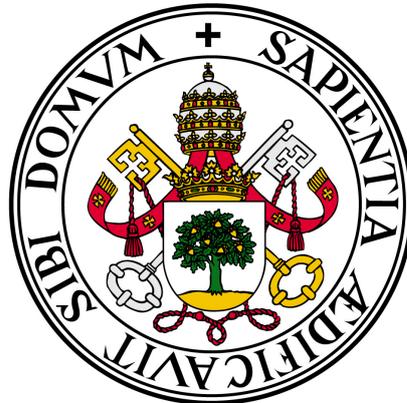




CAMPUS PÚBLICO
MARÍA ZAMBRANO
SEGOVIA

UVa

SE-
GO
VIA



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS
Y DE LA COMUNICACIÓN
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

“Análisis y promoción: El caso de la serie Utopía”

Tutor: Tecla González Hortiguela

Autor: Raquel Centeno del Val

20 de Julio de 2016

ÍNDICE

Introducción y justificación.....	6
PARTE PRIMERA.....	8 - 27
1. La serie utopía.....	8
2. El género distópico.....	9
2.1. La teoría de la conspiración.....	12
3. El creador: Dennis Kelly.....	12
3.1. Breve biografía.....	12
3.2. Trabajos de Dennis Kelly.....	13
3.2.1. Teatro.....	13
3.2.2. Cine y series de televisión.....	16
4. La banda sonora: Cristóbal Tapia de Veer.....	17
5. El director de fotografía: Ole Bratt Birkeland.....	17
6. La trama.....	17
6.1. Puntos clave de la trama.....	18
7. Los personajes.....	20
7.1. Personajes principales.....	21
7.2. Personajes secundarios.....	26
PARTE SEGUNDA.....	30 - 52
8. Introducción	30
9. Marco teórico.....	30

9.1. El marketing.....	30
10. Objetivos de la campaña.....	30
10.1. Objetivo general.....	30
10.2. Objetivos específicos.....	31
11. Target.....	31
12. La competencia.....	31
12.1. Series.....	32
12.2. Cine.....	32
13. Análisis D.A.F.O.	34
14. Esencia.....	34
15. Claim y slogan.....	35
16. La serie en Reino Unido.....	35
16.1. Opiniones de los medios ingleses.....	35
16.2. Promoción en Reino Unido.....	36
17. Propuesta creativa.....	38
17.1. Página web.....	38
17.1.1. Colores.....	40
17.1.2. Disposición.....	41
17.1.3. Logotipo.....	50
17.1.4. Tipografías.....	50
17.1.5. Promoción de la página web.....	50
17.2. Redes sociales.....	51
17.3. Promoción en establecimientos.....	51
17.4. Cartelería.....	52
Conclusiones.....	54
Bibliografía.....	56

INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo forma parte de la asignatura T.F.G (Trabajo de Fin de Grado) de Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad de Valladolid, y su objetivo es poner en práctica algunas de las aptitudes, competencias y conocimientos sobre el mundo de la comunicación, el marketing o la publicidad aprendidas durante el Grado teniendo en cuenta tanto su vertiente teórica, como su vertiente práctica y profesional.

Existen varias modalidades de trabajos de fin de grado, a saber, trabajos prácticos, trabajos teóricos. En este caso hemos decidido realizar un trabajo de tipo práctico, aunque lo dividiremos en dos partes, una más teórica y una más práctica. En la primera parte introduciremos la serie *Utopía* (de Dennis Kelly), explicando la trama, presentando a los personajes, analizando su estética y sonido, e introduciremos brevemente el género en el que se enmarca esta serie. La segunda parte engloba la memoria técnica y los pasos que hemos dado para el desarrollo de un plan de publicidad adecuado a la serie, incluyendo una propuesta para la página web de la serie oficial en España.

Ha sido un proceso largo y laborioso, ya que se dispone de muy poca información de la serie en castellano. El trabajo de traducción, quizás, ha sido el más complicado, ya que hemos leído muchos artículos y estudios en inglés, teniendo que interpretarlos y trasladar esa información a nuestro idioma, el español, tanto en la parte teórica como en la práctica para nutrir la página web (a la cual se puede acceder a través de siguiente *link*: <http://rcenteno36.wix.com/serieutopiaspain>).

A principios de los 80, el drama televisivo se iba haciendo más rico narrativa y temáticamente. Las series de la época se convirtieron en un referente de la nueva televisión de calidad, aunque muchas no llegaron a ser grandes éxitos de audiencia. Por consiguiente, la ficción ha ido enriqueciéndose cada vez más, jugando con los tópicos de la actualidad más controvertidos (política y corrupción, la era de las tecnologías...) que tienen un efecto sobre la sociedad. Si analizamos algunas de las producciones de los últimos años se puede observar cierto reflejo de la sociedad actual y sus preocupaciones, aportando una crítica subyacente al sistema imperante.

Así pues, la elección de promocionar la serie *Utopía* en nuestro país surge de una serie de preguntas que me hice cuando la vi por primera vez. A mi parecer es una producción que no solo entretiene, sino que nos hace pensar y cuestionarnos algunos asuntos sobre la sociedad en la que vivimos. El componente fantástico o ficcional viene implícito en la historia, aunque guardando cierto paralelismo con nuestra sociedad actual. Eso es lo que, bajo mi punto de vista, la hace tan atractiva.

PARTE 1: EL OBJETO DE PROMOCIÓN

1. LA SERIE: UTOPIÍA.

Utopía es una serie de televisión británica creada por Denis Kelly para *Channel 4* (2013 – 2014) que cuenta con dos temporadas de seis capítulos cada una. En España fue *Canal +* la encargada de emitirla.

La serie tuvo mucha controversia, pues en una escena del capítulo tres de la primera temporada, uno de los personajes entra en un colegio a plena luz del día y mata a todos los que están en él. La escena se emitió un mes después de un tiroteo que se produjo en la escuela de primaria Sandy Hook en Connecticut, EE.UU. Esto, unido a la



Figura1.1. Escena del capítulo 3 de la primera temporada donde Arby entra en un colegio y mata a todos los que están en él.

violencia explícita y el lenguaje ofensivo fueron algunos de los motivos que llevaron a 44 personas

a interponer una queja al organismo regulador de medios de Reino Unido, *Ofcon*, y otras 28 a *Channel 4*, pero finalmente se decidió continuar la emisión, pues “el drama no está basado en hechos reales en ningún caso, y las escenas de violencia están justificadas argumentalmente en el contexto de la historia. Además el horario de emisión está debidamente programado, en horario nocturno, a las diez de la noche, y precedido de una serie de advertencias claras del contenido violento y el lenguaje ofensivo”.

La segunda temporada también produjo cierta controversia, al utilizar imágenes de archivo reales, entre ellas las del asesinato de *Airey Neave*¹ el 30 de marzo de 1979, o el de *Aldo Moro*² en el centro de Roma, en 1978. En el caso de Neave fueron ciertos familiares los que no estaban de acuerdo con el uso que le habían dado a las imágenes del asesinato de su familiar, pues en la trama de la ficción es asesinado por una célula secreta, el MI5, en vez de los verdaderos autores, los terroristas del IRA y el INLA. *Channel 4* emitió un comunicado en el que decía: “El drama de la serie “Utopía”



Figura1.2. Escena del capítulo 1 de la segunda temporada donde se usan imágenes de archivo del asesinato de Aldo Moro.

¹ Airey Neave fue uno de los asesores más cercanos de Margaret Thatcher, portavoz del Partido Conservador británico para Irlanda del norte, que fue asesinado por el Ejército de Liberación Nacional de Irlanda (INLA) cuando salía de su coche que portaba una bomba, en el Palacio de Westminster, Londres.

² Aldo Moro fue un político democristiano italiano, dos veces Primer Ministro de Italia, que tras permanecer secuestrado durante 55 días, fue encontrado sin vida en el maletero de un Renault-4 el 9 de mayo de 1978.

es totalmente ficticio, es un thriller de conspiración acerca de una organización ficticia llamada La Red, que mezcla momentos reales de la historia con una historia de ficción. No es nuestra intención ofender. La serie no sugiere que otra organización real fuera la responsable de la muerte de Airey Neave. Existe mucha información acerca de ese período de la historia y es tema importante en muchas teorías de la conspiración.”

En cuanto a premios, destacar los premios *RTS Craft & Design* que se llevaron Cristóbal Tapia de Veer por su música original, Jennifer Kernke por el diseño de producción o lol Crawley por la fotografía. El premio más destacado sería un *Emmy Internacional* a la mejor serie dramática.

2. EL GÉNERO DISTÓPICO.

El género distópico se caracteriza por interpretar las motivaciones profundas de la sociedad a lo largo de los años y por crear historias en las que se prevé de alguna manera el futuro que tendría la sociedad según las motivaciones que la mueven. George Orwell fue uno de los primeros en describir una posible sociedad futura desesperanzadora e insostenible con su novela “1984”, escrita en 1949. En ella Orwell describe una sociedad que nada tiene que ver con las utopías tradicionales, poniendo en evidencia el peligro del uso de la tecnología con fines represivos, anti libertarios y de control social utilizados por el poder. La distopía tiene que ver con la tecnología, tecnología que se “adueña” de nuestras vidas, que nos anula el juicio y la capacidad de pensar por nosotros mismos. Es decir, en este género la máquina aparece como nexo de unión entre las personas, como algo novedoso que perturba el ecosistema natural a través de la mecanización de la tecnología. Asimismo, este género se caracteriza por proponer historias en las que se produce un abuso de poder y en las que se adivina un futuro cercano desde un prisma catastrófico.

Precisamente el componente tecnológico unido a la ficción, enmarcan al género distópico dentro de la ciencia ficción, que es definido por la R.A.E. como “*el género de obras literarias o cinematográficas cuyo contenido se basa en hipótesis o logros científicos y técnicos del futuro*”.

La ciencia ficción es un género que se nutre de ideas futuristas unidas al uso de la tecnología, donde ésta última es parte esencial para el desarrollo de la trama. Ya pudimos ver en “Regreso al futuro” una tecnología que distaba mucho de lo que en ese momento existía en el mundo real. Tecnología que con el paso del tiempo ha ido materializándose y normalizándose en nuestra sociedad, produciendo un gran cambio en nuestras vidas cotidianas.

“Las historias de ciencia ficción -incluso las escritas por los más escrupulosos científicos- transgreden generalmente las convenciones científicas con el fin de crear situaciones cómicas, siniestras, o con implicaciones ético-filosóficas (...) Los creadores de la ciencia ficción podrían describirse como poetas del cambio, por lo común con una clara postura moral sobre las problemáticas globales, una formación satisfactoria en ciencias exactas o humanidades ya sea universitaria o autodidacta, y dotados de una gran sensibilidad, mezcla de pesimismo y fe en los seres humanos, que imprime a cada una de sus obras un sello del momento.” (Fernández, 2007)

Al contrario que la distopía, la utopía se presenta como un mundo idílico, una visión positiva de los tiempos que están por venir, una idealización de un mundo irrealizable. Anhela un futuro que pueda resolver las precariedades y desgracias latentes en la sociedad presente.

“El éxito del cine radica en que permite la visualización del progreso y convierte al género de la ciencia ficción en una realidad mucho más cercana [...] introduciendo la crítica necesaria en toda utopía, pero presenta la distopía como un elemento de narración y justificación de las obras.” (Pantoja, 2012)

“Recuerden recuerden, el 5 de noviembre, conspiración, pólvora y traición... Nos dicen que recordemos los ideales, no al hombre, porque con un hombre se puede acabar, pueden detenerle, pueden matarle y olvidarle, pero 400 años más tarde, los ideales pueden seguir cambiando el mundo”.

Así empieza la película “V de Vendetta” (adaptación cinematográfica de la novela gráfica “V for Vendetta” de Alan Moore, 1982 – 1988) un film sobre la libertad, el miedo, el poder y los ideales, que muestra una Inglaterra de los ‘90 dominada bajo el poder totalitario de un líder, el cual utiliza mecanismos de control con el objetivo de mantener a la población bajo su control. La película tiene como punto de partida “La conspiración de la pólvora”, del 5 de Noviembre de 1605, en Inglaterra. 400 años más tarde, el hombre apodado “V” lleva a cabo su plan bajo la máscara de *Guy Fawkes*³, un plan que había estado gestando durante mucho tiempo, con el cual acabaría con ese estado de supresión y llevaría a la población a una revolución por la libertad y la justicia.

Como se puede observar, esta adaptación cinematográfica de la novela gráfica de Alan Moore, tiene un alto contenido crítico, que refleja en cierto modo el funcionamiento de los mecanismos de control social. Alusiones al Proceso de Reorganización Nacional de Argentina de 1976, al holocausto Nazi y por supuesto a la Conspiración de la pólvora (sobre la cual gira toda la trama) son las que más patentes se hacen, pero también al terrorismo, al uso del miedo para justificar el mismo, el fanatismo religioso, incluso la salud de la población. Así pues, tenemos a “V”, el cual no es un superhéroe ni un vengador concreto, como podría serlo “Superman” o “Batman”, sino la misma venganza, es pura simbología. Y se puede afirmar cuando el detective Finch al final de la historia pregunta a Evey por su identidad y esta le responde: - *Era Edmont Dantes... Él era mi padre, y mi madre... mi hermano, mi amigo. Él era usted, y yo... él era todos nosotros.* No se nos da la identidad original de “V” porque es más grande que cualquier persona, representa la fuerza, la unión y la libertad. Como él mismo dice *“Detrás de esta máscara hay más que carne, detrás de esta máscara hay una idea”.*

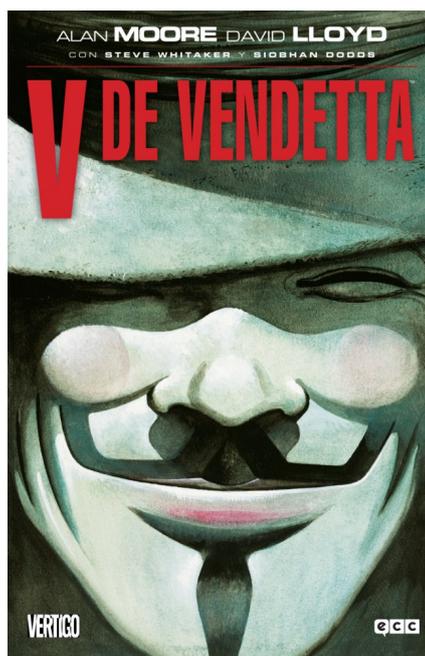


Figura 1.3. Portada novela gráfica de “V de vendetta” por Alan Moore y David Lloyd

En “Los juegos del hambre” ocurre algo similar. La civilización norteamericana ha sido reconstruida tras una transformación drástica del planeta (una atmósfera devastada, en un

³ Guy Fawkes (1570 – 1606) Conspirador católico inglés que sirvió en el ejército español para derrocar las Provincias Unidas de los países bajos, en la Guerra de los 80 años. Fue uno de los precursores de la Conspiración de la pólvora, que tenía el objetivo de terminar con las persecuciones religiosas mediante un atentado a la cámara de los Lores, en el Palacio de Westminster, Londres.



