")
¡Ahum!

Lupe se acerca a Bruno, que sigue disimulando, y le llama.

LUPE
¡Ei!

Cuando Bruno la mira, Lupe cierra los ojos y pone labios insinuadores, esperando un beso.

LUPE
(Sonido de beso)
Mmmmmm

La reacción de Bruno es apartarse, agarra la cartera fuerte como para protegerse y mira a Lupe de reojo. Ella sigue esperando el beso, pero al fin abre los ojos. Cuando ve a Bruno algo lejos y asustado, deja de apuntarlo con los labios.

LUPE
(Decepcionada)
Oh

Bruno incluso está sonrojado. Lupe, después de la primera decepción, parece que tiene otra idea.

LUPE
Ah!

Lupe se va corriendo. Bruno permanece impasible e inmóvil.

Se escucha música de samba brasileña. Vuelve Lupe vestida de novia, la falda arremangada para no tropezar y una larga cola de tul, que arrastra por el andén.

A Bruno le entra pánico, ve a saber de qué es capaz Lupe.

Ella sigue aproximándose, pero la larga cola arrastra algo de basura, unas latas y ahora se le engancha en la pequeña baranda del andén. Lupe queda encallada y se cae hacia atrás, con lo cual el zapato blanco de novia sale disparado y golpea la cabeza de Bruno. Lupe se incorpora.

LUPE
(Sorprendida)

¡Oh!

Bruno sigue sin moverse, pero el golpe le ha hecho daño, está a punto de echarse a llorar.

BRUNO
(Sollozos)
Snif, snif.

En ese momento llega el tren. Una especie de nave especial en forma de píldora con cuatro pequeñas ventanillas de ojo de buey. La vía va por arriba y el tren va colgado del techo. El vagón se detiene unos segundos, tapando a Bruno y a Lupe.

El tren arranca y en la estación no queda nadie. En el suelo está la cola del vestido de novia.

PASO DE TIEMPO. Un sonido acelerado, vemos cómo se hace de día y de noche varias veces, hasta que todo frena, las imágenes y el sonido.

Llega el tren en la misma dirección en la que se fue, está de vuelta. Igual que antes, el vagón se detiene, pasan unos segundos, se escucha el sonido de las puertas que se abren y cierran, alguien que baja. Después el tren arranca.

En la estación, de espaldas a la vía y al espectador, Bruno y Lupe acaban de apearse. Los personajes son los mismos pero ha pasado tiempo, se les ve algo mayores, preadolescentes. Lupe ya no lleva mochila, debajo del brazo tiene una carpeta rosa. Bruno lleva una cartera en la espalda tipo mochila. Aunque ha pasado mucho tiempo, Bruno lleva una tirita en la frente, donde Lupe le dio con el zapato.

La tirita

Este elemento hace sonreír, porque te imaginas lo que ha pasado: es otra de tantas intentonas fallidas de Lupe para "pescar" a Bruno. Aunque ha pasado el tiempo, todo sigue igual, la relación no ha cambiado.

Bruno se va a marchar hacia su lado de andén, pero Lupe corre a ponerse frente a él. Cierra los ojos de forma insinuadora y tira su carpeta al suelo. Hace un gesto para inclinarse a coger la carpeta, pero su postura femenina, con la falda corta, le impide agacharse.

LUPE
(Simula agacharse: "¡Ay! no puedo.")
Oh.

BRUNO
(Suspira cansado: "Ya estamos como siempre.")

¡Buf!

Lupe mira con sorpresa cómo Bruno se niega a recogerle la carpeta. Lupe reacciona y se le ocurre otra estrategia.

LUPE
(Pensativa... "Ya lo tengo.")
¡Aha!

Lupe se desabrocha el zapato y corre hasta alcanzar a Bruno; se detiene frente a él y le señala su zapato dictatorial.

LUPE
¡Tú!

Bruno mira el zapato desabrochado y niega con la cabeza. Lupe primero se enfada, pero inmediatamente cambia de estrategia. Se pone las manos en la cabeza y simula encontrarse mal.

LUPE
(Sollozos)

Bruno, resignado, se agachaba y abrocha el zapato. Lupe sonríe satisfecha. Aprovechando que Bruno está agachado, Lupe se levanta la falda y muestra sus braguitas, con un corazón con una B a un lado y una L al otro, se escucha la música de samba brasileña de antes.

LUPE
¡Ei!

Bruno queda petrificado por la imagen y se desmaya de la impresión. Lupe se baja la falda de inmediato y se marcha corriendo.

PASO DE TIEMPO, de la misma manera que el anterior.

La estación de tren vacía. Escuchamos pasos y entra Lupe.

Está clarísimo que han pasado algunos años. Lupe se ha convertido en toda una chica, alta y delgada. Sigue llevando coletas, sus gafas rojas tienen forma ovalada, son sofisticadas. Lleva jersey rojo, falda muy corta de piel y leotardos. Se detiene en el andén, se coloca bien la falda, y después los pechos, se asegura de que estén firmes en el centro. Estos gestos van acompañados de un repique de tambores.

Resolución

Es la tercera vez que Bruno y Lupe se van a encontrar en la estación. Algo distinto tendrá que ocurrir para que no se haga aburrido. Nos vamos hacia el tercer acto y, por consiguiente, a la resolución de estos encuentros.

Llega Bruno, con el mismo caminar lento y apático de siempre. La mirada perdida en las baldosas del arcén. Al igual que Lupe, también ha crecido, lleva pantalones vaqueros anchos modernos, jersey negro y la cartera colgada en bandolera.

Lupe mira de reojo a Bruno y sonríe. Él llega hasta su lado y se detiene, mirando el suelo. No se dicen nada, pero ella no le quita el ojo. En cambio Bruno está muerto de vergüenza.

Lupe se decide y se acerca disimuladamente. Bruno se separa tímidamente. Lupe sonríe, satisfecha de intimidarle. Pero esta vez, Bruno le pone la mano en el culo.

LUPE
(Mira a Bruno muy sorprendida.)
Oh

Bruno sigue disimulando, como quien no ha hecho nada, pero tampoco retira su mano, al contrario, con la otra mano le toca el pecho. Lupe estupefacta, mira la mano de Bruno, todavía en su pecho y al final le da una buena bofetada. Ofendida, cruza los brazos y se queda quieta a su lado. Bruno avergonzado mira el suelo.

BLOQUE CRÉDITOS

Lupe y Bruno en la estación esperando el tren. Ella sigue con los brazos cruzados, ofendida.

BLOQUE CRÉDITOS

Lupe y Bruno en la estación. Ella le mira de reojo y sonríe.

BLOQUE CRÉDITOS

Lupe sigue mirando de reojo a Bruno, sonríe. Finalmente le da un beso en la mejilla. Bruno sólo se la mira de reojo.

Llega el tren y se detiene. Se escucha sonido de abrir y cerrar puertas.

BLOQUE CRÉDITOS

El tren arranca. Lupe y Bruno siguen en el andén, besándose apasionadamente.

Sorpresa

Vienen los créditos, el espectador piensa que ha terminado y al final es una historia sin más. Pero no va a ser así, esa va a ser la sorpresa final del corto.

Repetición del tres

Otra vez encontramos la repetición del tres. Hemos llegado al final, pero todavía nos espera un gag para cerrar la historia.

```
Fundido en negro en forma de corazón. Antes de negro total
vemos la mano de Lupe que toca la entrepierna de Bruno.
```

1.3.2. Escaleta

Una película, una serie, suele tener la trama principal y un par de secundarias. En los cortos, no hay tiempo para contar muchas cosas, de manera que suele haber solamente la trama principal. Cada trama debe seguir unos pasos, unos puntos que hacen avanzar la historia.

Escaleta de *Lupe y Bruno*

El corto de Lupe y Bruno no tiene cambios de secuencia, y, por lo tanto, la escaleta se puede organizar buscando esos puntos básicos, entre siete y diez, los cuales están repartidos en los tres actos.

Puntos de la escaleta de Lupe y Bruno:

1) (Inicio del primer acto) Lupe espera el tren como cada día. Llega Bruno, un niño como ella.

2) Lupe está enamorada de Bruno, pero él no le hace caso.

3) (Complicación del problema en el segundo acto) Cualquier intento de ella sólo consigue empeorar la situación.

4) Pasan los años y Lupe sigue soñando con Bruno.

5) Bruno está cansado de ese acoso de Lupe.

6) Pasan los años y Lupe sigue intentando seducir a Bruno.

7) (Crisis) A Bruno al fin se le despierta la pasión por Lupe y actúa.

8) (Clímax del tercer acto) Lupe se siente ofendida porque no es ella la que ha tomado la iniciativa.

9) Lupe y Bruno se besan apasionadamente.

1.3.3. La *story-line* o sinopsis

Para escribir una historia antes hay que tener la idea y poder contarla con cinco o seis líneas (la *story-line*). Esa idea inicial es la que después tendremos que seguir y serle fiel. Nos puede parecer una *story* muy simple, pero en el fondo todas las historias tienen esa *story-line* simple.

Story-line* de *Lupe y Bruno

El corto de *Lupe y Bruno* puede ser tan simple como:

```
"Lupe quiere a Bruno. Bruno no quiere a Lupe. Es una historia de
pasiones incontrolables, de amores imposibles. Al final los dos se
van a enamorar."
```

No nos cuenta nada nuevo, eso hay que verlo después. Lo que importa es CÓMO lo vamos a contar, y eso se va a empezar a ver en la sinopsis, después en la escaleta y finalmente en el guión. Es un proceso gradual que consiste en ir dilatando la historia.

2. Etapa 2. La ficción

2.1. *Los Soprano*, serie de TV

Actualmente dicen que los buenos guionistas de Hollywood trabajan para la televisión. Lo cierto es que hay muy buenas series norteamericanas, algunas de ellas originales, creativas, técnicamente impecables. Prueba de ello es el enorme éxito que tienen entre el público americano y europeo, y en todas partes. Por lo general son series de capítulo por semana, que duran cinco, seis y hasta diez temporadas o más; sobre los veinticuatro episodios, lo que equivale a unos seis meses de emisión por año.

Aunque lo habitual es visionar el capítulo de tu serie favorita el día y hora que se emite en televisión, cada vez es más frecuente encontrar un público, sobre todo joven, que prefiere ver la temporada entera de golpe, un episodio tras otro, tumbado en el sofá, sin interrupciones publicitarias y en el momento que más le apetece.

Los Soprano

Tumbarse en el sofá con una pantalla de un mínimo cuarenta pulgadas. Éste es parte del éxito de series como *Los Soprano* o *Lost*. Hace treinta años seguramente se habrían creado como producto para el cine. Sólo hay que ver cómo empieza la serie de "Los Soprano", el episodio piloto de la primera temporada. Tony Soprano en la consulta del psiquiatra, en un diálogo con *flashback* que dura casi treinta minutos. En esa conversación y con la ayuda de los *flashbacks*, vamos desvelando la personalidad, el entorno laboral y profesional de uno de los personajes principales, así como el tema principal de la serie. Las imágenes, los planos, el ritmo... el concepto es de cine.

Derechos de autor

Prefiero pensar que a quien le interesa una serie la compra en DVD y no la baja de Internet. No quiero ser aguafiestas, pero bajarse películas y series significa que el autor no va a cobrar derechos de autor por ese consumo ni el productor ni el director. Si los autores tienen menos ingresos, podría no interesarles producir y dejarían de hacer series y películas. En Estados Unidos, por el momento, va a ser difícil que ocurra, pero en países de menor producción, como en España, tal supuesto podría no estar muy lejano.

2.1.1. Guión de la primera secuencia de la primera temporada de *Los Soprano*

En los primeros minutos de una serie nueva hay que explicar muchas cosas y se ha de ser lo suficientemente atractivo para enganchar al público. El espectador tiene que sentir que le van a contar algo nuevo o diferente o interesante, que le van a despertar la curiosidad y su querer saber más.

Los primeros diez minutos de una historia son claves. Tienen que enganchar; de lo contrario el espectador no tardará mucho en cambiar de cadena. En el caso de los Soprano lo consigue de una forma no habitual, en la consulta con una psiquiatra. Lo fácil hubiera sido empezar con unos puñetazos, algo que llamase la atención. En cambio el propio autor se lo pone difícil. Lo que podría ser un diálogo aburrido entre médico y paciente, el guionista hace que se convierta en un buen gancho, contando además lo imprescindible para seguir el argumento y atrapar al espectador.

Los Soprano

Puedes ver el episodio piloto en versión original:
http://www.tv-video.net/video/html/content_2439.htm

Doblada al español (faltan los créditos y algo más, pero son los diez primeros minutos, que es lo que nos interesa):
http://www.youtube.com/watch?v=c_sl2eqnrds&NR=1

Doblada al italiano (esos diez minutos):
http://www.youtube.com/watch?v=12uu_GPgjsQ

Guión de *Los Soprano*. Episodio 1

En este caso vamos a dividir la secuencia en diferentes escenas, las cuales forman parte de esa primera secuencia inicial. Desconozco si el guión original está dividido de esta forma; para nosotros va a ser más fácil y productivo analizarlo así. De hecho, la suma de estas escenas da lugar a un fragmento narrativo con sentido completo, es decir, da lugar a una secuencia.

SEC. 1 – INT. CONSULTA MÉDICA DRA. JENNIFER – DÍA

Escena 1. Int. Sala de espera de la consulta. Día

En la careta de entrada, mientras salen créditos, vemos un hombre de mediana edad fumando un puro y conduciendo un coche por las calles de New Jersey. Detiene el vehículo y baja.

Protagonista y situación

No sabemos nada de la serie, en los créditos aparece este personaje. Podemos deducir que es el protagonista. Luego se confirma: Tony Soprano. Es la primera frase que se pronuncia en la serie "Señor Soprano". Las imágenes también nos sitúan; la acción ocurre en New Jersey.

Tony Soprano tiene unos cincuenta años de edad, claros rasgos italianos, vestido con un pulóver negro y pantalón gris. Lleva un anillo y una pulsera de oro en una mano y un reloj también de oro en la otra. Espera sentado en la sala de espera de una consulta. No se siente muy cómodo, es la primera vez que lo visita y lo inspecciona todo. Le llama la atención la escultura de una mujer desnuda.

Abre la puerta de su consulta la psiquiatra Dra. Jennifer Melfi, una mujer de unos 45 años, vestida con pantalón chaqueta en tonos marrones, su aspecto es el de persona pulcra.

DRA. JENNIFER
(Sonriente)
Sr. Soprano.

TONY
(Algo tenso, va a ponerse en pie.)
Sí.

Escena 2. Int. Consulta Dra. Jennifer. Día.

La Dra. Jennifer espera en pie a que Tony entre en su consulta y cierra la puerta. Tony se detiene en el centro de la habitación, donde hay dos sofás. Decoran la sala unas estanterías

con libros, el título universitario colgado de la pared, todo en madera de forma que le da un aire robusto y firme. Él espera, se pone las manos en los bolsillos.

DRA. JENNIFER
(Autoritaria)
Siéntese.

TONY
(Señala un sofá y el otro: "¿En cuál me siento?")

DRA. JENNIFER
(Mueve los brazos: "En donde quiera")

Tony se sienta en uno de ellos. Cruza las piernas.

TONY
(Echa una mirada a la doctora.
"Ahora: ¿Qué me vas a contar?")
¡Ehem!

Tony da una mirada a la sala.

La Dra. Jennifer se ha sentado en el otro sofá y se pone unas gafas. Le dan un aire de más rectitud. Mira a Tony, esperando a que diga algo.

Tony golpea suavemente el brazo de su sofá, también está a la expectativa. Mira hacia los lados, al final la mira a ella.

DRA. JENNIFER
Me ha dicho el doctor Cusamano, su médico de cabecera, que sufrió usted un colapso...

Tony sigue a la expectativa, no está del todo de acuerdo con los supuestos de la doctora.

DRA. JENNIFER
¿Pudo ser un ataque de pánico? ¿No podía respirar?

TONY
(Despreocupado)
Dicen que fue un ataque de pánico. Por supuesto todo el tema de la sangre... las pruebas... neurológicas dieron negativo... Y me han mandado aquí.

DRA. JENNIFER

Contar cosas sin palabras

El recurso que nos ofrecen las imágenes hay que aprovecharlo. Han pasado 2 minutos y 40 segundos. Casi no se han cruzado palabra pero sabemos suficiente. Tony, un hombre de clase media alta, aspecto poco convencional. Algo le ocurre a Tony, por eso está ahí.

El diálogo sólo debe explicar lo que no se puede entender con imágenes.

Información dosificada

La forma en que Tony dice a qué se dedica nos hace sospechar que hay algo más. Cada vez queremos descubrir más de ese personaje.

De manera que nos va enganchando, como en una telaraña.

Le parece que ¿tuvo un ataque de pánico?

TONY
(Cansado de la situación y en desacuerdo con la doctora)
¡Buaf!

DRA. JENNIFER
¿Cómo se siente ahora?

TONY
(Algo pasota pero sin faltar)
Bien... ¡Genial!... Ya trabajo.

OFF DRA. JENNIFER
¿A qué se dedica usted?

TONY
A la gestión de desechos.

Quedan unos segundos en silencio. Ella espera, él despista.

TONY
Oiga, para mí es imposible hablar con un psiquiatra.

DRA. JENNIFER
(Sin inmutarse)
¿Tiene alguna idea de por qué perdió el conocimiento?

TONY
Pues no. El estrés tal vez.

DRA. JENNIFER
Pero ¿por qué?

Tony piensa, no lo tiene claro, se rasca la cabeza...

Escena 3. Flashback: Casa familiar Soprano. Amanecer.

Casa ajardinada grande, americana. Empieza de noche y va clareando. Tony cuenta lo que le pasó ese día.

OFF TONY
No lo sé. La mañana del día en que me pasó había estado pensando.

Tony en la cama desnudo, tapado con una sábana, le vemos parte del torso, lleva un tatuaje en el hombro izquierdo.

OFF TONY
(Sincero, reflexivo)
Es bueno estar en algo desde el principio, y yo he llegado tarde a todo... No sé, además últimamente tengo la sensación de que llego al final.

Tony en el jardín de su casa, vestido con una bata, anda hasta la entrada.

OFF TONY
Cuando lo mejor ha acabado.

DRA. JENNIFER
Creo que muchos norteamericanos tienen la misma sensación.

OFF TONY
Pienso en mi padre. Él nunca llegó a lo más alto como yo.

Tony se agacha para recoger el periódico que le ha dejado el repartidor en la entrada. Vemos que todo el barrio es de nivel económico alto, casas grandes con jardín enorme.

OFF TONY
Pero en muchos sentidos le fue mejor. Él tenía su gente. Todos tenían sus criterios...

Tony abre el periódico y le hecha un vistazo.

OFF TONY
...su orgullo. Y hoy ¿qué tenemos?

Tony va hacia la puerta de su casa, sigue hojeando el periódico.

Intriga

Seguimos con la sensación que hay algo extraño. Aparentemente es una conversación normal, pero no nos encaja con el aspecto de Tony. Seguimos intrigados.

Escena 4. Int. Consulta Dra. Jennifer. Día.

DRA. JENNIFER
Esas sensaciones de pérdida ¿fueron más intensas en las horas previas al colapso?

TONY
("A mi que me cuentas.")

No lo sé.

Escena 5. Flashback: Casa familiar Soprano. Día.

Tony camina por el jardín, lleva el periódico bajo el brazo. Se acerca con paso decidido a la piscina de su casa. Cuando llega al borde tira el periódico al suelo y se acerca preocupado.

La piscina está llena de agua, limpia y a punto. En cambio Tony busca algo, está preocupado. Al final se escucha ruido de patos y aparece una familia de patos entre los arbustos. Tony sonríe.

Desvelando pistas de la serie

Es una situación atípica, graciosa. El tono hasta el momento era serio, pero la presencia de esos patos le da un giro en el tono de la historia. Adorna la seriedad con ironía y humor.

OFF TONY
Un par de meses antes de todo eso, aparecieron en el jardín de casa una pareja de patos salvajes.
(Tony se agacha y coge algo del suelo, pan, y se lo echa a los patos, que andan por el césped)
Fue asombroso. Vienen de Canadá o por ahí. Y como era la época de celo habían tenido patitos.

Tony se mete con la bata dentro del agua y llama a los patos, con el agua hasta la cintura, mientras echa migas de pan a la piscina.

TONY
Toma, toma...

Los patos se meten en la piscina y Tony se queda con el agua hasta el cuello.

OFF TONY
Una amiga de Meadow, mi hija...

Una chica morena mira atónita desde una ventana de la casa, es la Amiga de Meadow.

OFF TONY
...había venido a buscarla para ir al instituto...

La Amiga se aleja de la ventana, está en la cocina de la casa.

AMIGA
Meadow, tu padre está con los patos.

En la cocina está Meadow, preparándose un baso de zumo y la madre, Carmela, también en bata, prepara el desayuno.

MEADOW
Y a, sí, todo el jardín huele a pato. Me da mucha vergüenza.

La Amiga y Meadow se sientan en la mesa de la cocina, comen algo. El hermano de Meadow, AJ, también está en la cocina.

CARMELA
Tenéis que desayunar algo más que un zumo de arándanos. Es importante alimentar el cerebro para los estudios.
(Llega AJ y ella le coge la cabeza.)
Feliz cumpleaños cariño.
(Le besa en la frente.)
¡Trece!

MEADOW
(Despectiva)
Sólo es un crío.

AJ
¡Cállate!

AMIGA
(Burlona)
Una pareja de patos se han instalado en tu piscina y lo han hecho.

AJ se sienta frente a las chicas a desayunar. Coge un bollo, lo moja en la jarra de leche. Meadow le pica en los dedos.

MEADOW
¡Eh! Quita de ahí.

AMIGA
Qué asco.

AJ tiene la boca llena de bollo.

MEADOW
No seas bruto.

Carmela se acerca a la mesa con una caja de bollos. Los ofrece. Las chicas toman un vaso de zumo.

CARMELA
Niñas, ¿por que no coméis una pastita?

MEADOW
¡Ay! Quita esto de mi vista.

CARMELA
No importa, no insisto.

AMIGA
¿Cómo se mantiene tan delgada, señora Soprano?

Carmela no contesta, se acerca a la ventana y mira fuera, con cierta preocupación.

Tony sigue dentro de la piscina mirando los patos.

CARMELA
Ahí está con los patos.

TONY
(A los patos)
Escuchad, si no os gusta esa rampa, os construiré otra de madera para que...

Los patos revolotean con sus alas. Tony les mira atento.

Las chicas y AJ siguen en la cocina. Oyen a Tony gritarles.

OFF TONY
¡Eh chicos, mirad! ¡Están intentando volar!

AJ, AMIGA y MEADOW
("Qué pesado es.")
Ay no.

OFF TONY
Los pequeñines están intentando volar.

Tony espera, y con desgana las chicas y AJ salen al jardín.

TONY
¡Mirad! Intentan volar.

La familia Soprano

Como quien no quiere la cosa, el guionista nos define a la familia Soprano y sus miembros: cómo se llaman, qué rol desempeñan, a qué se dedican, qué relación tienen con los demás...

Los patos revolotean moviendo las alas. Los jóvenes se acercan a ver, hablan sin nada de entusiasmo.

AJ
National Geographic, papá.

MEADOW
Estupendo.

AMIGA
Genial.

AJ
Nos los enseñaste ayer.

TONY
Es estupendo.

Escena 6. Int. Consulta Dra. Jennifer. Día.

TONY
Ahora mi mujer piensa que esa amiga es una mala influencia.

Escena 7. Flashback: casa familiar Soprano. Día.

En la cocina las chicas siguen con el desayuno y Carmela cocina.

AMIGA
Será fantástico que vengas a Aspen con mi familia en Navidad. El año pasado vi en Aspen a Sean tan de cerca como te tengo a ti.

MEADOW
(Emocionada)
Dios mío.

CARMELA
(Pone condiciones.)
Meadow, tenemos un trato. Si sigues sacando buenas notas y llegando a casa a tu hora de aquí a Navidad, entonces irás.

MEADOW
("Aguafiestas")
Ya lo sé.

Tony entra en la cocina. Sólo lleva una toalla en la cintura. Las chicas se levantan, han acabado de comer.

TONY
Buenos días, chicas.

MEADOW
Buenos días.

AMIGA
Buenos días señor Soprano.

AJ
Llegamos tarde, papá.

Tony se detiene junto a AJ, le hace un gesto cariñoso y le alarga la mano, luego le da un beso en la mejilla.

TONY
¡Ei! Feliz cumpleaños.

AJ
Gracias, papá.

Tony pasa al lado de Carmela y le da un golpe cariñoso en las nalgas, luego coge un libro abierto de encima del mármol, un libro de pájaros. Lee mientras va a sentarse en la mesa. Carmela le sirve un vaso de café.

CARMELA
Vas a estar en casa esta noche para la fiesta de cumpleaños de Anthony, ¿verdad?

CARMELA
(Espera a que Tony reaccione.)
Hombre pájaro. ¡Hola!

TONY
(Ain quitar ojo al libro)
Sí... sí, hoy saldré antes del trabajo.

Carmela vuelve a sus quehaceres, está harta de excusas.

CARMELA
No estoy hablando del trabajo.

Tony levanta la vista y la mira, se siente incomprendido

Escena 8. Int. Consulta Dra. Jennifer. Día.

Tony sigue con su discurso.

TONY
Lo siento pero no puedo hablar de mi vida privada.

DRA. JENNIFER
(Imperturbable)
Termine de contarme lo del día que sufrió el colapso.

Tony, tras unos segundos de pausa, sigue hablando...

Escena 9. Flashback: Ext. Calles New Jersey. Día.

Christopher, sobrino de Tony, conduce su coche; Tony, sentado a su lado, todavía hojea el libro de pájaros.

OFF TONY
(A Dra. Jennifer)
Fui a trabajar en el coche de mi sobrino Christopher, se quiere dedicar a lo mío. Él es un ejemplo de lo que le estaba diciendo antes.

TONY
¿Has llamado a ese tipo del Triger Tower por lo del transporte?

CHRISTOPHER
(Niega con la cabeza, despreocupado.)
Llegué muy tarde anoche a casa y pensé que podía estar durmiendo.

TONY
(Le mira con reproche.)
> Y esta mañana ¿le has llamado? Ya está en el despacho desde las 6.

CHRISTOPHER
(Excusa)
¡Tenía náuseas esta mañana! Mi madre me ha dicho que no tenía que haberme levantado.

OFF TONY
(A Dra. Jennifer)

Tenga en cuenta que es un chaval que se acaba de comprar un "lechus" de 60.000 dólares.

El coche sigue rodando por las calles... Cruzan un parque.

CHRISTOPHER
Ahí está McHarthy.

TONY
¿Dónde?

CHRISTOPHER
(Señala alguien en el exterior.)

Ahí, con la tetona de rosa.

TONY
Da marcha atrás.

Christopher da marcha atrás con el coche y coge la calle que cruza el parque.

TONY
(Irónico)
Mi amigo McHarthy está intentando mojar, vaya vaya.

Cruza el camino un hombre de mediana edad, vestido con traje, acompañado por una chica joven, con vestido rosa ajustado y muy corto. El coche se detiene y el hombre los mira.

Punto de giro

Es un momento clave. Vamos a saber algo importante de Tony: a qué se dedica... Pero antes, algo de intriga y humor, ese toque que hace que la serie sea diferente: la intervención de la Dra. Jennifer.

OFF TONY
(A Dra. Jennifer)
Vimos aquel tipo...

Escena 10. Int. Consulta Dra. Jennifer. Día.

TONY
... y tenía conmigo un préstamo pendiente...

DRA. JENIFFER
(Le corta.)
Disculpe un segundo. No sé a dónde va con esta historia. Pero hay unas cuantas directrices éticas que deberíamos aclarar rápidamente.

Tony asiente con la cabeza y le indica que continue.

DRA. JENNIFER
Todo cuanto se dice aquí queda entre doctor y paciente, es confidencial. Excepto si por ejemplo...
(Le cuesta encontrar las palabras.)
Digamos que oyese que iba a cometerse un asesinato, aunque no se llevase a cabo, sólo por si acaso, si un paciente me cuenta una historia...

Tony la mira, quiere saber a dónde va a ir a parar.

