



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**PROCESO CREATIVO, ESCRITURA Y DIRECCIÓN DE UN  
PILOTO DE SERIE: *PONTE OTRA*.** Aportaciones desde la  
perspectiva de *showrunner*.

Trabajo de soporte audiovisual

**AUTORA: Ana María García Duch**

REALIZADO BAJO LA TUTELA DE:

Maria del Mar Grandio Pérez

CONVOCATORIA MAYO 2024

## **AGRADECIMIENTOS**

Gracias a mis padres, por todo su esfuerzo para hacerme llegar hasta aquí y conseguir que sea la primera mujer de mi familia en obtener un título universitario. A mis hermanos, Andrés y Daniela, por hacerme de conejillos de Indias cuando quise empezar a hacer pelis y ofrecerse a ser mis actores de pacotilla. A mi abuelita Ana, que me dio la oportunidad de venir a Murcia y empezar mi propio camino y a mi tita Andrea, que me inspira cada día. A mis muchachos, Armando y Pablo, que se subieron al carro de este proyecto con fe ciega y han dado forma a este tinglado. A todos los currantes maravillosos que he conocido durante mi estancia en el sector de la hostelería, que son mis musas: ojalá salgáis de ahí lo antes posible. Para toda la gente que ha participado en el rodaje, desde equipo técnico hasta actores, que sois mi recordatorio diario de porqué me metí en esta profesión. Muchas gracias al Restaurante Pistaxo, por dejarnos poner el local patas arriba. Gracias a María del Mar Grandío, por su sabiduría y entusiasmo puesto en este trabajo. A Lucía, Andy y David: os quiero.

## RESUMEN

El presente trabajo de fin de grado tiene como objeto la realización de un piloto de serie, por ende, un proyecto con soporte audiovisual. *Ponte otra* narra los acontecimientos dentro de un restaurante que intenta alcanzar el reconocimiento del sector y el éxito entre los clientes. A través de la filmación al estilo *mockumentary*, se muestran las jornadas laborales de sus trabajadores, camareros y cocineros. Al ser una obra parcialmente basada en experiencias personales durante el transcurso de un año dentro del sector de hostelería, en este trabajo se refleja la relación que, como autora, he tenido con el resultado final del trabajo. Es por esta razón que se detalla en el documento todas las fases del proceso creativo, desde la justificación del tema, las referencias escogidas para crear un tratamiento visual acorde al género hasta el trabajo de escritura del guion. De la misma manera, y en materia de *showrunner* con el que me identifico dentro de este trabajo, también se detalla la ejecución del rodaje y su posproducción pertinente, de mano de otros dos compañeros que colaboran en *Ponte Otra*. Como resultado de este proyecto, se ha obtenido un episodio piloto con un metraje de treinta minutos a la espera de su distribución.

## PALABRAS CLAVE

*mockumentary*, restaurante, serie, televisión, episodio, camareros.

## ABSTRACT

The purpose of this final degree project is the production and realization of a series pilot, therefore, a project with audiovisual support. *Ponte otra* narrates the events inside a restaurant that tries to achieve recognition in the sector and success among customers. Through mockumentary-style filming, the working days of its workers, waiters and cooks are shown. As it is a work partially based on personal experiences, it reflects the relationship that, as an author, I have had with the result of the project. It is for this reason that all the phases of the creative process are detailed in the document, from the justification of the theme, the references chosen to create a visual treatment according to the genre to the work of writing the script. In the same way, and in the matter of showrunner which I identify myself in this work, it also details the execution of the shooting and its relevant post-production, with the help of two other colleagues who collaborate in

*Ponte otra*. As a result of this project, a pilot episode with thirty-minute footage has been obtained, awaiting distribution.

#### **KEY WORDS**

mockumentary, restaurant, series, television, episode, waiters.

## ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Justificación del tema.....	1
1.2 Objetivos.....	2
1.3 Póster y enlace de visionado.....	3
1.4 Sinopsis.....	4
1.5 Competencias.....	4
1.6 Metodología.....	5
<b>2. MARCO CONCEPTUAL.....</b>	<b>6</b>
2.1 <i>Sitcom verité</i> : contexto histórico y cultural.....	6
2.2 El papel del <i>showrunner</i> en la creación de una serie.....	8
2.3 Proceso creativo de <i>Ponte otra</i> .....	10
2.3.1 Motivación personal.....	10
2.3.2 Construcción de una comedia.....	11
2.3.3 Características del buen <i>showrunner</i> .....	18
<b>3. MEMORIA DEL PROYECTO.....</b>	<b>20</b>
3.1 Preproducción.....	20
3.1.1 Referencias.....	20
3.1.2 Biblia de serie y primeras versiones.....	21
3.1.3 Localizaciones y fechas.....	22
3.1.4 Casting y ensayos.....	23
3.2 Rodaje.....	24
3.2.1 Primera jornada.....	24
3.2.2 Segunda jornada.....	26
3.2.3 Tercera jornada.....	28
3.3 Post producción.....	29

<b>4. CONCLUSIONES.....</b>	<b>30</b>
<b>5. CONCLUSIONS.....</b>	<b>31</b>
<b>6. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>33</b>
<b>7. ANEXOS.....</b>	<b>35</b>
<b>7.1 Biblia de serie.....</b>	<b>35</b>
<b>7.2 Guion.....</b>	<b>35</b>
<b>7.3 Pitch.....</b>	<b>35</b>

## 1.INTRODUCCIÓN

### 1.1 Justificación del tema

El 20 de enero de 2023, comencé a trabajar en un restaurante como camarera. A partir de entonces, comencé a trabajar viernes, sábados y domingos y a estudiar el resto de los días. Durante mi estancia en esa empresa, aprendí todo tipo de aptitudes necesarias para el trabajo de cara al público a su vez que conocía gente que venía de toda clase de contextos: estudiantes como yo, padres y madres de familia, personas al final de su vida laboral, inmigrantes... todos con una historia y unos motivos para estar allí. A principios del mes de mayo, me fui a otro restaurante a trabajar y seguí recabando experiencia, conocimientos y más trabajadores del sector. En base a los hechos acontecidos desde hace ya más de un año, puedo confirmar que, no solo el clasismo y la precariedad es de las mayores lacras que sufre el sector hostelero, sino que la solidaridad y el compañerismo es lo que sostiene este sistema del área servicios. Es un hecho que el sistema hostelero español se alimenta del sector de población activa que se encuentra en una posición desfavorable, ya sea por su situación económica o social dado que, actualmente, gran parte de trabajadores de la hostelería no son personas especializadas en el oficio. Es por esto por lo que *Ponte otra* quiere arrojar luz sobre las historias de este grupo diverso a través de un grupo de camareros y cocineros que nos demuestran que, aquellos marginados que dedican sus jornadas laborales a servir al resto tienen aspiraciones y un mundo interior. No solo se pretende esto, sino que la manera de hacerlo va a ser a través de la comedia, dado que es una vía ligera y amena para tratar un tema tan delicado como es el de la precariedad laboral. Además, para conseguir transmitir un impacto emocional apropiado, se hace uso del formato *sitcom*, con sus instrumentos técnicos que nos aproximan de manera acertada al día a día de los camareros y cocineros, incluyendo el desenfrenado ritmo de trabajo y el barullo del entorno. Por último, y en relación con las conclusiones extraídas a partir de las experiencias vividas en el sector hostelero, se descubre mediante el análisis narrativo de la obra que, como comentábamos anteriormente, la camaradería y el compañerismo es en lo que se fundamenta el trabajo de hostelería, puesto que los turnos funcionan primordialmente gracias

al trabajo en equipo entre los trabajadores, como se plasma en esta obra audiovisual.

## 1.2 Objetivos

El objetivo principal de este trabajo de fin de grado es llevar a cabo un episodio piloto que pueda crear un proceso de reflexión en el espectador, a través de los recursos que nos brinda la sitcom y la comedia, sobre el mundo interior de las personas que trabajan en la hostelería. Para cumplir el objetivo principal, se debe conseguir los objetivos específicos de la propia producción de un episodio de TV, como son la preproducción, la producción y la postproducción.

-En primer lugar, nuestro propósito ha sido fundamentar unas bases sólidas para el concepto a desarrollar dentro de la historia, es decir, establecer un argumento y los personajes que van a participar en ella a partir de las experiencias personales que sirven de inspiración para *Ponte otra*.

-En adición al primer objetivo, establecer unas referencias audiovisuales es clave para no solo la creación de un tratamiento visual concreto sino también para la estructura argumental en calidad de *gags*, *punchlines* y diálogos varios.