Figura 1.4. Libro "Los juegos del hambre" por Suzanne Collins

planeta casi sin recursos con un mar mucho más extenso) y una radical reducción de la población. La nueva sociedad nacida del "fin del mundo", llamada *Panem*⁴, está dividida en trece distritos, cada uno cumple una función productiva para satisfacer las necesidades de la nación, todo bajo el tirano mando del líder del Capitolio de Panem, el presidente Snow.

Los Juegos del hambre fueron fundados tras una rebelión de los trece distritos contra la dominación del poder del Capitolio, siendo vencidos doce distritos y disuelto el Distrito 13.

Se trata de un acontecimiento anual en el que un niño y una niña de cada distrito son elegidos por sorteo para concursar en un duelo a muerte entre ellos, pudiendo quedar vivo un solo participante. La finalidad de los juegos es manifestar el gran poder que posee el Capitolio enfrentando al pueblo entre si, y por pura diversión y regocijo; pues todo es retransmitido como si de un *reality show* se tratara, considerando a los participantes como verdaderas celebridades. Pero esta forma de vida no convence a muchos, y tras los 74º juegos del hambre se forma una rebelión cuando los protagonistas, Katniss y Peeta, después de haber vencido a todos sus oponentes, hacen ver al Capitolio que son capaces de suicidarse a no ser que los dos sean vencedores. Esta vez lo consiguen. Al año siguiente, en los 75º juegos del hambre, en la tercera edición del *Vasallaje de los Veinticinco*⁵, Katniss destruyó el campo de fuerza que los retenía en la zona de batalla, siendo rescatada por el distrito trece, el cual se había reconstruido. A partir de aquí se desencadena una lucha entre el Capitolio y los trece distritos (con Katniss como su líder) para acabar con esa situación de injusticia, opresión y pobreza.

Así pues, tenemos dos sociedades muy diferentes (la Inglaterra de "V de Vendetta", y los Estados Unidos de "Los Juegos del Hambre") pero con formas de proceder muy similares: en ambas hay un líder totalitario que controla a la población mediante la opresión y el miedo, en ambas se hace notoria la corrupción y el engaño, y en ambas se desencadena una revolución contra el poder imperante con el objetivo de llevar a la sociedad a un estado de justicia, libertad y transparencia.

En el caso de "Utopía" también encontramos una crítica a la forma en que los medios nos "racionan" la información, llegado a convertirse en simples marionetas del poder. Así, desde el primer capítulo hasta el último se puede escuchar, mientras se desarrolla una acción, el sonido ambiente de un noticiero, "informando" sobre cuestiones como la subida desorbitada del precio de los alimentos en los últimos meses, o los delitos que se les imputan a algunos de los protagonistas: a Ian por violación a un menor, a Becky por pertenecer a una banda de

⁴ *Panem*: del latín *Panem et Circenses* (Pan y circo), lo que quiere decir que mientras el pueblo esté alimentado y entretenido no se quejará.

⁵ *El Vasallaje de los veinticinco* es una edición que se realiza cada veinticinco años, que en el 75 aniversario enfrentaba a tributos vencedores de anteriores juegos, entre ellos Katniss y Peeta.

pornografía infantil o a Grant por una masacre en un colegio; todos estos delitos que ninguno de ellos cometió, son perpetuados por los “agentes especiales” de La Red con el fin de incriminarlos en el caso de que necesiten hacerlo, manipulando las pruebas incriminatorias en su contra. Los medios de comunicación juegan un papel muy importante, pues son una “herramienta de ayuda” a La Red para localizar al grupo de *nerds* mediante la divulgación de sus fotos de busca y captura.

2.1. La teoría de la conspiración:

“Conspiración: acción de conspirar. Unirse contra un superior. Unirse contra un particular”⁶

En innumerables producciones se ha explicado la continua degradación de las ciudades a causa de lo que el estudioso de política Ralph Dahrendorf⁷ llamó “conflicto social moderno”. Se reflexiona críticamente sobre política, trasladando la teoría de la conspiración tanto a la pequeña como a la gran pantalla.

En la serie que estamos analizando, es parte importante de la trama el clima conspirativo. Sin él no habría historia. Teorías como la de que los organismos estatales son manipulados por las grandes corporaciones, estando al servicio de sus intereses; las enfermedades que el hombre ha creado y ha expandido por el mundo a través de vacunas, medicamentos o comida; el empleo de enfermedades como armas; la manipulación de los medios de comunicación y las informaciones que nos llegan por los distintos medios, el chantaje como medio para silenciar la verdad, o la extrema vigilancia a la que se somete a la población utilizando la tecnología más avanzada, una tecnología a la que solo unos pocos tienen acceso. En la segunda temporada, la teoría conspiratoria que más fuerza tiene es la de que Airey Neave fue asesinado por una célula secreta, el MI5, en vez de por el INLA (el Ejército Irlandés de Liberación nacional), el verdadero grupo que perpetró su asesinato en el aparcamiento de Commons en 1979, según la versión oficial.

3. EL CREADOR: DENNIS KELLY:

Dennis Kelly es un dramaturgo británico nacido en Barnet, en 1970. Aunque lleva relativamente poco tiempo en el mundo del entretenimiento y el arte (apenas 16 años), ha conseguido hacerse un hueco en éste gracias a trabajos como la serie “Utopía”, el musical “Matilda” o la película protagonizada por Jude Law “Black sea”.

3.1. Breve biografía:

Es el mediano de 5 hermanos, viene de una familia religiosa de descendencia irlandesa. Su padre era conductor de autobús y profundamente religioso. Kelly dejó la escuela a los 16 años para empezar a trabajar en diferentes puestos, como repartidor o dependiente en un puesto del mercado, para terminar sucumbiendo al alcoholismo, “Siempre he sido un bebedor, era lo único que sentía que podía ofrecer a la gente” reveló al periódico *The guardian*, “no importaba en qué estado me encontrase, siempre iba a por otra copa”.

⁶ Definición por la R.A.E. (Real Academia de la lengua Española)

⁷ Ralph Dahrendorf (1929 – 2009) fue un filósofo, sociólogo, político y catedrático de universidad entre otras cosas, que fundó la Teoría del Conflicto social junto a otros autores.



Figura1.5. Imagen de Dennis Kelly

A final de sus 20 años descubrió la escritura tras pasar una noche con un grupo aficionado de teatro en el norte de su ciudad natal, Barnet. “Yo no iba a escribir por dinero, porque solo iba a escribir las cosas que quería escribir. En general, me he pegado siempre a eso” decía “siento que tengo algo que decir”

A los 31 años comenzó a escribir su primera obra, “Debris” (escombros en inglés). En ella, Dennis Kelly se desnuda completamente para mostrarnos un seguimiento de sí mismo y su lucha desesperada por sobrevivir y crecer en un mundo de extremo disturbio emocional, “una odisea de dolor, sangre, amor y pérdida”, donde la disfuncionalidad familiar, el abuso y el dolor son la tónica predominante en esta dramática obra teatral. Así pues, “Debris” sería la primera de muchas obras de este gran dramaturgo inglés.

Dennis Kelly confiesa que le gusta escribir sobre sus creencias, percepciones y vivencias. En un discurso que dio en el Festival de Teatro Stückemart de Berlín, creó cierta controversia al lanzar una pregunta al aire, ¿Por qué el teatro político es una completa pérdida de tiempo? , contestando, “lo que es más importante que ser político es ser fiel uno mismo, escribir sobre las creencias que tengas dentro”. Aunque también cree que hay cierto peligro de pérdida de audiencia con las obras de teatro abiertamente políticas, por recordar lo impotente que es el ser humano, “Hay muchas obras con las que podemos estar de acuerdo o no, sabiendo que no podemos hacer nada al respecto... lo que sí podemos hacer es actuar sobre nuestras vidas y decidir cómo vivirlas”.

3.2. Trabajos de Dennis Kelly:

3.2.1. Teatro:

- **“Brendan’s visit”** (*La visita de Brendan*): esta comedia negra se centra en la amistad entre dos parejas, Jeanette y Dave, y Mick y Sarah. La obra explora la psicología de las relaciones en un mundo donde la ambición se mantiene firmemente bajo la apariencia de apatía afectada. Comienza con la incómoda llegada del siniestro hermano mayor de Dave Brendan. A pesar de no haberlo visto durante diez años, Dave todavía se acuerda de las humillaciones y vejaciones que sufrió por parte de su hermano, catalizador de la ruptura de las relaciones de estas dos parejas. La obra se estrenó en el Teatro Etcétera de Londres, en 1997.
- **“Blackout”** (*Apagón*): Cuenta la historia de tres vecinos que se quedan encerrados en un ascensor tras una avería. Claudia es una joven atormentada porque le prometió a su abuela moribunda que le llevaría una foto de su abuelo para que pudiera morir en paz; Tommy un chico que había quedado con su novia para fugarse de la ciudad; y Karl, un psicópata que tiene que limpiar los restos de su último asesinato antes de que su hija de ocho años vaya por la mañana a pasar el fin de semana con él. Se estrenó en el *Soho Theatre* de Londres, en el 2003.
- **“The ritual slaughter of Gorge Mastromas”** (*La masacre ritual de Gorge Martromas*): es otro drama en el que se cuenta la historia de un hombre llamado George Mastromas nacido en 1974, que trabaja en una cadena de restaurantes. A sus 20 años

se encuentra con una mujer de negocios que le cuenta que la vida es injusta, y que si sabe aprovecharse de ello, el poder y la riqueza podrán ser suyas. Así que Mastromas decide dedicar su vida a la mentira, la manipulación y la inversión. La obra se estrenó en el *Royal Court Theatre* de Londres en 2013.

- **“Debris”** (*Escombros*): es una visión depravada de un mundo extraño visto a través de los ojos del autor. Un viaje irreal a través de dos mentes perturbadas, las de los hermanos Michael y Michelle, y los acontecimientos que conducen a la auto crucifixión de su padre en la habitación de enfrente. La obra se estrenó en 2003, en el Teatro 503 de Londres (Teatro Latchmere).
- **“Rose Bernd”**: escrito por Gerhart Hauptmann. Versión por Dennis Kelly de una traducción literal de Anthony Meech. Silesia, 1903. Rose Bernd y su padre consiguen vivir en un pueblo de Alemania Occidental tras su huida de Silesia. Rose trabaja como empleada doméstica en las tierras de un hombre de posibles, donde se ha hecho popular por su alta capacidad. Los hombres que trabajan en las tierras se enamoran de Rose Bernd, aunque ella lo está de su empleador, embarcándose en una aventura con él y quedándose embarazada. La adaptación se estrenó en el Teatro Arcola de Londres en 2005.
- **“Osama the hero”** (*Osama el héroe*): Gary, un adolescente torpe escribe un proyecto escolar defendiendo a Osama bin Laden, por lo que es perseguido por sus vecinos, asustándolo y conmocionándolo. Están seguros de que Gary es un vándalo local, así que los vecinos se unen para perturbar la vida de este chico, amenazando su seguridad. La obra se estrenó en el *Hampstead Theatre* de Londres en 2005.
- **“After the end”** (*Después del final*): todos están en un bar cuando se produce una explosión. Louise se despierta encontrándose a Mark, que había salvado la vida, pues él está siempre preparado para lo peor, y tiene todo lo que piensa que puede necesitar para sobrevivir en el viejo refugio de su piso. Ahora solo tiene que esperar a que sea seguro salir. *After the end* es un thriller psicológico con un trasfondo político; y una lucha por el poder y el estatus. La obra se estrenó en el *Traverse Theatre*, en 2005.
- **“The colony”** (*La colonia*): seis inquilinos en una finca del sur de Londres, ven como un bebé se arrastra a lo largo de un balcón. Atrapados en sus propios autoengaños y obsesiones, cada uno será incapaz de reaccionar para ayudar al niño en peligro. Se estrenó en el *Minerva Theatre* de Chichester, en 2005. Recibió un premio Europa al mejor drama de radio.
- **“Our teacher is a troll”** (*Nuestro profesor es un troll*): Holly y Sean son dos traviosos gemelos que le provocan una crisis de ansiedad a la jefa de estudios de su colegio, la Sra. Spike. Ellos están muy orgullosos de lo que han hecho, incluso les resulta divertido. Hasta que conocen al nuevo sustituto de Spike, un troll con la piel verde y escamosa, colmillos afilados y retorcidos, su lengua con ventosas es de color morado, y tiene una larga cola de punta. El nuevo jefe Troll les impone a alumnos y profesores una serie de normas disparatadas, obligando a los niños a trabajar excavando en la zona de juegos con la intención de crear para si mismo una mina de oro. La obra se estrenó en el *Half moon Young people’s Theatre* de Londres, en el 2005. El libro se publicó por *Obreron Books* en 2013.

- **“Love and money”** (*Amor y dinero*): cuenta la historia de una pareja, Jess y David, que en medio de un clima de crisis, desesperación y locura, el dinero les hará resquebrajarse hasta perder el contacto con la realidad. La obra se estrenó en el *Teatro Manchester Royal Exchange* de Londres, en 2006.
- **“Deoxyribonucleic acid”** (*A.D.N*): Phil, un adolescente de 16 años y sus amigos inadaptados gastan una broma que termina en tragedia, apoderándose el pánico de los chicos. Pero a Phil, un adolescente excéntrico y criminal en potencia se le ocurre una solución al problema, asegurando que es el crimen perfecto. ADN se estrenó en el *Traverse Theatre* de Edimburgo en el 2007.
- **“Murder at Globbler’s wood”** (*Asesinato en Globbler’s wood*): cuenta la historia de un asesinato. Cuando encuentran un cuerpo en el Bosque Globbler, el detective inspector y su fiel compañero trabajarán duro para descubrir al asesino antes de que actúe de nuevo. Escrita por Robin Francés, Dennis Kelly y Enda Walsh. Estrenada en *Trafalgar studios* de Londres, en 2007.
- **“Taking care of the baby”** (*El cuidado de los bebés*): relata el complejo caso de una madre acusada y condenada por el asesinato de sus dos hijos. En esta obra Kelly utiliza las populares técnicas de teatro documental para explorar cómo la verdad se ve comprometida por la cultura de la información actual. *El cuidado de los bebés* se estrenó en *The door*, Birmingham, Londres, en el 2007.
- **“Orphans”** (*Huérfanos*): Danny y su esposa embarazada Helen se encuentran cenando, celebrando que van a ser padres de nuevo, aunque ella no parece muy emocionada. De repente aparece inesperadamente el hermano de Helen, Liam, cubierto de sangre; pues parece ser que éste estaba implicado en un fortuito accidente y había dejado a un hombre gravemente herido en la calle. En el interrogatorio, Liam cambia su versión de los hechos, aumentando así las sospechas y la preocupación de que puede complicarse el caso más de lo previsto inicialmente. *Orphans* se estrenó en el *Traverse Theatre* de Edimburgo, Escocia, en el 2009.
- **“The gods weep”** (*Los dioses lloran*): se centra en la vida de un CEO⁸ que se encuentra en medio de una lucha por el poder revelando las fuerzas de corrupción imparables, en un mundo donde la avaricia corporativa y la seguridad nacional se superponen alarmadamente. Colm ve como su negocio se fragmenta a su alrededor, perdiendo totalmente el contacto con la realidad. A medida que va pasando el tiempo, sus capacidades de toma de decisiones irán fallándole, y su mundo comenzará a resquebrajarse. El estreno fue en el *Hampstead Theatre* de Londres en 2010.
- **“The children’s monologues”** (*Monólogos de niños*): D.N. (dramatic necessity) es una organización benéfica registrada en Reino Unido que envía profesionales artistas internacionales a hacer talleres en las comunidades desfavorecidas y rurales del África subsahariana. Actores dotados interpretarán monólogos escritos por diez dramaturgos, entre ellos Dennis Kelly. Están basados en historias autobiográficas escritas por algunos de los niños de D.N. Se estrenó en el *teatro Old Vic, the Cut*, de Londres en 2010.
- **“Matilda, a musical”** (*Matilda el musical*): basada en el libro infantil de Roald Dahl. Cuenta la historia de una niña muy inteligente que posee poderes extraordinarios,

⁸ C.E.O: Del inglés Chief Executive Officer, director ejecutivo en castellano.