DRA. JENNIFER
... donde alguien va a ser herido, se supone que debo denunciarlo.
(Pausa. "Es así.")
Ética.

Tony no parece preocupado. Ella sí se ha sentido incómoda.

DRA. JENNIFER
Ha dicho que estaba en gestión de desechos.

TONY
En medioambiente.

DRA. JENNIFER
El Doctor Cusamano además de ser su médico de cabecera también es su vecino de al lado... ¿Me comprende?
(Pausa. Tony la mira a la expectativa.)
Lo que pasó con ese amigo que se encontró, a mí...
(Se corta.)

Cuéntemelo.

TONY
Nada...
(Tranquilo, sonríe.)
...nos tomamos un café.

Definición de Tony Soprano

"Nada... nos tomamos un café", estamos seguros de que no va a ser así. Las imágenes que siguen lo confirman.

Un personaje es lo que hace, no lo que dice. Aquí está más que claro. Tony dice una frase sin importancia, pero la forma con que lo dice y el contexto, definen perfectamente al personaje.

Escena 11. Flashback: Ext. Parque New Jersey. Día.

El coche de Tony se detiene frente al hombre, Alan, y a la chica. Alan tira al suelo su taza de café y echa a correr.

CHICA
¡Alan!

OFF HOMBRE

¡Socorro!

Christopher baja del coche, le persigue y forcejea con él. Alan consigue dejar fuera de combate a Chris y corre.

HOMBRE
¡Socorro!

Tony mira la escena desde el coche, se pone al volante.

TONY
¡Hay que joderse!

La chica de rosa se larga y Tony pone en marcha el coche. Persigue a Alan conduciendo sin control.

Alan corre desesperado.

El coche de Tony casi pilla a una chica.

CHICA
Gilipollas.

Tony se sale de la calle y corre entre los peatones del parque. Chris, recuperado, corre tras el coche.

CHRISTOPHER
¡Tony! ¡Espera!

Sigue la persecución, Tony sigue impasible y parece que se divierte. Alan corre hacia al edificio de oficinas del parque.

ALAN
¡Seguridad! ¡Seguridad!

Tony golpea a Alan con el coche y lo tira al suelo.

ALAN
¡Ah!

Tony detiene el coche y se baja. En el parachoques hay pegado un trozo de tela roja. Tony se acerca a Alan, tumbado en el suelo retorciéndose de dolor. Tiene una pierna mal.

ALAN
¡Ah! ¡Oh!

TONY
(Se agacha para mirar a Alan.)
¿Te has hecho daño?

ALAN
Tengo la pierna rota. Se me sale el hueso.

TONY
A ver. Deja que lo vea bien.

Tony pega un puñetazo en los huevos de Alan.

ALAN
¡Ah!

TONY
(Le agarra por el pecho.)
Te voy a dar yo hueso roto ¡Capullo!
(Le pega algunos puñetazos en la cara.)
¿Donde está mi puta pasta?

Escena 12. Int. Consulta Dra. Jennifer. Día.

DRA. JENNIFER
Así que se tomaron un café.

TONY
(Relajado)
Sí.

Descripción redonda de Tony

Ya sabemos todo lo que hay que saber y además nos hemos convertido en cómplices de Tony, lo cual nos hace disfrutar.

Sólo hay que cerrar esta historia con Alan y terminar la descripción de Tony, de la serie y de la misma secuencia.

Escena 13. Flashback: Ext. Parque. Día.

Tony sigue pegando a Alan, que tiene toda la cara sangrienta.

TONY
¡Hijo de puta! ¡Cabrón!

ALAN
(Hecho polvo, sin poder moverse)
Te lo pagaré todo.

Chris llega al lugar, arranca el trozo de tela roja del parachoques del coche y caen al suelo los cristales del faro.

TONY
(Cabreado, a Chris)

¿Qué estás haciendo? ¿Quieres venir aquí?

Christopher se acerca, no sin quejarse del estado del coche.

CHRISTOPHER
¡Eso son 3.000! ¡3.000 dólares!

TONY
(Señalándo a Alan.)
Adelante.

Tony deja a Alan. Chris se le acerca y empieza a pegarle patadas en el estómago.

ALAN
¡Ah! ¡Ah!

TONY
(Se frota el puño dolorido por los golpes.)
¿Donde está la puta pasta?

Chris sigue pegándole.

Un grupo de personas, entre ellos la chica de rosa, miran la escena atónitos sin atreverse a decir ni a hacer nada.

ALAN
Conseguiré el dinero.

TONY
Por supuesto que lo vas a conseguir. Deberías ponerte un tapón en la boca y quitártelo para decir a los amigos que no soy nada comparado con los que antes llevaban las cosas.

Informaciones complementarias

Todo son informaciones complementarias al personaje. Tony es un mafioso y, por lo que parece, ahora lleva más negocios que antes, es más importante.

Christopher deja de pegar. Alan se retuerce en el suelo.

ALAN
(Llorando y gimiendo.)
Lo siento.

TONY
¡Mamón!

Christopher le da un último golpe. Tony va hacia el coche.

TONY

```
¡Venga!

  ALAN
¡Ah! Lo siento.

  TONY
¡Cierra el pico! ¿De qué te quejas?

Cartel del edificio, HMO, una aseguradora americana.

  TONY
H M O Estás asegurado. ¡Capullo!

Christopher y Tony entran en el coche.

  TONY
Puto ludópata degenerado.

  OFF DRA. JENNIFER
Continúe.
```

Llegados a este punto, la acción hace un corte. Hemos descubierto casi todo, se han acabado las presentaciones y empezamos con los problemas del negocio de Tony. Entraríamos pues en el segundo acto del capítulo, aunque la secuencia sigue en la consulta de la doctora, con los *flashbacks* hasta la mitad del episodio.

2.1.2. Esquema guión-secuencia

El paso previo al guión es la escaleta del capítulo. La historia contada secuencia a secuencia con los elementos que hacen avanzar la historia. Ya lo hemos visto anteriormente, por eso vale la pena aprovechar una secuencia de estas características para analizarla más profundamente.

En definitiva, una secuencia funciona igual que una película, que una historia, sea larga o corta. La secuencia es una unidad dramática con sentido completo, por lo tanto, tiene un planteamiento, un desarrollo y un final. Siempre la división a tres. El capítulo entero tendrá tres actos, cada una de sus secuencias tendrá tres partes.

Los Soprano

1) Planteamiento. El protagonista, Tony, está en la consulta de una psiquiatra. ¿Por qué está en la consulta? ¿Quién es ese Sr. Soprano realmente? Descubrimos algo sobre su familia, sus hijos, su esposa, dónde y cómo vive. Y aparecen los patos en la piscina.

¿Qué pasa con esos patos? Son un elemento distorsionador. Algo ocurre con ellos, quizás tenga relación con el motivo por el cual Tony va al psiquiatra. Ése es el punto de giro que nos lleva a la segunda parte de la secuencia.

2) Desarrollo. Descubrimos cómo es su familia, la relación que Tony tiene con ellos. Volvemos al motivo que ha permitido arrancar la historia: el día que sufrió un colapso. Todo tiene que ver con ese momento. De esa forma, descubrimos algo más sobre Tony, e intuimos cuál es su ocupación; porque lo de gestionar desechos no se lo cree nadie.

Estamos a punto de descubrir qué pasó ese día; hay intriga; nos acercamos al clímax de la secuencia, pero la Dra. Jennifer lo corta para advertirle sobre lo que va a contar.

Estamos a punto de saber más, de saber realmente quién es Tony Soprano, estamos en la rampa que nos ha empujado hasta el clímax, y, por lo tanto, entramos en la tercera parte de la secuencia: el final.

3) Final. Después de las advertencias de la doctora, la reacción de Tony Soprano es de lo más natural: "Nada... nos tomamos un café". Y en ese punto empieza el *flashback* que nos desvela la realidad. Descubrimos quién es realmente Tony, cómo es, cómo resuelve sus problemas profesionales.

Ya está, después de ahí, otro "¿Así que se tomaron un café? ... Sí" que cierra la secuencia y nos lleva a la calma, o sea, al inicio de una nueva secuencia.

2.1.3. La biblia

Hemos analizado una parte del capítulo piloto. Antes de hacer ese guión hay que elaborar la biblia. En un primer momento ese documento sirve para presentar y vender el proyecto, luego se convierte en una guía indispensable para escribir los capítulos.

The Sopranos

The Sopranos cuenta con seis temporadas. Cada una de ellas tiene su biblia de continuidad.

En la biblia inicial tendríamos que describir los personajes, las localizaciones y el argumento de cada uno de los capítulos. En la biblia de continuidad hay de describir los nuevos personajes que aparecerán, qué les ocurre a los ya existentes, qué tramas se inician, cuáles terminan, los giros principales que tendrá la serie durante esa temporada.

En cada biblia no puede faltar el resumen de cada uno de los capítulos. Las historias de los personajes tienen que repartirse por segmentos, por episodios, ya desde el principio de la temporada, para tener una visión general.

Así pues, en cada temporada es necesario hacer una sinopsis general de todo lo que ocurrirá. Un breve resumen de la primera temporada de *The Sopranos* podría ser la siguiente:

Resumen de la primera temporada de *The Sopranos*

Temporada 1

La serie empieza con Tony Soprano después de sufrir un colapso, un ataque de pánico. Ése es el motivo que le lleva a empezar una terapia con la Dra. Jennifer Melfi. Poco a poco, la historia nos revelará detalles de la infancia de Tony, la influencia de su padre y las constantes amenazas como gángster.

La madre de Tony, Livia, es mucho más manipuladora de lo que aparenta, e incluso tiene algo de psicópata.

También está la complicada relación de Tony con su esposa Carmela y los vínculos que existen con la *Cosa Nostra.*

La vida con sus hijos, Meadow y Anthony Jr tampoco es sencilla. Ambas relaciones van a ir descubriendo la relación entre su padre y la mafia.

Las declaraciones de una persona de su organización implican que el FBI hable con ellos y hagan unas posibles acusaciones federales.

Después de ordenar la ejecución de Brendan Filons y el simulacro de ejecución de Chris Moltisanti, Tío Junior se ha instalado como capo de la familia (después de la muerte del anterior capo, Jackie Aprile, de cáncer).

Mientras, es Tony quien en realidad controla la mayoría de asuntos. Tony reacciona al intento de atentado contra su vida con una violenta represalia y se enfrenta a su madre por el papel que ha tenido. La mujer sufre un accidente cerebrovascular. Junior es arrestado por el FBI.

Esta sinopsis sirve como pauta al equipo de guionistas, y a partir de aquí empezar a desarrollar las tramas y dividirlas en capítulos. Por lo tanto, debe ser claro y conciso.

Presentamos, en la tabla adjunta, un esquema que es un ejemplo de división de tramas y de toda la historia en secuencias.

Capítulos temporada 1: 1999

			Director	Writer (s)	Original airdate
1	1	**"Pilot"**			10/01/99
Anthony Soprano, un capo de la mafia, empieza la terapia con la Dra. Jennifer Melfi después de un ataque de ansiedad. Su madre, Livia, se niega a ir al asilo. Tío Tony Junior quiere utilizar el restaurante del amigo de Tony para llevar a cabo un asesinato, pero Tony se lo impide volando el restaurante. Christopher Moltisanti, sobrino de Tony, asesina a unos mafiosos checos para conseguir posiciones en la familia y el negocio de gestión de residuos.					
2	2	**"46 Long"**			17/01/99
Chris y Brendan Filone empiezan el secuestro de unos camiones. Luego descubren que el propietario de los camiones paga a Junior una protección. Su drogadicción les impide respetar las órdenes de Junior. Carmela pide un favor a Tony para AJ, al que involucran en el robo del coche del profesor de ciencias. Después de demasiados accidentes, Tony fuerza a Livia a ir al asilo.					
3	3	**"Denial,Anger, Acceptance"**	Nick Gomez	Marcos Saraceni	24/01/99

Los Soprano alquilan los servicios de Buccos para organizar una cena-fiesta. La hija de Tony, Meadow, pide a Chris y a Brendan algo fuerte que la mantenga despierta y pueda prepararse el SAT. Tony acepta la tarea de conseguir el divorcio de la hija de Hasidic Jewish. Junior quita la "retribución" a Chris y a Brendan por lo del secuestro de camiones.

4	4	**"Meadowlands"**	John Patterson	Jason Cahill	31/01/99

Tony pide a su amigo el detective Vin Makazian que siga a la Dra. Melfi, después de que ella se le ha aparecido en un sueño. Chris pide represalias para Junior y Mikey Palmice por la muerte de Brendan. Se plantea la cuestión de quién será el sucesor de Jackie Aprile.

5	5	**"College"**	Allen Coulter	James Manos Jr and David Chase	7/02/99

Tony y Meadow viajan a Maine para visitar las universidades y discutir la naturaleza del "negocio" de Tony. Carmela combate la gripe y busca el consuelo del padre Intintola después de descubrir el secreto de Tony: su terapeuta es una mujer. Tony se encuentra casualmente con un viejo amigo que está en un programa de protección de testigos. Tiene algunos "negocios" pendientes con él.

6	6	**"Pax Soprana"**	Alan Taylor	Frank Renzulli	14/02/99

Tío Junior es nombrado jefe de la familia DiMeo. Tony se las ingenia para que Junior conceda una licencia a su amigo Jewish. Carmela y Tony celebran los dieciocho años de aniversario, pero la cena se vuelve agria. La Dra. Melfi receta Prozac a Tony, el cual sufre un efecto secundario: pérdida de la libido, aunque sus recurrentes sueños hacen que se sienta atraído por ella.

7	7	**"Down Neck"**	Lorraine Senna		21/02/99

A.J. y sus amigos roban el vino sacramental y llegan borrachos a la clase de gimnasia. Tony piensa poco en el incidente, hasta que el psicólogo escolar le informa que su hijo puede tener TDAH. En la terapia Tony reflexiona sobre su propia infancia y las payasadas. AJ es castigado y obligado a visitar a su abuela, Livia, a diario durante tres semanas.

8	8	**"The Legend of Tennessee Moltisanti"**		Frank Renzulli and David Chase	28/02/99

La Familia Lupertazzi quiere evitar las acusaciones del FBI. Tony y los suyos, excepto Chris, son citados a un gran jurado de investigación. Chris está deprimido por su exclusión, tiene pesadillas y trata, sin éxito, de cambiar el enfoque de su guión. Livia se entera de unos conflictos y avisa a Junior.

9	9	**"Boca"**	Andy Wolk	Jason Cahill Robin Green and Mitchell Burgess	7/03/99

Los padres se enteran del terrible crimen que comete el entrenador de la escuela secundaria. Tony conoce algunos de los secretos sexuales de Junior. Tío es humillado cuando Tony les hace referencia a él y a Roberta.

10	10	**"A Hit Is a Hit"**	Mateo Penn	Joe Bosso and Frank Renzulli	14/03/99

Siguiendo las sugerencias de la Dra. Melfi y Carmela, Tony intenta ser más social y conocer mejor a algunos vecinos. Chris y su novia Adriana, la Cerva, dan un duro golpe al magnate Massive Genius. Chris ayuda a Adriana a hacer una demo de banda, aunque uno de sus miembros es su ex-novio. Genius Massive amenaza con demandar a Hesh por el supuesto robo de los derechos de música.

11	11	**"Nobody Knows Anything"**	Henry J. Bronchtein	Frank Renzulli	21/03/99

Un consejo de Vin Makazian a Tony le lleva a tomar una decisión difícil con respecto a uno de sus amigos de mayor confianza. Tony tiene puesto el ojo en las cosas de Paulie Walnuts. Junior, Mikey y Chucky Signore, después de consultar a Livia, conspiran juntos para consolidar el poder.

12	12	**"Isabella"**	Allen Coulter	Robin Green and Mitchell Burgess	28/03/99

A pesar del Prozac y el litio recetado por la Dra. Melfi, Tony cae en una depresión crónica. La imaginación de unos encuentros con Isabella, una hermosa estudiante italiana que reside en casa de los Cusamanos, le levanta temporalmente la moral. Junior pone en marcha su plan. El FBI visita a los Soprano.

13	13	**"I Dream of Jeannie Cusamano"**	John Patterson	David Chase	4/04/99

Junior está de acuerdo con Tony sobre la situación con Jimmy Altieri. Tony descubre el complot entre su madre y su tío. Advierte a la Dra. Melfi que su vida puede estar en peligro. Chris, Paulie y Silvio Dante cuidan de la empresa familiar. El amigo de Tony, Artie Bucco, vuelve a abrir su restaurante.

De esta forma tenemos una visión global de la serie, de manera que los conflictos están repartidos de forma equilibrada. Un ejemplo muy claro está en el restaurante italiano de Artie Bucco, el amigo de Tony, que precisamente no está metido en nada concerniente a la mafia. En el primer capítulo Tony tiene que volarle el restaurante para evitar un mal mayor, aunque Artie no sabe quién ha sido. En el último capítulo Artie consigue abrir de nuevo el local. Es una trama perfecta, empieza en el uno y termina en el trece, con algunas pinceladas en medio. En cambio, otras tramas no se cierran y van a quedar abiertas para la siguiente temporada. No todo puede quedar cerrado, pero tampoco abierto; como la vida misma: algo termina, pero lo demás sigue.

A partir de ese esquema habrá que trabajar capítulo por capítulo y realizar una buena sinopsis, una escaleta y, finalmente, el guión.

2.2. Strike TV, canal de televisión *on line*

Durante la huelga de guionistas americanos de finales de 2007 y principios de 2008 los profesionales del medio se aliaron para crear su propia televisión con el fin de explotar sus productos lejos de las grandes compañías. De ahí nació Strike TV, un canal de televisión *on line* donde algunos de los nombres más relevantes de la creación televisiva norteamericana prestan su talento para que los más necesitados del sindicato puedan tener ingresos.

Nuevas series, nuevas ideas e incluso nuevos formatos. Una plataforma excepcional para probar y explorar nuevas ideas. El bajo presupuesto es lo que lo hace posible, y confirma que las buenas historias y dinero no tiene por qué ir de la mano. Para tener buenas ideas lo que hace falta es talento.

Sketch Toons

Uno de esos nuevos programas es *Sketch Toons*:

http://www.strike.tv/show/sketch-toons/kool-fun/

una serie animada de divertidos *sketchs*. La originalidad del producto está en el mismo *sketch*, en la historia que se cuenta.

2.2.1. Guión episodio 1: *Kool Fun*

Sketch toons "Kool fun" episodio 1. 40"

Habitación tipo motel, dos jarras de refresco humanizadas, con brazos, piernas y cara, una Rosa, la chica, la otra Rojo, el chico. Hacen el amor, la chica a cuatro patas encima de la cama, el chico por detrás, se balancean a ritmo compasado.

ROJO
¡Ou yea!

ROSA
¡Ou yea!

Aceleran algo el ritmo. Los dos se lo pasan bien.

ROJO
¡Ou yea!

ROSA
¡Ou yea!

Aceleran más el ritmo, parece que están a punto del orgasmo.

ROJO
¡Ou yea!

ROSA
¡Ou yea!

ROJO
(Extasiado)
Oh, Oh, Oh ...
(Ha llegado al orgasmo)
¡Oh yea!

Rojo deja de moverse. Rosa deja de sonreír. Rojo se separa, ha terminado.

ROJO
Oh yea.

Rosa se da la vuelta, no está nada satisfecha.

ROSA
(Insatisfecha, cortante)
Oh yea.

Rojo se aparta y se despide.

ROJO
("Hasta la vista.")

Rosa está estupefacta. Rojo se marcha a toda pastilla, sin abrir la puerta, atraviesa la pared dejando un buen hueco.

ROSA
("Vaya. ¡Ya está!")

2.2.2. La *story-line*

Es una historia sencilla con el único objetivo de divertir, y lo consigue. La *story-line* también tiene que ser simple y decir solo lo necesario.

Story-line* de *Kool fun

"Dos jarras de refrescos hacen el amor, el que desempeña el rol de chico llega rápidamente al orgasmo, dejando a la chica a medias."

Sencilla pero nos hace sonreír. ¿Por qué? Es una imitación de la realidad, contada a través de dos jarras. Esa es la chispa, podrían ser dos humanos, pero no sería igual de gracioso. Saber encontrar el equilibrio de lo que hay que contar y cómo se cuenta, ahí está el trabajo.

3. Etapa 3. Clip publicitario

El **clip publicitario**, la publicidad en general, no es un producto de entretenimiento. A diferencia de la ficción, su objetivo es muy simple y directo: persuadir e informar a la audiencia sobre un producto o servicio.

En televisión suelen durar alrededor de los treinta segundos, aunque a veces existe una versión más larga, de un par de minutos, destinada a los cines y/o al principio de la campaña publicitaria.

El valor, pues, de la publicidad como producto, y desde nuestro punto de vista, es conseguir llamar la atención del público en muy poco tiempo. Informar, promover y hacerlo atractivo. No cabe perder ni un segundo, todos los detalles cuentan, nada queda suelto.

Hay clips publicitarios que no sólo consiguen su objetivo, sino que además quedan en nuestro recuerdo durante un tiempo, dejan huella en la audiencia, de manera que consiguen su propósito con creces. Los dos ejemplos que vamos a analizar dan prueba de ello.

3.1. Clip publicitario: Golf V

A lo mejor alguien no recuerda el anuncio, pero nada más verlo, será consciente que lo ha visto alguna que otra vez. El clip consiguió sus metas: informar, persuadir y además cierta repercusión mediática: su "banda sonora" se convidtió en *hit* de las radios musicales.

3.1.1. Guión

El guión, sea publicitario o no, es una herramienta de trabajo. Como documento para la realización de un spot, tiene que detallar los efectos gráficos, de imagen y de sonido. En este tipo de productos, de apenas un minuto, el guión se detalla siempre en el plano. No se utiliza el concepto de secuencia, pues se considera que el clip publicitario es de secuencia única.

Guión "Nuevo Golf V 2004". Duración total spot: 41"

Plano 1	**FONDO NEGRO**	
	Pantalla en negro, no sé ve nada más. Al mismo tiempo empieza a sonar la canción "Everytime I see you" de Jewel y aparecen impresos en blanco, en medio de la pantalla, los números "1974". Desaparecen las letras y vamos a fundido en negro.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Los cambios de imagen se hacen por fundido. Vamos a imagen exterior.
		Efectos gráficos
		Impresión en blanco "1974"
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Empieza a sonar desde el principio la canción "Everytime I see you" de Jewel.

Nota

Después de indicar el número de plano, vamos a explicar dónde se desarrolla y qué es lo que ocurre.

Conceptos

Esquema: Especificación de decorados y elementos necesarios para ese plano. Incluso el dibujo de ese plano, pero al igual que en los guiones de ficción con el *storyboard*, ése no es trabajo del guionista.

Efectos de imagen: Todo aquello que se considere modificará la imagen. No se realiza con una cámara.

Efectos gráficos: Todas aquellas adiciones tipográficas, gráficas o de imagen que deben añadirse en postproducción.

Sonido: Incluimos los diálogos y los eslóganes, cuando los hay.

Efectos sonoros: Cualquier tipo de efecto sonoro.

Hay poco tiempo, por lo tanto hay que situar al espectador con una sola imagen: "1974" y una música tranquila, del todo sugerente, sobretodo para quien conoce la canción *Everytime I see you* ("Siempre que te veo"). Tiene un mensaje muy claro. La canción empieza con la frase "Every time I think of you" ("Siempre que pienso en ti"). El espectador no sabe lo que le van a anunciar, pero se pone a la expectativa. El producto que vas a ver te va a emocionar: buenos recuerdos, sentimientos agradables, seguro que te va a gustar.

Con solo tres segundos este clip publicitario consigue sugestionar al espectador.

Plano 2	**EXT. CALLE. NOCHE**	
	Imagen de una calle en la noche, adoquines, ha llovido. Aparcado en la calle, al lado del bordillo, un viejo Volkswagen (WW) rojo. Aparecen impresas en blanco "GTI" bajo la imagen del coche.	
	Esquema	**Efectos de imagen**

Plano 2	**EXT. CALLE. NOCHE**	
		Empieza y termina el plano con fundido. Vamos a negro.
		Efectos gráficos
		Impresión en blanco "GTI"
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Sigue la canción "Everytime I see you" de Jewel.

La imagen del coche nos sitúa, presenta el producto. El espectador, aunque no está seguro de ello, sospecha que le van a enseñar un coche; y los más expertos en el tema además van a saber que se trata de un WW. Buscan esa complicidad con el espectador.

Esas imágenes coinciden con las primeras frases de la canción "I get a shot right through / Into a bolt of blue" ("recibo un flechazo dentro de mí, una ráfaga de tristeza"). Que sería lo mismo que nos dijeran "¿Te acuerdas, verdad? ¡Era genial!" Vamos a recordar, pues, aquellas cosas buenas. Los adoquines, las formas del coche nos evocan a nuestra infancia o juventud; depende del espectador, claro. Pero juega con ese concepto, a todos nos gusta hablar de vez en cuando de nuestros recuerdos del pasado.

A partir de ese plano termina la presentación y vamos a profundizar en lo que nos cuenta y cómo nos lo cuenta.

Plano 3	**FONDO NEGRO**	
	Fundido en negro. Impresión en blanco de "1983" y vuelta a negro.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Empieza y termina el plano con fundido. Vamos a imagen exterior.
		Efectos gráficos
		Impresión en blanco "1983"
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Sigue la canción de Jewel.

He aquí esos fundidos a negro con la fecha, como si mirásemos el viejo álbum fotográfico familiar. La intención está clara: mostrar ese coche en el tiempo, cómo ha ido creciendo, al igual que el espectador. Porque hay otra cosa evidente: el público al que va destinado ese anuncio es adulto.

Plano 4	**EXT. PARQUING. DÍA**	
	Imagen de un WW blanco aparcado en un aparcamiento exterior, sin más coches. Por detrás pasa el tren. Al fondo, unos edificios altos de una gran ciudad. Apoyada en la barandilla, cerca del coche y mirando el tren y a lo lejos, una persona relativamente joven, posiblemente una mujer. Debajo del coche aparecen las letras "GTI" y después debajo, "ABS".	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Empieza y termina el plano con fundido. Vamos a negro.
		Efectos gráficos
		Impresión en blanco "GTI" "ABS"
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Sigue la canción.

Por si no había quedado claro, el protagonista del *spot* es un coche. Además, incluso el espectador menos entendido en automóviles empieza a sospechar que esas letras significan algo bueno añadido al valor del vehículo: ventajas, nuevos avances técnicos.

En este plano una figura joven mira a lo lejos; está recordando y viendo pasar el tiempo. Lo mismo que ocurre con el tren, circula a toda velocidad; y también la mismo letra de la canción que suena en ese preciso momento: "Every time I see you falling / I get down on ..." ("Cada vez que te veo caerte"). La imagen entera evoca ese mismo sentimiento, reforzar la idea para conseguir la máxima complicidad con el espectador. Pretende despertarle el sentimiento de nostalgia y el querer volver a tener aquello.

Plano 5	**FONDO NEGRO**	
	Fundido en negro. Impresión en blanco de "1991" y vuelta al negro.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Empieza y termina el plano con fundido. Vamos a imagen exterior.
		Efectos gráficos
		Impresión en blanco "1991"
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Sigue la canción.

Plano 6	**INT. PARKING.**	
	Imagen de un WW negro aparcado en el interior de un *parking* subterráneo. No hay más coches. Una tenue iluminación de los fluorescentes. Una luz, posiblemente de unos faros de otro coche, llega al *parking*, pasan de derecha a izquierda del plano, dejando un rastro de iluminación. Debajo aparecen impresas las letras en blanco "GTI" "ABS" y, además, "EDS" y "TDI".	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Empieza y termina el plano con fundido. Vamos a negro. Luz de faros pasando de derecha a izquierda.
		Efectos gráficos
		Impresión en blanco "GTI" "ABS""EDS""TDI"
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Sigue la canción "Everytime I see you" de Jewel.

Siguiendo la pauta de la canción, en ese momento la frase que se escucha es "I'm waiting for the final moment", o sea, estoy esperando el momento final, saber más, qué me vas a contar. Es una mezcla de nostalgia y de creación de expectativas.

También hay que tener en cuenta que no todo el mundo va a entender el inglés. Pero esa melodía romántica y tranquila va a conseguir el mismo efecto: emocionarnos y llenarnos de buenos recuerdos.