-Seguidamente, es imprescindible organizar una producción creativa idónea dentro del marco de recursos que disponemos, tanto técnicos como humanos.

-A continuación, y dentro del proceso de rodaje, es de interés para el transcurso del proyecto una dirección de actores acertada, cercana y pensada para que el reparto pueda aportar el máximo a su personaje asignado y asuman el mensaje que se intenta transmitir con *Ponte otra*.

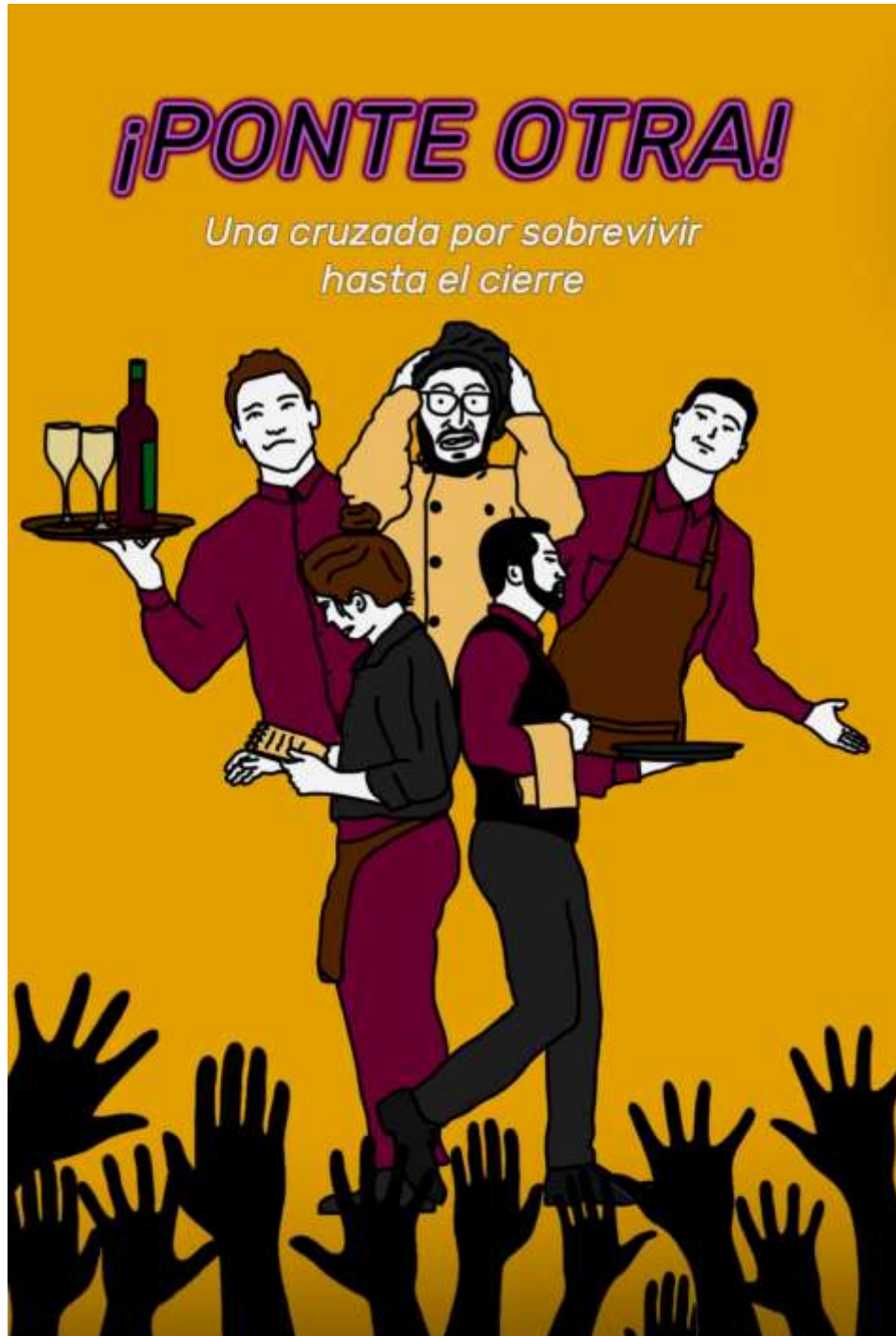
-Por otro lado, con el episodio piloto, se pretende crear una estrategia de *branded content* en colaboración con un restaurante que pueda dar a conocer la situación que viven este grupo de trabajadores del sector servicios.

-Por último, con el proyecto realizado a través de las herramientas que nos brinda la ficción televisiva, se busca la distribución de la obra dentro del sector de plataformas de *streaming*.



### 1.3 Póster y enlace de visionado

<https://www.dropbox.com/scl/fi/zzq8hwa4ydb6jlu3qng39/Piloto-Ac-rcame-la-dolorosa.mp4?rlkey=vwejf0nnczjsfs15nltie4ckt&st=zl6wnbin&dl=0>



## **1.4 Sinopsis**

*Ponte otra* versa alrededor de día a día de los trabajadores de un restaurante. Nos centramos sobre todo en el equipo de sala liderado por Adri y Valeria, los encargados, que intentan hacer funcionar su variopinto grupo de camareros formado por chicos y chicas sin formación profesional en el sector. Como estrategia de marketing para el restaurante, Marc y Laura, los gerentes, deciden enviar cámaras a grabar al local para crear un documental. Esto hará que la plantilla deba trabajar bajo la presión de sacar un servicio excelente para una clientela de lo más extravagante. En la primera temporada planteada para la serie, el objetivo de los trabajadores, planteado por los jefes, va a ser darse más a conocer, ya sea vía reseñas positivas, eventos, buenas opiniones de los críticos o cualquier otra estrategia de publicidad, independientemente de lo descabellada que sea.

## **1.5 Competencias**

En este apartado, comentamos las competencias adquiridas a lo largo de los cuatro años del grado de Comunicación Audiovisual y que han servido para la realización de este trabajo de final de grado.

-Se han de aplicar los procesos de producción y difusión en sus diversas fases, desde la gestión de recursos técnicos, humanos y presupuestarios hasta el uso de diversos soportes de comercialización.

-Se han de establecer los distintos instrumentos y mecanismos de construcción de guion aprendidos, así como la creación de tramas, personajes y diálogos.

-Se ha de demostrar la capacidad de dirigir un proyecto audiovisual que requiera de recursos humanos, así como crear una puesta en escena original que responda a los objetivos del proyecto, responsabilizándose de cumplir con los plazos de realización, organizar un reparto y un plan de trabajo.

-Ha de ser indispensable contar con la capacidad para exponer una realidad social concreta a través de los mensajes icónicos producto de esta.

## 1.6 Metodología

*Ponte otra* nace de las experiencias vitales durante un período determinado de tiempo y de la necesidad de poner de manifiesto diversas temáticas relacionadas con los hechos vividos. Esto da lugar a que el proceso creativo previo a la realización del episodio y la dirección de este quede a cargo de una única persona. Sin embargo, la realización técnica y el apartado de producción quedan a cargo de dos personas más para que la carga de trabajo no sea excesiva y se pueda conseguir la máxima calidad técnica y estética. Otro aspecto relevante que mencionar es la investigación teórica y la búsqueda de bibliografía. Las referencias, especialmente audiovisuales, han sido claves para desempeñar el proceso de escritura del guion y crear una atmósfera visual acorde con el género escogido para enmarcar este proyecto de serie. Por último, la mentorización por parte de los profesores involucrados en este trabajo de final de grado ha sido primordial para el desarrollo del piloto, no solo por sus consejos en cuanto a proceder en el proceso de producción sino también por sus conocimientos en la materia de dirección y el género *sitcom*.

## 2.MARCO CONCEPTUAL

### 2.1 *Sitcom verité*: contexto histórico y cultural

Las *sitcoms* nacen durante la década de los 50 junto el resto de los formatos de comedia como el *sketch show*, las *stand-up comedy* o los dibujos animados para adultos. El sencillo esquema de clichés televisivos no se vio con la necesidad de renovarse, hasta que HBO entró en el juego. El conocido servicio de *streaming* decidió diferenciarse del resto de contenidos antes hechos y comenzó a renovar las fórmulas narrativas y genéricas, apostando por contenido de autor como el *Twin Peaks* (1990) de Lynch o la miniserie de Lars Von Trier, *El Reino* (*Riget*, 1994). La televisión tal y se conocía hizo un giro de 180 grados, y fueron muchas las series que se enfrentaron al ojo crítico de los medios y la audiencia dado a su tratamiento de temáticas tabúes como el sexo, la muerte y la violencia explícita. Acompañando esto, los personajes de esta nueva televisión no eran los simpáticos vecinos de al lado, sino los antihéroes nunca puestos en el foco de atención que muchas veces cometen actos injustificables, como por ejemplo el infame Tony Soprano de *Los Soprano* (*The Sopranos*, David Chase, HBO: 1999-2007).