Matilda, a la que sus padres no saben cómo motivarla a explotar su potencial, se despreocupan por su educación negándole rotundamente la lectura y forzándola a ver la televisión. En el colegio es tan brillante que su profesora, la Srta. Honey pide a la malvada directora del centro, la Sra. Trunchbull que la cambie a un curso superior, a lo que esta se niega. A partir de aquí Matilda se dará cuenta de que tiene unos poderes extraordinarios, los cuales utilizará para vengarse de la perversa directora. La obra se estrenó en el *Courtyard Theatre* de Stratford, en el 2010.

- **“The prince of Homburg”** (*El príncipe de Homburgo*): adaptación de la obra “Prinz von Homburg Friedrich” (1811) de Heinrich von Kleist. Un heroico comandante de la caballería prusiana, el príncipe de Hamburgo, sueña con la victoria, la gloria y la fama. Pero su desobediencia imprudente durante una operación militar fundamental se traduce en la batalla más grande librada. La obra se estrenó en *Donmar Warehouse*, Londres, en 2010.

3.2.2. Cine y seriales:

- **“Utopía”**: esta serie es un thriller conspirativo que nos muestra la historia de cinco jóvenes desconocidos que son perseguidos por una organización secreta llamada La Red, para conseguir una novela gráfica llamada “The utopia experiments” que por lo visto encierra una información muy valiosa para esta organización, siendo capaz de todo para conseguirla. Las teorías conspirativas más controvertidas de nuestros tiempos se ponen sobre la mesa, mostrándonos una Inglaterra donde la corrupción, la manipulación y la persecución desatarán dudas por todos los lados. La primera temporada se emitió en 2013 y la segunda en 2014.
- **“Black sea”** (*Mar tenebroso*): es una película de suspense protagonizada por Jude Law, que cuenta la historia de Robinson, un hombre recientemente divorciado, capitán veterano de un submarino. Cuando la empresa de salvamento para la que trabaja lo despide, decide aliarse con un misterioso individuo y su inestable tripulación formada por marineros rusos e ingleses con el objetivo de dar con un submarino hundido en el mar Negro. La película se estrenó en 2014.
- **“World war Z 2”** (*Guerra mundial Z 2*): esta película es la secuela de “World War Z”⁹. Tras la invasión del mundo por parte de los *zombies*, la destrucción en la que se ve envuelta la raza humana y una búsqueda de una solución para evitar el fin del mundo (primera parte de la secuela); el mundo está en pleno combate contra esta invasión *zombie*, pero ya saben como camuflarse frente a ellos, y se embarcarán en una batalla en busca de la victoria que los libere de esta situación. En EE.UU. y Reino Unido se ha estrenado el 2016, en España aún no se ha estrenado, pero se prevé que lo haga en 2017.

⁹ Película estadounidense estrenada en 2012 y basada en la novela de Max Brooks, dirigida por Marc Forster, escrita por Matthew Michael Carnaban, Damon Lindelof, Drew Goddard y J. Michael Straczynski

4. LA BANDA SONORA: CRISTÓBAL TAPIA DE VEER:



Figura 1.5. Productor de la banda sonora de Utopía, Cristóbal Tapia de Veer.

Este compositor de 42 años, criado en Canadá promete y mucho, pues huye de la música comercial utilizando instrumentos estrambóticos (flautas y percusión a base de huesos humanos, excrementos secos o sonidos de animales). De Veer se graduó en música clásica y, en 2001, publicó su primer álbum con la B.S.O. de “One Ton”, alejándose de su formación clásica creó una banda sonora totalmente pop. Otra producción de este músico en cine, encargada por Marc Munden, fue para la película “Pétalo carmesí, flor blanca”, donde comenzó sus mezclas de sonidos e instrumentos. El éxito de la banda sonora de Utopía es que acompaña majestuosamente las imágenes que nos ofrece la serie y da al espectador la impresión de que todo es una

locura, también, en parte, por la introducción de mucha percusión y ecos paranoicos. Cuenta Tapia que para la realización de la música de Utopía, se trasladó 6 meses a Londres a ruego de Marc Munden (éste estaba muy preocupado sobre cómo iba a componer la música y lo que iba a necesitar para ello). Al llegar Tapia al aeropuerto, equipado con su portátil, un micrófono, un fémur humano y excrementos secos de rinoceronte; y de los sonidos que iba grabando por toda la ciudad durante esos 6 meses, dándoles forma, finalmente creó una banda sonora compleja, atractiva y producida magníficamente, quedando explícito el sello personal de Cristóbal Tapia de Veer, y en 28 *tracks* ha conseguido plasmar musicalmente esas sensaciones que pretende la serie, el espíritu de Utopía. Destacar los *tracks* “Utopía overture”, “Mr. Rabbit it is”, “The Network” o “Samba de Wilson”.

5. FOTOGRAFÍA POR: OLE BRATT BIRKELAND:

El director de fotografía, Ole Bratt, aunque poco conocido, tiene una amplia experiencia en trabajos de cine y televisión, así como de comerciales y videos musicales. Se pueden destacar series como “Los desaparecidos” (*The missing*); “La llamada de teléfono” (*The phone call*) o “Mister John” en cine, y anuncios para *KFC*, *Freederm* o *Step change*.

6. LA TRAMA DE LA SERIE “UTOPIA”:

La trama comienza con cinco *nerds*¹⁰ que se ponen en contacto a través de un blog de internet llamado *Los experimentos Utopía*. Uno de ellos, Bejan, dice poseer un manuscrito por lo visto muy importante, y quiere quedar con el resto para mostrárselo, pues parece esconder más secretos de los que se cree, y entre todos, tal vez puedan descifrarlos. Pero el encuentro entre Bejan y los otros cuatro *nerds* no se produce nunca, pues éste es asesinado justo antes de acudir al bar donde había quedado con ellos. Los *nerds* no son los únicos que conocen la existencia del manuscrito; una organización secreta llamada “La Red” va en busca de él para poder llevar a cabo su objetivo, que es reducir la población mundial para poder preservar la

¹⁰ *Nerds*: del inglés, empollón, friki. Se asocian a aquellas personas que prefieren la soledad, el estudio, la lectura, la ciencia o la informática. No siguen modas, su estilo es algo desfasado y suelen ser muy inteligentes.

raza humana. El motivo por el que La Red quiere reducir la población es que los recursos necesarios para la supervivencia humana se están agotando y la población está creciendo de tal manera, que se prevé una situación insostenible a corto plazo.

Así pues, tenemos a Becky, una joven estudiante de medicina con mucho carácter y una dramática historia a sus espaldas; Wilson, un *hacker* obsesionado con las conspiraciones y la supervivencia; Ian es un joven informático de 30 años al que su trabajo no le llena en absoluto y vive con su madre, y Grant, un niño de 11 años atormentado y traumatizado que se hace pasar por un joven de 25 años con una vida envidiable. Ellos no son



Figura1.6. Grupo de *nerds*: Grant, Becky, Jessica Hyde, Wilson e Ian.

conscientes de nada, hasta que conocen a Jessica Hyde, una ficha clave en toda esta historia, la cual les cuenta los planes de La Red y la historia del manuscrito *Los experimentos Utopía II parte*, el cual fue escrito por un científico que sufría de esquizofrenia paranoide y que tras finalizar su obra, su mayor logro, Jano, se suicidó.

Paralelamente a esto, hay una epidemia de Rubeola que se extiende por el Reino Unido muy rápidamente, para la que el ministerio de Sanidad Pública no tiene suficientes vacunas. Aquí entra en acción La Red (*The Network* en inglés), que tras la aparición de compañía farmacéutica va a hacer todo lo posible para que sus vacunas contra la gripe rusa sean adquiridas por el ministerio y expandidas a la población inmediatamente. Pero este no es el mayor de sus propósitos, pues por lo visto la novela gráfica *Utopía* contiene más secretos de los que el grupo de *frikis* pudiera imaginar, y conseguirla será, a partir de entonces, uno de sus principales objetivos.

La segunda temporada arranca con un noticiero anunciando el asesinato de Aldo Moro a manos de las "Brigadas Rojas" en 1979. En esta temporada la historia se traslada al inicio de todo el proyecto (1979), momento en el que Milner y Carvel se conocen y gestan la idea que les llevará a la conclusión de que la mejor manera para no acabar matándonos unos a otros por la falta de recursos es esterilizar a parte de la población.

6.1. PUNTOS CLAVE DE LA TRAMA:

EL PROYECTO JANOS: es el proyecto en el que el genetista Phillip Carvel y Milner están trabajando para evitar una sobrecarga de la población mundial y por consiguiente un agotamiento radical de los recursos naturales. El proyecto toma su nombre de Janos, una proteína combinada en el cerebro con un aminoácido que afecta a las células que participan en la reproducción, mediante la cual se pretende esterilizar a la población, y así evitar el crecimiento masivo de la misma. Janos aparece enmascarado en los alimentos de consumo masivo, en vacunas y medicamentos. En el manuscrito aparece el dibujo de la molécula de Janos, y cómo Carvel lo esconde en su mayor logro, su hija Jessica. Para comprobar la eficacia del proyecto, primero se tiene que expandir el virus a una muestra de la población, que es Reino Unido, para después extenderlo al resto del mundo.

Al final de la segunda temporada se descubre que Jano hace que la vacuna contra la gripe rusa no sea eficaz, pues se niega a adherirse a ella; lo que significa que cuando alguien se vacuna, los anticuerpos que se generan para combatir la gripe apenas tienen fuerza, a excepción de la raza Rohm, que es la que Carvel elige por ser una raza pacífica, fuerte e inteligente para repoblar el mundo.

LA RED: es una organización secreta creada por dos hombres, un genetista llamado Philipp Carvel y alguien apodado Señor Conejo (un nombre en clave). Cuando la guerra fría empezó a relajarse los principales gobiernos implicados decidieron retirarse. Sin embargo, el Sr. Conejo y Carvel no tienen ninguna intención de dejarlo. En cierto momento, Carvel decide dejarlo, y es torturado para que continúe con su trabajo, haciendo esta organización rehén a su hija. Al final su mente no lo soporta y se vuelve loco. Cuando La Red decide deshacerse de él, cierta gente lo saca a hurtadillas, le dan otro nombre y lo ocultan en un psiquiátrico, el Shenley, y su nuevo nombre sería Marc Dane. La organización pretende llevar a cabo el proyecto de Carvel sean cuales sean sus consecuencias, a pesar del ajuste que éste le hace a la molécula y que podría acabar con todo.

EL MANUSCRITO “LOS EXPERIMENTOS UTOPIA”: es una novela gráfica que fue escrita por un genetista llamado Philip Carvel, el cual escribe un texto titulado “La supervivencia del genoma” en el que aboga por la selección humana, trabajando con el empleo de enfermedades como armas. Tras huir de La Red un terapeuta lo pone a dibujar y sus dibujos son increíbles, creando la novela gráfica llamada “Los Experimentos Utopía”. En ella se habla de un científico que pacta con el diablo a cambio de conocimiento, el diablo aparece de diferentes formas, pero siempre como un híbrido entre animal y humano, un conejo principalmente. Philipp Carvel es un enfermo de esquizofrenia paranoide que estuvo dos años en una institución mental y tras escribir la novela gráfica supuestamente se suicida. En el manuscrito se pone de manifiesto la conspiración de las vacas locas o las enfermedades que el hombre ha creado.

SÍNDROME DE Deel: es una nueva enfermedad creada por el hombre en 1989. Es neurodegenerativa y hereditaria. No se conoce tratamiento para acabar con ella, aunque una de las protagonistas, Becky, que tiene la mutación genética del Deel, toma un medicamento experimental llamado “Toraxín” que le calma los síntomas de la enfermedad (convulsiones, alucinaciones). A final de la segunda temporada se descubre que el medicamento es en realidad un opiáceo moderadamente adictivo a medio camino entre la heroína y la cafeína, y alucinógeno a medida que se toma más; y que a Becky en realidad no se le ha desarrollado la enfermedad a pesar de tener la mutación genética, pues los síntomas que ella atribuía a la enfermedad en realidad eran producto del “mono” a la droga.

CORVARDT: es una gran compañía farmacéutica que está dirigida por un hombre llamado Lettan. Es la compañía a través de la cual La Red realiza sus investigaciones y experimentos, camuflados tras los medicamentos que ésta distribuye. Es una comparsa de La Red.

EL MINISTERIO DE SANIDAD: el Ministerio de sanidad es la fuente principal por la que La Red distribuirá a Jano, enmascarado como una vacuna contra la gripe rusa. El ministro es consciente en todo momento de lo que está haciendo La Red bajo la compañía Corvardt, pues llegó a ese puesto gracias a ella; y no es hasta finales de la segunda temporada cuando intenta destapar los planes que tienen para la humanidad, siendo asesinado cuando intenta escapar con todo su dinero.

EL SEÑOR CONEJO: es un enigma durante toda la primera temporada, nadie sabe quien es ni que aspecto tiene. Lo que si se sabe es que hay una historia oscura detrás de este enigmático personaje: éste formaba parte de los bajos fondos de Wandong enfrentando a unos con otros.

Tras ser destapado por los americanos, un capo del crimen lo encuentra, lo tortura y como escarmiento le graban a fuego en el estómago el símbolo del conejo en chino. Cuando consigue escapar se dedica a matar a todo aquel que o había visto con el objetivo de que no quedara ninguna persona que conociera su identidad.