Plano 7	**FONDO NEGRO**	
	Fundido en negro. Impresión en blanco de "1997" y vuelta al negro.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Empieza y termina el plano con fundido. Vamos a imagen exterior.
		Efectos gráficos
		Impresión en blanco "1997"
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Sigue la canción.

Plano 8	**EXT. CALLE. NOCHE**

Plano 8	**EXT. CALLE. NOCHE**	
	Imagen WW plateado, aparcado en una calle de noche. En la acera donde está aparcado hay un edificio moderno iluminado con luz verde. La calle, además, está iluminada por las farolas y el semáforo. Algún coche aparcado, que no se identifica. Algo alejado, un hombre con abrigo oscuro cruza el paso de peatones; un coche blanco pasa. Debajo del WW aparecen impresas las letras en blanco "GTI""ABS""EDS""TDI", y se añade "ASR""ESP" y "EBV".	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Empieza y termina el plano con fundido. Vamos a negro.
		Efectos gráficos
		Impresión en blanco "GTI" "ABS""EDS" "TDI" "ASR" "ESP" "EBV"
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Sigue la canción "Everytime I see you" de Jewel.

Plano 9	**FONDO NEGRO**	
	Fundido en negro. Impresión en blanco de "2004" y vuelta al negro.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Empieza y termina el plano con fundido. Vamos a imagen exterior.
		Efectos gráficos
		Impresión en blanco "2004"
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Sigue la canción.

Hemos llegado al momento actual (cuando se pasó la publicidad). Ese va a ser el plano definitivo, la conclusión, el final del *spot*. Además, tendrá que sorprendernos. Se han creado unas expectativas. ¿Qué más van a añadir?

Plano 10	**EXT. PARQUE. AMANECER**
	Imagen de un WW rojo oscuro aparcado en un parque asfaltado de adoquines. Al fondo algunos árboles y el horizonte, un montículo y un cielo algo nublado, luz de amanecer. Un pájaro cruza el cielo, de izquierda a derecha. Aparecen impresas en blanco las letras "ETC".

Plano 10	**EXT. PARQUE. AMANECER**	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Empieza y termina el plano con fundido. Vamos a negro.
		Efectos gráficos
		Impresión en blanco "GTI" "ABS""EDS" "TDI"
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Sigue la canción "Everytime I see you" de Jewel.

Luz de amanecer. Empieza el nuevo día, algo acaba de nacer, algo nuevo llega. Un pájaro cruzando, el parque son imágenes que evocan tranquilidad, paz, las cosas bonitas... y ese coche. Aún estamos intrigados: ¿qué más complementos va a llevar?

Un simple "ETC". Podría no decir nada pero dice mucho. La lista sería tan larga que no acabaríamos nunca, un "ETC" que lo incluye todo, todos los complementos que puedas imaginarte están ahí, con ese nuevo modelo.

Plano 11	**FONDO NEGRO**	
	Fundido en negro. Impresión en blanco de "Nuevo Golf". Otro fundido a negro y aparece el símbolo de la WW con la frase "Aus liebe zum automóvil" al mismo tiempo que termina la canción.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Empieza con fundido.
		Efectos gráficos
		Impresión en blanco "Nuevo Golf". Logotipo WW "Aus liebe zum automóvil"
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Acaba la canción.

Por si no nos había quedado claro, se trata del nuevo Golf. Claro y directo. Coincide además con el final de la canción "You say the words that I can't say" ("Tu dijiste las palabras que yo no pude decir"), o sea, le damos la palabra al anunciante, él nos a va decir lo último. Y seguidamente aparece el logotipo de

la empresa con su frase: "Aus liebe zum automóvil" ("amor por el automóvil"). Ya está todo dicho; añadir cualquier otra frase sería redundante. He aquí el saber decir lo justo.

La publicidad, como producto audiovisual, debe explotar la imagen y el sonido. Este clip lo hace hasta tal punto que obvia el lenguaje verbal, quiere que nos concentremos en las imágenes, en los coches que aparecen. No interesa nada más que ese WW que ha ido creciendo y cambiando década tras década, como si se tratara de una persona. Ese concepto hace que lo sintamos como algo cercano, como algo que forma parte de nuestra familia. Ésa es la intención de WW: entrar en nuestras casas y formar parte de ella.

Las imágenes nos evocan en todo momento el recuerdo del pasado, esos momentos que nos gusta recordar de vez en cuando porque forman parte de nuestra historia. Ése es el mensaje encubierto que nos llega y nos hace emocionar. Despertar emociones al público al cual nos dirigimos es algo que todos los creativos buscan.

La música ayuda a provocar emociones, a persuadirnos. En un clip publicitario el sonido es un elemento básico, a veces más que otras, en este caso es fundamental. Utiliza una canción que nos acompaña durante esos 41 segundos. Una música tranquila, relajante, una voz sensual que nos atrae. Si, además, entendemos la letra, es fantástico.

Every time I see yo

Every time I think of you
I get a shot right through
Into a bolt of blue
(...)

Every time I see you falling
I get down on my knees and pray
I'm waiting for the final moment

You say the words that I can't say

Every time I see you falling
I get down on my knees and pray
I'm waiting for the final moment
You say the words that I can't say

"Siempre que te veo"

Cada vez que pienso en ti, / recibo un disparo dentro / de mí, una ráfaga de tristeza (...)
Cada vez que te veo caer, / me arrodillo y rezo. / Estoy esperando el momento final. / Tú dijiste las palabras que yo no sé decir (repetición de estrofa).

Esa voz frágil, tierna, se dirige a nosotros; nos dice lo que piensa en nosotros, lo que nos está esperando.

3.1.2. Presentación

Antes de escribir el clip publicitario, incluso antes de pensar nada, hay que hacer un estudio del producto, la empresa y a quien va dirigido.

WW es una empresa con una estética propia; su publicidad sigue una línea, unas imágenes, una música y algunas frases, pero contundentes. La propuesta de un nuevo clip debe seguir el sello de la empresa. QUIEN nos encarga el guión es el punto de partida.

Luego hay que saberlo todo sobre ese nuevo modelo. CÓMO es, qué tiene de nuevo y de atractivo para el cliente.

Finalmente hay que conocer al cliente ideal, A QUIÉN va dirigido. El Golf es un modelo de coche pensado para un tipo concreto de personas; a esos posibles clientes les vamos a vender el producto. Por lo tanto, hay que hacer un clip que les guste a esas personas, que sea como son ellos, que les despierte los mismos sentimientos. Así es como el clip cumplirá su objetivo: informar y persuadir.

3.2. Clip publicitario de Sony Bravia

Un clip publicitario que ha dejado huella, incluso en la propia empresa, ha utilizado el mismo esquema para posteriores anuncios.

3.2.1. Guión

Una de las premisas de la publicidad es el hecho de que se basan en el punto de vista visual, no en el verbal. Este anuncio lo lleva al extremo: sólo imagen y música, sin ninguna intervención ni diálogo.

La duración normal de un clip publicitario es de alrededor de los treinta segundos, aunque algunas veces se rueda una versión más larga, entre los dos y tres minutos, que se pasa al principio de la campaña, como otra forma más de llamar la atención del espectador. Después, se reduce la versión, pero en algún rincón de la mente del espectador permanece el anuncio largo; sobre todo si se trata de un anuncio impactante como éste.

Guión "Sony Bravia": duración 2'27"

Plano 1	**EXT. VISTA GENERAL SAN FRANCISCO. DÍA 3"**	
	Imagen general de San Francisco.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos

Plano 1	**EXT. VISTA GENERAL SAN FRANCISCO. DÍA 3"**	
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Empieza a sonar la canción de José González "Heartbeats"

Ext. Vista general San Francisco. Día 3"

Éste sería el título del plano. Hay que especificar dónde se sitúa, si se trata de un exterior o un interior, si es de día o de noche y, finalmente, el tiempo que va a durar. Es importante en un producto de corta duración, donde los planos son cortos y rápidos, tener en mente el tiempo para no pasarnos de largo. Fíjate en que todos van de los dos segundos a los tres segundos, excepto un par que pueda haber más largos.

Plano 2	**EXT. CALLES SAN FRANCISCO. DÍA 2"**	
	Calle con cuesta, descampado a la izquierda, algunos árboles y una calle con casas y algunos coches aparcados.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 3	**EXT. ESQUINA CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 2"**	
	Esquina de una calle, que remarca la pendiente. Un poste con una bicicleta algo abollada. Un pilón de bomberos. Al fondo una furgoneta amarilla aparcada.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Empieza el clip con tres planos fijos, sin movimiento, acercándonos a San Francisco, desde ese primer plano general a otro más detallado. Son imágenes cortas. Es habitual en publicidad los planos de dos a tres segundos.

Son simples planos para captar nuestra atención, todavía no sabemos de qué va; simplemente sabemos que se trata de una ciudad americana, con muchas cuestas... Es fácil deducir que se trata de San Francisco (sus calles en pendiente han sido escenario de infinidad de películas).

Plano 4	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 3"**	
	Calle con una pendiente pronunciada. Dos bolas de goma bajan cuesta abajo.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 5	**EXT. VISTA GENERAL SAN FRANCISCO. DÍA 2"**	
	Panorámica de edificios y una calle central con mucha pendiente. Coches aparcados a cada lado.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 6	**EXT. ESQUINA CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 2"**	
	En una esquina, un niño de espaldas mira lo que ocurre por la pendiente.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Otros 3 planos que empiezan a dar alguna pista. Primero vemos esas dos bolas, podría no significar nada. Vamos a un general de San Francisco, para reforzar la idea que estamos en una ciudad con mucha pendiente. Finalmente ese niño mirando... algo está pasando.

Plano 7	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 2"**	
	El principio de la cuesta de una calle. Solo vemos el asfalto. Parece que la calle viene del horizonte, del cielo. Aparecen algunas bolas de goma botando y cayendo cuesta abajo, hacia la cámara.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		canción "Heartbeats"

Plano 8	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 8"**	
	Calle cuesta abajo, efecto contrario al plano anterior. Casas de 2 o 3 plantas, algunos coches aparcados. Algunas bolas de goma parecen salir de detrás de la cámara y siguen botando calle abajo. Siguen cayendo bolas, ahora ya son un montón, de todos los colores.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		canción "Heartbeats"

Plano 9	**EXT. ESQUINA CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 3"**	
	El mismo niño que antes estaba asomado observando la calle. Ahora está más agachado, sorprendido. Centenares de bolas de colores ruedan cuesta abajo.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos

Plano 9	**EXT. ESQUINA CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 3"**	
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Efectivamente, lo que está ocurriendo es que un montón de bolas de goma de todos los colores bajan por las calles de San Francisco. Algo excepcional, no hace falta más que ver a ese niño.

Hasta aquí podemos considerar que se trata del planteamiento del clip publicitario.

Plano 10	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 2"**	
	Un primer plano de una calle inclinada, sólo vemos asfalto y bolas, centenares, que botan cuesta abajo.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 11	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 3"**	
	Plano picado de una callejuela de escalera. Los centenares de bolas bajan rodando por los escalones. La mayoría de bolas son rojas, lo que contrasta con la oscuridad del callejón. Vemos que esa calle da a otra calle más ancha, por la cual también bajan un montón de bolas.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 12	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 4"**
	Plano contrapicado de la parte alta de una calle, un par de coches aparcados a la derecha, un árbol a la izquierda. Centenares de bolas llegan bajando y siguen abajo.

Plano 12	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 4"**	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

En ese plano detalle el espectador es plenamente consciente de lo que está ocurriendo. Efectivamente, son centenares de bolas que están botando por las calles. No solamente por una calle, por todas; las vemos bajar por una callejuela y por otra calle más ancha. Están por todas partes.

Plano 13	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 6"**	
	Plano picado de una calle cuesta abajo. A la izquierda algunos coches aparcados. A la derecha un poste y unos arbustos. Los centenares de bolas siguen cuesta abajo.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 14	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 3"**	
	Plano en movimiento. Vemos la calle desde los coches aparcados y miramos hacia abajo en un picado. Siguen cayendo las bolas cuesta abajo.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 15	**INT. SALON CASA. DÍA 2"**

Plano 15	**INT. SALON CASA. DÍA 2"**	
	Esquina de un salón con ventanas a ambos lados. Una mujer mira la calle, sorprendida. En la calle vemos cómo caen las bolas.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Volvemos a repetir la secuencia. Un par de planos desde diferentes ángulos, por todas partes ruedan bolas. Y esa mujer, sorprendida mira desde la ventana de su casa. Efectivamente se trata de un hecho excepcional.

Plano 16	**EXT. ASFALTO. DÍA 3"**	
	Un primer plano del asfalto. Vemos en detalle las bolas saltando y en medio hay una que parece diferente de las otras, pero también sigue con ellas.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 17	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 3"**	
	Un contrapicado de una calle. Los coches aparcados a la derecha. El punto de vista de la cámara está a la izquierda de la calle. Las bolas ruedan calle abajo.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 18	**EXT. COCHES. DÍA 3"**	
	Un primer plano del capó de tres coches aparcados. Algunas bolas rebotan contra el capó y el parabrisas y siguen rodando.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Vamos entrando en detalle. Aparentemente, todas las bolas son iguales, pero descubrimos por lo menos una diferente. No pasa nada; aunque no todas son iguales, siguen rodando juntas. Las bolas están por todas las calles, todas forman parte de ese mismo viaje calles abajo, sea cual sea su color y forma.

Plano 19	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 3"**	
	Al final de una calle hay una esquina con una señal de *stop*, algunos arbustos y un pilón de bomberos. Las bolas siguen abajo.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 20	**EXT. CALLES SAN FRANCISCO. DÍA 5"**	
	Plano en movimiento, desde el contrapicado de la calle con el *stop* hacia otra calle también con cuesta y con *stop.* En todas ellas hay bolas que bajan.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 21	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 3"**	
	La parte alta de una calle. Al fondo, el mar. Las bolas siguen bajando.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Las bolas no entienden de señales de tráfico; están y vienen de todas partes, cada vez son más. Ese último plano del horizonte con el mar nos da a entender que pronto llegarán al final de la cuesta, aunque no sabemos lo que va a ocurrir.

Ese mar al fondo crea una expectativa en el espectador. ¿Cómo va a terminar todo esto?

Plano 22	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 5"**	
	Plano contrapicado del asfalto. Vemos la parte alta de una calle y ahora ya son miles de bolas las que bajan botando.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 23	**EXT. ASFALTO CALLE. DÍA 5"**	
	Un primer plano en movimiento del asfalto. Vemos en detalle las bolas que ruedan, que pasan al lado de las ruedas de los coches. La calle ya no hace pendiente.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**

Plano 23	**EXT. ASFALTO CALLE. DÍA 5"**	
		canción "Heartbeats"

Plano 24	**EXT. ESQUINA CALLE. DÍA 2"**	
	Esquina de una calle, con un pilote de los de bombero. Siguen bajando bolas, pero algunas se empiezan a quedar en la esquina, ya no hay más pendiente.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Habíamos terminado el plano con una imagen del mar al fondo, o sea, el final de la cuesta. Estos tres planos nos confirman precisamente este final. Las bolas siguen rodando abajo, van por alguna calle sin cuesta, finalmente llegan a una esquina donde algunas se van quedando.

Plano 25	**EXT. PORTAL. DÍA 2"**	
	Un portal con tres escalones, todos ellos llenos de bolas, que van llegando.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 26	**EXT. ESQUINA CALLE. DÍA 2"**	
	Esquina de una calle con mucha pendiente junto a otra que no. Un montón de bolas, centenares, se amontonan.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos

Plano 26	**EXT. ESQUINA CALLE. DÍA 2"**	
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 27	**EXT. VENTANA CASA. DÍA 4"**	
	Encima de la repisa de una ventana un perro observa cómo bajan las bolas cuesta abajo.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Algunas bolas, efectivamente, están llegando al final, pero todavía quedan muchas por bajar. Y volvemos a encontrar un individuo sorprendido por esa multitud de bolas. Esta vez se trata de un perro. Habíamos visto un niño, una mujer, ahora una mascota. Todos están pendientes de esas bolas.

Plano 28	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 2"**	
	Vista lateral de la calle. Enfrente hay las entradas a los *parkings* de varias casas. Cuesta abajo siguen bajando bolas.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 29	**EXT. ENTRADAS PARKING. DÍA 2"**	
	Un primer plano de las entradas de esos *parkings* y las bolas que van pasando enfrente.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos

Plano 29	**EXT. ENTRADAS PARKING. DÍA 2"**	
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 30	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 3"**	
	Plano también lateral con unas casas enfrente y las bolas que van bajando. Un coche está aparcado.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Los planos ya no son picados ni contrapicados. Ya sabemos que algunas bolas han llegado al final, y por lo tanto las que siguen están a medio camino; pronto llegarán.

Plano 31	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 2"**	
	Primer plano de ese mismo coche aparcado y centenares de bolas que pasan por los lados, siguiendo su camino.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 32	**INT. PARQUING. DÍA 2"**	
	Interior de un *parking* oscuro. Por la ranura de la puerta se cuelan algunas decenas de bolas, que llegan botando y siguen.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos

Plano 32	**INT. PARQUING. DÍA 2"**	
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 33	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 2"**	
	Plano algo contrapicado. Fachada de una casa tapada por un enorme árbol. Las bolas botan tan alto que pasan a la altura del árbol.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

En estos tres planos se plantea otra cuestión nueva con las bolas. En ficción diríamos que se complica la situación. Las bolas se cuelan por todos los rincones inimaginables; dentro de casa; y botan hasta lo más alto... Algo va a ocurrir con esas bolas "voladoras".

Plano 34	**EXT. TEJADO CASA. DÍA 2"**	
	Tejado de una casa. Las bolas llegan botando a su altura.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 35	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 2"**	
	Primer plano de una tubería que desemboca a ras de suelo. Algunas de las bolas salen de ahí, e incluso un sapo.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos

Plano 35	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 2"**	
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 36	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 3"**	
	Pendiente de una calle, casa al fondo. Siguen bajando bolas.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Efectivamente, las bolas iban tan arriba que llegan a lo más alto de las casas y se cuelan por las tuberías. Ese sapo que sale es la nota de humor; las bolas lo han sacado de su escondite.

Se lleva la situación al extremo. Podemos considerar aquí el final del segundo acto. Las bolas están por todas partes. ¿Qué va a suceder?

Plano 37	**EXT. ESQUINA CALLE. DÍA 3"**	
	Primer plano de una esquina. Un bote de basura y un par de buzones, todo está lleno de bolas botando, metiéndose en todos los rincones.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 38	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 5"**	
	Asfalto de una acera, ya sin cuesta, donde están llegando centenares de bolas, todavía en movimiento. Plano en movimiento.	
	Esquema	**Efectos de imagen**

Plano 38	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 5"**	
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 39	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 3"**	
	Un coche aparcado en una calle llana. Miles de bolas llegan botando y se quedan en ese final de pendiente.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Todas las bolas, los miles de ellas, están llegando al final de las calles con cuesta. Es la primera parte de la conclusión, de ese tercer acto.

Plano 40	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 4"**	
	Calle absolutamente llena de bolas que botan, no se ve nada más que bolas, hasta llegar al detalle de un lateral de coche.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 41	**EXT. PORTAL. DÍA 5"**	
	Un hombre arrinconado en un portal, casi asustado, ve bajar las bolas en una calle con cuesta. Seguimos a las bolas calle abajo.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos

Plano 41	**EXT. PORTAL. DÍA 5"**	
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 42	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 2"**	
	Miles de bolas están bajando por la acera de una calle.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Son miles de bolas las que están bajando y quedándose por todas partes. Faltaba que saliera un hombre, y ahí está, también sorprendido, como todos.

Plano 43	**EXT. ESQUINA CALLE. DÍA 2"**	
	En una esquina hay unos botes de basura. Las bolas siguen cayendo y provocan que uno de los cubos se caiga al suelo. Otra ya había caído.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 44	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 5"**	
	Contrapicado de una calle. Edificios a la derecha y al fondo, algunos árboles. Miles de bolas ruedan cuesta abajo.	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos

Plano 44	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 5"**	
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Plano 45	**EXT. CALLE SAN FRANCISCO. DÍA 8"**	
	Una cortina de bolas, miles de ellas caen, parece que desde el cielo. Al fondo, los edificios altos de San Francisco. La cortina de bolas empieza a disminuir y, cuando caen algunas decenas, aparecen las letras "colour".	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Fundido a negro.
		Efectos gráficos
		Letras en blanco "Colour"
	Sonido	**Efectos sonoros**
		Canción "Heartbeats"

Ahí tenemos la exageración, el máximo de lo que podía ocurrir.

Son tantas las bolas, que incluso tiran los botes de basura. Y en ese tercer plano se da el súmmum: una cortina de bolas cayendo. La explosión total. Después, la calma; todo vuelve a la normalidad y conoceremos el porqué de este caos de bolas.

Plano 46	**FONDO NEGRO**	
	Pantalla en negro e impresas las letras "like no other". Desaparecen las letras y aparece una pantalla plana de televisión con las letras "BRAVIA New LCD Televisión".	
	Esquema	**Efectos de imagen**
		Efectos gráficos
		Impresas en blanco "like no other" y "BRAVIA New LCD Televisión"
	Sonido	**Efectos sonoros**
		La canción "Heartbeats" termina al igual que las imágenes.

La nueva televisión Bravia de Sony.

Casi dos minutos y medio envueltos en bolas de colores, todos los colores que vas a ver en la nueva televisión Bravia, que, como esas mismas bolas, puede colarse en todas partes, puede entrar en todos los hogares.

Hasta el final el espectador no descubre a QUÉ se refiere. No hay intervenciones ni tampoco pistas. Pero el clip ha conseguido generarnos expectativas, el espectador está intrigado y quiere saber de qué se trata. Además, la música, entendamos o no la letra, nos ha provocado un estado de paz y tranquilidad, estamos predispuestos a recibir esa nueva cosa, tenemos ganas de conocerla. Por lo tanto, ese QUÉ va a convertirse en lo mejor que nos ocurre en ese momento, una Sony Bravia.

Para realizar este anuncio, se utilizaron 250.000 pelotas de plástico reales, que rebotaron por las calles de San Francisco. Siete cámaras superlentas tomaron planos desde diferentes ángulos. El resultado: un desparrame de color, el sueño de cualquier niño... ese niño que todos llevamos dentro.

4. Etapa 4. El clip de vídeo

Seducir, persuadir y convencer al público. Ése es en definitiva el objetivo de cualquier producto audiovisual. Se ha de conseguir que el espectador se convierta en cliente, comprador, usuario, audiencia, cuando se trata de programa, serie o película; incluso en estudiante cuando el producto es educativo.

El **clip de vídeo**, ya sea para promover una empresa, una película o un servicio, debe cumplir con ese cometido: promocionar.

Cada vez es más frecuente encontrar ese tipo de producciones en Internet, insertadas en webs, en *blogs*. Es una ventana fantástica por medio de la cual se pueden demostrar aptitudes, presentar un producto, enseñar una obra... Una infinidad de posibilidades.

4.1. Tráiler de *El Exorcista V* de Jaume Balagueró

El avance o tráiler de una película debe seducir al espectador y despertarle el deseo de ir al cine. Ese par de minutos deben contar lo suficiente, y no demasiado, del tono, de los protagonistas, del tema de la trama principal. Por eso los tráilers se convierten en un excelente ejercicio de guión. Y a esa misma conclusión llegaron los organizadores del Teaserland, el primer festival de tráilers falsos, nacido en Internet.

Elaborar un tráiler falso es más sencillo y económico que un cortometraje. Seguramente, ésa sea una de las claves del éxito de esta iniciativa en su primera edición del 2009.

Es un producto fácil de realizar, pero en donde el trabajo de guión es fundamental. Es más, es una plataforma ideal para demostrar el talento. El hecho de que sean tráilers falsos, hace que uno pueda dar rienda suelta a su imaginación y construir la película ideal, sin olvidar que se ha de divertir.

Así lo hizo Jaume Balagueró cuando accedió desinteresadamente a realizar un tráiler falso para Teaserland: *El Exorcista V*.

4.1.1. Guión

El Exorcista V. 02:09

SEC. 1. FONDO NEGRO

Pantalla en negro, sonido de campanadas de iglesia. Letras blancas en medio de la pantalla: "Mathew R. Herman Presenta".

SEC. 2. EXT/INT – CALLE – DÍA

Contraplano del lateral de un coche. Todavía se escuchan las campanadas.

Primer plano de las manos de un cura con una cadena de rosario y una cruz; está en el interior del coche.

Suena música de iglesia, nada alegre, es bastante tétrica.

Imagen de la parte inferior del coche. Se abre la puerta y baja un hombre de negro, el Cura.

Plano picado del Cura bajando del coche. Alguien le ha abierto la puerta, su Ayudante, luego la cierra.

El Cura, en medio de la acera, mira hacia arriba.

Plano interior de una vivienda que cierra las cortinas.

La música

En todo el tráiler la música es fundamental. La música nos exalta y el espectador detecta al instante si se trata de una película de miedo, intriga y o terror.

SEC. 3. FONDO NEGRO

Aparecen impresas las letras "HA PASADO MUCHO TIEMPO". La música ha cambiado pero sigue en el mismo tono misterioso.

Recursos audiovisuales

Fundidos en negro, imágenes sospechosas, intrigantes, donde no vemos nada, sólo se intuye. Todos los recursos audiovisuales predisponen al espectador para conseguir el objetivo, que pase un buen rato aterrido y angustiado.

SEC. 4. INT – ESCALERA – DÍA

El Cura sube por las escaleras de un edificio. Plano contrapicado; le sigue el Ayudante. Después de unos escalones, da una rápida mirada hacia arriba.

Otra imagen: ahora el Cura y su acompañante están más arriba. Él vuelve a mirar hacia arriba.

"Ha pasado mucho tiempo"

Ese "ha pasado mucho tiempo" a recordar, otra historia con el mismo protagonista, y ahora vuelve. El retorno de las pesadillas, volver a pasar por lo mismo; eso parece que todavía da más miedo.

SEC. 5. FONDO NEGRO

Aparecen impresas en blanco las letras "CREÍAS HABERLO OLVIDADO".

SEC. 6. INT – CASA – DÍA

Primer plano de las manos del Cura. Deja la Biblia encima de una mesa.

Un primer plano de tres mujeres mayores rezando. Susurran su rezo.

Aparte de la música misteriosa, se suma el susurro de las mujeres hasta el final de la secuencia.

Más recursos

Voces, susurros, todo ello hace que el espectador se remueva en el asiento. Unos planos rápidos, imágenes oscuras, miradas de preocupación, angustia... ¿Qué pasará?

Imagen de una mano con una cadena de rosario. Detrás, una imagen borrosa de otro hombre.

Primer plano de dos de las mujeres rezando.

Imagen de un pañuelo blanco y las manos del cura poniendo encima una cruz.

Imagen de las tres mujeres rezando.

Primer plano del Cura con el pañuelo blanco en las manos. Se lo acerca a la cara y besa la cruz. Cierra los ojos, suplica.

SEC. 7. FONDO NEGRO

Letras impresas "PERO AHORA"

SEC. 8. INT – PASILLO CASA – DÍA

Imagen de un contraluz del cura por el pasillo de la casa.

SEC. 9. FONDO NEGRO

Letras impresas en blanco: "EL ENEMIGO ETERNO"

Suenan de fondo una especie de risas extrañas que dan miedo.

SEC. 10. INT – PASILLO CASA – DÍA

Imagen del Cura avanzando por el pasillo.

Se escuchan algunas voces, como del más allá.

SEC. 11. FONDO NEGRO

Letras impresas en blanco: "HA VUELTO"

SEC. 12. INT - HABITACIÓN - DÍA

Imagen picada de una niña vestida con camisón blanco. El pelo le tapa la cara.

Primer plano de la cara del Cura, aterrorizado, angustiado.

Primer plano de la cara de la Niña. Poco a poco empieza a levantar la mirada.

Empiezan a oírse de nuevo los rezos.

Historia de exorcismo

El espectador ya sospechaba. Ahora no tiene ninguna duda de que se trata de una historia de exorcismo.

SEC. 13. FONDO NEGRO

Letras impresas en blanco: "¿SABES REZAR?"