El auge de contenido de ficción hizo que las comedias y, por ende, las *sitcoms*, tuvieran que aportar contenido actualizado con las modas del momento. Una serie del género humorístico no funciona sin personajes icónicos y entrañables, y es lo que consiguió *Friends* (*Friends*, David Crane, Marta Kauffman, NBC: 1994-2004) con su simpático grupo de protagonismo coral. El precedente que sentó la serie que hizo saltar a la fama a Jennifer Aniston fue prácticamente inigualable hasta la década siguiente, ya no solo en cuestión de fórmulas humorísticas, sino también en lo que se refiere a la construcción de personajes, con estereotipos tan marcados y reconocibles, pero a la vez tan únicos e irrepetibles. No tardó, después de acabar *Friends*, en aparecer un digno sucesor como el que es *Cómo conocí a vuestra madre* (*How I met your mother*, Bob Saget, CBS: 2005-2014), pero algo más estaba pasando paralelamente a esto.

Tímidamente, la *sitcom* comenzaba a hacerse un hueco en el panorama televisivo. Todo empieza con Ricky Gervais y su *The Office* (*The Office*, BBC: 2001-2003), donde conocemos a unos trabajadores de oficina que viven bajo las

normas del excéntrico jefe David Brent. Asentando las bases en el año 2005, se estrena la versión americana de esta, que eleva el género hacia lo mainstream y resulta una de las series más reconocidas de los últimos años. Su humor incómodo y su construcción de personajes tan extravagantes supuso la base de las que serían las siguientes en llegar. Las reglas son sencillas: varios interiores, cámara en mano, ninguna risa y primeros planos, en contraposición con la puesta en escena tan teatral de las *sitcoms* clásicas y demuestran la evidente ruptura con la estructura conservadora de las series del siglo pasado.

A pesar del rotundo éxito de la sitcom verité al otro lado del charco, este género tardó algo más en llegar a España. Si bien es cierto que el panorama televisivo español ha sido muy rígido con las reglas de la comedia, poco a poco ha ido transformándose y dando paso a nuevas vertientes humorísticas, como son las shortcom como *Cámara café* (Bruno Solo, TELECINCO: 2005-2009), los programas sketch como *La hora de José Mota* (José Mota, TVE: 2009-2012) o nuestra versión de Stand up comedy con *El club de la comedia* (CANAL+: 1999-2017). Fue en el año 2016 que Los Javis (Javier Calvo y Javier Ambrossi) saltaron a la fama con su entrañable *Paquita Salas*, protagonizado por el personaje de mismo nombre que la serie e interpretado por Brays Efe. Con *Paquita*, las reglas de la sitcom se mantenían, pero entraban a jugar el característico humor gritón y basto por el que las comedias españolas son tan reconocidas.

Teniendo estos aspectos en cuenta y relacionándolo con el proyecto a ejecutar, un bar o, en su defecto, un restaurante, resulta el escenario perfecto para una comedia en este país, dada su importancia como punto de reunión para la interacción social, el descanso y la fiesta. No es la primera vez que un bar hace una breve aparición en una serie española de comedia, a saber, *Aída* (Nacho Velilla, TELECINCO: 2005-2014), *La que se avecina* (Alberto Caballero, Laura Caballero, TELECINCO: 2007-) o *Ahí abajo* (Aitor Gabilondo, ANTENA 3:2015-2019), pero, si bien es cierto que es un marco ideal para la interacción con los personajes, nunca se ha investigado a fondo el microcosmos que esconde el sitio, que es lo que La Komanda pretende dar a conocer. Incluyendo tanto a camareros como a cocineros, no solo damos un repaso a la trayectoria de vida de cada uno, sino que observamos su proceso colaborativo hacia un objetivo

más grande que todos ellos: complacer al cliente y, a la vez, sobrevivir hasta el final del turno.

## **2.2. El papel del *showrunner* en la creación de una serie**

Un *showrunner*, en rasgos generales, es el responsable de la dirección creativa del programa. La relevancia de este concepto durante la década de los noventa suscitó un cambio en el modelo televisivo tal y como se conocía entonces, elevando dicho cargo a la misma altura que los directores de cine, en lo referido, especialmente, al control creativo, visión y rasgos de identidad del producto audiovisual.

Con anterioridad a esto, la autoría de la idea no recaía inherentemente en aquel que concebía el concepto, sino que se trasladaba a manos del productor general y/o el director asignado a la obra, entendiéndose como que la capacidad de organización y gestión era más idónea que la creativa a la hora de llevar hacia adelante un proyecto. El productor era el responsable principal y el elemento de continuidad de la serie en cuestión, sobre todo si se trataba de una estructura episódica con personajes continuos; este modelo mantenía un proceso creativo simple, con su equipo estable de escritores y fórmulas narrativas. Sin embargo, no era un modelo justo e ideal para todos, como por ejemplo para Roy Huggins, guionista de *Maverick* (ABC: 1957-1962), al cual borraron de la autoría de la serie cambiando el orden de emisión de los capítulos. A partir de ese hecho, el “contrato Huggins”, declaraba que hubiera una compensación por cada episodio producido del programa, lo que comenzó una reivindicación de la labor del creador, desde las condiciones laborales hasta las contractuales. De esta manera, el proceso de producir series se comenzó a hibridar con el perfil creativo, complementario al gestor y, como *showrunner*, empezar a adoptar funciones adicionales como la negociación con las cadenas y/o productoras, la contratación del personal creativo y la gestión del programa en términos organizativos y narrativos. Erik Oleson, *showrunner* de *Daredevil* (NETFLIX: 2015-2018) y productor ejecutivo de *The man in the High Castle* (AMAZON PRIME VIDEO: 2015-2019), afirma: *no hay detalle pequeño al que el showrunner no deba prestar atención* (Higueras-Ruiz, M. J, Gómez-Pérez, F., J. & Alberich-Pascual, J. 02-10-2018)

Este nuevo puesto sugería que aquel que lo ocupase fuera escritor, o al menos especialista en instrumentos y mecanismos para la construcción de un guion. Con el *writer's room* como núcleo creativo principal y la posibilidad de reescritura de guiones, se podía subordinar todo el trabajo creativo a un único autor. La revolución creativa que comentamos en este párrafo se vio reflejada con la aparición de *Los Soprano* (*The Sopranos*, HBO: 1999-2007), en donde la diferenciación que el canal de pago como HBO buscaban comenzó a dar más libertad a los creadores de televisión. Si bien el drama era el género por excelencia, con nombres de gran calibre como David Chase, de *A dos metros bajo tierra* (*Six Feet Under*, HBO: 2001-2005) o Alan Ball con su *The Wire* (*The Wire*, HBO: 2002-2008), entre otros, las comedias también se abrieron hueco en el catálogo, como por ejemplo *Curb you enthusiasm* de Larry David (*Curb you enthusiasm*, 2000-) o, más adelante, el *The Office* de Gervais (*The Office*, BBC: 2001-2003); muchos de ellos ya venían con experiencia dentro del sector del cine, algo que suponía un gran interés para las cadenas de TV, sabiendo que eran veteranos tanto en la dirección como en la escritura. Los creadores comenzaron a legitimar su trabajo como autores dentro del medio. En el ámbito europeo, podemos destacar a Russell T. Davies, encargado de la nueva etapa de *Doctor Who* (BBC1: 2010-) o, yéndonos al panorama nacional, Javier Olivares con *El Ministerio del Tiempo* (TVE1: 2015-) o Pau Feixás con *Pulseras rojas* (*Polseres vermelles*, TV3: 2011-2013).

Un aspecto relevante que mencionar sobre esta nueva figura del medio audiovisual es la permanencia y continuidad de este elaborando la narrativa de la serie. Es de importancia entender esto dentro del contexto de la era digital, donde Internet y las redes sociales constituyen parte esencial de nuestra comunicación diaria con el resto, incluyendo los creadores de contenido audiovisual. Twitter, ahora llamado X, ha supuesto, a lo largo de esta última década, el altavoz más potente para los seguidores de series a la hora de interactuar con los *showrunners*. La satisfacción de la demanda de respuestas e información adicional de los fans hace que la figura del responsable del programa pase a ser indispensable para, no solo mantener un buen grueso de audiencias, sino también prolongar la serie hasta un final que encaje con la narrativa

preestablecida, siguiendo el modelo de series contemporáneas que terminan de manera orgánica y no porque sean canceladas.