Es a finales de la primera temporada cuando se nos revela la identidad de este misterioso personaje, es Milner, y había estado ahí siempre, jugando y manipulando a los *nerds* para conseguir su objetivo: poner en marcha el proyecto del que ella considera un dios, Carvel; y aunque ha realizado ciertos ajustes a Jano, eligiendo una raza inmune a la enfermedad, ella insiste en que es la única forma para la supervivencia humana, pues solo costará unos pocos millones de muertes y el problema de la superpoblación unido a la escasez de recursos se verá “parcialmente resuelto”.

7. LOS PERSONAJES:

“La acción es el personaje; una persona es lo que hace, no lo que dice”

Field (1996) nos cuenta en su libro “El manual del guionista” que las claves para la creación de un buen personaje es el conflicto, sus antecedentes, su personalidad, pero también el contexto en el que se encuentra.

Hay cuatro elementos que según Field son el secreto de un buen personaje, y son:

1. **La necesidad dramática:** sería lo que el personaje desea lograr a lo largo de la historia, y puede crear obstáculos. “Al enfrentarse a los obstáculos que se interponen entre él y su necesidad dramática, su personaje genera conflicto, y el conflicto resulta esencial para su línea argumental. El drama es conflicto”
2. **El punto de vista:** es la manera en que el personaje percibe el mundo. “Todo buen personaje es la dramatización de un punto de vista sólido y bien definido”
3. **El cambio:** es la transformación que sufre un personaje a lo largo de la historia, en el caso de que lo sufra. La transición de enemigo a aliado, de débil a fuerte, el cambio en su manera de pensar de actuar o de decidir.
4. **La actitud:** nos permite conocer más profundamente la conducta del personaje. La actitud “puede ser positiva o negativa, de superioridad o de inferioridad, crítica o ingenua (...) ¿Es alegre o triste?, ¿fuerte o débil?, ¿duro o temeroso?, ¿pesimista u optimista?”

También es necesario establecer una historia de la vida del personaje, una especie de biografía. Todo lo que sepamos sobre él. ¿Cuál es el nombre de su personaje? ¿Dónde nació? ¿Qué edad tiene cuando comienza la historia? ¿Cómo se gana la vida su padre? ¿Cómo es su relación con su madre? ¿Tiene hermanos o hermanas? ¿Es hijo o hija única? ¿Es hijo “predilecto” o “segundón”? ¿Cómo son los primeros años de su vida? ¿Es un personaje atlético, malicioso, serio, extrovertido, introvertido?. Sería ideal que supiéramos los aspectos de su vida privada (sus aficiones y gustos, qué le gusta hacer cuando está a solas...), personal (es una persona soltera, casada o viuda...) y profesional (si trabaja, dónde, si le satisface su trabajo, si tiene alguna relación con sus compañeros...). Estos aspectos así como los diálogos que mantiene con los demás personajes, o los demás personajes sobre él nos descubren al

mismo. En definitiva, hay que definir las relaciones, su vida privada, sus aficiones, intereses y deseos.

El aspecto físico también puede revelarnos información pertinente para comprender al personaje. Su silueta o su atuendo, siempre de la forma más breve, adecuada y clara posible.

Tomando como referencia estos puntos clave que nos expone Syd Field en su libro "El manual del guionista", vamos a describir los personajes más importantes en esta trama conspiratoria, dividiéndolos en personajes principales y personajes secundarios, aunque no menos importantes que los principales, pues a lo largo de la serie algunos personajes pasan a un primer plano y sus historias cobran mayor relevancia.

7.1. PERSONAJES PRINCIPALES:



Figura1.7. Jessica Hyde adulta. Imagen del capítulo 6 de la primera temporada.

"Pensé que sería interesante si tuviéramos a gente común", dice Kelly. "La mayoría de los protagonistas del suspense de conspiración tienden a ser periodistas o policías y yo estaba más interesado en que se tratara de alguien como yo, una persona que no sabe realmente lo que están haciendo."

Jessica Hyde: interpretada por la actriz Fiona O'Shaughnessy de adulta, y Aine Garvey de niña. Se puede decir que es el personaje principal de esta serie. Es una mujer de unos 35 años, algo desgarbada, pero con mucha personalidad y fuerza. Tiene el pelo negro y corto, y sus ojos son negros. Siempre aparece con una mochila verde militar, aunque en ningún momento se nos muestra lo que hay en ella (salvo una vez cuando saca el manuscrito de ella para entregárselo a Milner). Su carácter es implacable, no titubea y se la ve muy segura de si misma, y si tiene que matar a alguien por su propia seguridad, lo hace sin dilación.



Figura1.8. Jessica Hyde niña. Imagen del capítulo 1 de la segunda temporada.

La historia de Jessica es algo traumática. Tras nacer, su madre falleció y solo le quedaba su hermano mayor (al que conocería 35 años después de nacer) y su padre, que la quería y la protegía con su propia vida si hacía falta. Cuando tenía cuatro años fue separada de su padre, Philipp Carvel, con el fin de ponerla a salvo de la Organización para la que éste trabajaba, La Red, o *The Network* en inglés. Jessica se presenta como una mujer fuerte y dura, pues desde que la separaron de su padre, Kristos, un amigo del mismo, se encargó de mantenerla a salvo de La Red, enseñándola a vivir y a luchar por su supervivencia.

"Me entregaron a un hombre llamado Kristos, él cuidaba de mí, pero era más un guardia que un padre... Hizo lo que pudo. Él me enseñó a robar, a pelear, en

*resumen, a sobrevivir. Yo me portaba fatal con él pero nunca se enfadaba. Era increíble*¹¹

Arby: interpretado por el actor Neil Maskell de adulto, y Mason y Harley Rooney de pequeño. Arby es un hombre de unos 37 años de edad con una silueta rechoncha, ojos azules y pelo castaño. Su forma de caminar es un tanto inquietante y la expresión de su rostro nos revela un Arby sin empatía ni sentimientos, al principio. En cuanto a su profesión, se puede decir que es un asesino a sueldo que trabaja para La Red ayudándoles a conseguir el famoso manuscrito sobre el cual gira la trama de esta serie. Su historia también es algo traumática. Su padre era un genetista que experimentaba con él desde que era un bebé con el objetivo de frenar sus tendencias violentas.



Figura1.8. Arby adulto. Imagen del capítulo 1 de la primera temporada.

Parecía que sufría algún trastorno en su conducta, según los médicos padecía un trauma, estaba en shock. No atendía a estímulos, no hablaba, y su mirada estaba vacía. Un día, su padre tuvo que escapar de La Red, una poderosa organización secreta que necesitaba de sus conocimientos en genética para crear una vacuna que esterilizara a la población de manera aleatoria con el fin de reducir exponencialmente a ésta. Al huir se llevó consigo a su hija recién nacida, pero dejó abandonado al pequeño Arby en las instalaciones del laboratorio de La Red, adueñándose ésta de él y entrenándolo desde ese momento para servir a la causa de la misma. Crearon un psicópata asesino al que no le temblaría el pulso a la hora de quitar vidas al servicio de ésta poderosa organización.



Figura1.9. Arby niño. Imagen del capítulo 1 de la segunda temporada

Durante la historia, se ve un cambio progresivo en el personaje de Arby a raíz de que lee el manuscrito y descubre algo que siempre le ocultaron, su padre también es Philipp Carvel, por lo que Jessica Hyde es su hermana. A partir del momento en el que Arby se entera de la verdad sobre su vida y su pasado (en la primera temporada), su objetivo y su forma de ver la situación cambia. Pasa de perseguir al grupo de *nerds* para matarlos a aliarse con ellos para terminar con todo y empezar una nueva vida. Sus dudas sobre La Red son cada vez más fuertes, ya no se fía de ellos, pues pensaba que era una persona, y en realidad era producto de las torturas y adoctrinamiento de esta gran organización

secreta:

Arby: ¿Cómo era yo de niño? Mis únicos recuerdos son matando animales en un matadero, y tú estabas allí, mirando... Desde que tengo memoria he matado. Pero justo ayer había un chico con una de estas (las pasas dulces que tanto le gustaban a Arby), y no podía... ¿Quiénes eran mis padres?

Asistente de Conran Letts: Tú no tienes padres, formabas parte de un envío de Bulgaria creo. Carvel era brillante, pero no era amable. Por necesidad algunas de las cosas que hizo fueron crueles... Él no era un hombre nada compasivo.

Arby: El otro día mataron a Lee, junto a ti era a quien conocía mas... ¿por qué no me duele que haya muerto?

¹¹ Extracto de una conversación de Jessica Hyde con Grant. Episodio 4 de la primera temporada.

A.C.L.: *Porque tú no eres como los demás. Eres especial.*

(...)

Arby: *Hay un niño, ellos lo torturan. Tiene un único consuelo, un dulce, pasas con chocolate...*

A.C.L.: *Ese niño ya no existe. Ellos te lo arrebataron todo (refiriéndose a La Red), hasta tu nombre... Crees que te llamas Arby, pero ese no es tu nombre, no es un nombre. Es una marca, la marca del dulce de pasas. Así te llamaron cuando olvidaron quien eras"*

Arby: *¿Cómo me llamaba?*

A.C.L.: *Pietre, te llamabas Pietre.*¹²



"Toraxin", un medicamento que servía para controlar los síntomas de su enfermedad, sin llegar a erradicarla. Su aspecto nos dice que es algo descuidada y pasota. Su manera de expresarse es bastante brusca, y utiliza con frecuencia palabras malsonantes o palabrotas.

Figura1.10. Becky. Imagen del capítulo 5 de la primera temporada.

descuidada y pasota.

Su manera de expresarse es bastante brusca, y utiliza con frecuencia palabras malsonantes o palabrotas.

Ian: al que interpreta el actor Nathan Stewart-Jarrett es un joven treintañero de color, que vive con su madre, es informático y trabaja de asesor informático. Su vida antes de que llegara a él "Utopía" era bastante tranquila y monótona, por lo poco que se aprecia de sus vidas anteriores en la serie. Cuando recibe el mensaje de que hay alguien que tiene la segunda parte del manuscrito, se muestra bastante escéptico a que existiera, y a que lo que dice fuera verdad. Puede decirse que hasta que no ve, no cree. Durante el serial, tiene una especie de historia de amor con Becky.



Figura1.11. Ian. Imagen del capítulo 1 de la primera temporada.



Figura1.12. Wilson. Imagen del capítulo 6 de la segunda temporada, cuando se graba el símbolo del conejo en chino.

Wilson Wilson: interpretado por el actor Adeel Akhtar es un hombre adulto con una serie de paranoias conspiratorias metidas en su cabeza, que le hacen ser muy desconfiado con los asuntos públicos, el gobierno y todo en general. Wilson vive en una zona suburbana de un pueblo londinense, pero no escatima en seguridad (incluso tiene un

¹² Diálogo entre Arby y el asistente de Conran Letts, extraído del capítulo cuatro de la primera temporada de la serie.

refugio antinuclear en el sótano de su casa). En algunos momentos de la trama, Wilson se ve envuelto en un conflicto moral por la supervivencia de la raza humana, y duda sobre si los objetivos de La Red (*The Network*) son tan malos para la humanidad, o si, en realidad tienen razón y es la mejor opción, antes que un genocidio.

Al final de la primera temporada La Red le convence plenamente de que el Proyecto Jano es necesario para preservar la raza humana, y es en la segunda cuando se une a Milner, llegando a grabarse con un cuchillo el símbolo chino del conejo en el estómago.

Grant: interpretado por el joven actor Oliver Woolford. Es un niño de unos once años que vivía con su madre enferma hasta que empezó toda la trama. Se presenta como un niño enfadado con el mundo, malhablado, gamberro y aparentemente fuerte psicológicamente. En un momento de la serie se le ve entrar a su casa, donde su madre descansaba en un sofá. Es aquí donde se nos deja ver la vida que ha llevado Grant, cuidando de su madre en un barrio de la periferia.



Figura1.13. Grant. Imagen del capítulo 1 de la primera temporada.

Cuando conoce a Alice, una niña que se ve envuelta en la trama sin tener nada que ver en un principio con ella, es cuando Grant muestra su lado bueno intentando proteger a la niña, pues se siente culpable de la muerte de sus padres y de haberla involucrado en la persecución de La Red.

Es en la segunda temporada cuando la mujer de Dugdale acoge a Alice y a Grant en su casa y éste muestra un cambio progresivo en su comportamiento llegando a acatar las normas de la casa de los Dugdale y comportándose como un niño “normal”.



Figura1.14. Alice en estado de shock. Imagen del capítulo 3 de la primera temporada.

Alice Ward: interpretada por la actriz Emilia Jones. Alice se muestra como una niña dulce e inocente. Estudia en un colegio privado y su vida familiar es muy tranquila y estable, hasta que se ve envuelta en la persecución a los *nerds* tras conocer a Grant en el patio de su escuela. El chico no tiene donde quedarse a dormir esa noche, está asustado y desorientado, y la niña le deja que se quede en su habitación con la condición de que no haga ruido y le enseñe el manuscrito, el cual Grant, tras mostrárselo, lo deja escondido

debajo del colchón de la cama de Alice. Pero Arby no tardará mucho en dar con el paradero del codiciado manuscrito, dando con la niña y matando a su madre delante de ella para que se lo entregue. Es en este momento en el que se une al grupo de huidos, pues ya no está a salvo de la organización en ningún sitio. Esto la hace entrar en shock, no admite lo que ha pasado, y sigue hablando como si tuviera que ir a la escuela a entregar un trabajo o a hacer exámenes. En cierto momento de la historia, se da cuenta de todo lo que está pasando, llegando a matar a uno de los responsables del asesinato de su madre. Es en este momento cuando Alice vuelve a la realidad y comienza a asimilar lo que le había pasado.

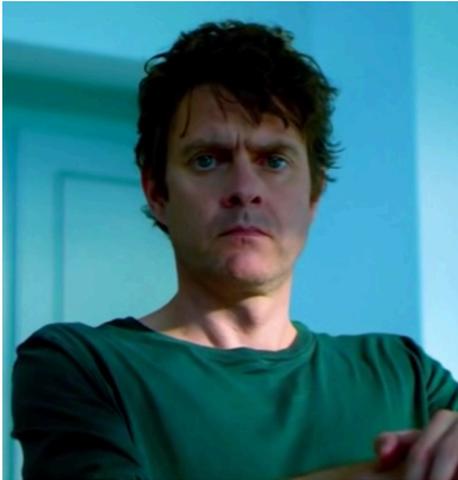


Figura1.15. Michael Dugdale. Imagen del capítulo 2 de la primera temporada.