Fundido en negro.

Tráiler falso

Es un tráiler falso, por lo tanto el guionista-director se permite: 1) bromear y criticar la infinidad de partes que tienen algunas películas y 2) homenajear a esa primera película, ya clásica del género, de "El exorcista".

Aparecen letras en blanco: "EL EXORCISTA V"

Después de un segundo salen las letras: "Una película de Jaume Balagueró"

Fundido a negro.

Aparecen las letras: "DICIEMBRE 2009"

El tráiler nos cuenta la historia, ya sabemos cuál es la *story-line* (cura se enfrenta al diablo a través de una niña poseída), pero desconocemos los métodos que utilizará el cura y si realmente conseguirá ganar al diablo... (que podría no ser así). El mensaje está claro: es una película de terror y va de esto; si quieres saber cómo termina, tendrás que verla. Este género cinematográfico tiene su público, por lo tanto, lo que hay que conseguir es que al espectador le atrape CÓMO vas a contar la historia.

Ya he dicho que la música y el sonido son fundamentales en una película de miedo. Te propongo un juego. Vuelve a ver el tráiler sin sonido. Verás cómo las imágenes pierden toda su fuerza. Si además lo visionas poniéndote de fondo una música alegre, el efecto va a ser el opuesto. Unas imágenes inquietantes y angustiosas pueden parecernos de comedia si la música les da esa característica.

Sea falso o no, el tráiler es una forma de contar una historia de manera comprimida pero sin conocer el final. Crea unas expectativas, deja en el aire si se van a cumplir o no, cuenta algo pero no del todo. En cierto modo es lo más parecido a una *story-line* de una película en la que ignoramos el final.

El proceso de creación también va a ser distinto. Partimos del hecho de que existe una historia, incluso va a estar ya rodada, o al menos así lo imaginamos. A partir de ese argumento, hay que sintetizar y extraer los puntos claves de la historia. Cómo arranca y hacia dónde va. Eso es lo que quiere saber el espectador: con qué se va a encontrar.

4.2. Clip de vídeo de Laforet Visual

El clip de video es una herramienta más para contar historias, con un claro objetivo promocional, informativo y publicitario.

El fotógrafo neoyorquino Vincent Laforet utiliza las imágenes para presentar su forma de trabajar y los buenos resultados obtenidos con una cámara Canon digital. Podría contarlo con palabras, aunque seguramente resultaría aburridísimo y el resultado no sería el mismo. Y es que vale más una imagen que mil palabras.

4.2.1. Guión de *Reverie* de Laforet Visual

SEC. 1 – EXT. EMBARCADERO NUEVA YORK. NOCHE

Mario, un chico de 35 años, vestido con traje blanco, besa apasionadamente a Bea, una chica de 30 años, con vestido de satén rojo escotado, de fiesta. Las luces de la ciudad de Nueva York al fondo.

Nombre de los personajes

No sabemos cómo se llaman los protagonistas, en ningún momento hablan. Pero cuando se trata de escribir un guión, es preferible dar nombre a los personajes, para evitar posibles confusiones o errores, antes y durante el rodaje.

SEC. 2 – INT. CASA MARIO. NOCHE

Mario duerme plácidamente en el sofá de su casa. Por el tipo de iluminación, deducimos que la televisión está encendida. Mario está soñando.

SEC. 3 – EXT. CALLES. NOCHE

Imagen de una calle, los faros de un coche, otro vehículo cruza.

Imagen de un túnel y el coche de Mario va a toda velocidad.

Imagen del coche de Mario. Se detiene en un asfalto de adoquines.

Imagen de las piernas de Bea esperando en el asfalto de adoquines.

Imagen de un ramo de flores amarillo que sostiene la mano de Mario, las deja caer en el suelo.

Imagen de Mario mirando.

Imagen de Bea esperando, sola, en ese fondo de adoquines y unos edificios detrás.

El objetivo

En treinta segundos tenemos planteada la historia. Mario sueña con una cita con esa fantástica Bea, pero parece que no ha llegado a tiempo. La trama es sencilla, sin complicaciones, y es que su objetivo no es contar una historia genial, sino demostrar las aptitudes de Laforet Visual y de esa cámara Canon digital. La trama puede ser más o menos interesante, pero lo que no se debe olvidar es el objetivo; la historia debe estar al servicio de lo que nos interesa contar.

SEC. 3 – INT. CASA MARIO. NOCHE

Mario en el baño de su casa se lava la cara.

Imagen de Mario subiendo a toda prisa unas escaleras interiores del edificio de su casa.

Imagen de las manos de Mario cogiendo un ramo de flores amarillas de un cubo lleno de flores amarillas.

El *flashback*

La imagen de las flores confirma que se trata de un *flashback*, desde el momento que Mario dejó caer el ramo en la secuencia tres. No hay que dejar espacio a la duda, interesa que quede claro que se trata de un *flashback*, y, por lo tanto, hay que buscar elementos que lo confirmen. El espectador puede deducir, suponer situaciones, pero también hay que ponerle las cosas fáciles, no se trata de complicar la historia de manera que cueste entender la trama, y mucho menos en un clip de video como este. No hay que jugar a las adivinanzas, sino demostrar unas habilidades artísticas y técnicas.

SEC. 4 – EXT. CALLES. NOCHE

Mario circula con su coche por las calles. Lleva el ramo de flores en la guantera del vehículo. Mira a ambos lados de la calle, está buscando a Bea.

Imagen de Bea en el embarcadero, esperando a Mario.

Mario sigue circulando por las calles. Se pone unas gafas oscuras que le dan un toque muy moderno.

Un primer plano de Mario mirando por el retrovisor de su coche.

Un primer plano de la sombra del perfil de Bea.

Imagen de una esquina.

Imagen de Bea esperando, en plano americano.

Las imágenes

Las imágenes son rápidas, de dos o tres segundos; le dan ritmo y frescura al vídeo.

Imagen de las manos de Mario agarrado al volante, conduciendo.

Imagen de las ruedas del vehículo sobre el asfalto.

Imagen del GPS del coche.

Imagen del coche detenido. Mario baja a toda prisa, con el ramo de flores en la mano. Busca a Bea. Se quita las gafas. Está sudado, nervioso e intranquilo.

Otra vez Mario conduciendo. El coche cruza un puente.

Calle con algunos taxis circulando.

Imagen de Mario dentro del coche, conduciendo. No lleva las gafas de sol.

Imagen del brazo de Mario sosteniendo el ramo de flores, viaja en un helicóptero, apoyado en la puerta abierta. Sobrevuela Nueva York. Mario vuelve a ponerse las gafas de sol. Al fondo vemos las luces de las calles.

Imagen aérea del Empire State, todo iluminado.

Primer plano del rostro de Mario.

Otra imagen del Empire State.

Vista panorámica de Nueva York desde el cielo.

Bea sigue esperando en el mismo lugar, en la calle.

Un giro de la imagen. Bea y Mario besándose apasionadamente como en la primera imagen.

La trama

Es una imagen preciosa: las luces de los edificios..., e insisto en el objetivo del video: publicitar el trabajo de Laforet Visual con una cámara Canon Digital. La trama es una excusa para mostrar lo que interesa. Aun así, la trama debe ser coherente.

SEC. 5 – INT. CASA MARIO. NOCHE

Mario duerme tumbado en el sofá. Abre los ojos, se despierta de golpe y se marcha a toda prisa.

Fundido en negro.

Aparecen algunos créditos.

SEC. 6 – EXT. CALLES. NOCHE

Mario conduce su coche. El ramo de flores amarillo en la guantera. Está algo preocupado, temeroso de llegar tarde.

SEC.7 – INT. CASA MARIO. NOCHE

Imagen del sofá de la casa de Mario, sólo se ve el reflejo de la luz del aparato de televisión.

Créditos en un fondo negro y la imagen de la luna en un extremo de la pantalla.

4.2.2. Objetivo

Antes de empezar la famosa "lluvia de ideas" de un proyecto, hay que saber por qué vamos a contar algo, uál es la intención y el resultado final que buscamos. En un clip de video promocional es evidente que se está vendiendo algo. Por lo tanto, vamos a buscar lo que queremos que piense exactamente el espectador o cliente, después del visionado del clip.

Laforet Visual pretendía realizar un vídeo que sirviera de ventana de su trabajo. ¿Y qué imagen quería dar de su trabajo? Pues que es impecable, serio, con clase y experiencia. Creo que esos adjetivos se deducen fácilmente después de ver "Reverie".

La historia que se va a contar tiene que realzar las habilidades de Laforet y de la cámara Canon digital. Ha de haber contrastes de luz, vistas aéreas, ritmo, rapidez... Está claro que la noche permite jugar con la iluminación; si combinamos personajes y paisajes podemos utilizar diferentes planos, desde un primer plano de una chica hasta una panorámica nocturna de Nueva York. Ése tiene que ser el punto de partida. Tenemos los elementos básicos, unos parámetros, ahora sólo hay que mezclar los ingredientes y montar una historia con un inicio, un desarrollo y un desenlace.

Laforet Visual podría haber realizado un vídeo basado en una consecución de imágenes, sin trama alguna. En principio nos parecería correcto y suficiente. Pero Laforet ha ido un poco más lejos y ha creado una historia de ficción. ¿Qué se consigue con ello? Pues entretener y que el espectador-cliente se quede mirando el vídeo hasta el final, porque quiere saber cómo termina la historia. Informar, persuadir y seducir. Al fin y al cabo ésa es la intención última de cualquier producto multimedia.

Cuando se tiene muy claro el propósito, entonces podemos dar rienda suelta a las ideas. Así, Laforet Visual crea una historia sencilla, de chico busca a chica; lo cual le permite dar un largo paseo por la ciudad, incluso un viaje aéreo.

El hecho de que sea un sueño, nos hace pensar indirectamente en las posibilidades técnicas de la cámara Canon digital. Éste es el primer corto rodado con ese tipo de cámaras; ya no es un sueño, es una realidad.

5. Etapa 5. El documental

El **documental**, en principio, no tiene ficción, todo se basa en hechos y personajes reales. Digo "en principio" porque en ocasiones algunas situaciones son recreadas por los mismos protagonistas. La cuestión es que se trata de un producto informativo, que divulga contenidos, investigaciones... Es fácil creer que no existe un guión para el documental, que basta con escribir una escaleta y un plan de rodaje. Pues nada más alejado de la realidad, puesto que el guión documental es tan necesario como lo es para la ficción.

A diferencia de la ficción, el guión de documental es una herramienta que evoluciona y cambia mucho desde el inicio del proyecto hasta que lo vemos en la pantalla. Después de lo conseguido con las entrevistas, ha sufrido varias versiones en las grabaciones e incluso en los avances de la investigación. La primera idea sobre un tema, personaje o situación cambia después de varios meses trabajando en ello.

5.1. Reportaje de TVE *Los pañuelos verdes*

Hablamos de reportaje porque se trata de un tema de actualidad, pero estamos hablando del mismo género audiovisual. En el proceso creativo da lo mismo hablar de documental que de reportaje.

Es interesante el reportaje de *Los pañuelos verdes* desde el punto de vista de documental de investigación. Se ha buscado un tema que preocupa a una parte importante de la población: las drogas, y se centra en los controles aduaneros.

5.1.1. Guión

Guión final de *Los pañuelos verdes*

Versión final

Esta versión final se realiza en la sala de montaje una vez tenemos el material, imágenes y entrevistas. Tiene que servir para llevar un control de los tiempos y del contenido del documental.

El resultado final puede estar muy apartado de la primera versión de guión, escrito cuando se tiene sólo la idea y algo de información, cuando desconocemos qué y quiénes van a dar más de sí.

Duración total 22 min. 17 seg.

PARTE 1. PRESENTACIÓN. CONTROLES ANTIDROGA.

Imágenes del aeropuerto de Barajas, Madrid.

Imágenes del control de seguridad en el interior del aeropuerto. Un guardia civil registra el equipaje de un pasajero sospechoso. El guardia civil descubre cocaína dentro de una de las latas de conserva de la maleta, y el hombre es detenido. Escuchamos el diálogo y las preguntas que la periodista hace al hombre detenido.

Imágenes del almacén de paquetería de Barajas. Voz en *off* de la periodista preguntando sobre el contenido de paquetes sospechosos a uno de los responsables de aduanas. Descubre un paquete con cocaína.

Imágenes del hombre detenido en el aeropuerto. Preguntas en *off* de la periodista sobre cómo funcionan los encargos y cobros de droga.

Declaraciones del guardia civil que ha descubierto la cocaína en la maleta del Hombre detenido.

Duración: 03:44

Presentaciones

Igual que en la ficción, debe haber un tiempo para situar al espectador, presentar el tema del reportaje y quién o qué va a ser el protagonista.

PARTE 2. REHABILITACIÓN. ¿Qué es el Taller de formación de extoxicómanos?

Imágenes del Taller de formación de extoxicómanos en Algeciras, Cádiz.

Imágenes de un grupo de extoxicómanos aprendiendo tareas de albañilería. La periodista pregunta sobre lo que hacen exactamente ahí. Ellos cuentan en qué consiste el taller. Opiniones varias de extoxicómanos en su intento por rehabilitarse.

Duración: 02:04

El lado positivo

Mostrar un centro de rehabilitación, enseñar la otra cara de la moneda. Empezamos con el tráfico y luego conocemos algunas de las víctimas en su lucha por salir de ese mundo. Hay que buscar siempre el lado positivo, porque el espectador quiere saber que no todo es gris, quiere ver una salida a los problemas, ya sean de drogas o de viviendas.

PARTE 3. CONTROL TERRESTRE. Controles y detección de droga en la frontera hispanomarroquí de Ceuta.

Imágenes del ferry de Ceuta.

Imágenes de la frontera hispanomarroquí de Ceuta. Los perros de la Guardia Civil entran y registran los vehículos detenidos. La Periodista pregunta qué ha ocurrido. Evidentemen-

Ampliación de información

Hemos visto un control aduanero en el aeropuerto y ahora nos vamos a una frontera terrestre. Estamos ampliando la información, vamos a conocer la misma situación desde otro ángulo.

te, han encontrado droga. ¿Cómo trabajan esos perros? ¿Cómo esconden la droga en los coches? Preguntas al propietario del vehículo.

Otro bloque de imágenes, con el registro de un coche cargado con droga y preguntas de la periodista.

Imágenes de la sala donde se guarda la droga requisada y donde esperan los detenidos.

Duración: 05:06

PARTE 4. DENUNCIAS. ¿Quiénes son Pañuelos Verdes?

Imágenes de la Asociación Pañuelos Verdes en La Línea, Cádiz. Información de las propias mujeres: madres de hijos que han estado enganchados a las drogas y su lucha contra el narcotráfico.

Las mujeres explican a la periodista qué hacen y por qué llevan los pañuelos verdes.

Duración: 01:30

PARTE 5. CONTROL AEREO. Detención de un pasajero en el aeropuerto de Barajas.

Imágenes del interior del aeropuerto de Barajas, donde han detenido a un pasajero con droga en el estómago. El guardia civil amplia la información.

Duración: 02:10

PARTE 6. REHABILITACIÓN. ¿Qué es el centro de rehabilitación de toxicómanos?

Imágenes del centro de rehabilitación de toxicómanos en La Línea, Cádiz. Vemos el centro, lo conocemos y hablamos con algunos internos.

Duración: 02:09

PARTE 7. CONTROL POR AIRE. Helicópteros para el control marítimo de Cádiz.

Información equilibrada

Un segundo bloque positivo: la lucha de las madres. Se alterna un bloque con otro, de manera que la información queda equilibrada.

Expectativas e interés

El reportaje ya ha mostrado imágenes del aeropuerto de Barajas. Ahora se profundiza en él y se desvela información impactante: se utiliza el propio cuerpo como recipiente para introducir droga en el país. Estamos más o menos a la mitad del reportaje, esa nueva información da un nuevo empujón a la trama; crea expectativas e interés.

Ritmo en la trama

Un nuevo bloque sobre el tráfico y volvemos a un centro de rehabilitación. El reportaje sigue alternando los dos tipos de información. Da ritmo a la trama.

Imágenes del helicóptero que realiza vuelos para detectar embarcaciones dedicadas al contrabando, en el helipuerto de aduanas de Los Barrios, Cádiz.

Preguntas de la periodista e intercalado con imágenes grabadas de embarcaciones que tiran cajas por la borda.

Imágenes del puerto de Algeciras con el cargamento de una embarcación que transportaba droga. Explicaciones del tipo de estupefacientes que suelen intervenir.

Imágenes del puerto con las lanchas de goma y explicaciones del tipo de barcas que suelen utilizar los traficantes.

Imágenes de las dependencias policiales donde se abren los paquetes interceptados a las lanchas. Explicaciones de la Guardia Civil sobre cómo se empaquetan las drogas para garantizar el buen transporte.

Duración: 04:18

PARTE 8. CONTROL DE CAMIONES DE LA ADUANA DE ALGECIRAS.

Imágenes de los controles aduaneros de camiones en la aduana de Algeciras. Explicaciones de la Guardia civil de lo que encuentran en los contenedores de camiones.

Duración: 01:34

PARTE 9. ACUSACIÓN EN LOS JUZGADOS. La acusación particular de los detenidos por drogas.

Imágenes de los juzgados de Algeciras. Conocemos a gente que habitualmente denuncia puntos de venta de droga y asisten al juzgado para testificar y como acusación particular de detenidos.

Duración: 01:06

Profundizamos en el tema

Nos vamos adentrando en el tema. Conocemos otros lugares y métodos menos conocidos del contrabando: desde un helicóptero hasta la aduana de camiones.

Declaraciones impactantes

Después de un largo fragmento de informaciones sobre el tráfico, una última intervención antidroga. Vuelve a ser el testimonio de una persona de la calle y su lucha contra el narcotráfico. Aparecen declaraciones impactantes del trabajo individual y desinteresado de alguien cualquiera, como el propio espectador.

PARTE 10. CONTROL POR MAR. PUERTO DE ALGECIRAS.

Imágenes del puerto y de la patrulla marítima de la Guardia Civil en Algeciras. Explicaciones de los guardia civiles sobre su trabajo.

Imágenes panorámicas del puerto de Algeciras.

Duración: 01:00

Pincelada

Finalmente conocemos el control marítimo desde lanchas de la Guardia Civil. El reportaje ha pasado por todos los tipos de controles aduaneros. El espectador tiene la sensación de haber aprendido más. El reportaje pretendía ofrecer una pincelada y lo consigue.

5.1.2. La idea y el guión inicial

Un documental, al igual que una historia de ficción, debe proponerse contar algo. La diferencia es que se construye con elementos de la realidad pero la forma de exponer los hechos puede seguir perfectamente la forma clásica de inicio o presentación, desarrollo y desenlace.

Previamente, hay que realizar una aproximación al tema; ver si tiene o no contenido suficiente, si va a ser atractivo para el espectador.

Como si se tratara de la *story-line* de una película, hay que escribir en pocas líneas las bases del documental:

La *story-line*

"Los pañuelos verdes" parte de la idea de mostrar la lucha contra el tráfico de drogas en la frontera hispanomarroquí; puerta principal de entrada de hachís en Europa. Cómo se trabaja y cómo se lucha contra ello.

A partir de ahí elaboramos una sinopsis más extensa, con los elementos se van a tratar, a quién se va a entrevistar, cuáles serán las localizaciones, quiénes los protagonistas y quiénes los antagonistas, incluso se especifica algunos diálogos o locuciones orientativas.

Los pañuelos verdes

Los pañuelos verdes tiene varios protagonistas posibles, desde las madres de la Asociación Pañuelos Verdes, hasta los guardia civiles del aeropuerto de Barajas y del control aduanero de Algeciras. Está claro que los antagonistas van a ser los detenidos. Pero también tiene que haber el mensaje positivo de los toxicómanos rehabilitados, los centros de ayuda. No podemos hacer un documental derrotista, eso no es lo que quiere ver el espectador; quiere saber qué ocurre, pero también que se está haciendo algo para mejorar las cosas. Un reportaje deprimente, sin positivismo, hará que el espectador cambie de cadena.

Este documento, con la idea, la sinopsis y el guión inicial, junto con el presupuesto, es lo que se va a presentar a la cadena de televisión o productora. Tiene que ser la herramienta de trabajo para arrancar el proyecto. Después empezará la etapa de investigación exhaustiva. Debemos convertirnos en expertos del tema; lo que permitirá hacer una segunda versión del guión mucho

más extensa y completa, con indicaciones de los escenarios y los personajes. Es evidente que este trabajo nos llevará a variar y acomodar algunos de los elementos de la primera versión del guión.

5.2. *Línea 900: El juzgado de Emilio*

Línea 900, un programa de TVE emitido hasta noviembre de 2007, había nacido 16 años atrás, con el objetivo de dar voz a los propios espectadores, que a través del servicio telefónico gratuito, revolucionario en aquel momento (el número 900), denunciaban y proponían temas.

El juzgado de Emilio

Puedes ver las distintas partes en las direcciones siguientes:

1ª parte: http://www.youtube.com/watch?v=H8egWOrh5Zw
2ª parte: http://www.youtube.com/watch?v=VlyZOE0FPLM&feature=related
3ª parte: http://www.youtube.com/watch?v=qfBjeR0905I&feature=related
4ª parte: http://www.youtube.com/watch?v=qfBjeR0905I&feature=related

5.2.1. Guión de *El juzgado de Emilio* de *Línea 900*

Este es otro tipo de documental. Se basa en un personaje, en contar algo sobre una persona que destaca o ha destacado por algún hecho. En este caso, se trata de dar a conocer a un juez, famoso por sus sentencias atípicas.

La forma de realizar el reportaje también es muy diferente del anterior. En éste se combinan las intervenciones de los personajes, con la información que nos da la voz en *off*.

Guión de *El juzgado de Emilio*

Guión de *El juzgado de Emilio*

Duración total 25 min. 44 seg.

PARTE 1. PRESENTACIÓN.

Presentación del personaje

El reportaje se basa en un personaje concreto. Hay, pues, que empezar por presentar al personaje y exponer por qué es interesante este protagonista.

Imágenes de Emilio con su moto llega al juzgado de Granada.

LOCUCIÓN OFF:

COMO TODAS LAS MAÑANAS ANTES DE IR A TRABAJAR, LLEVA A SU HIJA AL INSTITUTO, SE HACE UNOS CUANTOS LARGOS DE PISCINA Y LUEGO SE ACERCA AL JUZGADO EN MOTO.

Imágenes de Emilio entrando en el juzgado.

LOCUCIÓN OFF:

ES EMILIO CALATAYUD, TITULAR DEL JUZGADO DE MENORES NÚMERO 1 DE GRANADA. EL JUEZ DE LAS SENTENCIAS EJEMPLARES. EMILIO LLEVA 19 AÑOS AL FRENTE DE ESTE JUZGADO, AL QUE ACCEDE SIEMPRE POR EL DESPACHO DONDE TRABAJAN LOS FUNCIONARIOS.

Imágenes de los despachos de los funcionarios y el de Emilio.

LOCUCIÓN OFF:

EL MARTES ES EL DÍA SEÑALADO PARA REALIZAR LAS VISTAS. SE DAN MÁS DE VEINTE, COMO CASI TODAS LAS SEMANAS. EN LA VÍSPERA EL JUEZ CALATAYUD APROVECHA PARA IR ADELANTANDO LAS SENTENCIAS QUE YA TIENEN CONFORMIDAD Y REPASAR CON LOS FUNCIONARIOS LOS CASOS PREVISTOS.

Imágenes de los despachos y de Emilio hablando sobre las sentencias con unos y otros.

LOCUCIÓN OFF:

SE DAN EN TOTAL VEINTITRÉS JUICIOS POR DELITOS COMETIDOS POR MENORES DE ENTRE LOS CATORCE Y LOS DIECIOCHO AÑOS.

LAS VISTAS SE DAN EN UNA SALA, EN ESE MOMENTO VEDADA POR LA FISCALÍA A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, Y REÚNE UNAS CARACTERÍSTICAS ESPECIALES.

Imágenes de la sala. Emilio cuenta dónde se sientan los profesionales, autoridades e implicados que asisten al juicio.

Imágenes de un calabozo, con unas pintadas en las paredes.

LOCUCIÓN OFF:

UNA CONDENA TÍPICA DE ESTE JUEZ ATÍPICO AL QUE, A PESAR DE TODO, RESPETAN Y ADMIRAN EN GRANADA, CIUDAD QUE LE ATRAPÓ PARA SIEMPRE, A PESAR DE NACER EN CIUDAD REAL HACE 52 AÑOS.

Duración: 02:54

PARTE 2. Profesión e infancia de Emilio Calatayud.

Imágenes de las salas de los juzgados y del retrato en el que se le reconoce su labor en la ciudad de Granada. Explicación de la sentencia que le hizo famoso.

LOCUCIÓN OFF:

SENTENCIA QUE LE HIZO FAMOSO COMO JUEZ, AUNQUE SU CARRERA PROFESIONAL ESTUVIERA EN UN PRINCIPIO ENCAMINADA A EJERCER DE ABOGADO, COMO SU PADRE.

Imágenes de Emilio en su despacho.

LOCUCIÓN OFF:

EL AZAR QUISO QUE SE CONVIRTIERA EN JUEZ Y SACARA PLAZA EN GRANADA EN 1984, A PESAR DE QUE LOS PRONÓSTICOS SOBRE SU FUTURO NO FUERAN NADA HALAGÜEÑOS, PORQUE EMILIO CALATAYUD, IRONÍAS DEL DESTINO, FUE UN CHAVAL UN POCO DIFÍCIL.

Emilio cuenta cómo era de chaval.

LOCUCIÓN OFF:

UN PUEBLO DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA DONDE EXISTÍA UN INTERNADO, FAMOSO EN AQUELLOS AÑOS POR LA DUREZA DE SUS MÉTODOS PEDAGÓGICOS.

Duración: 01:30

PARTE 3. Juez y juzgado productivo.

Imágenes de Emilio, sale de su despacho; despacha asuntos con los funcionarios.

LOCUCIÓN OFF:

HOY EMILIO CALATAYUD ES UNO DE LOS JUECES MÁS PRODUCTIVOS DE ANDALUCÍA. EN ESTE JUZGADO SE RESOLVÍAN, HASTA LA ENTRADA EN FUNCIONAMIENTO DEL NÚMERO 2, EN ENERO DE 2006, CERCA DE MIL CASOS AL AÑO. EN DIECINUEVE AÑOS MÁS DE 10.000 MENORES GRANADINOS HAN PASADO POR EL JUZGADO DE EMILIO.

Breve intervención de algunos de los funcionarios que trabajan en el juzgado.

Humanizando al personaje

Después de la presentación del tema y del protagonista, vamos a adentrarnos en el personaje. ¿Como era de pequeño? Se está humanizando al personaje; el espectador se ha de sentir cercano a él.

LOCUCIÓN OFF:

LA LEY DEL AÑO 2000, QUE HA AMPLIADO LA EDAD PENAL DEL MENOR DE LOS 16 A LOS 18 AÑOS, HA LLENADO AÚN MÁS DE PAPEL Y TRABAJO A LOS JUZGADOS. LA INMENSA MAYORÍA SON DELITOS MENORES.

Explicaciones de Emilio.

LOCUCIÓN OFF:

SIN EMBARGO, EN APENAS CINCO AÑOS HAN AUMENTADO CONSIDERABLEMENTE LOS CASOS DE MALTRATO FAMILIAR, ES DECIR, HIJOS QUE PEGAN A SUS PADRES.

Explicaciones de Emilio de casos de padres que acuden desesperados al juez.

Imágenes de un padre preguntando sobre una sentencia.

LOCUCIÓN OFF:

EL PAISAJE COTIDIANO DE ESTE JUZGADO HIPERACTIVO INCLUYE LA PUERTA SIEMPRE ABIERTA DEL DESPACHO DEL JUEZ. AQUÍ SE ATIENDE AL MISMO TIEMPO A LAS VISITAS, SE REDACTAN SENTENCIAS Y SE CONTESTA AL TELÉFONO. CASI TODAS LAS LLAMADAS SON PARA INVITAR AL JUEZ A DAR CHARLAS.