Es por todo esto y más que el *showrunner* supone unas nuevas nociones de éxitos nunca vistas, dado no solo a su autonomía creativa y su importante posición como figura crítica dentro de las audiencias sino también como profesional de la escritura creativa y gestor óptimo de la producción televisiva. Citando a Concepción Cascajosa Virino en *El ascenso de los showrunners: creación y prestigio crítico en la televisión contemporánea* (Cascajosa, 2016. p.15): “Para que exista arte, aunque sea televisivo, debe haber un artista. O, al menos, alguien que se encargue de que el *show* pueda continuar”.

### **2.3 Proceso creativo de *Ponte otra***

Para este apartado en el que comentaremos el proceso creativo de este proyecto, dividimos en tres el desarrollo: primeramente, comentamos las motivaciones que nos han llevado al tema que nos ocupa y la importancia de las experiencias personales en el desarrollo del argumento y la creación de personajes. Relacionado con esto, repasamos aquella bibliografía pertinente usada para la escritura del guion, en este caso y como mayor apoyo, *Como orquestar una comedia* (Vorhaus, 2017) y, por último, enumeramos aquellas cualidades de *showrunner* que podemos poner en práctica a la hora de dirigir nuestro proyecto, parte de ellas extraídas del texto de Javier Grillo-Marxuach, *The Eleven Rules of Showrunning* (2016).

#### **2.3.1 Motivación personal**

Como cualquier proceso creativo, todo comienza en una idea, una premisa. Los fines de semana trabajados en hostelería, en los descansos entre turnos, mis compañeros y yo comentábamos la jugada estrella del día, incluso a veces en medio del servicio, si los acontecimientos eran dignos de mencionar. Iban desde las peculiaridades de algunos clientes hasta las cagadas de algunos de los nuestros. En el barullo del local, cuando estás comiendo, solo o acompañado, casi nunca caemos en la cuenta de que el trabajo de los camareros es servirnos y prestar atención a nuestras necesidades, lo que hace que desarrollen un alto sentido de la intuición y la perspicacia: en pocas palabras, están constantemente observándonos. ¿Y qué puede resultar un entretenimiento crucial para no morir



de agotamiento a alguien que está constantemente prestando atención al resto? Evidentemente, disfrutar del espectáculo. Nuestra película son los clientes, y cada turno es una diferente: pueden ser de comedia, de suspense, de terror...y lo mejor de todo es que, muchas de las veces, tenemos cierto control en lo que va a pasar, y eso nos convierte en narradores omnipresentes. Es curioso pensar que aquel personaje tan servicial puede llegar a tener incluso poder sobre nuestra propia vida, que es algo que nos enseñan desde un principio: damos de comer a la gente y un mal resultado, ya sea por contaminación o mala elaboración, puede significar la muerte para muchos. Con todo esto venimos a decir que la labor del sector hostelero resulta de primeras tan mecánica y sencilla, pero, en realidad, es un entramado de estrategias y puntos de inflexión que bien podrían ser dignas de un libro de *Escoge tu propia aventura* (Montgomery, R.). Al cabo del tiempo, y después de adaptarme al salvaje ritmo del trabajo de camarera, la acumulación de aventuras y acontecimientos de todo tipo surgió en mi como una lección, un manual de supervivencia, que culminó en *Ponte otra*. Desde el corazón de este proyecto, que son todos aquellos compañeros que han trabajado conmigo este último año en la hostelería, hasta los argumentos más estrambóticos, considero *Ponte otra* un diario de bitácora a través de los años precarios que nos han tocado vivir a muchos jóvenes, inmigrantes o parias infracualificados de la sociedad. No puedo considerar esta serie como una autobiografía porque no cuento solo mi propia historia, sino que pongo un altavoz al microcosmos que es la hostelería y todos aquellos que la sostienen.

### **2.3.2 Construcción de una comedia**

Una vez hallada la idea que queremos plasmar en la pantalla, necesitamos un guion. Para la escritura de este, venimos con material de anteriores trabajos repasado, como *Salva el gato* (Snyder, 2016) o *El diálogo: El arte de hablar en la página, la escena y la pantalla* (McKee, 2018), pero aquel libro que nos ha ayudado a configurar las bases del episodio piloto ha sido *Cómo orquestar una comedia: Los recursos más serios para crear los gags, monólogos y narraciones cómicas más desternillantes* (Vorhaus, 2017). A continuación, repasamos algunos de los apartados que han sido de ayuda para la construcción del guion.

En primer lugar, para esta comedia coral, el autor comienza señalando una de las normas fundamentales del humor que sirve para comenzar a escribir: la comedia es verdad y es dolor. Para que algo resulte gracioso tiene que estar dentro del marco de creencias generales, desde las más universales hasta las más pequeñas; hay que tener los mismos puntos de referencia. En España, con nuestra extendida cultura del bar y el terraceo, es de saber popular que uno de los momentos favoritos de los ciudadanos españoles es en los que se come, generalmente acompañado. Ahora bien, también se sabe que aquellos que trabajan para que estos momentos ocurran están sometidos a constante presión, faltas de respeto y horarios exhaustivos.

Una vez que sabemos por qué ese algo es gracioso, hay que identificar los distintos tipos de conflictos cómicos, que se dividen en tres:

- Conflicto global: el hombre contra su mundo
- Conflicto local: el hombre contra el hombre
- Conflicto interno: el hombre contra si mismo.

Las comedias pueden estar enfocadas a un conflicto concreto, pero son más completas si consiguen abarcar los tres. En lo que a *Ponte otra* se refiere, el primer nivel de conflicto sería los trabajadores contra el sistema hostelero.

**ESCENA 23 INT./DÍA**

El equipo de sala escucha a los jefes.

MARC  
(al grupo)

Como os decía, confiamos en vosotros, chicos, somos una familia y nos tenemos que apoyar entre todos, ¿okay?

Todos asienten, sin mucho convencimiento. Después de un momento de silencio incómodo, Adri comienza a aplaudir, intentando romper la tensión del ambiente. Todos comienzan a aplaudir, lento y descoordinado. Laura aplaude enérgicamente. Lorena, que no estaba presente, aparece en escena y se une al aplauso, sin saber muy bien por qué aplaude el resto.

LAURA

Bueno, chicos, nos vamos, hay mucho que hacer todavía... ¡Ale! ¡A seguir!

Laura se dirige a la salida, decidida. Marc se queda ahí plantado, al lado de Adri y delante de los camareros, los cuales están a la espera de que Marc diga algo más. Marc no reacciona.

LAURA  
¡Vamos!

Fig.1. Ejemplo de conflicto global en el guion de *Ep.1: Acércame la dolorosa*. Escena 23

El segundo, el local, que se puede dar con un personaje normal contra uno cómico o dos cómicos enfrentados, se refleja en el reparto coral que forma la serie. A pesar de que algunos personajes podrían describirse como más normales respecto a otros, todos tienen su perspectiva cómica (concepto que discutiremos más adelante) en cierta medida.

PEPE  
Tengo una propuesta para ti

BARCE  
Te escucho

PEPE  
Como hoy no te apetece trabajar...

BARCE  
(indignado)  
Pues no, la verdad...Hoy es el asesinato de Julio César, del cual ninguno de nosotros sabiais nada.

PEPE  
(poniéndole la mano en el hombro)  
¿Le echas de menos?

BARCE  
(melancólico)  
Muchísimo...

Fig. 2. Ejemplo de conflicto local en el guion de *Ep.1: Acércame la dolorosa*. Escena 7

El hombre contra si mismo, que se encuentra en el nivel interno, lo podemos ver, especialmente, en los momentos de introspección que tienen los personajes en las entrevistas.

**ESCENA 7 INT./DÍA**

**ENTREVISTA 8: PEPE.**

PEPE  
Se me ha ocurrido un plan para que Barce nos sea útil y a Adri no le de un ataque de nervios. Barce tiene que sentir que está al mando, por encima de todos...vamos a ver si esa carrera de psicología que tengo sirvió de algo. Está claro que para trabajar de psicólogo no...

**FIN ENTREVISTA 8.**

Fig. 3. Ejemplo de conflicto local en el guion de *Ep.1: Acércame la dolorosa*. Escena 7, entrevista 8.