Michael Dugdale: interpretado por el actor Paul Higgins. Es el secretario del Ministro de Sanidad, que a raíz de un affaire con una prostituta rusa, Anya, es chantajeado por la organización La Red para que cumpla con todas las órdenes que se le dan, empezando por persuadir al Ministro de Sanidad para que firme la solicitud de compra de las vacunas de La Red, ayudándoles de esta manera a distribuir las en Reino Unido. En los primeros episodios vemos a un Dugdale débil y sumiso, acatando las órdenes que le da La Red a través del Ministro suplente, el cual había “colocado” esta organización secreta en el puesto para ayudarles en sus planes; pues el poder que ésta posee es inimaginable. En un momento de la trama el secretario se entera de que Anya no es una prostituta y que no está embarazada, que en realidad es una espía que trabaja para La Red con el

objetivo de mantener silenciado al secretario a través del chantaje emocional. Pero a pesar de la sumisión de Dugdale, éste no está de acuerdo con la falta de transparencia sobre los asuntos de Sanidad, intentando en cierto momento destapar los planes que esta organización tenía. Es en la segunda temporada cuando planta cara a La Red y se une al grupo de *nerds* para ayudarles a parar lo que se propone esta organización.

Milner: interpretada por la actriz Geraldine James, y Rose Leslie en su versión joven. Es un agente del MI5 que hace creer al grupo de *nerds* que está infiltrada en La Red y que solo quiere ayudarlos a dejar de huir. En un capítulo de la segunda temporada se compara con Churchill o con Lincoln, también revela al grupo de *nerds* que no quería ser una asesina, aunque las cosas hayan salido así. Su aspecto nos dice que tiene unos sesenta años, su vestimenta es siempre muy sobria y formal y de su vida



Figura1.15. Milner mayor. Imagen del capítulo 4 de la primera temporada.

privada lo único que se sabe es que ha estado toda la vida enamorada de Philipp Carvel y que tiene un hijo con la misma enfermedad que tiene Becky y por ello el motivo de todo lo que hace. De momento convence a los *nerds* de que está de su parte, aunque las dudas que tienen sobre quién es o qué gana con todo esto, los hará desconfiar de ella en todo momento. Milner es una metáfora del dios de las dos caras Jano, disfruta enfrentando a unos con otros, y tiene la habilidad de hacer ver que está “del bando de los buenos”.



Figura1.16. Milner joven. Imagen del capítulo 1 de la segunda temporada.

Al final de la primera temporada Milner se revela como el misterioso “Señor Conejo” e intenta convencer de nuevo al grupo de que lo que quiere hacer es un bien para la humanidad, pero éste no está de acuerdo con la forma en que lo quiere hacer (excepto Wilson en su momento).

7.2. PERSONAJES SECUNDARIOS:

Phillip Carvel: interpretado por el actor Ian McDiarmid en el papel de Carvel anciano, y por Tom Burke en la versión joven. Carvel no aparece en la serie hasta la segunda temporada, cuando era joven y vivía con su mujer embarazada y su traumatizado hijo Arby.

Cuando su mujer muere dando a luz y le entregan a su hija recién nacida, se enamora de ella nada más verle la “carita” y decide ponerle el nombre de Jessica. Ésta se convertiría en su hija predilecta dejando a Arby en un segundo plano, abandonado.

Carvel es un brillante científico genetista que posee un gran conocimiento sobre ciencia y genética, y según los cálculos y estudios que ha realizado durante toda su vida, a la humanidad le queda poco tiempo en la tierra, estima que unos 300 años como máximo.

Tras tener una conversación con Milner en una reunión secreta de la élite sobre la idea en la que él había estado trabajando, ésta se “enamora” de su genio y le suministra todos los contactos y recursos que necesita para empezar a trabajar en ello. Pero en cierto momento, cuando ya tenían el proyecto Jano terminado, él decide retirarse diciendo que había hecho una modificación en la vacuna que podría resultar letal si se utilizaba.

Tuvo que huir y esconderse en un psiquiátrico bajo el nombre de Marc Dane y dejar a su hija bajo el nombre de Jessica Hyde con un amigo del mismo, Kristos.

A mediados de la segunda temporada es cuando aparece Phillip Carvel tras treinta años. Su aspecto es muy descuidado y se comporta como si estuviera desorientado. Habla un lenguaje extraño y lo único que hace es escribir fórmulas y dibujar moléculas. Al final de la temporada es cuando revela el secreto de Jano, la modificación que había realizado en él.



Figura1.17. Phillip Carvel joven. Imagen del capítulo 1 de la segunda temporada.



Figura1.18. Phillip Carvel mayor. Imagen del capítulo 6 de la segunda temporada.

Lee: interpretado por Paul Ready. Lee presenta muchas características de la persona sociópata. Es un asesino y torturador sin señales de empatía o compasión. Trabaja para La Red junto a su compañero Arby. El estilo de su vestimenta es de los '80, le gustan los colores chillones y se le ve que cuida bien su aspecto. Lee no tiene dilemas morales, quita vidas por diversión, para él es como un juego. Al personaje de Lee no le surgen dudas en ningún momento sobre lo que La Red está haciendo, y se muestra indiferente ante la situación.



Figura1.20. Geoff Lawson. Imagen del capítulo 3 de la primera temporada.



Figura1.21. Izquierda: Conran Letts. Derecha: asistente de Letts. Imagen del capítulo 2 de la primera temporada.

Geoff Lawson: interpretado por el actor Alistair Petrie. Geoff es el nuevo Ministro de sanidad, al cual había colocado en el puesto la organización de La Red. En todo momento obedece sus órdenes, aunque éstas le vayan a arruinar su carrera política y presiona a Michael Dugdale a obedecerlas también y hacer todo lo que él le diga. En cierto momento de la segunda temporada decide confesarlo todo, dejando a Dugdale un USB con todos los documentos y una confesión firmada por él, pero es asesinado cuando intenta huir de La Red.

Conran Letts: interpretado por el actor Stephen Rea. Es el director de Corvardt, el más alto mando que demostró su fidelidad al Señor Conejo grabándose a fuego el símbolo del conejo en chino en su estómago. Es un hombre frío y sin compasión, que da las órdenes al ministro y a su secretario. Letts muere a manos de Grant cuando éste primero le retiene para que les diga unos dígitos que necesitaban para completar el Proyecto Jano.

Asistente de Letts: interpretado por el actor James Fox. No se sabe su nombre, solo se sabe que es la mano derecha de Letts e igual de frío e incompatible que él.

PARTE 2: PROPUESTA

PARTE SEGUNDA

8. INTRODUCCIÓN PARTE SEGUNDA:

En esta parte del proyecto, tras haber realizado una investigación y análisis previo de la serie, expondremos todos los pasos dados para la realización de la campaña de promoción de la misma, así como el resultado de las artes finales.

La segunda parte la dividiremos en ocho apartados en los cuales, a partir de un marco teórico, se van a identificar las necesidades de la marca, en este caso la serie Utopía; las necesidades de la audiencia, para adaptar la campaña a las mismas, y las formas más eficaces para hacer llegar este producto audiovisual al máximo número de personas posible.

La irrupción de las nuevas tecnologías en nuestra sociedad y su imparable crecimiento nos permiten aprovecharnos de las innumerables posibilidades que los mismos nos ofrecen.

9. MARCO TEÓRICO:

9.1. MARKETING:

Mercadotecnia en castellano. Es una disciplina que analiza el comportamiento de los mercados y de los consumidores cuya teoría establece que para alcanzar los objetivos de una organización es necesario identificar las necesidades y deseos del público objetivo, adaptándose a ellos, ofreciéndoles satisfacción de forma más eficiente que la competencia. Para conseguir esto es necesario tener en cuenta ciertos aspectos, como la fijación del precio de los productos, los canales de distribución más aconsejables, la necesidad o no de intermediarios, la presentación del producto, el proceso de los pedidos o compras, las necesidades, los deseos y la demanda, o las promociones.

10. OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA:

Para la realización de cualquier campaña de promoción es imprescindible establecer una serie de objetivos, tanto generales como específicos, para poder así establecer un plan de trabajo eficaz en base a esos objetivos.

10.1 OBJETIVO GENERAL:

El objetivo principal es crear el “fenómeno fan”, conseguir que la audiencia no solo se entretenga con la serie, sino que disfrute con ella, que viva la serie de forma activa, compartiendo sus opiniones o creando debates alrededor de la trama.

10.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Incrementar el número de personas que ven la serie y se interesan por ella.
- Crear curiosidad a la audiencia.
- Atraer a la audiencia a nuestro sitio web a través del diseño y contenidos de la misma.
- Transmitir la idea de calidad y originalidad a través tanto de la producción en sí, como de la página web y los distintos medios que hemos escogido para su promoción.

11. TARGET:

El *target* o público objetivo es el grupo de personas a las que se pretende hacer llegar un producto o servicio a través de las campañas de difusión. Para dar con el *target* ideal de un producto es necesario realizar un estudio de mercado, conocer los gustos de los consumidores y orientar la publicidad para cautivar al posible comprador potencial. Por ejemplo, si tenemos un producto como pueden ser los pañales para bebés, las acciones que se realicen para dar a conocer ese producto irán dirigidas a padres y madres, pues son los que normalmente compran este tipo de producto. Si la empresa no tiene en cuenta esta cuestión, seguramente el dinero que se gaste en publicidad caerá en saco roto.

También es importante no caer en convencionalismos y no limitar el producto por cuestiones de sexo, estatus o edad. Un error muy frecuente, por ejemplo, es limitar el público objetivo de productos de cocina a las mujeres, pues ya hay muchos hombres que son amantes de la cocina, y no son tenidos en cuenta en las acciones publicitarias, por lo que los beneficios podrían ser más bajos que si se tuvieran en cuenta. Tampoco hay que focalizarse en todos los segmentos de mercado, pues no todos los consumidores son iguales y pueden diferenciarse en sus necesidades o deseos. Así que a la hora de escoger ese grupo de personas a las que van a ir dirigidas nuestras acciones hay que tener mucho cuidado, y conocer perfectamente las características del producto o servicio que se está ofreciendo y a quién se le está ofreciendo.

Teniendo en cuenta estas cuestiones, intentaremos definir un público objetivo ideal para la campaña que en este documento se desarrolla, sin olvidarnos que es una campaña de promoción a nivel nacional, es decir, todos los contenidos de la campaña estarán en español para posibilitar a las personas que no hablen otro idioma comprender e introducirse en “El Experimento Utopía”.

El *target* ideal para esta campaña son personas de entre 18 y 40 años, tanto hombres como mujeres, desconfiados de los asuntos gubernamentales que no presentan resistencia ante las imágenes de violencia explícita.

12. COMPETENCIA:

Es muy importante saber definir y controlar la forma de pensar y actuar de la competencia, pues con la desinformación sobre ésta, sería muy complicado prever las consecuencias con las preferencias de los consumidores.

Con el aumento de la parrilla televisiva, las nuevas formas de hacer ficción y los nuevos canales por los que la audiencia puede acceder a estos contenidos, las series y películas llegan cada vez con más facilidad y practicidad a la audiencia.

Aunque no necesariamente otras series o películas tienen que ser competencia, pues uno ve una serie que le ha gustado y eso le puede llevar a ver otras series del mismo tipo. Es por esto por lo que aquí incluimos a continuación algunos títulos de series y películas que han producido una buena respuesta de la audiencia.

12.1. SERIES:

Las nuevas formas de hacer entretenimiento para televisión, así como el comportamiento de la audiencia y las formas de acceder a dicho entretenimiento ha evolucionado en los últimos veinte años de manera exponencial. Nuevos formatos como *sitcoms*, series documental o teleseries de dramas o de comedia.

“Black mirror” (2011 – actualidad). Sería la serie que “competiría” directamente con “Utopía” debido a que plasma la distopía que sufre la sociedad actual con temas muy controvertidos como la política, la revolución e invasión tecnológica o la cara oculta de los *Reality shows*. La serie cuenta con tres temporadas y siete episodios, pero ninguno tiene nada que ver con el otro, ni los personajes ni la trama, excepto la visión de una sociedad alienada y tecnológicamente dependiente.

“Breaking bad” (2008 – 2013). La serie cuenta la historia de Walter White, un profesor de química en la universidad que tiene problemas económicos, y que un día se entera de que tiene cáncer de pulmón en una fase avanzada y no le pueden operar. El tratamiento que necesita para combatir la enfermedad es muy caro por lo que decide “cocinar” metanfetamina y venderla con la ayuda de Jesse Pinkman, un ex alumno de White. La serie va a mostrar el lado oscuro de un mundo que ya de por sí es oscuro, el de la droga.

“Mr. Robot” (2015). En los créditos de esta serie se especifica que se incluyen contenidos de *Anonymous*, lo que la hace más atractiva si cabe. Su protagonista, Elliot, es un joven *hacker* que presenta síntomas de tener problemas emocionales, no puede resistirse a “piratear” a toda la gente con la que se cruza, sobretodo a gente que hace daño a terceros o incumple la ley, como si de un justiciero se tratara. En esta serie se pone de manifiesto el complejo mundo del ciberactivismo y las guerras cibernéticas, tomando como referencia la organización *Anonymous*.¹³

“Perdidos” (2004 – 2010). Cuenta la historia de los supervivientes al accidente aéreo del vuelo 815 de Oceanic con rumbo Los Ángeles desde Sydney. El avión se parte en dos y va a parar a una isla misteriosa donde los supervivientes vivirán situaciones que les harán dudar de todo y de todos.

12.2. CINE:

El cine también ha sufrido ciertos cambios en los últimos años introduciendo en las producciones una mejora en la aplicación de los efectos especiales, el color o las tramas. Si es

¹³ Lema de Anonymous: “Knowledge is free. We are Anonymous. We are Legion. We do not forgive. We do not forget. Expect us!”

cierto que desde la irrupción de internet en los hogares, la televisión de pago donde se pueden ver los estrenos de cine actuales y los vendedores “top manta”, cada vez menos gente va a un cine a ver una película y los videoclubs ya son parte de la historia, pues el acceso a las producciones del ayer y del hoy están al alcance de cualquier persona que tenga conexión a internet. Es por esto por lo que hemos considerado el cine como parte de la competencia, y las producciones de ciencia ficción y distópicas son “rivales” directos de la serie “Utopía”. Algunas son:

“Cortina de humo” (1997): la historia se centra en cómo los medios de comunicación están al servicio del poder y cómo manipulan, encubren o se inventan historias con el objetivo de mantener o elevar la imagen del Presidente de los EE.UU. Se crea la historia de que hay una guerra, la cual hacen llegar a la población a través de escenas producidas en un estudio de producción audiovisual, con actores y maquetas que simulan bombardeos, ataques terroristas y gente pasándolo muy mal. Todo para que la población le quite importancia al affaire que tuvo el Presidente de EE.UU. con una becaria. Si se “produce” una guerra en Albania, todos los informativos hablarán de ésta y el tema del Presidente será lo menos importante en ese momento. Esta película consigue poner en entredicho la veracidad de las informaciones que recibimos de los medios de comunicación, y como, una vez más, el poder consigue su propósito.