Duración: 02:00

Información interesante para el espectador

El reportaje no sólo quiere centrase en la figura del juez, sino que amplía la información de cómo van los juzgados, la ley, y pone sobre la mesa un nuevo problema: el maltrato de menores a sus familiares. El reportaje busca aquellas informaciones que pueden interesar al espectador. En este caso dar un toque de atención, porque tarde o temprano la mayoría van a ser padres de familia.

Información ampliada

Nos interesa la vida profesional del juez en toda su amplitud; no sólo el trabajo, sino todo lo relacionado con su trabajo. Hay que ampliar la información a lo ancho.

PARTE 4. La otra actividad del juez.

Imágenes del juez hablando por teléfono en su despacho. Le proponen dar una charla.

Imágenes del juez viajando en coche, se dirige a dar una conferencia. Explica de qué tratan las charlas.

Imágenes de Emilio dando una charla: "Consejos para formar a un delincuente".

Duración: 01:27

PARTE 5. La vida familiar.

Humanizando al personaje

También conocemos cómo es su vida familiar, cómo vive, con quién. Hay que buscar el lado más humano del personaje.

Imágenes de Emilio en su residencia particular. Con su familia.

LOCUCIÓN OFF:

EN CASA DE EMILIO CALATAYUD, EN EL ALBAICÍN GRANADINO, CONCILIAR LA VIDA FAMILIAR CON EL TRABAJO ES A VECES COMPLICADO.

Imágenes de su mujer y sus opiniones.

LOCUCIÓN OFF:

MUCHAS DE LAS FAMOSAS SENTENCIAS SALEN DE ESTE DESPACHO DE CASA.

PARA LOS HIJOS DE LA PAREJA, EMILIO Y ALBA, TENER UN PADRE QUE ES UN JUEZ FAMOSO LES ACARREA ALGÚN INCONVENIENTE, PERO TAMBIÉN ALGUNA VENTAJA.

Declaraciones de los hijos y de Emilio.

Duración: 01:10

PARTE 6. Día de trabajo en el juzgado. Diferentes estamentos.

El juzgado

Y después de conocer a la familia, vuelta al trabajo. Profundizamos en lo que es el juzgado, conocemos los diferentes estamentos que trabajan en él.

Imágenes de los juzgados y del despacho con Emilio trabajando.

LOCUCIÓN OFF:

ES DÍA DE JUICIOS. DE LOS VEINTITRÉS SEÑALADOS PARA HOY EN LA MAYORÍA SE HAN PUESTO DE ACUERDO LAS PARTES. EMILIO APROVECHA EL TIEMPO ANTES DE ENTRAR EN SALA PARA IR REDACTANDO SENTENCIAS Y ATENDER LOS ASUNTOS DEL DESPACHO.

Imágenes del despacho con los funcionarios resolviendo asuntos.

LOCUCIÓN OFF:

LA COORDINACIÓN ENTRE LOS DIFERENTES ESTAMENTOS QUE COMPONEN ESTE JUZGADO DE MENORES ES UNA DE LAS CLAVES QUE EXPLICAN SU BUEN RENDIMIENTO.

Imágenes de los funcionarios en los diferentes despachos.

LOCUCIÓN OFF:

EN UN MISMO ESPACIO CONVIVEN EL JUEZ, LOS FISCALES, LOS EQUIPOS TÉCNICOS Y HASTA LA POLICÍA, QUE DISPONE DE COMISARÍA DENTRO DEL MISMO JUZGADO.

Intervención del inspector jefe de policía.

Imágenes de los despachos de los equipos técnicos.

LOCUCIÓN OFF:

PUERTA POR PUERTA SE ENCUENTRAN LOS DESPACHOS DE LOS EQUIPOS TÉCNICOS, QUE DESEMPEÑAN TAMBIÉN UN PAPEL FUNDAMENTAL EN LA APLICACIÓN DE LA JUSTICIA A LOS MENORES.

Intervención de la psicóloga.

Imágenes de Emilio. Se pone la toga para entrar en sala.

LOCUCIÓN OFF:

AL FINAL SÓLO SE HAN PODIDO CELEBRAR DIECIOCHO JUICIOS. LA MAYORÍA DE LOS MENORES SALEN DE AQUÍ CON LAS MEDIDAS IMPUESTAS. ES ENTONCES CUANDO INTERVIENEN LOS EQUIPOS DE MEDIO ABIERTO.

Imágenes e intervención del equipo de medio abierto.

Duración: 03:16

PARTE 7. Medidas y seguimiento.

Imágenes exteriores. Menor con una moto.

LOCUCIÓN OFF:

ESTE MENOR TIENE UNA MEDIDA DE LIBERTAD VIGILADA DE UN AÑO IMPUESTA POR EL JUEZ EN JUNIO DE 2006. FUE UN DELITO CON FUERZA Y ATENTADO A LA AUTORIDAD.

Imágenes del joven en la asociación y sus explicaciones.

LOCUCIÓN OFF:

Credibilidad y consistencia

Después de profundizar en el tema, se pasa a un caso práctico, por decirlo de alguna manera. El objetivo es seguir informando y mostrar testimonios reales. Constantemente hay elementos que dan credibilidad y consistencia al reportaje.

LA ASOCIACIÓN IMERIS, QUE DEPENDE DEL DEPARTAMENTO DE JUSTICIA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA, SE ENCARGA DE QUE EL MENOR CUMPLA LA MEDIDA. ÉSTE DEBE, ADEMÁS, ACUDIR AL CENTRO DE DÍA PARA RECIBIR FORMACIÓN QUE LE PERMITA ENCONTRAR TRABAJO Y DEJAR DE RECOGER CHATARRA CON SU FAMILIA.

Imágenes del Centro de día y declaraciones de la Asociación Imeris.

Imágenes exteriores de un joven y su testimonio.

LOCUCIÓN OFF:

EN EL CASO DE ESTE MENOR, LA LIBERTAD VIGILADA QUE CUMPLE BAJO LA SUPERVISIÓN DE LA ASOCIACIÓN IMERIS SE COMPLETA CON APOYO ESCOLAR EN EL MISMO CENTRO DE DÍA Y CON UNOS CURSOS DE COCINA, OFICIO AL QUE QUIERE DEDICARSE EN UN FUTURO.

Declaraciones de la Asociación Imeris.

Imágenes de un joven trabajando en el Centro de día. Actividades para la comunidad.

LOCUCIÓN OFF:

SIN EMBARGO, NO TODOS LOS MENORES CON MEDIDAS DE LIBERTAD VIGILADA O PRESTACIÓN SOCIAL CUMPLEN AL PIE DE LA LETRA CON LAS OBLIGACIONES QUE DICTA EL JUEZ.

Declaraciones de la Asociación Imeris.

Duración: 03:20

PARTE 8. Actuaciones y sentencias del juez.

Imágenes de Emilio en su despacho con menores; una madre con su hijo. Diferentes casos.

LOCUCIÓN OFF:

EL MAGISTRADO CALATAYUD PASA POR SER UN JUEZ BLANDO, PERMISIVO Y PATERNALISTA. UNA FAMA QUE SEGÚN ÉL NO LE HACE JUSTICIA.

Intervención de Emilio desde su despacho.

LOCUCIÓN OFF:

Facetas del protagonista

Vemos cómo actua el juez, cómo es cuando impone medidas a los chavales. Él es el protagonista y hay que mostrarlo en todas sus facetas.

El *off*

El *off* sirve en todo momento para aclarar, informar e incluso denunciar todo aquello que no se ve en imágenes.

PARA ESTE JUEZ, EL TRATAMIENTO PERIODÍSTICO DE ALGUNOS CASOS EXCEPCIONALES, COMO EL CRIMEN DE SANDRA O PALO, O EL CASO DE LAS CHICAS DE SAN FERNANDO, HA CREADO UN CLIMA PROPICIO PARA QUE LAS PENAS SE AGRAVARAN DESDE ESTE MISMO AÑO, CUANDO LA LEY DE 2001 Y LOS JUECES YA ERAN SUFICIENTEMENTE DUROS.

Imágenes de Emilio hablando con algunos funcionarios sobre tipos de delitos. No es un juez blando.

Duración: 02:50

PARTE 9. Centro de Reclusión de Menores El Molino.

Imágenes del centro de reclusión de menores y explicaciones de su subdirector.

LOCUCIÓN OFF:

EL MOLINO, EN ALMERÍA, ES UNO DE LOS DIECISIETE CENTROS DE RECLUSIÓN DE MENORES CON QUE CUENTA LA JUNTA DE ANDALUCÍA. ESTÁ REGENTADO POR LA ASOCIACIÓN MERIDIANOS Y TIENE CAPACIDAD PARA SESENTA Y SIETE CHAVALES.

El subdirector explica y enseña el centro. Intervención de una educadora.

LOCUCIÓN OFF:

LAS CELDAS DE INGRESO SON LA PARTE MÁS DURA DEL ENCUENTRO DE LOS MENORES CON LA PRIVACIÓN DE LIBERTAD. LOS LLANTOS EN LOS PRIMEROS DÍAS SON ALGO HABITUAL.

Seguimos conociendo el centro y escuchando al subdirector.

LOCUCIÓN OFF:

EN ESTE CENTRO LOS CHICOS MEJORARÁN SUS CONDICIONES DE RECLUSIÓN MEDIANTE UN SISTEMA DE CRÉDITOS QUE OBTIENEN SEGÚN SU COMPORTAMIENTO. EL PASO DE LAS CELDAS INDIVIDUALES A LOS HOGARES, COMO SE DENOMINA AQUÍ A ESTA ESPECIE DE APARTAMENTOS, PUEDE SER CUESTIÓN DE MES Y MEDIO.

El subdirector muestra y explica cómo son los apartamentos.

LOCUCIÓN OFF:

Ligar la trama

Hay que ligar la trama de forma coherente. Se aprovecha la sentencia de algunos chavales para conocer un centro de menores. Es una nueva información, también algo positivo que vale la pena detallar: cómo son, qué pasa con los chavales.

Como pieza independiente, este fragmento tiene una presentación, un desarrollo del tema y un final con el testimonio de los mismos chavales. De la información más general se pasa a lo concreto, como en cualquier trama narrativa.

LA FORMACIÓN DE LOS INTERNOS SE COMPLETA CON DIVERSOS TALLERES, DONDE LOS MENORES EMPIEZAN A ENCAUZAR SU FUTURO LABORAL PARA CUANDO CUMPLAN CONDENA.

Declaraciones de subdirector.

Imágenes de los chavales en el centro y los exteriores de los edificios.

LOCUCIÓN OFF:

ROBO, ASESINATO O VIOLACIÓN SON LOS PRINCIPALES DELITOS COMETIDOS POR LA MAYORÍA DE LOS INTERNOS DE ESTE CENTRO. PERO TAMBIÉN ESTÁN, Y ESTO ES UNA NOVEDAD EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, LOS MALTRATADOTES FAMILIARES. AHORA MISMO ESTÁN CUMPLIENDO CONDENA EN EL MOLINO CINCUENTA Y OCHO CHAVALES, CATORCE DE ELLOS, POR PEGAR Y MALTRATAR A SU FAMILIA.

Alerta social

Vuelve a destacar la violencia hacia los padres, porque es algo novedoso, desconocido por los espectadores y al mismo tiempo sirve de alerta social; algo que buscan los documentales de Línea 900.

Declaraciones del subdirector sobre este hecho de maltratadores familiares.

El protagonista

No hay que olvidar que el reportaje es sobre Emilio Calatayud, por lo tanto no hay que perderlo de vista. Siguiendo una buena línea argumental, se busca la manera de regresar al protagonista.

LOCUCIÓN OFF:

DOS DE LOS CHICOS QUE CUMPLEN CONDENA EN ESTE CENTRO SE ENCONTRARON UN DÍA DELANTE DE EMILIO CALATAYUD.

Imágenes de un joven y su intervención.

Imágenes exteriores del centro.

LOCUCIÓN OFF:

LE QUEDAN AÚN DOS AÑOS DE INTERNAMIENTO Y OTROS DOS DE LIBERTAD VIGILADA. HABER SIDO REINCIDENTE Y NO CUMPLIR CON OTRAS MEDIDAS ANTERIORES LE HA SUPUESTO UN TROPIEZO CON LA JUSTICIA QUE NO VA A OLVIDAR FÁCILMENTE.

Imágenes del joven y las declaraciones de algunos de ellos.

Duración: 04:30

PARTE 10. FINAL. Caso de Enrique y otros profesionales.

Imágenes de Enrique, entra en el juzgado, va hasta el despacho de Emilio.

LOCUCIÓN OFF:

ENRIQUE RUÍZ TAMBIÉN SE TUVO QUE VER UN DÍA LAS CARAS CON EL JUEZ CALATAYUD. AQUEL ENCUENTRO LE SUPUSO LA IMPOSICIÓN DE UNA MEDIDA QUE LE LANZÓ A LA FAMA GRACIAS A UNA DE LAS SENTENCIAS EJEMPLARES DEL MAGISTRADO.

Imagen de Enrique saludando a Emilio.

LOCUCIÓN OFF:

ENRIQUE FUE CONDENADO A DIBUJAR DURANTE CINCUENTA HORAS UN CÓMIC (ENTONCES UNA HABILIDAD Y HOY CASI UN OFICIO) POR CONDUCIR LA MOTO SIN SEGURO.

Declaraciones de Enrique.

Declaraciones de Emilio y explicación de la sentencia de Enrique.

LOCUCIÓN OFF:

DESDE ENTONCES ENTRE EL JUEZ Y EL CONDENADO NO SÓLO SE HA ESTABLECIDO UNA BUENA AMISTAD. ENRIQUE HA COLABORADO CON SUS DIBUJOS EN EL ÚLTIMO LIBRO DE EMILIO.

Imágenes de los dibujos, el libro y explicaciones de Enrique.

Imágenes de Emilio en un bar.

LOCUCIÓN OFF:

LAS SENTENCIAS DEL MAGISTRADO NO DEJAN IMPASIBLE A NADIE. DURO O CONDESCENDIENTE, EL JUEZ CALATAYUD HA MOSTRADO UN CAMINO EN EL QUE LA JUSTICIA PARECE MÁS CERCANA A LAS PERSONAS.

Imágenes del joven que asiste al centro de día, y que ya hemos escuchado y visto anteriormente. Opina sobre la sentencia.

Imágenes de las profesionales de la Asociación Imeris y sus opiniones sobre el tipo de sentencias del juez.

Imágenes y opinión sobre el juez de la psicóloga del juzgado.

Imágenes del periodista Carlos Morán. Opina de las sentencias.

Conclusión del tema

Nos acercamos al final. La mejor manera de terminar es buscarle el positivismo. Conocemos a un chico no sólo rehabilitado, sino que gracias al juez ha encontrado su vocación.

El caso positivo hay que reservarlo para el final. Es una forma de concluir el tema. Luego vienen las cortas intervenciones de algunos profesionales en las que alaban el trabajo del juez. Es la forma de ponerle punto y final al reportaje y que el espectador se quede con un buen sabor de boca.

El relax

Después del trabajo, el relax. También se reserva para el final la escena en el bar. Después de la dura jornada laboral, una cervecita.

Imágenes del juez y explicación sobre su trabajo y el éxito de sus sentencias.

5.2.2. La idea

Los documentales y reportajes de televisión forman parte de un programa semanal, con su propio estilo, sus propias directrices y sus espectadores fieles. Línea 900 tenía como prioridades hacer un periodismo de investigación, de denuncia, de planteamiento de problemas sociales y de defensa de la sostenibilidad. Ésa era la línea de trabajo, y, a partir de ahí, la palabra la tenían los espectadores. Lo novedoso de Línea 900 fue tener una línea telefónica a disposición de los espectadores. Ese nuevo elemento multiplicó las fuentes periodísticas.

Teniendo como punto de partida esas prioridades del programa, hay que buscar los temas que interesan a más de uno, los que, aunque sean locales, puedan extrapolarse. El guionista-periodista ha de saber identificar aquello que va a dar de sí y que encajará en el estilo del programa.

6. Etapa 6. Webs

El guionista de web, ya sea educativa o comercial, tiene que perseguir las mismas finalidades: redactar los contenidos de una forma clara, directa y apropiada para la lectura en pantalla.

Seleccionar la información que deberá incluir, distribuir los contenidos y buscar el lenguaje de navegación. El resultado final tiene que ser el reflejo de la empresa que encarga el proyecto: ¿Cumplimos con sus objetivos? ¿Las informaciones dadas cumplen las expectativas del cliente-usuario? Lo que se persigue, al fin y al cabo, es el mismo objetivo que en cualquier producto multimedia: persuadir, informar y seducir al "público" para que se quede en esa web; convencerlo para que compre, confíe en la empresa, interactúe con los contenidos; o sea, que no abandone el sitio en pocos segundos y se quede en la web el tiempo suficiente para conocer la empresa, el grupo o la actividad.

6.1. Webs educativas infantiles

Una web educativa infantil tiene que convencer a un público más amplio y muy exigente: los niños, las niñas y los padres. Para unos debe ser divertida, entretenida y dinámica. Para los otros, informativa y educativa. El reto no es nada fácil; además le añadimos el hecho de que esos niños han nacido en la era de la informática y por lo tanto están totalmente habituados a aprender y a jugar a través de una pantalla de ordenador.

6.1.1. Web de *Las tres mellizas*

"Las tres mellizas" se creó como un cómic en 1983 por Roser Capdevila. En 1994 la productora catalana Cromosoma, en coproducción con Televisió de Catalunya, crearon la serie de animación infantil, que se convirtió en éxito mundial. A partir de ahí, nacieron otros productos relacionados con la serie y se creó la web.

Desde la idea hasta que se escribe el primer guión del proyecto, hay que seguir unos pasos, al igual que en la ficción, hay que partir de una idea inicial, un objetivo y elaborar un tratamiento del proyecto. El último paso es ese primer guión con el que empezar la realización del producto, el contenido *out line*. Hasta el guión definitivo va a sufrir cambios importantes, que serán fruto del trabajo en equipo, desde el diseñador gráfico, al programador, pasando por el técnico de sonido, el animador y todos los especialistas que intervienen en la realización del producto multimedia.

Guión web "Las tres mellizas"

PÁGINA 0. PRINCIPAL

Fondo de página siempre en color crema.

Cruza de izquierda a derecha un pequeño avión rojo, con una tela de propaganda atada a la cola; como las avionetas de propaganda que recorren las playas en verano. El cartel de propaganda pone:

¡Navega con seguridad!

Haciendo clic se accede a una página informativa que aconseja cómo navegar por Internet de una manera segura:

¡Consejos para navegar con seguridad!

Título

Es importante poner título a todo, una palabra o frase corta que resuma de forma eficaz el contenido de la página a la cual se accede. Para el usuario debe ser fácil y práctico navegar por la web. Para el equipo técnico que trabaja en el proyecto también tiene que estar muy clara cuál es cada parte.

Web educativa

Es una web educativa infantil, por lo tanto nunca olvida la tarea de enseñar a los más pequeños, al mismo tiempo que diviertirles.

0.A. BANER SUPERIOR

Baner superior. En la parte izquierda:

Las tres mellizas

Si haces clic, siempre vuelves a esa página principal; forma parte del menú de navegación.

Debajo de este *link*, un botón en forma de sobre clásico y el texto:

Correo

También forma parte del menú de navegación. Si haces clic accedes a la página en la que puedes abrirte una cuenta de correo de *Las tres mellizas*.

Baner superior. En la parte derecha, animaciones en movimiento para destacar alguna noticia o evento relacionado con la serie. A principios del año 2009 el texto era el siguiente:

El pasado 23 de enero,

Roser Capdevila cumplió 70 años

(Cambio de baner)

Felicítala dejando tú

comentario en el tablón

Haciendo clic accedes al tablón donde dejar tu mensaje.

En está página, en la parte izquierda del *baner*, hay las opciones de idioma:

Català / English

Si hacemos clic en catalán, accedemos a la misma página pero con el nuevo idioma.

Si lo hacemos en inglés, accedemos a una nueva página, donde los contenidos son diferentes. Está pensada para usuarios de habla no inglesa y que están aprendiendo el idioma. Así pues, hay actividades y juegos. Tiene que ver con la versión para aprender inglés que se realizó de la serie.

Debajo del cambio de idioma, un enlace al mapa web:

Mapa web

Cambio y actualidad

A diferencia de los otros medios audiovisuales, Internet debe relacionarse con la palabra CAMBIO y ACTUALIDAD. Eso significa que una página web debe estar constantemente cambiando, actualizando datos, anunciando nuevos productos. Sea educativa o comercial, la web debe reservar un espacio donde colgar las noticias y novedades. El usuario quiere encontrar en Internet lo más nuevo, quiere informarse de lo que ocurre o está a punto de ocurrir.

0.B. PARTE CENTRAL

La parte central de la página está dividida en dos mitades, izquierda y derecha.

0.B.a. Parte central izquierda

En la parte izquierda de la página hay los diferentes botones para acceder a los contenidos. Tienen forma de pieza de puzle con un dibujo que tiene que ver con el contenido de la página; son sensibles al paso del ratón, se accede a ellos con un clic.

Un grupo de estos botones pertenecen a las páginas principales y en todas las páginas siguientes estarán en el menú de navegación. Son:

1. HABLEMOS

2. QUIÉN QUIERE JUGAR

3. LA BRUJA EXPRESS

4. AGENDA DE ACTIVIDADES Y WEBS AMIGAS

5. LO QUE QUERÍAMOS SABER SOBRE LAS MELLIZAS

6. LA TIENDA VIRTUAL. Tel.+34 93 266 42 66. Este botón es diferente de los otros, tiene forma de carro de la compra de supermercado. Va tirado por una de las mellizas y las otras dos niñas están en el interior del carro.

El otro grupo de botones accede a contenidos algo diferentes. Con un clic la página se abre en una nueva ventana. Son los siguientes:

7. EL BOSQUE DE LAS PALABRAS

8. RECETAS ECOLÓGICAS

9. EL CINE DE LAS TRES MELLIZAS

10. LAS TRES MELLIZAS BEBÉS

0.B.b. Parte central derecha

La parte de la derecha de la página tiene el título:

DESTACADOS

Debajo están los botones para acceder a los contenidos de actualidad y a las novedades. Como si se tratara de un tablón de anuncios, los botones tienen forma de cartel y están colgados con una chincheta. Primer trimestre del 2009. Eran los siguientes:

11. LAS TRES MELLIZAS EN EL BOSQUE DE LAS PALABRAS

12. LA VIEJA CUARESMA YA ESTÁ AQUÍ

13. RECETAS MÁGICAS PARA CUIDAR NUESTRO MUNDO

14. BIBLIOTECA... OS RECOMIENDAN

0.C. PARTE INFERIOR PÁGINA

A la izquierda hay un botón que accede a una nueva página, algo diferente:

Página web accesible

Información página web accesible

Con un clic sobre "Información..." se abre una nueva ventana donde se informa de la creación de unos contenidos pensados para los niños discapacitados visuales. Con un clic en "Página web accesible" se abre una nueva página con contenidos adaptados.

En el centro de la parte inferior de la página, un enlace al correo electrónico:

Escribe a la Bruja

Con un clic se abre un correo electrónico que permite enviar un mensaje a la Bruja.

En la parte inferior, las siglas de la empresa.

Estilo de la empresa

No es de extrañar que esta web tenga un espacio pensado para personas con discapacidades. La productora Cromosoma siempre ha apostado por una política de integración social, respeto al prójimo y también al medioambiente. Es, pues, el estilo de la empresa, y eso no debe olvidarse nunca cuando se elaboran los contenidos de una web. Desde los textos hasta el detalle más mínimo, todo tiene que estar de acuerdo con el estilo de la empresa.

En el primer trimestre del 2009 esta página todavía estaba en construcción.

Interactividad

Potenciar la interactividad entre los usuarios; que el usuario pueda expresar sus opiniones; ése es el caballo de batalla de Internet.

1. PÁGINA CONTENIDO "HABLEMOS"

Los contenidos relacionados con el diálogo entre usuarios.

1.A. BANER SUPERIOR

Banda superior. En la parte izquierda:

Las tres mellizas

Debajo de este enlace, el botón en forma de sobre clásico:

Correo

En la parte derecha, el menú de navegación con los botones de los contenidos de páginas más principales.

1.B. BANER CENTRAL

En la parte superior de la parte central de la página, una banda con animación en movimiento:

BIBILIOTECA

Es uno de los contenidos que no están en el menú de navegación, pero sí en la página principal.

Con un clic accedemos a los contenidos de la biblioteca.

Priorizar contenidos

No se ha querido abarrotar el menú de navegación con todos los contenidos posibles. Es lógico intentar simplificar al máximo, no dar excesiva información, porque en vez de aclarar, entorpece. Saber priorizar qué contenidos estarán siempre presentes y cuáles no no es un trabajo fácil. Hay que tener muy claros los objetivos de la página web y lo que se pretende con ella para saber separar la información más destacable.

En este caso, se ha sabido encontrar otra fórmula para recordar que existen otros contenidos aparte de los del menú de navegación. Aparecen en forma de *baners* destacados en las otras páginas. Así nos aseguramos que el usuario, tarde o temprano, también las va a visitar. Lo que interesa es que se mueva por todas partes.

1.C. PARTE CENTRAL PÁGINA

En la parte central de la página está el título de los contenidos:

Título de los contenidos

Claro y fácil de entender, más aún cuando los usuarios tienen que ser niños.

HABLEMOS

Debajo, tres botones colocados uno debajo del otro, que acceden a nuevos contenidos. Son los siguientes:

1.1. OPINIONES. Opina sobre los temas más diversos.

1.2. TABLÓN. El punto de encuentro.

1.3. POSTALES. Envía postales a tus amigos y amigas.

En la parte izquierda de la página, una imagen estática de la Bruja Aburrida tecleando en un ordenador portátil.

En la parte derecha de la página, una imagen estática de un personaje de la serie, fotografiando a la Bruja Aburrida.

1.1. PÁGINA CONTENIDO "OPINIONES"

Página donde se proponen temas y los usuarios podrán dar sus opiniones, en forma de *chat.*

1.1.A. BANER SUPERIOR

Se repite el menú de navegación de las páginas anteriores.

1.1.B. BANER CENTRAL

En la parte superior de la parte central de la página, un *baner* con animación en movimiento:

El cine de las tres mellizas

¡Entra y diviértete!

Es uno de los contenidos que no están en el menú de navegación, pero sí en la página principal.

Haciendo clic accedemos a los contenidos de "El cine de las tres mellizas", página donde puedes ver algunos capítulos de la serie e incluso algún capítulo de otras series de la productora.

1.1.C. PARTE CENTRAL PÁGINA

En la parte central se sitúan los diferentes cuadros donde se proponen los temas. Cada cuadro tiene un texto introductorio y una animación fija relacionada con ese contenido. Los temas propuestos son los siguientes:

1.1.1. **¿Qué quieres ser de mayor?**

Bombero, policía, escalador, político, físico, maestro... ¿Qué te gustaría ser de mayor? ¿Has pensado en ello? ¿Nos lo quieres contar?

1.1.2. **La bicicleta y la ciudad**

Últimamente el uso de la bicicleta en las grandes ciudades se ha incrementado notablemente. ¿Te parece que tu ciudad es apropiada para utilizar este medio de transporte? ¿Vas en bicicleta a la escuela? ¿Y el fin de semana?

1.1.3. **Horario laboral y horario escolar**

Cuando los padres trabajan se hace difícil conciliar el horario de trabajo con el horario escolar. ¿Te parece necesaria una ley con el fin de regular estas "nuevas" necesidades? ¿O te parece que este tema ya está resuelto con la ayuda de los canguros y los abuelos?

1.1.4. **Nuevas tecnologías en el aula**

Cuando hablamos de ordenadores y nuevas tecnologías siempre hacemos referencia a vuestro tiempo libre. Pero ¿y en la escuela? ¿Utilizáis ordenadores para trabajar en el aula? Y, si no es así, ¿te gustaría hacerlo? ¿Por qué?

1.1.5. **Lectura**

¿Cómo llevas la lectura últimamente? ¿Lees mucho? ¿Cuál es el libro más chulo que te has leído este año?

1.1.D. PARTE INFERIOR

Título incrustado inferior: **¿Quieres proponer algún tema?**

Con un clic se abre una página en una nueva ventana donde el usuario puede proponer un tema y enviarlo.