En lo que se refiere a los personajes en una comedia, a la hora de construirlos, hay que tener en cuenta la perspectiva cómica. Esto es la singular visión del mundo que, distinta a la realidad normal, actúa como motor cómico del personaje. Añadido a esto, tenemos sus defectos y su humanidad, que nos acerca como público a él, tanto por lo bueno como por lo malo. Una vez tenemos esta mezcla de características, le añadimos la exageración, que arrastra esa parte de normalidad del personaje hacia el mundo cómico. Como ejercicio propuesto por el autor, analizamos según estos parámetros a los personajes de *Ponte otra* dentro del primer episodio.

### ARTURO

PERSPECTIVA CÓMICA	Artista frustrado
DEFECTOS	Tiene miedo de perseguir su sueño
HUMANIDAD	Gran colega y buen compañero
EXAGERACIÓN	Intenta a la fuerza ser buen camarero

Fig. 4. Análisis perspectiva cómica de Arturo

### BARCE

PERSPECTIVA CÓMICA	No le importa su trabajo
DEFECTOS	Bocazas y sabelotodo
HUMANIDAD	Persuasivo, seguro de si mismo
EXAGERACIÓN	Obsesionado con la historia antigua

Fig. 5. Análisis perspectiva cómica de Barce

### PEPE

PERSPECTIVA CÓMICA	Opositor a psicólogo
DEFECTOS	Perfeccionista, controlador
HUMANIDAD	Dicharachero, inteligente
EXAGERACIÓN	Usa a Barce como experimento

Fig. 6. Análisis perspectiva cómica de Pepe

### MIRIAM

PERSPECTIVA CÓMICA	Chica de barrio que trabaja en un restaurante pijo
DEFECTOS	Poco delicada, impaciente
HUMANIDAD	Graciosa, ágil mentalmente
EXAGERACIÓN	Fuma muchísimo

Fig. 7. Análisis perspectiva cómica de Miriam

### LORENA

PERSPECTIVA CÓMICA	Chica nueva en la plantilla
DEFECTOS	Torpe y despistada
HUMANIDAD	Discreta, obediente
EXAGERACIÓN	Se pasa todo el rato con el móvil

Fig. 8. Análisis perspectiva cómica de Lorena

### **ADRI**

PERSPECTIVA CÓMICA	Encargado que no sabe controlar su plantilla
DEFECTOS	Se estresa fácilmente, paranoico
HUMANIDAD	Resolutivo, cariñoso
EXAGERACIÓN	Una diva peligrosa si se le provoca

Fig. 8. Análisis perspectiva cómica de Adri

### **VALERIA**

PERSPECTIVA CÓMICA	Segunda encargada con la mecha corta
DEFECTOS	Poca paciencia, orgullosa
HUMANIDAD	Ambiciosa, coqueta
EXAGERACIÓN	Está liada en secreto con el cocinero, Dani

Fig. 9. Análisis perspectiva cómica de Valeria

### **DANI**

PERSPECTIVA CÓMICA	Cocinero encargado de enseñar al nuevo de cocina
DEFECTOS	Gruñón, orgulloso
HUMANIDAD	Exigente, ambicioso
EXAGERACIÓN	Liga descaradamente con la encargada de sala, Valeria

Fig. 10. Análisis perspectiva cómica de Dani

### **MARC**

PERSPECTIVA CÓMICA	Jefe catalán
DEFECTOS	Desubicado, falta de liderazgo
HUMANIDAD	Comprensivo, sereno
EXAGERACIÓN	Se deja manejar por las ideas de su mujer

Fig. 11. Análisis perspectiva cómica de Marc

### **LAURA**

PERSPECTIVA CÓMICA	La mujer del jefe
DEFECTOS	Pija, clasista, excesiva positividad
HUMANIDAD	Creativa, máxima fan de su marido
EXAGERACIÓN	Controla a su marido

Fig. 12. Análisis perspectiva cómica de Laura

Por esto y más, el libro de Vorhaus me ha ayudado a contar mi idea de una manera sencilla para el entendimiento del espectador, además de expresar el potencial de mis personajes, también impulsado por el trabajo de casting e interpretación. No hay que olvidarse de mencionar el apoyo del resto de libros que se han mencionado anteriormente y el trabajo como lectores beta de Gabriel García, compañero de la carrera, y Almudena Misis, graduada en filología clásica.

### 2.3.3 Características del buen *showrunner*

Como resultado de la escritura del guion, se debe pasar a la realización del piloto, el cual se detalla paso a paso en apartados más adelante en esta memoria, pero antes de ponerse a dirigir y, una vez definido el término, hay que enumerar las cualidades que hacen falta tener para gestionar de la manera más eficiente el proyecto en calidad de creadora. Craig Fehrman, crítico de *The New Republic*, hablaba de *la falacia del showrunner* como la idea de que la creación de una serie es un proceso colaborativo entre todas las personas que comprenden el proyecto, desde la preproducción hasta la postproducción. Si bien la involucración de otros profesionales audiovisuales es clave para conseguir el producto final, en este apartado comentamos aquellos atributos que son imprescindibles para ser el punto de referencia creativa del resto del grupo, sin obviar nunca la importante tarea que suponen otras áreas técnicas y organizativas dentro de la realización de un piloto.

Actualmente, se cuenta con programas de formación específicos para la formación de *showrunners*, como el *Showrunner Training Program* que el *Writers Guild of America-West* imparte de forma anual desde 2006, pero esta vez nos apoyamos en algunas normas que Javier Grillo-Marxuach definió en su web en el año 2016 y que han servido para mi proceso creativo personal. El aclamado *showrunner* habla desde la experiencia en el cargo como escritor y director de las dos primeras temporadas de *Perdidos* (*LOST, ABC: 2004-2010*) y *Ley y Orden: unidad de víctimas especiales* (*Law and Order: special victims unit, NBC: 1999-*), entre otros.

Primeramente, cuando tienes una idea y la intención de plasmarla en la pantalla, hay que recordar que la labor de tu equipo es fundamental para hacerlo posible, y para que trabajen de la manera que, como *showrunner*, quieres, debes hacerles partícipes de la idea y contagiarles la misma fe en el proyecto que tienes tú, de manera que todos reméis hacia la misma visión creativa, cada uno dentro de su departamento pertinente. En el caso de *Ponte otra*, mi equipo en concreto nunca ha trabajado en el sector de la hostelería, pero aprender a comunicar mi idea supuso el punto clave para convencerlos del potencial del proyecto y la importancia del mensaje que transmite. Una vez estemos todos en el mismo barco, se debe tener claro siempre cuál es el siguiente paso que seguir. Es



evidente que el guion supone la base primordial del trabajo de todos para continuar, y es por eso por lo que hay que tener muy claras las fechas y los tiempos. Sin embargo, como *showrunner*, no puedes exigir tener algo hecho para una semana en concreto cuando tú mismo no tienes la idea planteada al detalle y no la has comunicado correctamente al equipo. Cuanto más rápido y eficiente decidas y actúes como creador, mejor trabajará el resto. Como escritora del guion, mi equipo basaba sus expectativas en aquello que yo narraba en el episodio y, desde los diálogos hasta las ambientaciones, hasta que no hubiera algo consolidado, era complicado poder avanzar hacia aspectos más técnicos o de producción. Es por todo esto a lo que se debe la importancia de una labor creativa bien hecha desde el principio.

Por otra parte, a pesar de lo mencionado anteriormente, hay que recordar que delegar tareas también es parte importante de la tarea de un *showrunner*. La personalidad omnisciente y omnipresente inherente al cargo no le resta importancia al resto de compañeros y sus tareas, y encomendar responsabilidades también es una manera eficiente de transmitir tu visión creativa que, además, se puede ver mejorada desde los distintos puntos de vista de cada uno de los integrantes del grupo. Ciertamente, mi idea de cómo sería el episodio se ha visto alterada para mejor con las aportaciones del departamento técnico y de producción.

El liderazgo no es una característica obligatoria para los escritores, pero sí para los *showrunners*. Comandar a tu equipo hacia el producto final es la mayor responsabilidad que una puede aceptar como creadora, y es importante no refugiarse en la etiqueta de escritor para evitar el resto de las tareas que hay que realizar. Brendan Kelly, productor de *Cómo defender a un asesino (How to get away with murder, ABC: 2014-2020)*, afirma lo siguiente:

*El showrunner es la persona que da más impronta a un programa, en el que intervienen muchas voces diferentes: guionistas, el productor, el estudio... Por lo tanto, no es el único autor, pero si tengo que decir que alguien es el autor, es el showrunner.*

### 3. MEMORIA DEL PROYECTO

#### 3.1 Preproducción

##### 3.1.1 Referencias

Por los motivos expuestos en el apartado de la justificación del tema, decidimos escoger como género para este proyecto audiovisual la comedia. Antes de comenzar el proceso de escritura, quisimos escoger un par de ejemplos clave como punto de partida para nuestra propia serie.