En “El show de Truman” (1998) se pone de manifiesto lo que son capaces de hacer los medios de comunicación para ganar audiencia. Truman, que no sabe nada de lo que está pasando fuera de su “construida” rutina, pues vive en un plató de televisión que recrea una ciudad llamada Seahaven incluso antes de nacer, aunque éste no lo sabe, hasta que empieza a darse cuenta de que algo no le cuadra e intenta descubrir qué está pasando. Cuando lo descubre, el productor del *reality* de la vida de Truman, Christof, le pone todos los impedimentos que están en su mano para que Truman no abandone el decorado. En esta película se muestra la tiranía de la industria y como en el formato *reality* se manipula a los “concurstantes”, las situaciones, incluso el clima para conseguir unas cifras de audiencia más altas.

13. ANÁLISIS DAFO:

Debilidades:

- Utopía es una serie con alto contenido político y conspirativo, algo que puede provocar cierto rechazo en algunas personas con opiniones e ideologías contrarias a las que se muestran en la serie.
- La falta de publicidad y comunicación que se le ha dado a la serie han hecho que ésta no sea tan conocida como otras producciones, quizás de menor calidad tanto visual como narrativa.
- El hecho de que la serie solo se haya emitido en un canal de pago, produce un menor conocimiento de su existencia a la audiencia.

Amenazas:

- La cantidad de series y películas que se están produciendo de marcado contenido crítico y fondo utópico hacen que la oferta televisiva sea tan extensa, que sea más complicado realizar una elección.

Fortalezas:

- El reparto realiza un trabajo de interpretación brillante, permitiéndonos sumergirnos en la trama y comprenderla desde sus distintos puntos de vista.

Oportunidades:

- Tenemos un producto audiovisual de calidad con contenido de interés para nuestro público objetivo.
- La conspiración es una práctica bastante común en nuestros tiempos, con la que podemos llamar la atención si sabemos cómo explotarla.

14. ESENCIA.

La esencia de cualquier marca o producto es eso que nos emociona, nos conecta con ella y nos produce una experiencia. No es tangible, pues tiene que ver con la emoción y los sentimientos.

A continuación describiremos las características que debe reunir la esencia de una marca según Solis: 2011:

- **Firmeza:** la esencia de una marca debe poder condensarse en una o dos palabras. Más sugerirían que la marca no está bien posicionada, y por ende es una marca débil.
- **Intangibilidad:** no es algo que se pueda tocar, es lo nos hace sentir cuando conducimos un coche de gama alta, por ejemplo un Mercedes en vez de un Peugeot o un Chevrolet.

- Exclusividad: es eso que hace única a la marca ante los ojos de sus consumidores, lo que la diferencia de la competencia.
- Consistencia: la marca tiene que cumplir lo que dice. No puede presentarse una marca como sobria o seria y no comportarse como tal. Las palabras tienen que ir reforzadas por las acciones.
- Autenticidad: la esencia de una marca tiene que ser creíble, pues de lo contrario será rechazada. No hay que engañar al consumidor.
- Relevancia: tiene que significar algo para el consumidor para poder establecer una conexión con el mismo.
- Escalabilidad: debe adecuarse a las posibles extensiones de la marca y a su crecimiento futuro.

Así pues, con estos consejos que nos brinda Solis identificaremos la esencia de Utopía de una forma más precisa y correcta.

Dado que tenemos una serie cuya trama se desenvuelve en un clima conspirativo pero muy atractivo tanto sonora como visualmente, la esencia de “Utopía” se podría resumir muy acertadamente en “atractivamente conspirativa”.

15. CLAIM Y ESLOGAN.

Antes de definir el *claim* y el eslogan para nuestra campaña hay que saber su significado en nuestro idioma, el español, y conocer cuáles son sus diferencias, pues muchas veces se cree que se trata de un mismo concepto dicho de diferentes formas y no es así.

Por una parte, el *claim* (reclamo en español) es el reclamo que se hace de un producto o servicio recalando sus cualidades y beneficios en las campañas de publicidad o promoción. El eslogan es el lema de la campaña, una frase breve, concisa y de fácil recuerdo debido a su simplicidad y potencia sonora. Estos dos conceptos pueden ser complementarios, y si se sabe cómo utilizarlos puede ser la diferencia entre una buena campaña o una mala.

Así pues, el *claim* que hemos elegido para la serie Utopía sería: “Utopía, una serie de conspiración atractiva y adictiva que te cautivará con su inmejorable estética, sus acertados personajes y su peculiar trama”. “Y tu, ¿cómo vas a hacer frente a la superpoblación?”

El eslogan que hemos elegido es: “¿Por qué no pruebas a mirar?”

16. LA SERIE EN REINO UNIDO:

16.1. OPINIONES MEDIOS INGLESES:

El periódico *Independent* de Reino Unido nos cuenta en 2013: “New Channel 4 drama Utopia combines conspiracy theories, edge-of-your-seat tension and dark humour with a talented cast.”

Ben Arnold nos cuenta para el periódico *The Guardian*: “This is the set of *Utopia*, Channel 4's new, serpentine conspiracy drama. It's a brutal, sometimes blackly comic story that pivots on a fictional graphic novel called *The Utopia Projects*.”

Richard Parra, también para *The Guardian* nos comenta que “*Utopia* is truly channel-defining: strikingly original, powered by Dennis Kelly's extraordinary voice and brought to life in all its technicolor glory through Marc Munden's undeniable creative flair and vision, the team at Kudos delivered a series which has achieved fervent cult status over two brilliantly warped and nail-biting series.”

Sam Wollastone también opina para el periódico *The Guardian*: “is a work of brilliant imagination, a murky labyrinth of a conspiracy thriller that traps you from the opening scene.”

En *The Telegraph* Mark Monahan opina que: “The result was a dark, tantalisingly mysterious overture, with serious-minded and at times even tender-hearted observations on our age lurking beneath the lurid surface. A pleasure indeed, albeit an occasionally guilty one”.

Grace Dent escribe para el *Independent*, “*Utopia* is a tiny bit *Misfits*, a scoop of *Clockwork Orange*, strong whiffs of *Shaun of the Dead*, *Black Mirror* and the Kate Bush “*Cloudbusting*” video, and the overall sensation of being trapped inside a vivid sleep-paralysed cheese-dream”

16.2. PROMOCIÓN EN REINO UNIDO.

En Reino Unido *Utopía* ha tenido mucha más promoción y visibilidad que en España, debido posiblemente a que es el país natal de la serie. Trailers, making off, entrevistas con los protagonistas, escenas inéditas... Algo que en España no se ha producido, por ello, a continuación destacamos algunas de las acciones que se han realizado para la audiencia inglesa, y tomaremos como referencia para nuestra campaña en España algunos aspectos que no se pueden obviar debido a que son por así decirlo, el sello personal de *Utopía*, el cual no queremos modificar, sino trasladarlo para que la audiencia española lo conozca.



Figura 2.2. Cartel Channel 4 anunciando la segunda temporada.

Exclusive Videos

Marc Munden Interview

Director Marc Munden discusses series 2 of Utopia and the inspiration behind the creative vision

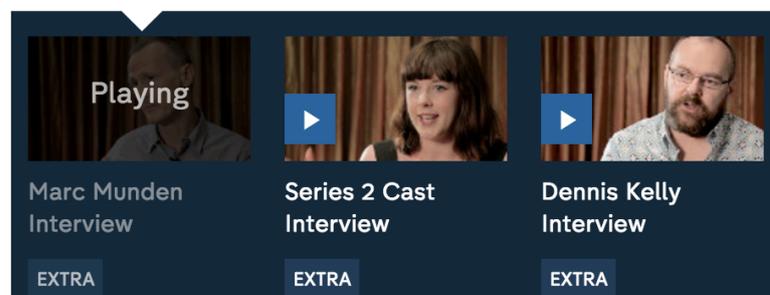


Figura 2.3. Entrevistas

17. PROPUESTA CREATIVA:

“A veces ver una serie en televisión no es suficiente, a veces la ansiedad o el estado de asombro tras ver un capítulo empuja al espectador a prolongar su estado de excitación y hambre de conocimiento sobre su show favorito más allá de la pequeña pantalla y acude a Internet, donde se ha desarrollado todo un universo paralelo de contenidos. El fenómeno de Perdidos no hubiera sido tal sin La Red y la época dorada que vive ahora la ficción televisiva tampoco” (Lagoa, 2010)

Así pues, la campaña para promocionar la serie se va a centrar en internet mediante la creación de un prototipo de página web y redes sociales, aunque no nos dejaremos de lado la promoción en tiendas especializadas como las tiendas de cómics, de videojuegos o centros comerciales.

17.1. PÁGINA WEB.

Para la creación y realización de la web de la serie “*Utopia*” para España tuvimos que partir de cero, pues no existían trabajos previos ni en el idioma original ni en ningún otro. Este aspecto puede ser beneficioso puesto que disponemos de un lienzo en blanco que podremos ir rellenando, siempre ajustándonos a la filosofía y estética de la serie para no perder su esencia.

Para que nuestra página sea factible debemos aportar buenos contenidos y servicios, pero a su vez si éstos no son fáciles de encontrar y usar, la percepción del entorno se tornará negativa. Así que a la hora de organizar la disposición de las páginas, hemos tenido en cuenta este aspecto, repartiendo la información y los elementos de una forma ordenada, intuitiva y llamativa.

La usabilidad de la página es otro aspecto importante que el técnico David Maniega Legarda pone de manifiesto en su ensayo “Aplicación de criterios de usabilidad en sitios web: consejos y pautas para una correcta interpretación”. Y es que una buena usabilidad es aquella que pasa totalmente desapercibida porque el usuario puede entender sin esfuerzo, qué puede hacer, a dónde puede ir y qué le ofrece la página que consulta, en definitiva, cuando es fácil de usar. Para cumplir con los objetivos de usabilidad, el diseño del *site* debe estar totalmente centrado en el usuario, conociendo sus necesidades, cómo son, por qué acceden a nuestro *site* o sus reacciones y experiencias ante él. Pero no hay que confundir la usabilidad con la accesibilidad, pues este último término tiene como objetivo imprescindible posibilitar el acceso al *site* a todos los potenciales usuarios. Así pues, hay que diferenciar la usabilidad, que requiere de un diseño concreto, limitado al *target* potencial; de la accesibilidad, que requiere de un diseño diverso y adaptado a las distintas necesidades de acceso de este *target* potencial.

Como dice Troub: 2000, la arquitectura de la información es otra clave encuadrada dentro de la usabilidad del *site*, entendiéndola como el arte y la ciencia de organizar espacios de información con el fin de ayudar a los usuarios a satisfacer sus necesidades e intereses resaltando la posibilidad de recuperación (mediante índices, clasificaciones, sistemas de recuperación de información) y de búsqueda de la información (mediante los metadatos y la visibilidad o “encontrabilidad”).

Teniendo en cuenta estas características, estableceremos un plan de trabajo para el diseño de nuestra página web a partir de las recomendaciones de Yusef Hassan, Francisco J. Martín Fernández y Ghzala Iazza:

1. Planificación: identificando los objetivos tanto del *site* como de la audiencia y sus necesidades. Para ello es importante saber detectar qué necesita, cómo se comporta, el contexto de uso; adaptando lo máximo posible el diseño y aportando una experiencia más satisfactoria al usuario.
2. Diseño: adaptándolo a la información obtenida en el primer paso y a los posibles problemas de usabilidad. Para ello es necesario:
 - 2.1. Modelado de usuario: donde sintetizaremos las características del mismo, definiendo perfiles en base a cualidades generales a través de tres fases:
 - 2.1.1. Diseño conceptual: centrado no tanto en la estética, sino en la estructura y organización de la información, y cómo acceder a ella a través de la navegación.
 - 2.1.2. Diseño visual: centrado en la estética y composición de las páginas, evitando la sobrecarga de información y ordenando los elementos jerárquicamente (las zonas superiores tienen más jerarquía visual que las inferiores). Tendremos en cuenta el tamaño y espacio ocupado por cada elemento, el contraste de color, la tipografía, la simetría, profundidad, etc. para dar o no una mayor importancia visual. Los menús de navegación deben ser sencillos y no incluir más de nueve opciones diferentes. Los colores texto/fondo deben tener un contraste adecuado.
 - 2.1.3. Diseño de contenidos: Hay que mantener cierta coherencia en lo que queremos comunicar o informar, siendo muy concisos y organizados:
 - La información más importante del comunicado irá al principio de este.
 - El contenido debe ser fácilmente explorable, para que el lector pueda hacerse una idea general del contenido visual y saber si le interesa rápidamente.
 - Todo lo que escribamos en el *site* debe transmitir algo, evitando la sobrecarga informativa o los temas vacíos.
 - El lenguaje que utilicemos deberá de coincidir con el del visitante y no con el de la empresa anunciadora o compañía, utilizando un vocabulario fácil de comprender.
 - El tono debe de ser lo más afín posible al público objetivo.

La propuesta de la página web oficial de la serie "Utopía" ha sido un trabajo laborioso, pues se han tenido en cuenta muchos factores para que ésta se adecuara a la estética, el clima perturbador de la trama y su halo de misterio. Teniendo en cuenta que no existe una web oficial exclusiva de la serie, partiremos de cero para su creación y diseño, aunque nunca perdiendo la esencia que la caracteriza.

A continuación describiremos paso a paso el proceso seguido para la creación del prototipo de la web y el porque de las decisiones tomadas:

La web es muy sencilla de utilizar y dinámica, con contenido exclusivamente en español. Es el principal medio que hemos escogido para la promoción de la serie por su alcance, disponibilidad e inmediatez. Como hemos comentado anteriormente, se trata de un prototipo, por lo que el dominio no es real. El diseño se ha hecho a través de un editor de páginas web llamado “Wix”, solo que al no haber pagado el dominio, éste no será el que se le de a la web oficial, que sería www.serieutopiaespaña.com. Para poder acceder al prototipo que hemos creado, podría hacerse desde la siguiente dirección: <http://rcenteno36.wix.com/serieutopiaspain>

Wix nos ofrece una cantidad enorme de posibilidades para adaptar las páginas al contenido y objetivos que se pretenden alcanzar con su creación.

17.1.1. COLORES:

Los colores son una parte muy importante en la creación de una página web, pues éstos son una forma de expresión, de lenguaje, de significación, que puede provocar atracción o rechazo, según la forma en que los utilizemos.

Las connotaciones psíquicas que producen los colores también van a ayudarnos a transmitir y comunicar mucho mejor, por ello es importante conocer bien el lenguaje de los colores. Pero sería un error tener solo en cuenta la psicología del color, ya que en la percepción influyen muchos más factores aparte del color.