1.1.2. PÁGINA CONTENIDO "LA BICICLETA Y LA CIUDAD"

Página de *chat* donde los usuarios participan dando su opinión del tema.

1.1.2.A. BANER SUPERIOR

Se repite el menú de navegación de las páginas anteriores.

1.1.2.B. BANER CENTRAL

En la parte superior de la parte central de la página se repite el *baner* de:

El cine de las tres mellizas

¡Entra y diviértete!

1.1.2.C. PARTE CENTRAL PÁGINA

En el medio de la página el título genérico y una frase de un porqué de esa página de contenido:

OPINIONES

Escribiendo la gente se entiende.

Opina sobre los temas más diversos.

Debajo, el título del tema propuesto y el texto introductorio que ya salía en la página anterior:

LA BICICLETA Y LA CIUDAD

Últimamente el uso de la bicicleta en las grandes ciudades se ha incrementado notablemente. ¿Te parece que tu ciudad es apropiada para utilizar este medio de transporte? ¿Vas en bicicleta a la escuela? ¿Y el fin de semana?

Debajo, y antes de iniciar el *chat*, hay un botón a la izquierda en forma de casa con el que accedes a la página anterior. En la derecha, un botón de "Participa" con el que accedes a una nueva ventana donde puedes expresar tu opinión. Luego empieza el *chat.*

1.1.2.D. PARTE INFERIOR

Se repite el título incrustado de la página anterior:
¿Quieres proponer algún tema?

En el ejemplo hemos seguido los pasos de los usuarios desde la página principal hasta el final de una página de contenidos. El guión debe comprender todas y cada una de las páginas navegables, ordenadas de forma clara e inteligible para que el resto del equipo sepa la que debe hacer.

6.1.2. Web de *Una mà de contes*

Una mà de contes es un programa de televisión con una estructura sencilla: un cuento explicado por una voz en *off*, unas manos que dan forma a la historia y una cámara estática que registra el proceso artístico y creativo.

Los productores, Televisió de Catalunya, ahora han creado una web para convertir este programa en una herramienta pedagógica. Precisamente estos contenidos en línea han ganado el premio 2009 al mejor producto educativo multimedia en el Fórum de Basilea-Karlsruhe sobre televisión y medios educativos y sociales, BakaForum, que se celebra anualmente en Basilea.

Guión de la web *Una mà de contes*

Una mà de contes

PÁGINA 0. PRINCIPAL

Fondo, página en un color piedra que imita un fondo de papel, con alguna mancha de color. Como entrada, una pincelada roja en la parte central superior; luego aparecen las letras:

Una mà de contes

Debajo, un pedazo de papel cuadriculado de libreta que se pega en el fondo con dos celos blancos. Sobrepuesto una especie de *collage* de un gato, un hombrecillo hecho a tinta negra y un trozo de papel de envolver que tiene eb medio la figura de un oso recortada.

Debajo aparecen los tres botones de contenidos. Son letras negras; siguen el mismo estilo del título y recuerdan la escritura manual a tinta.

Els contes Tallers Blog

Un título incrustado inferior con *link* a la productora responsable, Televisió de Catalunya.

Identificación

Evidentemente es el logotipo del programa, el mismo tipo de letra y la misma pincelada en rojo. El usuario tiene que identificar rápidamente que se trata del mismo programa, pero ahora está en otro soporte.

Creatividad artística

Todos los elementos de esta entrada recuerdan las manualidades, toda la estética sigue el objetivo básico del producto, la creatividad artística.

2. PÁGINA CONTENIDOS "TALLERS"

2.A. BANER SUPERIOR

A la derecha, el menú de navegación: una pincelada roja y las letras "Una mà de contes". A continuación "Tallers". Haciendo clic accedes a la página principal.

2.B. PARTE CENTRAL

Centrado en la parte superior, el título:

Tria un taller

Debajo, los cuatro botones de los talleres:

2.1. El botón es una página blanca de libreta con un rotulador rojo en medio para hacer un dibujo. Debajo, el título:

Dibuix

2.2. El botón es una página blanca de libreta; hay un *cutter* a medio recortar en un pedazo de cartulina sobrepuesta. Debajo, el título:

Talleres

Voy directamente a la página del segundo bloque de contenidos, el de talleres, donde está la parte creativa de la web.

"Escoge un taller"

Más claro no puede estar: se proponen una serie de actividades artísticas y hay que escoger una.

Y luego los distintos talleres: "dibujo", "corte y composición", "cuentos ilustrados", "subtitulado".

Retall i composició

2.3. El botón es un libro blanco abierto. En una página las letras "Les aventures de..."; en la otra, el dibujo de una niña. Debajo el título:

Contes il·lustrats

2.4. El botón es una pantalla plana, una mano que pinta un dibujo con colores. Debajo las letras "Hi havia una vegada..."[1]. Debajo el título:

(1)"Había una vez..."

Subtitulat

2.C.PARTE INFERIOR

Título incrustado con *link* a la web de la productora.

2.2. PÁGINA INFORMATIVA "RETALL I COMPOSICIÓ"

2.2.A. BANER SUPERIOR

A la derecha, el menú de navegación: una pincelada roja y las letras "Una mà de contes". A continuación, "Tallers". A continuación, "Taller de retall i composició". Con un clic en "Tallers" accedes a la página anterior. Con otro en "una mà de contes" accedes a la página principal.

2.2.B. PARTE CENTRAL

Centrado en la parte superior, el título:

Retall i composició

Texto explicativo, en qué consiste el taller, las opciones y cómo funciona:

En aquest taller podràs triar la textura, el color i la mida d'un paper virtual que després podràs retallar i conservar les formes que creguis convenients. Composant aquestes formes podràs crear tots els personatges i escenaris que imaginis.

A més de poder reproduir el procés que has seguit en fer la composició, tindràs l'opció *d'imprimir* el resultat, així com l'opció de *guardar* el treball fet, podent així continuar un altre dia si no has acabat la feina.

También podràs *enviar* la teva composició a un amic o a *Una mà de contes* per tal que es consideri la seva publicació a l'opció *Veure participacions.*

Traducción

"En este taller podrás elegir la textura, el color y el tamaño de un papel virtual en el que luego podrás recortar y conservar las formas que creas convenientes. Componiendo estas formas, podrás crear todos los personajes y escenarios que imagines.

Además de poder reproducir el proceso que has seguido en la composición, tendrás la opción de **imprimir** el resultado, así como la opción de **guardar** el trabajo realizado, con lo que así continuar otro día si no has terminado el trabajo.

También podrás **enviar** tu composición a un amigo o a "Una mano de cuentos" para que se considere su publicación en la opción **Ver participaciones.**"

Es un texto bastante largo, pero es necesario para que el usuario conozca las posibilidades del sitio. El texto debe ser breve y conciso, pero también debe contar lo necesario y no dejar cabos sueltos. Hay destacadas en negro algunas palabras, para que el usuario reconozca los términos y lea las instrucciones.

Debajo del texto, centrado, el botón clásico con la instrucción de inicio en letras:

Començar

2.2.C.PARTE INFERIOR

Título con *link* a la web de la productora.

2.2.1. PÁGINA CONTENIDOS "RETALL I COMPOSICIÓ"

2.2.1.A. BANER SUPERIOR

A la derecha, el menú de navegación: una pincelada roja y las letras "una mà de contes". A continuación "Tallers". A continuación "Taller de retall i composició". Con un clicen "Taller de retall i composició" se accede a la página anterior. Con un clic en "Tallers" accedes a la página de contenidos de los talleres. Con otro en "una mà de contes" accedes a la página principal.

Debajo del menú de navegación, el botón de menú de las opciones:

Opcions

Haciendo clic se despliega el menú de la página:

Veure exemples. Si haces clic, accedes a la página del *blog*, de "Ejemplos". Se abre en una nueva ventana.

Veure participacions. Si haces clic, accedes a la página del *blog*, de "Taller de corte y composición". Se abre en una nueva ventana.

Guardar dibuix. Si haces clic, se abre una pequeña pantalla en la que si escribes tus señas de correo electrónico, recibirás el enlace a tu dibujo, con lo que éste quedará guardado.

Enviar dibuix. Si haces clic, se abre una pequeña pantalla en la que puedes escribir las señas para enviar el dibujo a tu propio correo y a tus amigos.

Imprimir. Si haces clic, puedes imprimir el dibujo.

Traducción

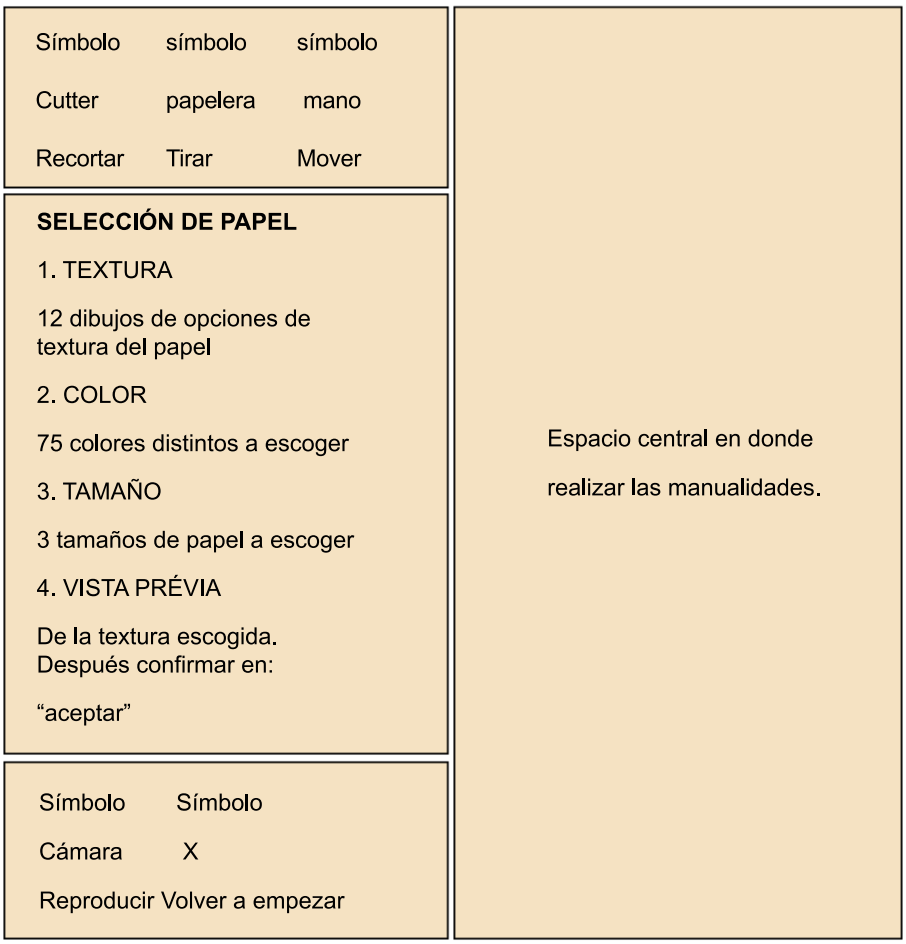
Ver ejemplos / Ver participaciones / Guardar dibujo / Enviar dibujo / Imprimir

2.2.B. PARTE CENTRAL

En la parte central, la página está distribuida como una mesa de trabajo. A la izquierda las herramientas, en el centro un espacio en blanco en el que poner el material escogido.

Esquemas y dibujos

El guión es una herramienta de trabajo que ha de facilitar el trabajo posterior; por lo tanto, cuando es conveniente, se deben adjuntar esquemas y dibujos. Seguramente la primera versión del guión es poco específica en ese sentido; el trabajo conjunto con el resto del equipo permitirá ir detallando e incluyendo especificaciones en el guión.



2.2.C. PARTE INFERIOR

Título incrustado informativo sobre la existencia del botón "opcions" en la parte superior izquierda de la página. El texto:

Accedeix al menú *Opcions* per guardar o *enviar* la teva participació o per *veure exemples* o *veure participacions* d'altres usuaris

Nota aclaratoria

"Accede al menú **opciones** para guardar o **enviar** tu participación o para **ver ejemplos** o **ver participaciones** de otros usuarios."

Es una nota aclaratoria para asegurarse de que el usuario visita el botón de opciones. Es muy probable que el niño empiece a dibujar y jugar sin hacer caso de ese botón.

Título incrustado con enlace a la web de la productora.

Es una web en principio sencilla, con tres bloques de contenidos. Pero vale la pena entrar algo más en los pasos previos a la realización del guión. El primer paso que hay que seguir al iniciar un proyecto multimedia es buscar los objetivos, las razones por las que vamos a realizar ese producto. En este caso, se partía de un programa infantil que había funcionado muy bien, de éxito mundial. ¿Cuál era el punto fuerte de ese producto? ¿Por qué funciona bien? Contar cuentos a los niños no es una actividad novedosa, pero el programa tenía algo diferente. Unas manos realizaban manualidades y así creaban la trama del cuento, que narraba una voz. Eso era lo diferente, lo nuevo; por lo tanto, cuando se planteó convertir el programa en una plataforma multimedia, los objetivos ya estaban muy claros.

Objetivo y sinopsis de la web de "Una mà de contes"

Objetivo principal y sinopsis

Los objetivos principales de la web son desarrollar en los usuarios la capacidad creativa y artística y crear un espacio de intercambio de experiencias y de propuestas pedagógicas para los educadores basadas en los cuentos.

A través de unos talleres de creatividad (dibujo, subtitulado, compaginación...) los usuarios se convierten en artistas, donde podrán expresarse libremente.

Los usuarios pueden estimular su imaginación dibujando un cuento, experimentando con diferentes técnicas artísticas, subtitulándolo en otras lenguas, reescribiendo la historia o, simplemente, creando sus personajes.

Todo este material creado por los usuarios se puede exponer en el *blog* de la web, de manera que pueda servir de fuente de inspiración para generar nuevos contenidos televisivos basados en sus experiencias.

A través de la web los usuarios también podrán conocer la literatura infantil tradicional de diferentes países y ver de cerca el trabajo de los autores e ilustradores que han colaborado en la serie.

Así pues, la web tendrá tres bloques de contenidos:

"Los cuentos"

Se podrá escoger entre los cien cuentos emitidos en televisión y que están en la web. Se podrán escoger por personajes, por origen geográfico, por técnica artística, por título, por autor y por ilustrador.

"Los talleres"

Los talleres mantienen la filosofía del programa y permiten que el usuario pueda elaborar su proceso de trabajo y recrearlo al mismo tiempo.

Los que quieran participar en los talleres podrán editar sus propios cuentos ilustrados, dibujarlos, experimentar con técnicas artísticas diferentes o practicar idiomas con la herramienta del subtitulado.

"El *blog*"

El *blog* se ha diseñado como una revista, con un apartado dedicado a la actualidad del programa, la sección "Cuentos a fondo " –con enlaces e información propia sobre los contenidos de los cuentos– y los "Cuentos entrelazados", donde se invita a encontrar relaciones artísticas, pedagógicas y de contenidos entre los cien cuentos que hay en la web.

Los usuarios podrán también enriquecer la revista enviando su propio material sobre los cuentos o sobre la literatura infantil.

El material publicado servirá como fuente de inspiración para generar nuevos contenidos televisivos.

Todo está bastante claro: a partir de ese documento hay que empezar a distribuir la información, cómo se va a dosificar, cómo se navegará, cuál será el diseño.

6.2. Webs comerciales y empresariales

El objetivo de las webs comerciales y empresariales es muy distinto; lo que se pretende es promocionar y promover un producto o empresa. A pesar de ello, las estrategias y procesos creativos deben ser los mismos. Hay que conocer los porqués de este proyecto, conocer a fondo la empresa que encarga el trabajo para plasmar su filosofía y estética y saber qué se pretende obtener, qué tipo de beneficios, ingresos y clientes se espera conseguir.

Vamos a ver cinco tipos de webs, muy diferentes entre ellas, que van a dar una idea de cómo afrontar los primeros pasos de un nuevo proyecto multimedia.

6.2.1. Web de Cricket Design

Cricket design, empresa de elaboración de contenidos y diseño web de Sao Pablo, Brasil.

Guión de la web

0. PÁGINA PRINCIPAL

0.A.BANER SUPERIOR

A la izquierda, el logotipo de la empresa, en blanco y negro.

En el centro un botón para poner en pausa o en *play* la música de fondo. Es una música tranquila, algo melancólica.

A la derecha, el botón de menú. Con un clic se despliegan unas piezas, a modo de peldaños de escalera de madera. Cada peldaño accede a la página de contenidos. Ése será el menú de navegación, no hay más interactividad en la página. Los contenidos son:

Agencia

Serviços

Clientes

Portfolio

Contato

Equipe

0.B. PÁGINA

El diseño de la página es una animación en blanco y negro que imita las trazas de la tinta china.

Dibujo de un paisaje algo inhóspito, un par de montículos al fondo con un teleférico que cruza la página de izquierda a derecha. Las vagonetas, con gente montada, circulan constantemente; más bien parece un telesilla de una pista de esquí. Algunos árboles secos, sin hojas. Algo más cerca, un par de cabañas algo destartaladas.

En primer plano, un niño frente al mar. De vez en cuando una especie de serpiente marina salta entre las olas. A cada lado del niño, unos árboles grandes, también secos, con unos pájaros que parecen cuervos.

Con un clic en "Serviços"...

2. PÁGINA CONTENIDOS "SERVIÇOS"

2.A.BANER SUPERIOR

A la izquierda, el logotipo de la empresa.

En el centro, el botón para poner en pausa o en *play* la música de fondo.

A la derecha, el botón de menú.

2.B. PÁGINA

El niño se acerca al mar, de donde sale un casco de buzo. El niño se lo pone y se sumerge en el mar. Baja hasta el fondo. Apiladas en un fondo como de piedras esponjosas negras, un montón de cajas de madera con candado. De vez en cuando cruza el mar un tiburón, que se detiene unos segundos a mirar al niño. Luego nada una especie de pulpo.

Cuando el ratón pasa por encima del candado de una de las cajas, ésta se abre y sale un cartel de madera, atada con una cadena en el fondo de la misma. En la madera están impresos algunos de los servicios que ofrece la empresa. Cada caja contiene un grupo de contenidos. Así pues, encontramos:

Caja 1: **WEBS**

(en letra minúscula, un nombre bajo el otro, como una lista)

sites, hotsites, portais, banners, MKT Viral

Caja 2: **JOGOS**

Caja 3: **IDENTIDADE VISUAL**

Caja 4: **SISTEMAS**

Caja 5: **ANIMAÇÂO**

Caja 6: **CD-ROMS**

Caja 7: **IMPRESSOS**

Desde esta página no se accede a ningún otro contenido que no sea la barra de navegación.

Esta página web tiene un buen trabajo de animación. El niño es quien guía a través de los contenidos. En esa especie de pueblo, está contando casi una historia; como si fuera una visita guiada. A pesar de ello, el ritmo es algo lento y el blanco y negro no son nada llamativos. Incluso la música es algo triste y melancólica. Es posible que el tipo de clientes de esta empresa valore más el contenido que no la estética; seguro que tampoco es amante del ritmo estresado que viven algunas ciudades. En última instancia, la empresa responsable de realizar la web ha seguido las indicaciones de su cliente.

La web debe vender el producto tal y como lo ve la empresa, no nosotros. Debe ser un reflejo de la empresa, ha de mostrar su filosofía de venta, de trato con el cliente y de relaciones interprofesionales. De lo contrario, cuando el cliente-usuario utilice los servicios de esa web, podría sentir que no se han cumplido sus expectativas.

6.2.2. Web de ADNCOM

Adncom es una agencia de creación y asesoramiento de comunicación francesa. Sus servicios abarcan desde la comunicación interna y externa de la empresa, hasta la imagen corporativa. Venden publicitar tu empresa, por lo tanto su web tiene que vender su agencia con creces.

Guión web Adncom

0. PÁGINA PRINCIPAL

0.A. PÁGINA

Fondo verde manzana. En la parte superior, un globo:

Découvrez la MOUTONTHEQUE

Con un clic accedes a la página donde la empresa expone las fotografías de distintos objetos relacionados con su mascota y logotipo, la oveja.

En el centro de la página, la oveja logotipo. A su alrededor, botones con el título de la noticia o evento ocurrido más recientemente. El usuario puede avanzar un titular o retroceder hasta siete atrás y llegar a la noticia deseada. El titular es el siguiente:

12 novembre 2008

Après 9 mois de gestacion...

La noticia

El *link* de la página nos lleva hasta la noticia de noviembre de 2008; porque la noticia era la propia empresa. La fotografía lo dice todo. Después de unos meses trabajando para cambiar su imagen, ahí está el resultado. No sabemos exactamente cómo era antes la web, pero lo que nos interesa es saber que algo ha cambiado; descubrir qué ha sido nos permitirá mejorar.

Además, es una fotografía divertida, que dice mucho de la filosofía de la empresa. Por lo menos, ésa es la imagen que desean transmitir. Gente dinámica, innovadora, divertida, que bromean y son originales. Luego, si echamos un vistazo a sus trabajos, comprobamos que cuando ponen manos a la obra son gente seria y responsable.

También hay que destacar que las noticias constituyen la página principal. O sea, lo que les interesa es enseñar lo que están haciendo en esos momentos, su trabajo, los resultados. Luego ya se van a presentar.

En la parte superior del titular aparece una fotografía relacionada con la noticia. En este caso, es un simpático retrato del equipo humano de la empresa, con una enorme barriga de embarazada.

Recursos publicitarios

En un primer momento puede pasar desapercibido; la oveja tiene cinco patas en vez de cuatro. En el contenido de la filosofía de la empresa, se nos aclara la causa de esas cinco patas. Todo son estrategias y recursos publicitarios.

0.B. BANER INFERIOR

Un *baner* inferior en la página es el menú de navegación. A la izquierda, el logo y nombre de la empresa:

Adncom

El menú de navegación contiene los bloques de contenidos escritos con letra de imprenta sobre un fondo gris.

Claro y sencillo

Cuando indican los contenidos, el objetivo es ser claro y sencillo para que el usuario no se confunda.

0. **News**

1. **L'agence**

2. **Metiers**[2]

3. **Competences**

4. **Book**

5. **Clients**

6. **Contact**

7. **Mentions**

(2)"Servicios".

1. PÁGINA CONTENIDOS "L'AGENCE"

1.A. PÁGINA

Franja ondulada en blanco con un borde de línea gruesa en negro en la parte izquierda de la página. Recuerda un pedazo del cuerpo de la oveja mascota.

En la parte central, en color verde manzana, el título:

Philosophie

y el subtítulo:

Porquoi choisir une agence de création et conseil en communication?

Traducción

"¿Por qué elegir una agencia creativa y consultora en comunicación?"

Debajo, un texto explicativo:

La compleixifications de la chaîne graphique a fait éclore des spécialisations peu favorables à la vision globale: le consultant qui conseille sans réaliser, le studio qui crée sans tenir compte du contexte... Entre les deux, l'agence de création et conseil en communication. Elle seule fait le lien entre la stratégie et l'opérationnnel, intègre les ressources indispensables, orchestre les différents acteurs, maîtrise

l'ensemble des outils, fait la synthèse du fond et de la forme. Elle accompagne votre projet de A à Z et s'implique dans sa réussite.

Traducción

"La complejidad de la cadena gráfica ha permtido que nacieran especializaciones poco favorables a la visión global: la consultora que asesora sin realizar, el estudio que crea sin tener en cuenta el contexto... Entre los dos está la agencia creativa de comunicación y consultoría. Ella hace de vínculo entre la estrategia y la operativa, integra los recursos necesarios, orquesta a los diferentes actores, controla todas las herramientas, elabora la síntesis del fondo y de la forma. Ella acompaña vuestro proyecto desde la A a la Z y se implica en su éxito."

Debajo, tres botones que acceden al texto de los otros contenidos de la página:

- **Porquoi choisir une agence de création et conseil en communication?**
- **Etudier le terrain avant de partir en campagne**[3].
- **Le plus court chemin entre l'idée et la réalisations, c'est la méthode**[4].

(3)"Estudiar el terreno antes de salir al campo."

(4)"El camino más corto entre la idea y la realización, éste es el método."

Debajo del subtítulo "Etudier le terrain avant de partir en campagne" aparece el texto siguiente:

Le mouton d'adncom a cinq pattes. Nous avons choisi ce symbole de différence pour mieux cultiver la vôtre. Vous distinguer. C'est ce que nous proposons dans chacune de nos prestations. La connaissance des contextes internes et externes, de la concurrence et des marchés, des réseaux de distribution et de la clientèle, est indispensable à la réflexion en amount pour traduire sans trahir la stratégie de votre entreprise... et servir ainsi vos objectifs.

Traducción

"La oveja de Adncom tiene cinco patas. Hemos elegido este símbolo de diferencia para cultivar mejor la vuestra. Vosotros distinguiréis. Eso es lo que ofrecemos en cada uno de nuestros servicios. Conocimiento de entorno externo e interno, la competencia y los mercados, redes de distribución y clientes. Es esencial e indispensable la reflexión para traducir sin traicionar la estrategia de vuestro negocio... y, por lo tanto, vuestros objetivos."

Debajo del subtítulo "Le plus court chemin entre l'idée et la réalisation, c'est la méthode" aparece el siguiente:

Ce travail en amont permet d'identifier les cibles, de définir le contenu et le ton juste des messages, d'élaborer des axes de communication et de création originaux, de construire des actions de communication réellement pertinentes. «Sortir

du cadre en gardant les pieds sur terre», telle est notre devise... et nous l'appliquons au management de vos projets, avec un savant mélange de passion et de méthode.

Traducción

"Esta labor preliminar puede identificar objetivos, determinar el contenido y el tono de los mensajes, desarrollar líneas de comunicación y la creación de originales, construir realmente acciones de comunicación pertinentes. "Salir de la corriente manteniendo los pies en el suelo", éste es nuestro lema... Y nosotros lo aplicamos en la gestión de vuestros proyectos con una mezcla de pasión y de método."

1.B. BANER INFERIOR

En el menú de navegación se ha desplegado el botón de contenidos de "L'agence" y aparecen "Philosophie" y "Equipe". Con un clic en el segundo accedemos a la página de contenidos donde está la ficha y la fotografía de cada una de las personas que trabajan en Adncom.

Los textos de esta web dan una idea muy clara de su trabajo. Buscan la forma de captar al cliente para abarcar todos los campos de la comunicación multimedia. Supone un discurso fresco y riguroso al mismo tiempo.

Además, su filosofía también nos la podemos aplicar cuando realicemos un proyecto. Como muy bien dice, "es indispensable y esencial reflexionar y saber traducir sin traicionar la estrategia de la empresa". O sea, hay que hacer un estudio profundo de cómo es la empresa que nos contrata y descubrir cuál es la imagen de ella que mejor venderá.

Todo son estrategias publicitarias. Cada empresa debe saber escoger la más adecuada para ella; no sirve la misma para todos; cada trabajo es distinto y no existen dos personas iguales; cada proyecto debe estar adecuado a los objetivos concretos de la empresa.

6.2.3. Web publicitaria de Cámara Leica

Es una web publicitaria de uno de los tipos de cámara que comercializa Leica Camera AG, una compañía internacional de la industria óptica.

Existe la web de la compañía, pero utilizan una página independiente para publicitar uno de sus productos.

Guión de la página de Camara compact Leica

0. ENTRADA

La entrada a la página es un estudio de fotografía. Al fondo aparecen escritas en la pared las letras:

Practical guide to tasteful living

De la parte inferior surgen dos grupos de globos amarillos y negros, en imagen real, que ascienden hacia arriba y desaparecen. Cada grupo de globos lleva atada una cuerda– En el extremo de la cuerda arrastran la cámara que presentan, en sus dos modelos, el blanco y el negro, que quedan suspendidos en medio de la página.

Informar

"Guía práctica del buen gusto por la vida". Informa desde el principio de qué trata la página. Es una guía de una cámara Leica. Pero al mismo tiempo pone un eslogan que dice mucho del producto, de la imagen que quieren crear: "el buen gusto por la vida".

1. PÁGINA PRINCIPAL

La misma sala de estudio. En el extremo superior izquierdo el logotipo de la empresa, "Leica".