*The Office* (BBC 2, 2001-2003), de Ricky Gervais y Stephen Merchant ha supuesto la referencia más sólida para nuestro proyecto. Su tirón inicial fue difícil en horario de verano, la temporada baja televisiva, pero que se redobló durante otoño después de 14 episodios con el método boca a boca y la crítica. A continuación, enumeramos varias de las características de la sitcom británica que coinciden con *Ponte otra*.

- Combinación de *cinema verité* (acercamiento a la realidad) y falso documental (*mockumentary*)
- La cámara es partícipe de la historia
- Prescendencia de risas enlatadas (el espectador decide cuándo reír)
- Temas controversiales como la inestabilidad laboral y la precariedad

Ben Walters, de la revista *Sight and Sound*, comenta lo siguiente sobre *The Office*:

*Para considerar a The Office como una comedia de situación es necesario definir la situación con la que tratamos. Superficialmente es la experiencia diaria de unos trabajadores normales que viven entre la apatía y la angustia por su situación laboral. Pero otros aspectos de la serie como la constante presencia de la cámara y su acercamiento al estilo de docusoap, cambian el concepto de situación y lo acercan a la fascinación contemporánea del medio televisivo por la telerrealidad: todo puede ser grabado y todo el mundo puede ser observado, incluido el espectador (Walters, 2005: 3).*

En segundo y último lugar, dentro del panorama nacional, el éxito de Los Javis que comenzó en Flooxer y acabó en Netflix también resulta un ejemplo primordial

para nuestro piloto, Paquita Salas (ATRESMEDIA: 2016-), especialmente en lo que respecta a los diálogos y humor verbal. Como bien es sabido, el habla coloquial es no solo típico de las series españolas, sino también de nuestro propio lenguaje habitual. De la misma manera, el solapamiento en las conversaciones y el tono de voz elevado figuran como características primarias de nuestra forma de hablar, que es la misma que la de nuestros personajes en *Ponte otra*. A continuación, se enumeran más características del lenguaje coloquial al que hacemos alusión en este apartado:

- Juegos de palabras
- Refranes
- Figuras retóricas
- Palabras inventadas
- Interjecciones y onomatopeyas

Por motivos de localización geográfica, también contamos con el acento característico de la zona en la que nos encontramos, que añade, si no más, identidad a los personajes.

### **3.1.2 Biblia de serie y primeras versiones**

La escritura de la biblia de la serie comenzó en la asignatura de Ficción seriada audiovisual y multimedia bajo la tutela de la profesora Maria del Mar Grandio, durante el mes de diciembre de 2023. Se nos proporcionó una guía para estructurar la biblia de serie y que fue de ayuda para preparar el *pitch* y poder presentarla a un supuesto sector audiovisual interesado en invertir en el proyecto. Una vez el argumento y los personajes definidos, comenzamos con un primer borrador del guion, no sin antes tener un mapa de tramas y un esquema del primer episodio piloto, el cual tiene como objetivo su grabación. En añadido a esto, en la biblia que va incluida en los anexos de esta memoria, podemos encontrar la sinopsis de los supuestos capítulos siguientes al que tenemos por objetivo realizar, al igual que personajes que se añadirán a la trama más adelante.

El nombre provisional que tenía la serie era *La Komanda*, pero finalmente se decidió registrar el guion bajo *Ponte otra*. El primer borrador incluía pequeños gags y entrevistas intercaladas, inspiradas no solo por experiencias reales en

base a mi tiempo en la hostelería, sino por la estructura de las sitcoms usadas como referencias para esta serie, *The Office* (BBC 2, 2001-2003) y Paquita Salas (ATRESMEDIA: 2016-)

Una vez el borrador presentado, se siguió perfeccionando durante el mes de enero, siguiendo las recomendaciones del libro de Vorhaus, referenciado en apartados anteriores. Esta vez, el episodio cuenta con una trama más consolidada y no solo de gags sueltos, con entrevistas que aportan parte del monólogo interno de cada uno de los personajes. La primera versión del episodio, titulada *¿De cuánto es el disparo?*, contaba con un total de 49 páginas, siendo demasiado largo para un episodio piloto de sitcom, que suelen durar entre 20 minutos y media hora.

Para la segunda versión, se recortaron escenas y redujeron diálogos, hasta dejar el guion en 30 páginas justas, duración máxima que suele tener un primer episodio de una comedia. Para la tercera versión, se revisaron las acotaciones para definir mejor las acciones que realizaban los personajes y se cambió el título por *Acércame la dolorosa* que, de la misma manera que el anterior título, hace referencia a las típicas frases que los habituales de bar utilizan para pedir la cuenta. En la cuarta versión, se ultimaron detalles ortográficos y se numeraron las páginas. Finalmente, en la quinta versión, se modificaron la primera escena y la escena 23 porque, de manera imprevista, en la última jornada de rodaje no pudo venir uno de los actores, así que se hicieron unas pequeñas modificaciones para que no interfiriera con el curso de la historia: se le menciona indirectamente, pero no aparece en ningún momento. Los derechos intelectuales de esta versión definitiva no se han podido llevar a cabo en las fechas previstas por problemas técnicos con la administración, pero se espera poder registrar el guion lo más pronto posible.

### **3.1.3 Localizaciones y fechas**

Desde el departamento de producción, se contactó con varios locales y restaurantes para el rodaje. Antes de encontrar el local definitivo, se intentó negociar con un par de restaurantes, los cuáles no se acabó de conseguir un trato. Como idea original, el rodaje iba a tener lugar los días antes de Semana santa, es decir, 25, 26 y 27 de marzo. Finalmente, por temas de disponibilidad

del restaurante definitivo, el restaurante *Pistaxo*, se tuvo que adelantar a los días 11 y 18 de marzo. Para después de las vacaciones, se convocó un último día de rodaje para acabar de grabar las escenas que faltaban, especialmente las grupales, que contaban con todo el cast.



FIG. 13. Fachada del *Pistaxo*

A pesar de no ser tan grande y espacioso como los anteriores locales, el *Pistaxo* era coherente con la estética que buscábamos para el episodio. Al ser un restaurante vegetariano, se adaptaba con el estilo moderno de la serie, al contrario de los típicos restaurantes castizos españoles.

### 3.1.4 Casting y ensayos

Durante el periodo de la casi finalización de la segunda versión, se comenzó con la convocatoria de las audiciones para el reparto de personajes. Para esto, se usaron, principalmente, redes sociales tales como Instagram, pero también carteles físicos que colocamos por la ciudad de Murcia. La primera audición fue el día 12 de febrero a las 18:30 en la Esad (Escuela superior de Arte dramático), en la cual se presentaron más hombres que mujeres. A pesar de ello, conseguimos escoger a los personajes masculinos. Como primer ejercicio, interpretamos algunas escenas del guion, para situarse en contexto y, seguidamente, pusimos a prueba a los candidatos haciendo improvisación. La última prueba fue de gran importancia, dado que nos ayudó a ver cuánto podían aportar cada uno de los aspirantes a los personajes del episodio. Además de esto, tanto para el primer casting para el segundo, nos informamos sobre la

experiencia en hostelería que tenía cada candidato, como observación extra que podía añadir también a la interpretación.



FIG. 14. Ensayo en Aured

Se decidió hacer un segundo casting por la falta de chicas en el primero, esta vez el día 22 de febrero a las 18:00 en Aured, en la Universidad de Murcia. Encontramos a los personajes que nos faltaban mediante el mismo proceso que la última vez. La semana siguiente, una vez reclutados todos los actores y actrices, el lunes 4 de marzo a las 17:00, se hizo un primer y único ensayo antes de comenzar el rodaje, dadas las circunstancias relacionadas con la disponibilidad del local.

Para el casting de Laura, la jefa, no hubo candidatas presenciales. Pablo, encargado de producción, pudo contactar vía Instagram con Nuria Cuenca, presentadora en *La7*, con la que había trabajado anteriormente, para ofrecerle el papel, que aceptó con gusto. Su fichaje concluía el proceso de audiciones y el completamiento del reparto.

### 3.2 Rodaje

Como esta memoria de trabajo de final de grado indica, mis aportaciones al proyecto se basan en las responsabilidades como directora y *showrunner* que una asume como creadora de la idea. En este apartado, señalo mi contribución en las tres jornadas de rodaje convocadas.