A continuación, describiremos algunas de las sensaciones que generalmente se le atribuyen a los colores que hemos elegido para la realización de la página web:

- **Amarillo:** en la página web hemos aplicado el pantone #fce604. Es un color cálido, ardiente y efusivo, así como intenso, violento y punzante. Frecuentemente se caracteriza como divertido, estimulante, apasionado y expresivo. El sol, la luz y el oro son amarillos. Las marcas Ferrari, Renault, Nesquik, McDonalds o Shell lo utilizan en sus respectivos logos.
- **Blanco:** el número de pantone que hemos utilizado nosotros es #ffffff. Puede significar paz, felicidad, la inocencia y la pureza. Representa la claridad, la limpieza y la lucidez. Algunas de las marcas que hacen uso de este color en sus logotipos son Sony, Adidas, Apple, Nike o Vans.
- **Negro:** el número de pantone que hemos utilizado en este caso es #000000. Es un atributo del sigilo, el misterio, lo oscuro, del luto y la agonía. A veces puede ser algo maligno e impuro, aunque otorga elegancia y distinción. Algunas marcas que lo utilizan en sus logotipos son Zara, Puma, Christian Dior, Chanel o Fred Perry.
- **Verde:** el número de pantone que hemos utilizado es #60e61e. Es el color de la esperanza, la tranquilidad y la calma. Sugiere frescura y naturalidad. Vinculado a la vegetación, la vida, la ética, lo orgánico y el dinero. Bp, Android, Heineken, El Corte Inglés o Greenpeace son marcas que utilizan este color en sus logos.
- **Rojo:** el número del pantone que hemos utilizado es #bd2f2f.

La elección de estos colores se ha realizado para conservar la estética de la serie y que se sepa identificar inmediatamente el sello personal que la hace tan atractiva visualmente.

17.1.2. DISPOSICIÓN DE LA PÁGINA WEB:

El diseño de la portada de la web sería el siguiente:



Figura 2.4. Portada prototipo página web Utopía España

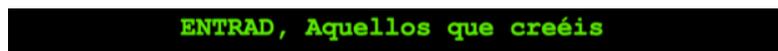


Figura 2.5. Cambio de color al clicar en el botón de entrada



Figura 2.6. Blog que aparece en la serie por el que se conocen los *nerds*. Imagen extraída de l primer capítulo de la primera temporada.

La página de bienvenida a la web tiene el fondo de la parte central en negro, y el fondo general es una imagen de calaveras, la cual conseguí por internet y modifiqué con *Photoshop* para que simulara el aspecto que tiene el blog donde los *nerds* se conocen. Para acceder al contenido de la web bastaría con clicar con el ratón sobre el texto “ENTRAD. Aquellos que creéis”, cambiando éste de color rojo a color verde como indicativo de que se puede realizar alguna acción si se clica en él.

El encabezado no tiene ningún menú, tan solo el logo que hemos elegido para la promoción, el cual clicando en él, nos redirige al tráiler de la primera temporada; y los logos de las redes sociales en blanco. La imagen escogida para el encabezado es una extraída del primer capítulo de la primera temporada donde uno de los personajes deja un *post-it* preguntando por lo que hay escrito en él.

La página de inicio: Es la página a la que se accede al clicar en el texto de la anterior página. El diseño es totalmente diferente al que se observa en la portada, pues es la página de inicio y acceso a todo el contenido web.



Figura 2.7 Pantalla de inicio tras clicar el botón de entrar en la portada

El fondo de la página es una imagen de la bolsa amarilla de Arby y unas huellas de sangre en un fondo amarillo.

En el cuerpo de la página podemos leer “Bienvenidos al grupo de creyentes” con tipografía “Futura” en negrita a un tamaño de 42 pt y en color verde (pantone #60e61e). Hemos querido resaltar que se trata de la serie Utopia incluyendo unos separadores tanto arriba como abajo del texto “Utopía” (Futura, 176 pt, color blanco (pantone #ffffff) y con efecto de sombreado). “La serie” (Futura light en negrita, a 30 pt.” y en blanco también). Debajo hemos incluido la frase “Descubre, experimenta” (Futura, 60pt, color verde con efecto sombreado) “La mayor trama conspiranoica de todos los tiempos” (Futura, 24 pt. Color blanco sombreado).

El menú es igual en todas las páginas menos en la portada. Se puede encontrar en el encabezado. El diseño es sencillo, separando cada opción con una barra de color verde. El texto es de color blanco, pero cuando se pasa el ratón por encima de los ítems, éste cambia a color verde, y una vez seleccionado el ítem cambia a color amarillo, con el objetivo de guiar al usuario en todo momento y que sepa donde se encuentra. La tipografía utilizada es la Courier new en negrita a tamaño 16 pt.

Al colocar el ratón en una opción con “subapartados”, se despliega el “submenú” donde se pueden ver las opciones que encierra cada ítem.



Figura 2.8 Menú y submenú

El diseño de las páginas restantes es el mismo en el resto de la web, pues lo que pretendemos es introducir al usuario en un mundo colorido y perturbador a la vez, una vez haya pasado la barrera de la portada. Así pues, las páginas restantes tendrán el mismo fondo de la mochila de Arby con las huellas de sangre en fondo amarillo. La parte central es de color negro al 60% de opacidad, de manera que se puede ver lo que hay debajo de la zona al mismo tiempo que se expone el contenido.



Figura 2.9 Diseño página "Datos técnicos"

En la página de datos técnicos podemos encontrarnos dos opciones, "Ficha técnica" y "Sinopsis serie", las cuales tienen el mismo diseño: Courier new en negrita a tamaño 45 pt en color amarillo, el cual cambia a verde si se pasa el ratón por encima de la opción.

Al clicar en "Ficha técnica" nos redirige a una página donde se recogen los datos técnicos de la serie, como el creador, el director, la fotografía o la producción. Si clicamos en sinopsis, la página a la que se nos redirige contiene información acerca de la serie y una breve sinopsis de la misma.



Figura 2.10. Diseño subpágina "Ficha técnica"



Figura 2.11. Diseño subpágina "Sinopsis"

En la página de Dennis Kelly podemos encontrar una galería con imágenes del dramaturgo y debajo de ésta un botón de llamada a la acción con el texto "Conócelo más" (*Futura light* en negrita a tamaño 22 pt.) de color blanco, que pasará a ser amarillo si se pasa el ratón por encima.

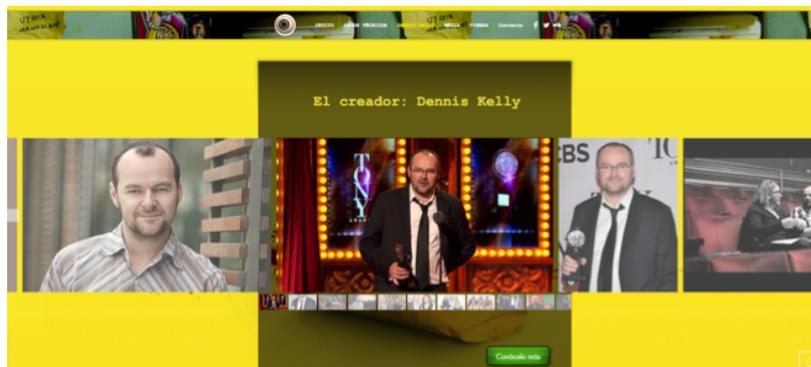


Figura 2.12 Diseño página "Dennis Kelly"

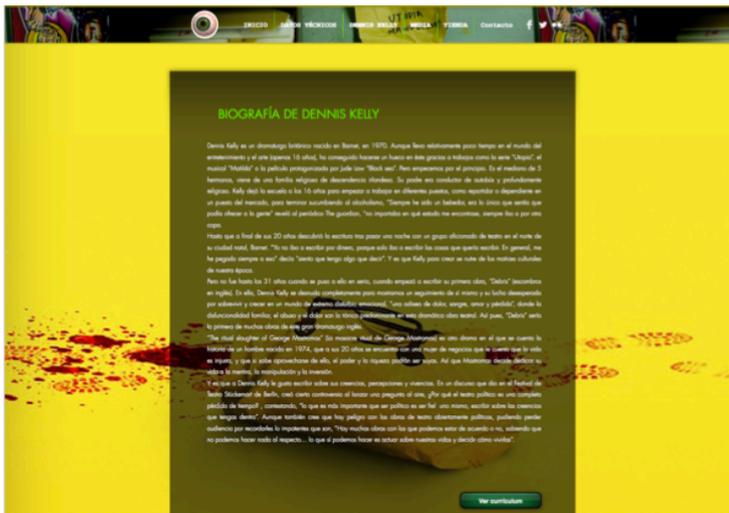


Figura 2.13 Diseño subpágina "Biografía"

Al clicar el botón "Conócelo más" se nos redirige a la página donde se expone una biografía del escritor y al final de ésta, situado abajo a la derecha, podemos encontrar un botón de llamada a la acción con el texto "Ver currículum", el cual si presionamos, nos conduce a la opción del submenú "Currículum". En ésta opción tenemos dos opciones, "Teatro" y "Cine y Televisión" con el mismo diseño: Letra tipo Courier

new en negrita a tamaño 45 pt y en color amarillo, el cual cambia de color al pasar el ratón por encima o presionar cualquiera de las dos opciones.

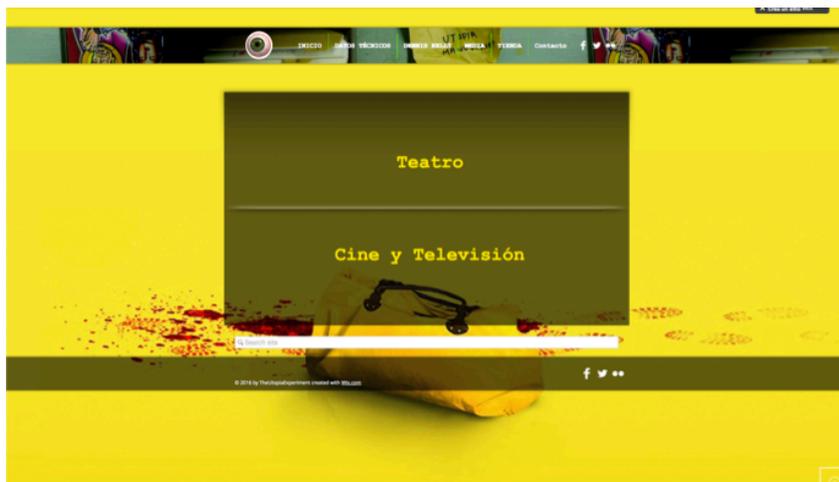


Figura 2.14 Diseño subpágina "Currículum"

Si elegimos la opción "Teatro" iremos a una página donde se exponen todas las obras que Dennis Kelly ha hecho hasta el momento, incluyendo la fecha de estreno, el lugar y una breve sinopsis para que el usuario sepa qué temas se tratan en sus obras .

Si elegimos la opción "Cine y Televisión" la página a la que iremos contendrá todas las producciones audiovisuales

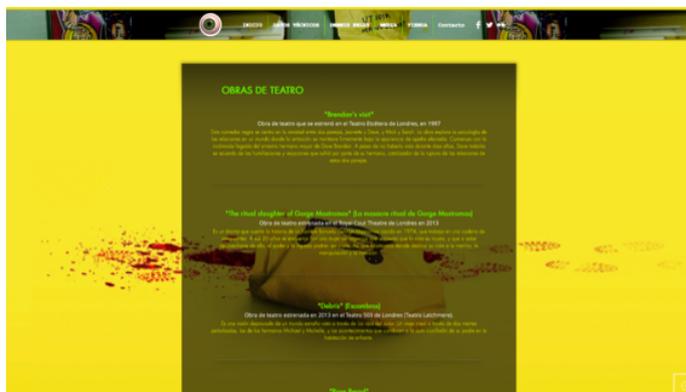


Figura 2.15 Diseño subpágina "Obras de teatro"

que ha estrenado, con imágenes del cartel y una breve sinopsis para mantener al usuario informado.

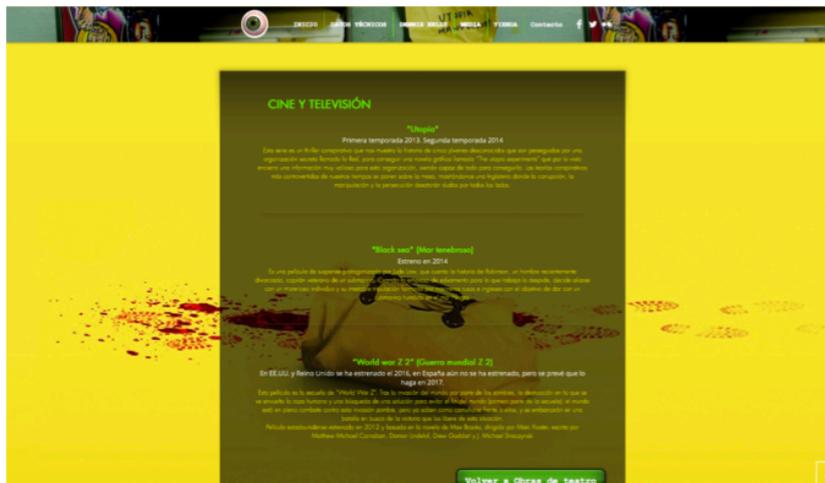


Figura 2.16 Diseño subpágina “Cine y Televisión”

La próxima opción en el menú es “Media”, y en ella encontramos dos opciones, “Video” y “Banda sonora” con el mismo diseño: Tipografía Futura a un tamaño de 56 pt, y en color amarillo, el cual cambia a verde si se selecciona o se pasa el ratón por encima.



Figura 2.17 Diseño página “Media”

Al seleccionar la opción de “Video” se nos redirige a una página con dos botones.



Figura 2.18 Diseño subpágina “Video”

SEGUNDA PARTE:

Las opciones “Temporada 1” y “Temporada 2” están encuadradas con el mismo diseño: Letra tipo Futura a tamaño 35 pt y en color amarillo, el cual cambia a verde si se selecciona la opción o se pasa el ratón por encima.

El diseño de las páginas a las que se acceden por estos dos botones es el mismo. Hay un título en la parte superior central de la página con el texto “Temporada 1” o “Temporada 2” en color verde y a un tamaño de 29 pt, seis imágenes con sus títulos y un botón que pone “Ver” que se deberá pulsar para que el usuario pueda ver la serie desde la misma web. En la parte inferior de la página hay un botón de enlace a la temporada 2.