Del techo bajan cuatro cables que parecen de acero. Dos aguantan unas flechas rojas, una indica hacia la derecha, la otra, hacia arriba. Estas flechas acceden a nuevas páginas. Los otros dos cables sostienen las dos cámaras; en un pequeño movimiento de vaivén, las cámaras se balancean algo para dar sensación de realidad al cable que las sostiene.

En medio de las dos cámaras, dos trípodes con una bombilla redonda encendida. De los trípodes sale el cable eléctrico.

Recreación

Recrean un estudio fotográfico. Posiblemente sea una forma de profesionalizar el producto.

En la parte derecha, en el fondo, se ve parte de una bicicleta plegable negra aparcada en el estudio.

En primer plano hay una chica joven, bien arreglada, sentada en una silla. Lleva un vestido escotado blanco y corto con decoraciones negras. Luce un collar negro bastante extremado. Más a la derecha hay un chico, de pie, en plano tres cuartos. Va bien arreglado: pantalón claro, chaqueta oscura y camisa blanca, una bufanda larga alrededor del cuello. Los dos son atractivos.

De la cámara blanca, que está más a la izquierda (queda a espaldas de la chica), también hay unas letras en blanco:

Evening cocktails on a roof terrace.[5]

La cámara es sensible al ratón. Cuando se pone encima de la cámara, desaparece el "eslogan", la imagen se acerca y hay un cambio de texto:

(5)"Noche de cóctel en una terraza."

(6)"Bufandas en los hombres."

Music

Shirley Bassey

"Diamonds Are Forever"

Drink

Cranberry Mojito

Small Talk Topic

Scarves on men[6]

Camera

C-Lux 3

Puedes hacer un clic en la cámara o en el modelo (las letras escritas en rojo)y accedes a una nueva página de contenidos.

De la cámara negra, situada detrás del chico, cuelga la frase:

A tour of the clubs. The night is young.[7]

(7)"Un recorrido por los clubes. La noche es joven."

La cámara también es sensible al ratón. Cuando pasa, aparecen, como en la otra cámara, unas letras, aunque el mensaje es distinto:

Music

Paul Weller 22 dreams

Just in case

Alka Seltzer

Forbidden topics

Job and cars

Camera

D-LUX 4

Con un clic encima de la cámara o en el nombre del modelo se accede a la página de la cámara.

Reutilización de recursos

La página es similar al modelo en blanco, pero el mensaje es algo diferente. La información cambia, se dan otros datos. No hay que repetir textos; se utiliza el recurso para dar nuevas informaciones.

c. BANER INFERIOR

Un *link* a la página de la empresa en la parte izquierda.

Un *link* central donde escoger idioma. Los datos legales de la empresa. El contacto. La posibilidad de poner en *off* o en *on* el sonido.

En la parte derecha**"Become a proud owner of a Leica"**[8], la opción de compra *on line.*

(8)"Convertirse en un orgulloso propietario de una Leica."

2. PÁGINA CÁMARA BLANCA

Fondo de pantalla gris perla. El logotipo de la empresa a la izquierda. Debajo, una flecha y "BACK".

En el centro de la página, un primer plano de la cámara blanca. Unas flechas a la derecha y en la parte superior dan la posibilidad de ver el dorso y el lateral de la cámara. En la parte inferior, una pequeña flecha cambia el color de la cámara, en negro.

En el objetivo de la cámara hay dos asteriscos en rojo, sensibles al paso del ratón. En el asterisco situado justo encima de la lente aparece el texto:

Extremely wide angle[9]

(9)Ángulo extremadamente amplio.

The large focusing range from 25 to 125 mm and the 5x optical zoom significantly expand the capabilities of the camera. The strong wide angle lens almost completely captures the full scope of a room.

En el otro asterisco situado en el lateral del objetivo aparece el texto:

High-performance zoom lens[10]

(10)Zoom extremadamente amplio de alto rendimiento.

The Leica DC VARIO-ELMARIT 1:2.8-5.9/4.4-22 mm ASPH high-performance lens guarantees brilliant images with true-to-life colours.

A la izquierda de la cámara, el texto informativo:

Fits into the slimmest of handbags.

The light Leica C_LUX 3 with a lacquered aluminium housing measures only 96 x 52 x 22 mm –so slim that it can be slipped into the inside pocket of a jacket

Se guarda en el más fino de los bolsos (traducción)

La luz Leica C_LUX 3 con un lacado de aluminio, de unas medidas sólo de 96 x 52 x 22 mm, tan delgado que puede ser deslizado en el bolsillo de una chaqueta.

Descubre más en el catálogo de productos.

Find out more in the product catalogue

Con un clic accedes a la web de Leica, que se abre en una ventana distinta. Vas directamente a la página de contenidos del catálogo, donde está nuestro modelo cámara Leica. Tienes la posibilidad de observar más de cerca el producto y conocer otros.

Debajo del texto informativo, tres imágenes de tres modelos de funda, uno en blanco y dos en negro, sensible al ratón. Al pasar de despliega a la derecha un cuadro de texto:

Exclusive acessories

To match the colour design of the camera, a Leica C-LUX 3 case is available in either black and white natural leather or black, shiny patent leather. The camera can be carried elegantly over the shoulder using the long carrying strap.

Accesorios exclusivos (traducción)

Para que coincida con el color del diseño de la cámara, una Leica C-LUX 3 está disponible en cada caso, ya sea en blanco y negro de cuero natural o negro, brillante o charol. La cámara se puede llevar con elegancia.

3. PÁGINA FLECHA TECHO

Hay un cambio de página con los dos personajes. Es un cambio a través de fotografías en donde los personajes cambian de posición, se cambian de ropa y aparecen en la nueva página con una nueva estética, totalmente distinta.

Los dos jóvenes están tumbados en un césped artificial vestidos de forma informal. Como quien toma el fresco en una tarde de primavera. A un lado, un pastel con dos pañuelos. Al otro, un cervatillo tumbado tranquilamente. En la parte superior, una botella de champán con dos copas.

Lo interesante de este sitio es la movilidad de los personajes, la transformación que realizan en los cambios de página. Da la sensación de que se abarcan todas las facetas de la vida, desde la más sofisticada a la más campestre.

Las informaciones sobre el modelo de cámara son frases muy cortas y concisas, lo que las hace fácil de leer. Más que especificaciones técnicas, que también las hay, lo que se crea es un clima propicio, adecuado para que el usuario se sienta cómodo e identificado y acabe, claro está, comprando esa cámara.

6.2.4. Web de Malum

Malum es una empresa de publicidad y comunicación polonesa.

Creo que puede ser interesante en esta web elaborar lo que sería más o menos el tratamiento de la web. Elaborar ese documento inicial forma parte del trabajo del guionista, que, al igual que en la ficción, nos describe personajes, localizaciones, objetivos, intenciones y el tono del producto.

Tratamiento de la web de Malum

1. PORTADA

Título del proyecto: Web de Malum

Autores: Field 5

Fecha:

Responsables del proyecto

Es importante que salgan los creadores y responsables del proyecto. En este caso, como no somos los creadores del proyecto, conocemos únicamente la empresa que realizó el trabajo.

2. PROYECTO

Objetivos: Creación de una página web para la empresa de producción Malum. Se quiere utilizar el soporte multimedia para mostrar a los clientes sus trabajos, lo que están haciendo, y, al mismo tiempo, presentar a su equipo, a las personas que están detrás de Malum.

Audiencia: El público, el usuario van a ser las empresas que buscan y necesitan elaborar una comunicación interna y externa de sus productos. Publicidad en soporte papel o revista. Los clientes no tienen por qué ser únicamente polacos; Malum posiblemente está abierto a viajar. Por lo tanto, toda la

información se dará de manera que se pueda entender a nivel europeo. Los vídeos se subtitulan en inglés; en los títulos de los contenidos se utiliza también el inglés.

Tono: Malum quiere un producto divertido, que haga pasar un buen rato al usuario. Quieren mostrar la cara más simpática de la empresa, incluso bromear; aunque en los contenidos referentes a sus trabajos se demostrará que son competentes, responsables y serios con sus proyectos.

Material técnico: La mejor forma de mostrar la filosofía simpática y divertida de la empresa será a través de la animación. Un estilo de animación que imita la plastilina creará un ambiente cálido, donde el cliente-usuario se sentirá como en casa.

Trabajo en equipo

El guionista no trabaja sólo, y menos aún en un producto multimedia. El tratamiento debe hacerse en equipo. El guionista describe cómo van a ser los personajes, las localizaciones. El resto de especialistas van a aportar su parte de trabajo: los contenidos más técnicos, el diseño en sí... Por lo tanto, en el proyecto el punto de vista del guionista es sólo parcial.

3. SINOPSIS CONTENIDOS

La información de la empresa se dividirá en tres bloques de contenidos principales:

a. "About us" Sobre la empresa. Por medio de imágenes de vídeo, el usuario conocerá el equipo y cómo es un día cualquiera en Malum. Serán dos vídeos:

1) Una presentación de las personas que trabajan en Malum. De forma divertida y simpática.

2) Cómo es el trabajo diario en Malum. Al estilo de un documental, nos paseamos por el interior de la empresa y la conocemos más a fondo. Sigue el mismo estilo dinámico y divertido.

b. "Work". Como si nos paseáramos por el interior de una casa, desplazándonos hacia la izquierda o hacia la derecha, el usuario contempla los cuadros que hay en esa casa. Cada cuadro es un trabajo realizado por Malum. Con un clic en el cuadro se amplia la fotografía y se ve de cerca el producto. Siguiendo el estilo humorístico del producto, hay varios elementos graciosos, como un caracol que camina lentamente de un extremo a otro de la página, o el ratón que tiene una mariposa que le sigue por todas partes. Hay elementos que

buscan la broma, el chiste y la sonrisa del usuario. Entre los cuadros expuestos hay una máquina de bolas de chicle. Cuando el ratón se detiene ahí, sale un globo:

What?!

Con un clic en la máquina de bolas sale una bola de chicle que rebota en el suelo y acaba por desintegrarse. Se busca la complicidad con el usuario, es más que seguro que su cliente sea curioso por naturaleza, y vaya a hacer un clic en esa máquina, y más aún si se le pregunta ese "What?!".

También hay una puerta. Cuando el ratón se detiene, sale el globo:

Knock!

Cuando haces un clic, porque además es lo que te pide, "golpea", se entreabre la puerta y salen unas manos negras, como de monstruo que quiere salir. La puerta vuelve a cerrarse.

Hay una pizarra, tipo pantalla plana, colgada de la pared, con los botones del *play*, pausa y *stop.* Cuando pasa el ratón aparece el globo:

Movies!!!

Con un clic la pizarra se agranda y hay la posibilidad de visionar tres vídeos, todos relacionados con el trabajo y el equipo de Malum. Son divertidos y graciosos.

c. Contact. Simplemente las señas, dirección, teléfonos y correos. Lo gracioso y original será la forma en que se presentan estos contenidos. La animación es una especie de artilugio con un enorme ojo conectado a un recipiente de cristal. Con un clic en el botón que queda justo debajo del ojo, el frasco de cristal se llena de polvo verde y aparece en blanco la información.

En equipo

El trabajo es en equipo, ya lo hemos dicho. El guionista describe y elabora su trabajo con la ayuda del diseñador; el cual hará unos dibujos, a modo de *story-board*, para mostrar cómo será la animación.

Éstos son los contenidos principales. En la página principal aparecerán como tres brazos que salen de una casita; como tres ramas del mismo tronco que terminan en una mano que se abre cuando pasa el ratón y muestra en forma de globo el título del contenido al cual accede.

En los lados de esa casita hay unas piedras. En la parte de la izquierda, cuando pasa el ratón, se levanta una piedra y vemos los ojos de algún animal. Aparece un globo "After hours". En las piedras de la derecha hay un caracol. Cuando pasa el ratón, éste se desplaza y en forma de globo nos informa del contenido "Photos". Éstos son contenidos secundarios, que se abren en una nueva ventana.

d. Photos. Accedemos a un catálogo de fotografías de los trabajos que ha realizado Malum.

e. After hours. No se accede a ningún contenido de la empresa. Es otra de las bromas de la web (lógica, por otra parte). ¿Quién va a haber a altas horas de la noche trabajando? Pues nadie, claro está.

Una web laboriosa, ingeniosa, divertida y simpática. Lo que es seguro es que el usuario se quedará viendo y navegando por ella y descubrirá cómo se mueven las animaciones. Pero aparte de eso, también debe ser eficaz y muy clara. Con un vistazo rápido hay que saber a qué se dedica, qué ofrece la empresa. En esta web el título incrustado inferior fijo en todas las páginas indica el nombre de la empresa, y aparecen tres palabras clave: estrategia, creación y producción.

6.2.5. Web de Dvein

Dvein, empresa de diseño y animación ubicada en Barcelona.

Una página muy clara y fácil de manejar. En un fondo negro resalta sólo el contenido al cual se accede. Lo importante es mostrar el trabajo, utilizar la web como escaparate de su empresa, el trabajo que realizan, las noticias relacionadas con la empresa, algo más sobre ellos y las señas de contacto.

Guión de la web de Dvein

1. PÁGINA PRINCIPAL "WORK"

El fondo de las páginas va a ser siempre en negro y las letras, en blanco.

Página principal

La web tiene cuatro páginas de contenidos. Con un clic se accede siempre a los contenidos de "Work"; es, por lo tanto, lo que la empresa considera la página principal.

1.A. BANER SUPERIOR

Centrado el menú de navegación con los títulos de los contenidos. Cuando pasa el ratón, se iluminan algo más las letras y pasan del color gris al blanco.

1.B. PARTE CENTRAL

En la parte derecha aparece una pequeña lista de los proyectos que ha realizado Dvein. Al pasar el ratón, se agranda la letra del título del proyecto y va del gris al blanco. Puedes deslizar el ratón verticalmente y la lista del proyecto va iluminándose y se muestran las partes oscuras donde no había nada.

En la parte izquierda, dispuestas en forma de media circunferencia, las fotografías de los proyectos. Puedes desplazar el ratón y se irá destacando una de las fotografías, al mismo tiempo que el título de la derecha, correspondiente al trabajo, también se destaca.

Con un clic en una fotografía o en el título del proyecto, se agranda la fotografía y obtenemos más información sobre el proyecto.

1.C. PARTE INFERIOR

A la derecha, el logotipo de la empresa y debajo, el *hosting* de la web.

7. Etapa 7. El móvil

Quizás sea la plataforma más reciente, la última en incorporarse al mercado; los contenidos para el móvil son un producto en alza. Si tenemos que seguir los pasos de Estados Unidos, el móvil se convertirá en una plataforma para visionar y distribuir contenidos, tanto de ficción, como publicitarios o informativos.

7.1. "Mankind is no Island"

Las empresas de telefonía móvil buscan contenidos para distribuir entre sus clientes, las productoras piensan en qué tipo de piezas serán atractivas para el usuario. Pero también existe la posibilidad de crear vídeos para usuarios. El móvil es una máquina cada vez más sofisticada, con más recursos de imagen; lo cual permite que el propietario pueda realizar fotografías, montajes y vídeos cada vez con una calidad más alta. Los resultados pueden ser tan sorprendentes como los del ejemplo siguiente:

Mankind is no Island

http://www.youtube.com/watch?v=ZrDxe9gK8Gk&eurl

Hemos de suponer que en este tipo de pieza se tenía muy claro cuál era el objetivo: lanzar un mensaje de alerta y reflexión sobre las precarias condiciones en que viven algunas personas en ciudades tan modernas y cosmopolitas como Nueva York y Sydney. Por lo tanto, el primer paso fue redactar un texto aproximado del mensaje que se quería ofrecer.

Al inicio de las imágenes aparece el mensaje "This film shot entirely on a cell phone, on the streets of NY + Sydney". O sea, aclara que todas las imágenes han sido rodadas en un teléfono móvil, porque ése es el mérito de la pieza: la realización de un vídeo con el uso únicamente de un móvil.

Mankind is no island

This story is about two cities.

Divided by a great ocean.

United by hope, hunger.

Trough your eyes our city is famous happy.

You can feel the heart.

I love Sidney

I love NY

But what is it we love today.

Do we heart the people or the place.

Do we measure empathy by donations.

I walk by you today.

I always look away.

```
Well worn boots with no standing, no standing, no standing.

Do you reason with your condition.

Our city says we'll look after you.

Your very own family turn blind, when did you last see your dad,
boys, mother, brothers.

No fortune to indulge, no sunflower, no rainbow, no successful life.

I walk by you today.

I did not look away.

A story around every corner.

The gentle art of hearing.

Your truth your thinking, your inner spirit, no different to me.

This is freedom?

Mankind is no island.

End
```

La humanidad no es una isla (traducción)

Esta historia es sobre dos ciudades divididas por un gran océano; unidas por la esperanza, el hambre. A través de sus ojos, nuestra ciudad es increiblemente feliz. Tú puedes sentir el corazón. I love Sidney. I love NY. Pero qué es lo que nos gusta querer hoy. Tú amas a la gente o al lugar, donde mesuramos la empatía por las donaciones.

Yo camino por ti hoy. Yo siempre miro para otro lado.

Botas desgastadas y sin pie no están, no están, no están.

Tú tienes motivos de tu condición.

Nuestra ciudad dice que va a cuidar de ti. Tu verdadera familia, a su vez ciega, cuando la última vez que viste a papá, niños, madres, hermanos.

No existe fortuna para complacer. Ni girasol. Ni arco iris. Ni vida de éxito.

Yo caminé cada día contigo. No miré hacia otra parte.

Una historia en cada esquina. El gentil arte de la vista. Tu verdadero pensamiento, su espíritu interior, no es diferente a mí.

¿Es ésta la libertad? La humanidad no es una isla.

Fin

Dispongo el texto siguiendo el ritmo de la música, porque es así como divide el autor las frases.

El vídeo dura tres minutos y treinta segundos. Es lo que suele durar un vídeo tipo *sketch*, entre los tres y los cuatro minutos. Más tiempo sería repetitivo, podría cansar al usuario y éste dejaría de prestar atención.

Un elemento fundamental en este vídeo, y que hay que tener en cuenta, es la banda sonora. La música actúa como un personaje, te pone en disposición de recibir un mensaje con una actitud concreta. El ritmo marca el clima de las imágenes, y el espectador las recibe sintiendo exactamente la misma sensación que le ha querido dar el autor. En este caso, la música es tranquila y tierna porque el vídeo pretende sensibilizar y conmover al espectador con un mensaje muy simple: "no todo es felicidad".

Después de tener claro el texto, lo que se quiere decir, hay que buscar las imágenes que lo acompañarán, palabra a palabra. Imagino que en este caso es difícil escribir un guión

exacto de lo que se va a grabar. Lo que sí hay que tener es el objetivo y el texto. Las imágenes reales tendrán que ir saliendo después de grabar y grabar un montón.

Lo importante en esta pieza es la habilidad del director para captar unas imágenes que lleguen al corazón al mismo tiempo que da un mensaje claro y contundente.

7.2. Los *mobisodes*

¿Qué tipo de contenidos para móvil se pueden realizar? ¿Cómo promocionar un producto de ficción? Éstas son preguntas que se hacen las productoras. El móvil es una nueva plataforma y hay que aprovecharla. Se han hecho pruebas, se han probado diferentes productos, sobre todo publicitarios, ya sea de una serie como de un producto. La serie americana *Lost*, en cambio, ha creado unos vídeos con una intención diferente. Los llaman mobisodes, o sea pequeños episodios para móvil, aunque también se pueden ver en la web de la productora.

En otras series los episodios distribuidos en móvil son un avance de los próximos episodios, o un simple anuncio de la serie. Pero en *Lost*, como muy bien define la productora, se trata de "*missing pieces*", pequeños fragmentos que no están en la serie de televisión y que sirven al usuario de pistas para descubrir algo más sobre un personaje.

Guión de *Lost: Missing Pieces*

Lost: Missing Pieces "So it begins" 2:11 minutos

En estos contenidos por web o móvil suele haber una pequeña publicidad previa, de entre treinta y cuarenta segundos de duración. Son acuerdos entre la productora y la compañía de telefonía móvil para reducir costes al usuario a cambio de recibir publicidad.

Good boy

Where did that mysterious dog come from?

SEC.1. EXT – SELVA ISLA - DÍA

Algo o alguien avanza por la selva de la isla. Por el tipo de respiración, sospechamos que se trata de un perro. Llega hasta una maleta abierta con la ropa desparramada por el suelo. Sigue la ropa, como siguiendo el rastro, hasta oír un silbido humano.

VOZ OFF
(Silbido)
¡Chits!

Los títulos

"Por donde empieza, / buen chico. / ¿De dónde viene ese misterioso perro?"

El título sitúa al espectador; el usuario de este producto conoce sobradamente la serie, seguramente es fan de ella y quiere más información, nuevas escenas. Los títulos son sugerentes, dicen lo justo para captar la atención de ese "fan" y despertar su interés.

La cámara subjetiva gira hacia la voz y se acerca hasta llegar a un plano donde sólo vemos las piernas de alguna persona que está de pie.

Personajes conocidos

El espectador conoce a sus personajes y la relación que existe entre ellos. Todo en esas pequeñas piezas está pensado para que la mirada del público se dirija hacia un punto muy concreto, sobre algo o alguien que da una nueva pista o posible giro a la trama. El espectador conoce al padre de Jack y posiblemente al perro. La novedad es: ¿qué están haciendo ahí?

Plano de la cara de la persona, un hombre algo mayor. Es Christian, el padre de Jack.

CHRISTIAN
Coming. Come on.

Plano del perro acercándose hacia Christian.

CHRISTIAN
Come on, come on...
(Se agacha para que el perro se acerque.)
Good boy.

El perro se acerca y Christian lo acaricia.

CHRISTIAN
Yes, yes... I need you to go find my son
He is over there in that bamboo forest. An unconscious.
I need you go wake him up
Ok. Go!

Traducción

Sí, sí... necesito que vayas a buscar a mi hijo. Es ahí, en ese bosque de bambú. Inconsciente. Necesito que vayas hasta él. ¡Ve!

El perro se va a buscar a Jack y Christian se pone de pie. Mira cómo se aleja el perro.

(11)"Sí, eso es lo que tienes que hacer."

CHRISTIAN
Yes, what to do.[11]

SEC.2. EXT - OTRO RINCÓN DE LA SELVA – DÍA

Primer plano de uno ojo que se abre.

Imagen subjetiva de lo que ve la persona tumbada en el suelo, las copas de unos altos árboles.

Plano de la cara de Jack, tumbado en el suelo. Tiene heridas en la cara y va vestido con traje y corbata. Respira angustiado, mueve una mano con miedo a moverse mucho, como comprobando su estado físico.

El día del accidente

No hay duda de que se trata del día del accidente. Jack acaba de despertarse y todavía no recuerda lo ocurrido.

Tiene como un espasmo, acaba de recordar lo ocurrido.

Se escucha un ruido extraño, como de pisadas en el suelo. Jack gira la cabeza hacia el ruido, asustado.

Plano de la selva, no vemos nada. Segundos después aparece el perro.

Jack lo ve acercarse, se emociona. Reconoce al animal.

El perro pasa por su lado y se aleja por el otro lado. Jack queda algo turbado.

Esta pequeña pieza, más que resolver abre nuevas expectativas, nuevos sitios en donde buscar respuestas. De hecho, la serie LOST, en su totalidad, es un enigma, ¿Qué pasa exactamente en esa isla? ¿Por qué están ahí? ¿Cómo terminará? Todas las pistas van dirigidas a resolver el caso en una trama que no avanza hacia delante episodio a episodio, sino que se mueve como en un arco, hacia delante y hacia atrás. Además, en cada nuevo capítulo hay un *flashback* o un *flashforward* (*flash* hacia el futuro) de un personaje concreto.

En ese tipo de estructura, los *movisodes* encajan perfectamente, porque no tienen por qué ser consecutivos a un episodio concreto de la serie, sino que en cualquier momento pueden aparecer. Lo importante es el pasado y el futuro de los personajes, hasta en el más mínimo detalle.

8. Etapa 8. Los videojuegos

La misión del guionista de videojuego es inventarse una historia. Ésta, al igual que un producto de ficción, tiene sus personajes principales y secundarios, sus localizaciones, sus tramas. La diferencia es que después de escribir la sinopsis, el guionista de videojuego debe plantearse el grado de interactividad de esa historia: de qué manera va a actuar el usuario con los personajes y hasta qué punto va a intervenir en la historia. Es fundamental el trabajo en equipo, no es únicamente el guionista quien va a pensar en la infinidad de posibilidades y de pantallas del juego, sino que debe ir a la par con el programador, el diseñador..., o sea, con todo el equipo responsable del proyecto.

8.1. *Animal Crossing*

Los videojuegos se pueden clasificar por categorías o por géneros, como en la ficción (historias de intriga, aventuras, misterio...),y por temáticas más propias del juego, como la estrategia o la simulación.

Animal Crossing es un simulador; el usuario vive en un pueblo a sus anchas y tiene la sensación de estar libre para decidir todo: cómo va a ser su casa, la relación con sus vecinos, la vegetación del entorno.

Animal Crossing

El videojuego para DS:
http://www.nintendo.es/NOE/es_ES/games/nds/
animal_crossing_wild_world_3157.html

El videojuego para Wii, donde podrás jugar algo, aunque no es lo mismo:
http://www.nintendo.es/NOE/es_ES/games/wii/
animal_crossing_lets_go_to_the_city_9586.html

8.1.1. El proyecto inicial

El proyecto de un videojuego empieza con la sinopsis de la historia: de qué trata, dónde se sitúa la acción, qué categoría y tipo de juego será y para qué usuarios. El guionista es el responsable de ese trabajo, las ideas pueden ser de todo el equipo, pero la elaboración del documento es exclusivamente del guionista.

Sinopsis de "Animal crossing"

Animal crossing

Descripción del videojuego: Juego de simulación para consola Nintendo DS y Wii.

Sinopsis:

La acción ocurre en un pueblo. El usuario llega como nuevo vecino y tendrá que instalarse. Lo primero es comprar una casa y pagar la hipoteca. El dinero (las bayas) se consigue trabajando en la tienda local de Tom Nook, buscando tesoros y vendiéndolos al museo, o diseñando camisetas y vendiéndoselas a los vecinos. También hay que conocer a los vecinos e ir de paseo por la ciudad.

El usuario puede coger el autobús e irse a la ciudad, de paseo o de compras; conocer a nuevos personajes, hacer un cambio de estilo en la peluquería y conseguir varias emociones entrando en el teatro, yendo al limpiabotas, visitando una casa de subastas o modificando su casa en la Academia de Artes Decorativas.

Todo ocurre en tiempo real. El pueblo vive al mismo ritmo que el usuario, se hace de noche y día, el paisaje cambia según la estación del año. El calendario también tiene fechas señaladas, eventos, en los cuales se puede participar. En el pueblo se celebra la fiesta de Fin de Año, el día de tu cumpleaños, la llegada de la primavera.

Primera sinopsis

Ésta sería una primera sinopsis para situar el proyecto. Más adelante, habría que elaborar un documento donde se expliquen todos los detalles del juego, con esquemas y dibujos.

Audiencia: Destinado a toda la familia.

Objetivos:

El usuario tiene siempre la sensación de hacer lo que le apetece. Se mueve, entra y sale de donde quiere. Se puede relacionar con los vecinos, participar en los eventos, pero la decisión siempre es del jugador, aunque existen unas pautas de conducta y educación que rigen la vida en el pueblo. Hay que ser amable con los vecinos, respetuoso con el medioambiente, pagar las deudas.

Los ahorros del usuario se los administra él mismo, en el ayuntamiento hay el cajero automático, donde ingresar o sacar dinero de la cuenta, rebajar la hipoteca. Cada usuario debe hacer sus cálculos y administrar bien el dinero; de manera que el juego también se convierte en una buena práctica de la economía doméstica.

Una novedad de Animal Crossing es la posibilidad de conectarse a través de *wi-fi.* El pueblo tiene una entrada/salida al "exterior" y a sus guardianes para controlar la llegada de nuevos jugadores. El usuario puede invitar a los amigos

que también tienen el videojuego. Sabiendo la dirección del pueblo, otros usuarios pueden entrar en el pueblo e interactuar simultáneamente con el usuario. Además está disponible un *wii-speak*, un accesorio con el que hablar directamente con esos amigos de Animal Crossing. Aparte de esa aplicación, la conexión *wi-fi* va a permitir participar en actividades y eventos *on line* creados por Nintendo.