#### 3.2.1 Primera jornada

Para el primer día de rodaje, lunes 11 de marzo, estábamos todos algo nerviosos, por ser el primer contacto con un rodaje de tamaño considerable. Comenzamos

muy pronto en el día, reuniendo a todo el equipo técnico, actores y material a las 9:00 delante del local. David, el dueño, llegó a las 9:30 para abrirnos el local y se quedó en la cocina trabajando. Una vez asentados, el equipo de producción, bajo mis directrices y supervisión de Pablo, encargado de producción, comenzó a mover mesas y colocar el *atrezzo* donde tocaba. Mientras esto ocurría, el equipo técnico montaba cámaras, pértigas y focos bajo las órdenes de Armando, encargado del departamento técnico. Antes de comenzar, me dediqué a hablar con los actores para que entraran en materia. Les comenté las primeras escenas que íbamos a grabar esa mañana y resolví algunas dudas respecto a sus interpretaciones.

Comenzó a venir mucha gente, tanto figurantes como compañeros de la carrera a echar una mano. Alguna gente, ya con experiencia en rodajes, me asesoró gratamente en cuanto a organización del personal, dado que estábamos tardando mucho en comenzar y éramos muchas personas a la que había que coordinar. Insistí en que había que comenzar antes de las 11, a pesar de que se hacía lo que se podía con el material técnico, que estaba dando muchos fallos. Finalmente, esto se resolvió gracias a un compañero que vino de urgencia con material propio, y finalmente pudimos comenzar a grabar.

Como directora, al principio me costaba comunicar con mano firme lo que había que hacer, por miedo a la confrontación o posible incomodidad de la otra persona, pero para que las escenas salieran lo mejor posible, era preciso comunicar lo que se quería con exactitud y esperar unos resultados óptimos, por lo que se tuvo que recordar de manera constante al equipo que había un plan de rodaje que cumplir. Algunas escenas se tuvieron que posponer por la disponibilidad de los figurantes o por la iluminación, sin embargo, se aprovechó el tiempo de la manera más eficiente haciendo otras escenas pensadas para más tarde. A pesar de esto, se consiguió cumplir con el plan de rodaje a excepción de una escena, que se pudo hacer durante la siguiente jornada prevista.



FIG.15. Primer día de rodaje

El trabajo de los actores fue magistral. Fueron muy profesionales y lo más participativos posibles en el rodaje, echando una mano para cualquier cosa que fuera necesaria. Asimismo, antes de empezar a rodar las escenas, ensayaban los movimientos y diálogos bajo mi supervisión, haciendo aportaciones nuevas que siempre mejoraban la escena. A las 14:00, se hizo un descanso para comer, para poder retomar el trabajo una hora después. La tarde estuvo reservada para los fragmentos de entrevistas que se intercalan entre las escenas del episodio, dado que el trabajo más elaborado y pesado se había hecho por la mañana y estas grabaciones no precisaban tanto de luz natural. Algunos actores, que han compaginado este rodaje con sus trabajos, se tuvieron que ir antes, situación que estaba ya contemplada en el plan de rodaje. Finalmente, se dio por finalizado el rodaje alrededor de las 19:00, en donde ya no había más luz que aprovechar a excepción de la artificial del sitio. Dejamos el sitio tal y como lo encontramos y se volcó todo el material grabado durante el día en el ordenador. Antes de irse cada uno a sus casas, cargamos todo el material en el coche del responsable de producción, Pablo, que se encargó de llevar de vuelta todo el equipo al Aured, en la universidad de Murcia.

### **3.2.2 Segunda jornada**

Los días previos a la segunda jornada, organizamos un plan de rodaje acorde con las escenas que faltaban por rodar y convocamos al equipo técnico



necesario, al igual que algunos figurantes para las escenas que requerían clientes. El comienzo del día fue más fluido, además, el dueño del restaurante llegó más pronto para abrirnos el local. Los departamentos tenían más claro aquello que tenían que hacer y había más coordinación entre ellos. Los actores, algunos convocados antes que otros por tema de horarios, estaban también mentalizados con su tarea. La mañana salió acorde al plan de rodaje a excepción de una escena en la que requeríamos de bastantes figurantes, que la dejamos para después de comer. Finalmente, tuvimos que contar con ayuda del equipo técnico como figurantes dado que no contábamos con los suficientes. Por suerte, se pudo grabar sin más problema.



FIG. 16. Segundo día de rodaje

Podríamos decir que el ambiente general de la segunda vez era más ligero. Había más complicidad entre todos y menos nervios, lo que permitió resultados muy buenos a nivel actoral y técnico. A partir de los fallos del primer día, tanto mi equipo como yo pudimos ver aquello en lo que teníamos margen de mejora. De la misma manera que la primera jornada, los actores aportaron cambios en las escenas que aprobé con gusto. Mi objetivo nunca fue que los actores se aprendieran el guion al pie de la letra, dado que, al ser un falso documental, los buenos *gags* salían mejor a partir de la improvisación y no de la teatralidad, es por eso por lo que recibía gratamente nuevos diálogos a las escenas. Al final del día, se nota que cada uno de los actores abrazó fielmente a su personaje y lo hizo parte de su psique. Para alrededor de las 17:00, acabamos de grabar, dos

horas antes que la última vez, gracias a una combinación de eficiencia y número más reducido de escenas. Como la última vez, Pablo se encargó de devolver todo el material al Aured.

### **3.2.3 Tercera jornada**

La tercera y última jornada estaba prevista que transcurriera durante la mañana del 8 de abril, sin embargo, no cuadraba con la agenda de todos los convocados. Finalmente, se tuvo que posponer al 29 de abril, de 9:30 a 13:30. La semana de antes hubo un cambio en el reparto, puesto que Nuria Cuenca, la que iba a dar vida a la jefa, nos canceló el encuentro de última hora, por lo que tuvimos que hacer una búsqueda rápida y exhaustiva para sustituir el papel. Finalmente dimos con una actriz, compañera de uno de los actores, que accedió encantada a echarnos una mano.

Quedaban muy pocas escenas por grabar, pero dos de ellas resultaban clave: la primera y la última escena. Comenzamos la mañana con mucha calma, dado que los actores estaban convocados a las 10:30, lo que nos dio al equipo técnico y a mi una hora para preparar todo a conveniencia. Las primeras escenas salieron sin problema ninguno, pero fueron las dos últimas las que nos dieron complicaciones. Hasta que no llegó todo el *cast*, no se pudo comenzar a rodar, y un imprevisto con los horarios laborales de uno de los actores que se tuvo que ir antes hizo tener que reescribir la escena final acorde a los imprevistos. Esencialmente quedó plausible, a pesar de no ser el resultado esperado. Fue un momento de mucha tensión en el que temí que no fuéramos capaces de sacarlo adelante, estando tan cerca del final. Gracias a la ayuda de todos, esos temores se disiparon y antes de darnos cuenta, ya habíamos grabado. El dueño del local tenía prisa esa mañana, por lo que fuimos lo más rápido posible a la hora de recoger, y fue así como, al igual que las otras dos veces, cargamos todo en el coche y se devolvió a Aured. Después de esto, nos dirigimos todos a celebrar el gran trabajo realizado.



FIG. 17. Tercer día de rodaje

En resumen, ha sido una de las mejores experiencias de mi vida, estrés e imprevistos incluidos. Nada ha salido como esperaba, pero he tenido la suerte de contar con un equipo técnico y actoral maravilloso que ha creído en mí y el proyecto desde el minuto uno. He descubierto que dirigir es una de mis pasiones, y me encantaría seguir aprendiendo el oficio. Aunque no haya quedado absolutamente profesional, tan solo el haber llegado hasta aquí lo considero un logro enorme y me siento muy satisfecha del resultado final.

### 3.3 Post producción

La postproducción del episodio ha ido a cargo de Armando Sánchez, responsable de realización. El programa utilizado ha sido Adobe Premiere.

A la hora de ordenar el material, se encontraron algunos problemas con el audio de varias escenas, en donde las grabadoras dejaban de funcionar repentinamente. Sin embargo, se consiguió rescatar los diálogos gracias a las pértigas que utilizamos de soporte. Se hizo un *meeting* directora-realizador para discutir el montaje de las escenas y se contó con la ayuda de un compañero para el etalonaje. Mi labor como directora se centró, principalmente, en evitar el exceso de planos y contraplanos, para así dejar respirar las escenas y potenciar el estilo de falso documental. Finalmente, se volvió a hacer una última reunión para dar el visto bueno final.