8.1.2. Los personajes

El guionista va a trabajar conjuntamente con el resto del equipo del proyecto para crear y definir a los personajes que interactúan con el usuario. Así, entre todos darán forma a cada uno de los protagonistas, cada especialista aportará su parte de trabajo. Por lo tanto, en el documento del proyecto se van a incluir dibujos e imágenes de cómo van a ser esos personajes y las localizaciones; seguramente los habrá realizado el diseñador; mientras que el guionista habrá definido el carácter, sus motivaciones, cómo hablan. Para hacerte una idea de cómo sería el tratamiento de los personajes, te recomiendo visitar la web del juego y entrar en "Conoce a los personajes". En esta página hay una breve presentación de cada uno de ellos, junto con la animación.

El documento del proyecto debe incluir una descripción de los personajes: cómo interactúan con el usuario, cómo hablan. A continuación tienes algunos de los personajes de Animal Crossing, de hecho los más relevantes. Fran es el guía del juego y Tom Nook el propietario de la tienda.

Los personajes

FRAN

Es el guía el que informa, explica y ayuda al usuario cuando empieza el juego. El primer día es el que explicará qué es lo que hay que hacer, después dará la bienvenida e introducirá la partida. Si hay algo que haces mal, también se encargará de decirlo. Por ejemplo, la forma de salir del juego es acostando a tu Mi en la cama. Si un día se cierra Animal Crossing sin acostar al jugador, en la siguiente partida Fran le recordará que el juego no debe cerrarse de esa forma y le explicará el procedimiento.

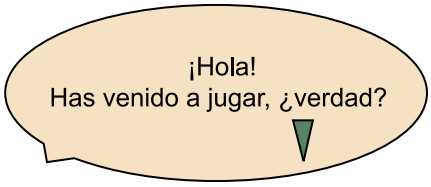
Nota

El guión definitivo del proyecto tendrá que incluir todos los textos del juego. Ahora sólo voy a citar los necesarios para entender su funcionamiento.

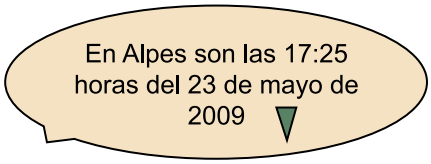
El aspecto físico de Fran es el de un gatito azul, con unas orejas puntiagudas amarillas.

Supongamos que el usuario no es la primera vez que entra en el juego. También vamos a suponer que a su Mi le ha puesto su mismo nombre, PEDRO, y al pueblo lo ha bautizado como ALPES.

Ese hipotético día es el 23 de mayo de 2009, a las 17:25 de la tarde. La partida empieza con una pantalla donde Fran te da la bienvenida.



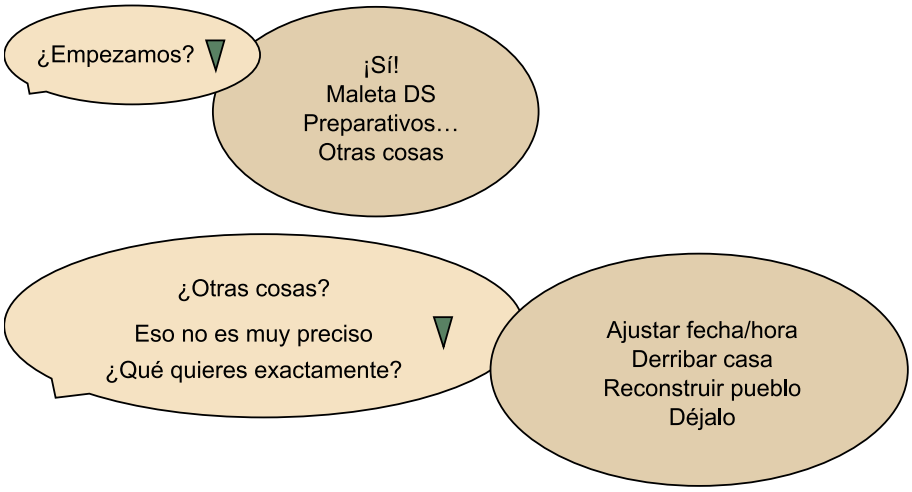
Los textos e intervenciones de los personajes aparecen siempre en forma de globos. El símbolo



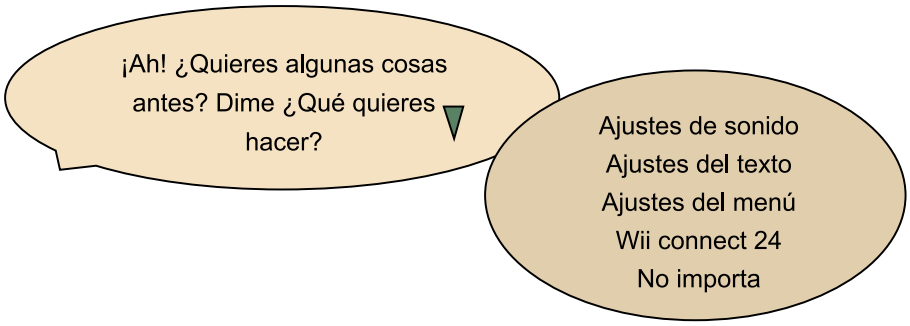
El ritmo de lectura

También es una forma de autorregular el ritmo de lectura. Cada usuario debe leer a su velocidad, sin sentirse presionado por las prisas ni aburrirse esperando a que cambie el texto.

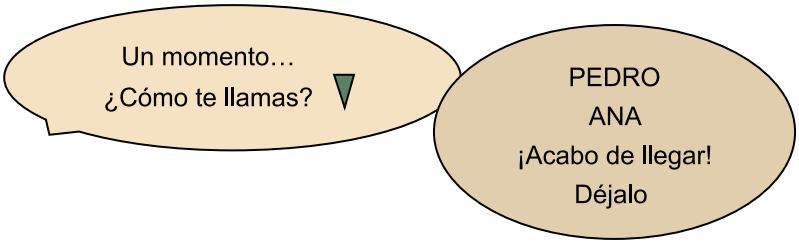
Cuando el usuario tiene opciones de texto, aparece encima del globo explicativo otro de distinto color con las posibilidades que puede escoger el jugador. Así pues, con un clic en **"otras cosas"** aparece un nuevo globo:



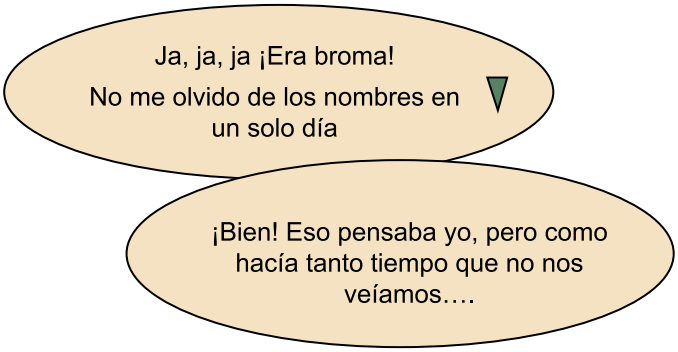
Con un clic en **"preparativos..."**



Seguimos en los preparativos de la partida. La opción "Maleta DS" sólo es para aquellos usuarios que también tienen el juego en versión DS. Así que si no hay nada que cambiar, hacemos un clic en **"¡Sí!"**



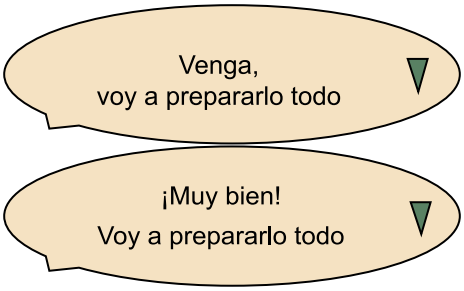
El usuario escoge a su personaje en la partida. En este caso, somos **"PEDRO".** No siempre aparece el mismo texto; hay varias opciones aleatorias. Un par de ejemplos son los siguientes:



Usuario-juego

A partir de ese momento la relación usuario-juego se estrecha, el juego consiste en la vida en un pueblo, y, por lo tanto, el trato, el tono deben ser acordes. El lenguaje es directo y algo humorístico, pretende informar pero sobre todo divertir, conseguir que el usuario se sienta cómodo, con amigos, como parte de una familia.

Con un clic aparece un nuevo texto, también con algunas posibilidades.



Después de unos segundos cargando el programa, empieza la partida.

A partir de ese momento, el usuario va a sus anchas, visita a sus vecinos, recorre el pueblo, va a la tienda a comprar, al ayuntamiento... Puede pescar, cazar mariposas, recolectar manzanas; cosas que después puede vender en la tienda.

En la parte inferior de la pantalla siempre se puede activar, con un simple movimiento del cursor, el menú de navegación. Las opciones son:

Bolsillo: Una pantalla donde aparecen los objetos que recoge o consigue el usuario

Diseño: Se pueden diseñar dibujos que luego el jugador podrá estampar en sus camisetas e incluso venderlas a los vecinos.

Libro de peces y mariposas: Son los animales que consigue el usuario con su caña de pescar o con su cazamariposas. Aparecen en forma de álbum, con el nombre y algo de información. Se pueden coleccionar, pero también vender a Tom Nook, el tendero.

Fotografías: Se pueden guardar fotografías del personaje Mi, del jugador en este álbum.

Amigos: Son direcciones de los amigos de Animal Crossing, con los cuales se puede establecer contacto enviando un correo o con un diálogo telefónico con *wii-speak.*

Teclado: Con el que escribir mensajes.

Mapa: Un esquema del pueblo, con las diferentes casas y sus habitantes; son una buena ayuda para moverse y orientarse en el pueblo.

Nota

Estas informaciones serían más propias del funcionamiento del juego, pero las defino para dar una pincelada a la estructura.

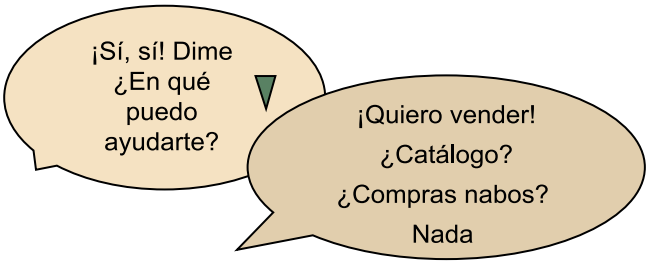
TOM NOOK

Cuando el usuario se muda al pueblo por primera vez, Tom Nook le otorgará una casa. Hay que utilizar las bayas que se gana trabajando en su tienda para pagarla. Tom también comprará fruta, pescado y objetos, o ayudará al jugador a invertir en el mercado.

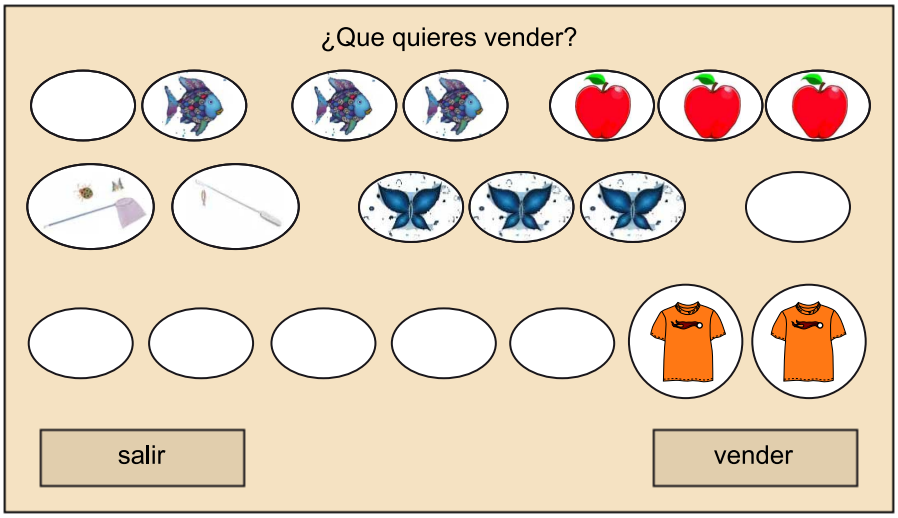
Tom Nook es un osito marrón con aspecto tranquilo y algo divertido. Como propietario de la tienda local, es cortés y amable, ofrece sus productos y siempre está dispuesto a echar una mano comprando lo que se le ofrece.

Cuando el usuario entra en la tienda, inmediatamente se le acerca Tom Nook y le da la bienvenida:

El jugador puede pasear por la tienda, por los pasillos y puede mirar en los estantes. Tom Nook le sigue de cerca por si necesita cualquier cosa. Si quiere algo más, sólo hay que detenerse frente a Nook y él responderá.



Con un clic en **"¡Quiero vender!"** se abre una nueva pantalla donde aparece el contenido del **bolsillo** del usuario, el lugar en donde guarda los objetos y comestibles que el jugador consigue y que siempre tiene la ocasión de vender.



Nota

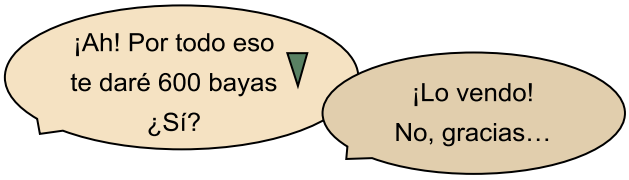
No es el cuadro exacto que aparece en pantalla, pero así te harás una idea. Además, ten en cuenta que el guión incluye ese tipo de esquemas y cuadros, aunque no sean de creación exclusiva del guionista.

Elementos de cambio

Evidentemente, la cantidad varía siempre, según de lo que se trate y el día. Nunca nada es igual. Ese tipo de elementos son los que dan la sensación de que el juego está vivo, que evoluciona con el tiempo. Sin esos elementos de cambio, el juego pronto resultaría repetitivo y, al final, aburrido.

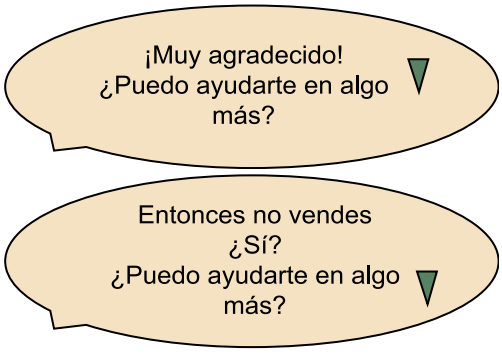
El usuario selecciona las casillas que quiere vender y hace clic en el botón **"Vender".**

Cambio de pantalla a la tienda de Tom Nook, el cual ofrece un precio por los productos.



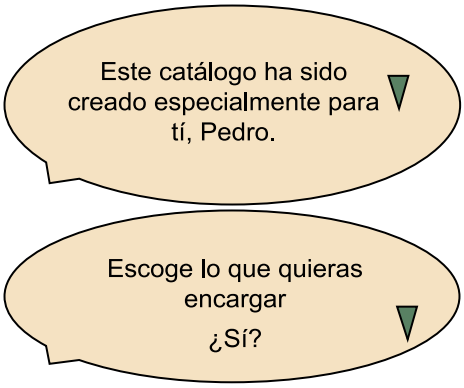
Con un clic en **"¡Lo vendo!"** se realiza la transacción. Los productos desaparecen del bolsillo y el dinero queda ingresado en la "cartera" del usuario, el cual deberá decidir qué hace con ese dinero: ingresarlo en la caja, pagar algo de la hipoteca, comprar algún objeto...

Con un clic en **"No, gracias..."** aparece un globo con un texto de agradecimiento, que como en otros casos, tiene más de una versión:

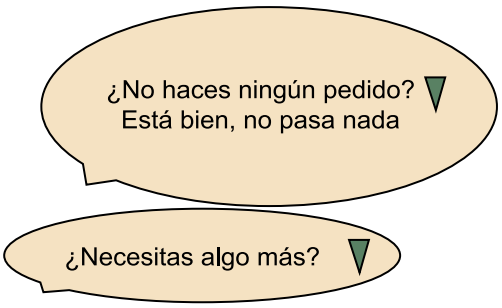


Con un clic en el símbolo de continuación aparece el globo de "Quiero vender. ¿Catálogo?..."

Con un clic en **"¿Catálogo?"** Tom Nook ofrece lo que hay:

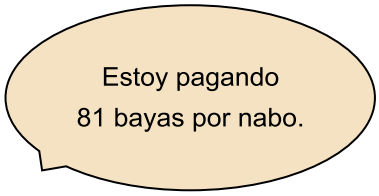


Aparece una nueva pantalla a modo de catálogo con todos los objetos que se pueden adquirir ese día distribuidos por tipología, igual que en un supermercado: comida, ropa, complementos. Como siempre, se puede "confirmar" los productos que se vayan a comprar, o bien "salir". En este caso, Tom Nook contesta también amablemente:



Nuevamente aparece el globo de "Quiero vender. ¿Catálogo?..."

Con un clic en **"¿Compras nabos?"** aparece un nuevo globo:



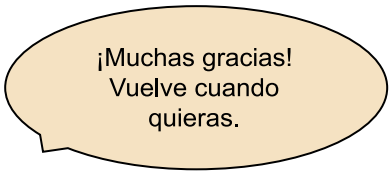
Con un clic en **"Nada"** desaparece el globo y Tom Nook permanece a la espera de lo que haga el usuario. Si decide salir de la tienda, él se despide.

El tono del juego

Es importante ir remarcando siempre el tono del juego, aunque esté claro para todo el equipo; no está de más ir mencionándolo, para que a nadie se le escape. Y es que el tono del proyecto es una pieza clave, la razón de muchas acciones y opciones; tendrá que ver con el tono.

El humor

Tom Nook siempre ofrece nabos y el precio varía según el día. No ocurre nada más. El jugador no tiene más opción que volver atrás, es una pequeña broma. El juego tiene que distraer y divertir al usuario. Los diálogos de los personajes permiten el humor, algo necesario para ponerle algo de salsa al videojuego. Este "humor" también forma parte del tono del juego.



Educar mientras se juega

No hay que olvidar las formas y los buenos modales. Hay que educar mientras se juega. Es un producto familiar y hay que atraer a los pequeños con la diversión y a los padres, con lo educativo.

Personajes secundarios:

Los vecinos del pueblo, que no tienen otra función que contarte algo y divertirte con sus intervenciones, son los que podríamos llamar personajes secundarios. En pocas ocasiones se puede interactuar con ellos; claro está que cada uno tiene su carácter, sus debilidades y su particular forma de hablar.

Un ejemplo de cómo funciona la relación con los vecinos es la siguiente. Después de varios días sin jugar a Animal Crossing, el usuario pasea tranquilamente por el pueblo. En esta ocasión, el primer vecino que encuentra es APOLO, un águila real seria y con aplomo. El jugador se detiene, puesto que Apolo está esperando para intervenir. En el caso que pasase de largo, se quedaría estupefacto por la mala educación del jugador. Pero esta vez el usuario se detiene y Apolo le suelta un discursillo:

¡Hombre Pedro!
¡Me alegro de que hayas vuelto! ¡No te vas a creer lo que se viene cociendo por aquí!

Como llevas tanto tiempo fuera, los del pueblo se han puesto a sacar rumor tras rumor. ¡Es de locos!

Uno aseguraba que ibas por los 7 mares buscando una menta poleo legendaria.

¡Otro decía que te fuiste a un monte con un palo y una revista! Están chiflados ¿eh?

Yo que tú me iría a hablar con todo el mundo para aclararlo todo rápidamente.

Los personajes

Los personajes tienen su carácter, acorde con su aspecto físico. El serio del grupo, por ejemplo, nunca sería una cotorra, animal generalmente relacionado con alguien hablador y dinámico.

Vínculos entre el juego y el jugador

Fijaos en el tipo de diálogo: siempre en tono humorístico, positivo. Hace sentir al usuario que lo han echado de menos. El jugador se siente como en casa y tiene ganas de seguir ahí. Que no abandone el juego: ése es siempre el objetivo de cualquier producto multimedia; sólo hay que adaptar el "mensaje" a cada circunstancia. Aquí se trata de un pueblo donde el usuario es un vecino más, por lo tanto, el jugador busca relacionarse con los personajes, saber qué ocurre, sentir que las cosas cambian y evolucionan con el paso del tiempo, al igual que en la vida real. El reclamo sería muy distinto si se tratara de un videojuego de estrategia.

Otro día Apolo sólo comenta algo del aspecto físico del usuario:

Será cosa mía, pero parece que has crecido unos centímetros y todo, rapaz.

Tono amistoso

Cuando alguien te comenta algo sobre tu buen aspecto o cambio físico (si es positivo, claro), te gusta y denota que han pensando en ti. Es una constante en el juego: sentirse entre amigos.

Diálogo personalizado

Apolo utiliza la palabra "rapaz"; la suele usar en sus diálogos. Cada personaje tiene su manera de emplear el lenguaje, adecuada a su personalidad y carácter. Apolo es un águila, y qué mejor calificativo que "rapaz" de vez en cuando.

Los textos de Animal Crossing pueden parecer simples y sin complicaciones, pero el objetivo del juego no es ése precisamente. La novedad es la posibilidad de establecer una comunicación real con otros usuarios del juego, a través de *wii-speak* e invitar a su Mi al pueblo. Cada juego tiene que buscar sus puntos fuertes e incidir en ellos. La estructura del juego tiene que ir dirigida al objetivo final, a lo que se pretende que el jugador sienta, a satisfacerle sus expectativas.

8.2. *Seafight*

Seafight es un juego de piratas *on line* gratis. No se necesita descargar ni instalar nada, lo que lo convierte en un juego atractivo y de fácil acceso. Sólo hay que registrarse, leer atentamente las instrucciones y empezar a jugar.

Antes de entrar en el juego puedes ver alguno de los videos que los jugadores de Seafight cuelgan en la red. Tienes un ejemplo en:
http://www.youtube.com/watch?v=RAERRIRBKX0

8.2.1. Sinopsis

Story-line

Seafight es un juego de aventuras. La misión del usuario es convertirse en el mejor pirata por medio de la caza de monstruos marinos, del hundimiento de otros barcos y del encuentro de tesoros. Puede luchar solo, aliarse con otros jugadores y formar clanes. De esta forma, el jugador irá superando niveles, surcará otros mares, adquirirá mejores barcos y se enfrentará a enemigos cada vez más experimentados.

La *story-line*

Al igual que en un proyecto de ficción, previo a la sinopsis debe existir una *story-line*, un breve resumen del juego que sitúe rápidamente el producto. ¿De qué se trata? Si la *story-line* es confusa, el videojuego resultante también podría serlo.

8.2.2. Las localizaciones

En este caso voy a llamar localizaciones a los diferentes sitios que el pirata puede visitar cuando no está en la batalla. El juego está organizado como en una historia de piratas, por lo tanto, todo tiene que ver con esa temática. Al mismo tiempo que se describen las localizaciones, también se están especificando algunas de las reglas y funcionamiento del juego, algo imprescindible en estos productos multimedia.

Este tipo de descripciones han de ser previas al guión definitivo del proyecto. En ficción es comparable al tratamiento secuenciado, donde se explica paso a paso en forma de resumen.

Seafight

1. Página de "Inicio"

Ésta es la página informativa. Aquí se pueden visualizar todos los acontecimientos más importantes del juego.

Resumen del contenido

Antes de especificar los elementos, es útil hacer un breve resumen del contenido de la página.

La barra de estado, en la parte superior de la página, debajo del logo de *seafight* y de la carta náutica. La información contenida en la barra cambia cada segundo de manera que el jugador puede visualizar siempre la información actual del juego y el estado de su barco.

En la parte central se encuentran:

1. **"Novedades":** Información sobre actualizaciones, cambios, comunicados importantes...

2. **"Mis datos":** Todo lo que se refiere al jugador y a su cuenta. "El diario de abordo": información acerca del estado del jugador en el juego y acerca de sus pruebas. Una descripción en colores de sus éxitos y sus fracasos.

Tono

Fijaos en el tipo de letra, los colores y formas de fondo; todo recuerda a la estética pirata. Tal como habíamos visto en Animal Crossing, desde el diseño de personajes, al redactado de los textos, los mensajes que recibe el jugador, la estética de cada página... Todo debe seguir la misma línea y tono para no confundir ni defraudar al usuario.

En la zona central derecha se encuentran:

1.Salón de la fama: Muestra el "*top* 5" de jugadores de Seafight. La tarea del jugador consiste en intentar quitarles el trono.

2.Tripulación y armas: Información acerca de la tripulación y las armas para que el usuario siempre pueda saber el estado de su equipamiento.

3.Riqueza: ¡Sólo el dinero cuenta en la vida de un pirata! Por esta razón en la página inicial se puede saber cuánto oro y cuántas perlas posee el jugador.

2. ASTILLERO

En esta página se encuentran las informaciones sobre el barco del jugador y todo lo que puede necesitar para la batalla. Se puede elegir ir a "mi barco" o al "astillero"; los dos contenidos se abren en una ventana nueva.

1) "A mi barco": Información sobre el barco, carga y tripulación del jugador. Se puede ver una pequeña imagen animada del barco; el listado de la condición del barco; los puntos de vida y la resistencia del barco; las posesiones del jugador y objetos adicionales adquiridos.

2) "Astillero": Una serie de accesorios que puede necesitar el jugador para su barco. Hay tres áreas disponibles:
   a) Comprar: Se pueden adquirir tres diferentes accesorios (barcos, velas y extras).
   b) Mi Barco: Se pueden vender los extras y las velas del barco del jugador.

c) Reparar: Si el barco del jugador ha sido dañado, se puede reparar en el astillero.

3) "Barcos de elite": Durante el juego aquí se ofrecen diferentes diseños para escoger.

3. ARMAS

En esta página se encuentra toda la información sobre los objetos que ya poseen el jugador y sobre los que se pueden comprar.

a) Comprar: balas, cañones, pistolas y sables.
b) Vender: Esta sección funciona como la de Comprar.
c) Detalles. A la derecha de la página aparece la descripción detallada del objeto seleccionado antes de su compra.

4. PUB

Esta página contiene la información de las pruebas que el jugador puede realizar. Las pruebas son necesarias para ganar puntos de experiencia y oro. Estas misiones son la base para "la prueba de pirata".

En Seafight se puede subir de nivel sólo después de haber superado la prueba del pirata. Hay que superar la prueba del pirata para acceder a la carta náutica del nivel siguiente y a otras pruebas que permitan al jugador ganar más oro y más puntos.

En esta página también hay información de los monstruos. Son una posibilidad para aumentar la bolsa de oro.

En el pub se puede entrar en contacto con otros piratas. Se pueden enviar y contestar mensajes.

5. COMERCIANTE

Página donde se pueden comprar artículos imprescindibles para la tripulación y el barco del jugador. Funciona igual que "Armas", pero aquí lo que se ofrece es fruta, chalecos salvavidas, ron, lámparas...

6. REFUGIO

En esta página se visualiza toda la tripulación del jugador. Se puede contratar o despedir personal, o alimentarlos con ron y fruta.

7. CLAN

El clan es una forma de establecer comunicación con otros jugadores y organizarse en grupos para así proteger intereses comunes. Además de éste, existen el *chat* y los mensajes personales en el pub.

8. BAZAR

En esta página se encuentran artículos desarrollados, los cuales se pueden adquirir con la mediación del comerciante en la tienda de armas o en el astillero.

9. PERLAS

En esta página Seafight ofrece la posibilidad de comprar bonos extras con dinero.

Nota

Ahí deja de ser un simple juego para convertirse en algo más perverso. Desafía el afán de superación, de competitividad del jugador, ofreciendole la posibilidad de gastar su propio dinero, para conseguir ventajas sobre los otros jugadores.

Es interesante estudiar el funcionamiento de Seafight desde el punto de vista de juego *on line* en el que participan infinidad de usuarios. En el momento en que hay que apostar dinero de verdad, deja de ser divertido e interesante. Por eso recomiendo ver el juego hasta ese punto. A partir de ahí, ni nos incumbe ni nos interesa.

Éste es un primer tratamiento. A partir de ahí habrá que reescribir cada apartado; describirlo en profundidad hasta llegar al guión definitivo.