#### 4.CONCLUSIONES

El resultado fundamental de este trabajo de fin de grado ha sido el episodio piloto de la sitcom verité *Ponte otra*. Para poder llevarlo a cabo, he tenido que enfrentarme a una serie de tareas tales como la conceptualización de una idea, la escritura del guion, la búsqueda de un reparto, la dirección de un rodaje y la elaboración del montaje final. La escritura ha sido trabajo autónomo por mi parte, a través del cual he aprendido sobre la construcción de una comedia moderna. El proceso comenzó en la clase de Ficción Seriada Audiovisual y Multimedia con la construcción de una biblia de serie. Una vez hecho, comenzó el proceso de escritura, que pasó por diversos borradores a medida que ampliaba conocimientos sobre guion y las sitcoms. Fue una vez acabada la primera versión que mi equipo y yo pudimos comenzar con la producción del episodio.

Afortunadamente, mis compañeros de proyecto y yo establecimos los roles y las responsabilidades de manera eficaz y acorde con las inquietudes de cada uno, por lo que el proyecto se ha desarrollado de manera profesional y fluidamente, sin complicaciones más allá de las que se nos planteaban por la falta de tiempo, material o personal. De esta manera, tuve el apoyo necesario para desarrollar un rodaje en condiciones desde la posición de directora, sin tener que preocuparme yo sola por todas las tareas que suponen un proyecto de estas dimensiones. Asimismo, pude desarrollar mis habilidades dentro del campo de la dirección de actores, de manera completamente autodidacta. Siguiendo los objetivos, se consiguió crear un espacio cómodo para los actores en donde se creó una dinámica de grupo ideal, tanto entre ellos como con el equipo técnico.

En cuanto al resto de objetivos temáticos que enumerábamos al principio, nuestro proyecto de *branded content* resultó idóneo para ambas partes involucradas, tanto para el *Pistaxo* que ha conseguido publicidad para el local como nosotros, que hemos podido realizar un episodio piloto de calidad acorde con nuestras expectativas. Consideramos que el producto final tiene el potencial para, más adelante, poder presentarse a las productoras audiovisuales y plataformas de *streaming* como proyecto profesional con opción de seguir produciendo el resto de los episodios. Como primer ejercicio de difusión, nuestro equipo y yo queremos proyectar el episodio en la Filmoteca regional y, con ayuda de la profesora María del Mar Grandío, presentarlo a la Setmana del Talent en

Barcelona, donde hay muchas posibilidades de llamar la atención del sector audiovisual. Con *Ponte otra* he querido crear, junto a mi equipo, un producto no solo para el entretenimiento del espectador sino también para la reflexión sobre la situación hostelera actual de nuestro país. Esta serie surge de la necesidad de contar una historia, en parte autobiográfica, que refleja la situación de muchos españoles, especialmente aquellos que viven en una situación vulnerable; no solo es mi historia, es también la de otros.

## **5.CONCLUSIONS**

The main result of this end-of-degree project was the pilot episode of the sitcom *Ponte otra*. In order to carry it out, I had to face a series of tasks such as conceptualizing an idea, writing the script, finding a cast, directing a shooting and elaborating the final editing. The writing has been autonomous work on my part, through which I have learned about the construction of a modern sitcom. The process began in the Ficción Seriada Audiovisual y Multimedia class with the construction of a series bible. Once that was done, the writing process began, which went through several drafts as I expanded my knowledge of screenwriting and sitcoms. It was after the first version was finished that my team and I were able to begin production on the episode.

Fortunately, my project partners and I established roles and responsibilities in an effective way and according to the concerns of each one, so the project has developed professionally and smoothly, without complications beyond those that arose due to lack of time, material or personnel. In this way, I had the necessary support to develop a shooting in conditions from the position of director, without having to worry alone about all the tasks involved in a project of this size. I was also able to develop my skills in the field of directing actors, in a completely self-taught manner. Following the objectives, we build a comfortable space for the actors where an ideal group dynamic was created, both among them and with the technical team.

As for the rest of the thematic objectives we listed at the beginning, our branded content project was ideal for both parties involved, both for Pistaxo, which has obtained publicity for the venue, and for us, who have been able to produce a quality pilot episode in line with our expectations. We believe that the final product

has the potential to, later on, be presented to audiovisual production companies and streaming platforms as a professional project with the option to continue producing the rest of the episodes. As a first circulation exercise, our team and I want to screen the episode at the Filmoteca regional and, with the help of Professor María del Mar Grandío, present it at the Setmana del Talent in Barcelona, where there is a good chance of attracting the attention of the audiovisual sector. With *Ponte otra* I wanted to create, together with my team, a product not only for the entertainment of the viewer but also for reflection on the current hotel situation in our country. This series arises from the need to tell a story, partly autobiographical, that reflects the situation of many Spaniards, especially those who live in a vulnerable situation; it is not only my story, it is also the story of others.

## 6.BIBLIOGRAFÍA

Bernabéu, E. L., & Timofeey L.T. (2022). *Humor verbal y oralidad en la serie Paquita Salas. Un estudio pragmatolingüístico*. In *Perspectivas integradas para el análisis de la oralidad* (pp. 183-202). Editorial Universidad de Sevilla.

Cascajosa-Virino, C. (2018). *The emergence of the showrunner in global contemporary TV fiction: The case of Pau Freixa in Catalonia*. Catalan Journal of Communication & Cultural Studies, 10:1, pp. 125-32, doi: 10.1386/cjcs.10.1.125\_1

Cascajosa-Virino, C. (2006). *No es televisión, es HBO: la búsqueda de la diferencia como indicador de calidad en los dramas del canal HBO*. Zer: Revista de Estudios de comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria, 11(21), 23-33

Cascajosa-Virino, C. (2016). *El ascenso de los showrunners: creación y prestigio crítico en la televisión contemporánea*. Index Comunicación, 6(2), 23-40

Grandío, M. (Curso 2013-2014). *La construcción del humor en la comedia clásica. A propósito de Friends*. Universidad de Murcia

Grandío Pérez, M. D., & Diego González, P. (2009). *LA INFLUENCIA DE LA sitcom AMERICANA EN LA PRODUCCIÓN DE COMEDIAS TELEVISIVAS EN ESPAÑA. EL CASO DE "FRIENDS" Y "7 VIDAS"*. Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, (18), 83-97.

Grillo-Marxuach, J. (2016). *The eleven rules of showrunning*, en *The Grillo-Marxuach Experimental Design Bureau*, 26 de enero. Recuperado en línea el 12 de mayo de 2016, desde: <http://okbjgm.tumblr.com/post/138073062231/the-eleven-lawsof-showrunning>

Higueras-Ruiz, M. J., Gómez-Pérez, F. J. & Alberich-Pascual, J. (2021). *The showrunner's skills and responsibilities in the creation and production process of fiction series in the contemporary North American television industry*. *Communication & Society*, 34(4), 185-200.

Jensen, M. B. B. (2017). "*From the Mind of David Simon*": A Case for the *Showrunner Approach*. *SERIES - International Journal of TV Serial Narratives*, 3(2), 31-42.

McKee, R. (2018). *El diálogo: El arte de hablar en la página, la escena y la pantalla*. ALBA Editorial.

Snyder, B. (2016). *¡Salva al gato!* ALBA Editorial.

Toledo, P. F. (2009b). *Rompiendo moldes: discurso, géneros e hibridación en el siglo XXI*. Comunicacion Social.

Vorhaus, J. (2017a). *Cómo orquestar una comedia: Los recursos más serios para crear los gags, monólogos y narraciones cómicas más desternillantes*. ALBA Editorial.



## **7.ANEXOS**

### **7.1 Biblia de serie**

<https://www.dropbox.com/scl/fi/p3awvq00d9hg502j94eq2/BIBLIA-DE-SERIE-PONTE-OTRA.pdf?rlkey=0vgy0wl6x8n25n6iqhb8nqabx&st=0bjqthos&dl=0>

### **7.2 Guion**

<https://www.dropbox.com/scl/fi/pc74srwlrays62rvwm4v/AC-RCAME-LA-DOLOROSA-VERSI-N-V.pdf?rlkey=b83m1wwggl5kb0ls0g2aueg9a&st=lsv1o8w2&dl=0>

### **7.2 Pitch**

<https://www.dropbox.com/scl/fi/3wlgvy2apncf7ogid8u3r/PITCH.mp4?rlkey=pqron3e6lrb1szu4t1fye5o1x&st=4c2w5gzo&dl=0>