Figura 2.19. Diseño subpágina “Temporada 1”

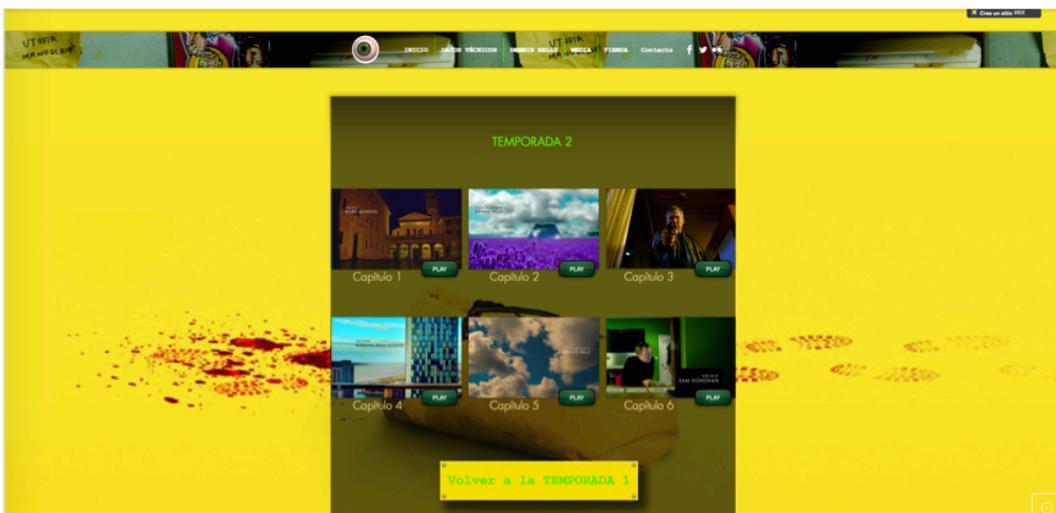


Figura 2.20. Diseño subpágina “Temporada 2”

En la opción de la Banda sonora encontramos un reproductor de *SoundCloud* con los audios de la serie Utopía y debajo de éste un botón con el texto “Cristóbal Tapia de Veer”, el cual al pulsarse nos redirige a una página con una breve biografía del productor musical.

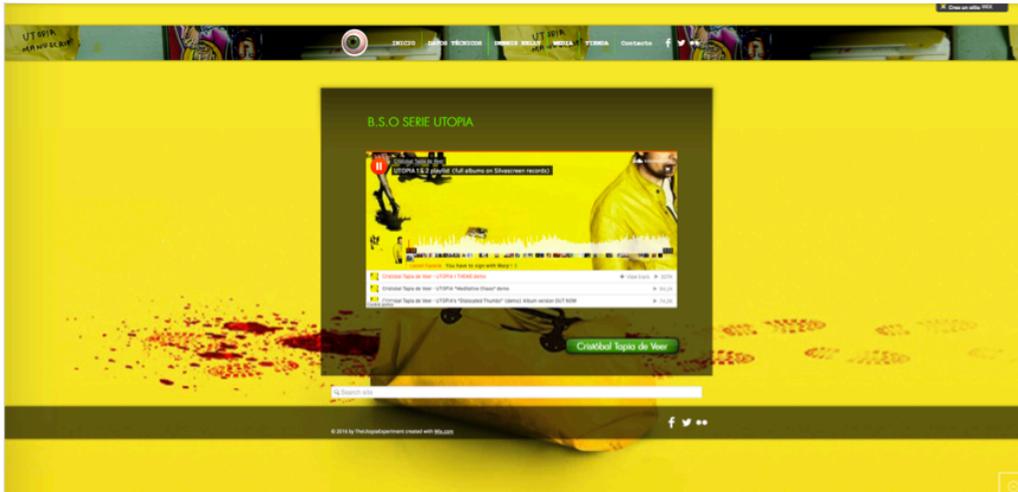


Figura 2.21. Diseño subpágina “Banda sonora”

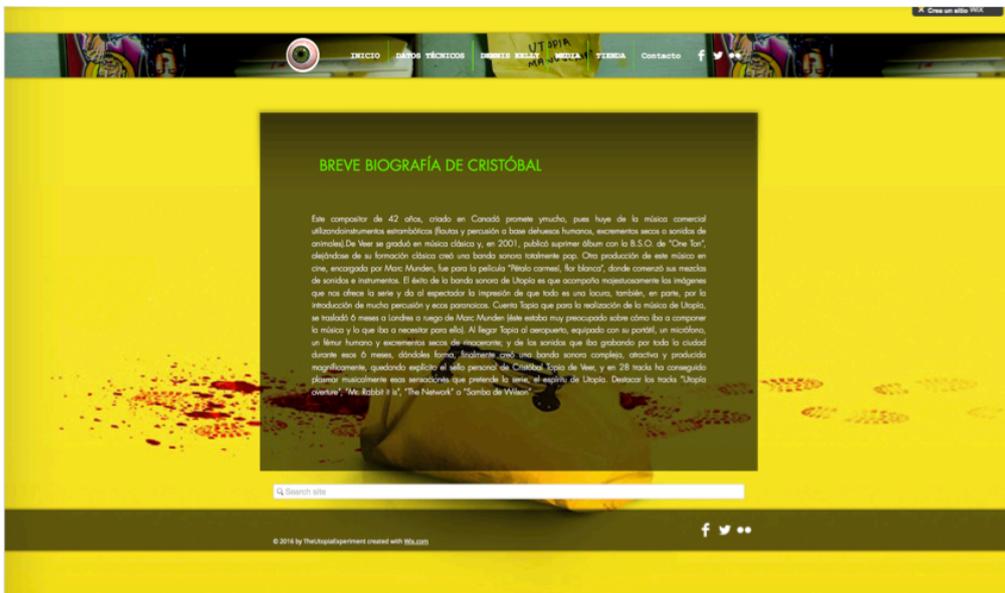


Figura 2.21. Diseño subpágina “Cristóbal Tapia de Veer”



Figura 2.21. Diseño página “Tienda”

El *merchandising* es muy importante en un producto de estas características, pues es una forma muy eficaz de mantener al interesado público que ya tenemos y al mismo tiempo nos da la posibilidad de ganar más adeptos. Por ello hemos querido incluir una tienda en la misma web para tenerlo todo al alcance.

SEGUNDA PARTE:

La última página es la de contacto, en la cual hemos incluido una solicitud de suscripción. A todos aquéllos que se suscriban a la web les llegará un mail de bienvenida y agradecimiento.

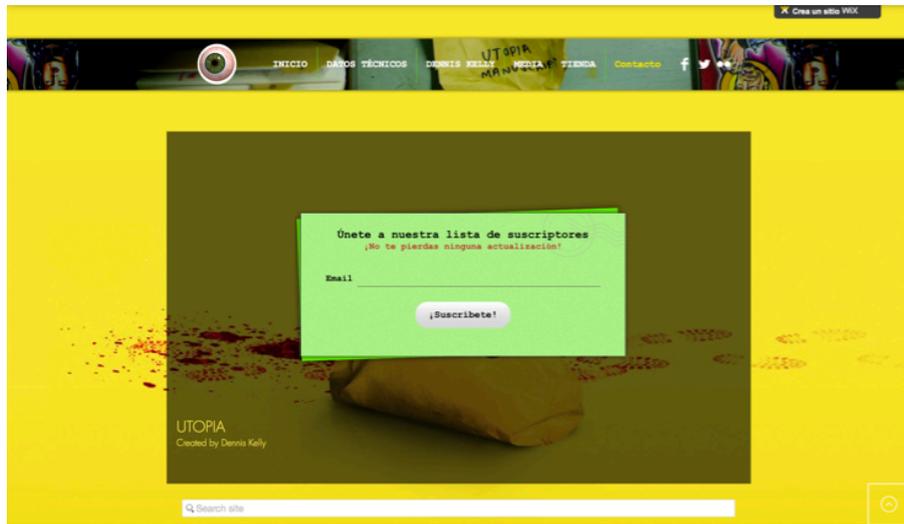


Figura 2.22. Diseño página "Contacto"

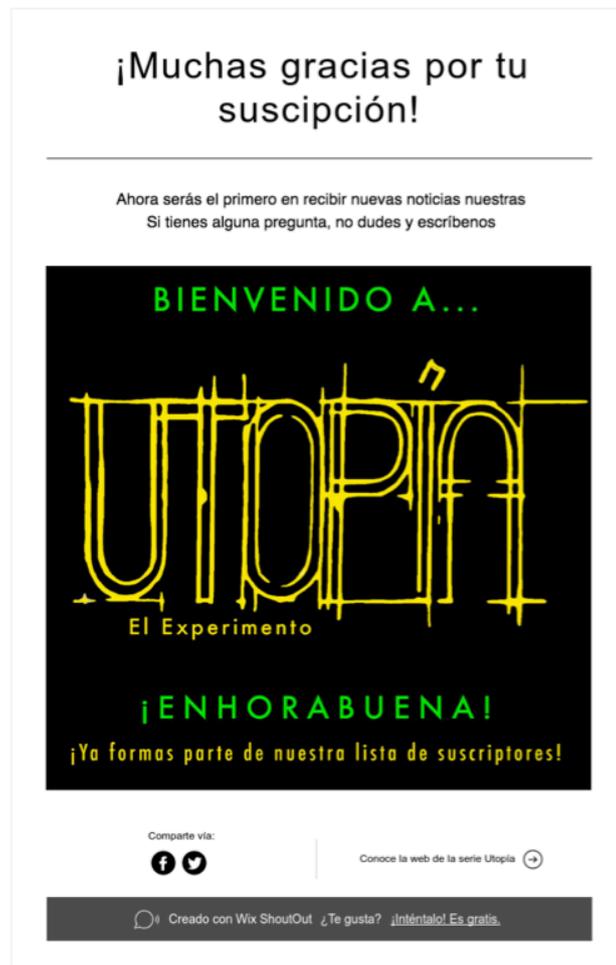


Figura 2.23. Diseño mail bienvenida a suscriptores

17.1.3. LOGOTIPO:

El logotipo es un símbolo que puede contener imágenes, letras o ambas, que distingue una marca de otra. Es un “resumen visual” de la marca, servicio o producto que se utiliza para identificarlos en un mercado donde la extensa demanda hace que las marcas se tengan que diferenciar.



Figura 2.24. Logo

El logo que hemos elegido para publicitar esta serie es un ojo. Hemos elegido un ojo porque es un momento muy significativo de la serie, no de forma directa, pero si de forma indirecta. Wilson, uno de los personajes, es torturado por un asesino sociópata que domina la técnica de la tortura, eligiendo en el caso de Wilson los ojos. Tras frotarle en los ojos arena, sal y guindillas, le saca uno de ellos con una cuchara dejando al personaje sin ese ojo. Durante toda la serie Wilson aparece con el ojo cubierto a modo de pirata, y hemos pensado que “el famoso ojo de Wilson” debía ser el logo para dar a conocer la serie en España.

17.1.4. TIPOGRAFÍAS:

Futura PT Light 123 abcefgjop
 Futura PT Light Italic 123 abce
 Futura PT Book 123 abcefgjo
 Futura PT Book Italic 123 abc
 Futura PT Medium 123 abce

Figura 2.25. Tipografía Futura

Para no confundir al público y no perder la imagen que se ha creado alrededor de esta marca, la tipografía principal tanto en la página web como en la cartelería ha sido esta. Hemos querido introducir la tipografía *Courier Sans* para darle un toque de dinamismo y no caer en el aburrimiento que provoca usar una sola tipografía. Aún así, será la tipografía predominante en esta campaña.

La tipografía que se utiliza en la cabecilla de la serie es la “Futura”. Es una tipografía de la familia *Sans Serif* diseñada por Paul Renner en 1972, que está diseñada con formas geométricas sencillas y aporta una legibilidad limpia y clara con mucha elegancia.

Courier New, *Courier New*,
Courier New,

Normal: abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789
 Italic: abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789
 Bold: abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789

Figura 2.26. Tipografía Courier New

17.1.5. PROMOCIÓN DE LA PÁGINA WEB:

Una página web necesita promocionarse, al igual que cualquier otro producto tangible o no tangible, pues por muy bien que hayamos hecho el trabajo de diseño y creación, si la audiencia no sabe que existe, es que no existe. Por ello es necesario dedicar unas líneas a las formas de promoción más adecuadas para que nuestro producto llegue a nuestro público objetivo. Internet se ha convertido en un espacio multifuncional, de bajo coste y máximo alcance en el que poder compartir cualquier tipo de contenido, en tiempo récord y con un alcance mundial. Blogs de moda, periódicos online, tiendas online, de todo tipo; entretenimiento, publicidad, informativos, tutoriales, bromas, descargas, de todo tipo también; y un sinfín de posibilidades al alcance de un teclado y un ratón. Por lo tanto es muy importante saber explotar todas las posibilidades que se nos ofrecen.

17.2. REDES SOCIALES:

En este caso hemos elegido la red social Facebook, pues nos da la posibilidad de compartir material de una forma muy ordenada y accesible, aparte de ser un vínculo entre la audiencia y nuestra serie, dando la posibilidad de hacerles partícipes de las más disparatadas teorías conspiratorias.

El aspecto de la página sería el siguiente:



Figura 2.27. Aspecto Facebook Utopía España

17.3. PUBLICIDAD EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS (Tiendas de cómics, de videojuegos, cyber cafés...)

La promoción en establecimientos especializados como puedan ser tiendas de cómics o de videojuegos acercarán la serie más fácilmente al público *friki*, que en la historia que cuenta "Utopía" juegan un papel muy importante, por lo que al verse en cierta medida reflejados en sus personajes, éste público puede ser susceptible a verla y seguirla.

Los centros comerciales alojan una cantidad de personas muy grande durante todo el día, por lo que sería un punto clave para dar a conocer la serie de forma masiva y rápidamente.

17.4. CARTELERÍA:

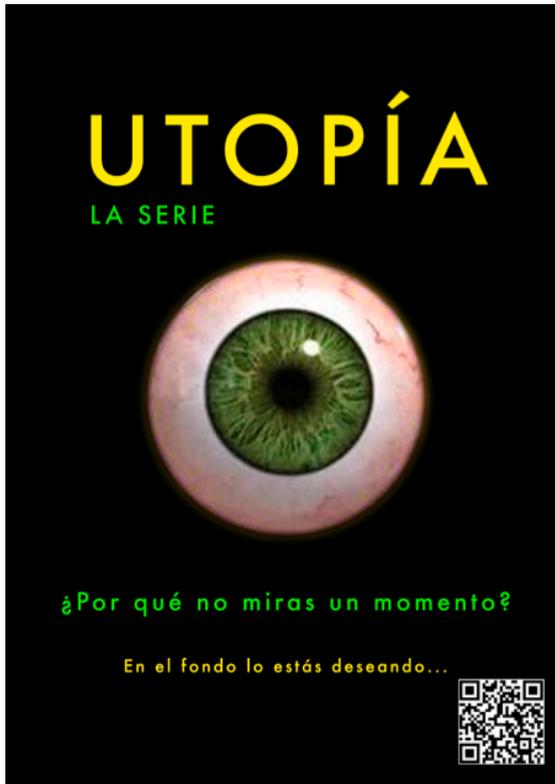


Figura 2.28. Cartel 1



Figura 2.28. Cartel 2

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES:

En los tiempos que vivimos es complicado hacer que una serie de televisión triunfe y sea conocida si no se realiza la campaña de promoción correspondiente. Ya vimos como los *zombies* de “The walking dead” inundaron las calles de Barcelona o el entramado publicitario alrededor de la serie “Breaking bad”. Son buenas producciones que se han hecho llegar a la audiencia a través de sus anuncios en televisión, sus acciones de *streetmarketing*, sus carteles, o a través de internet. Al contrario que estas producciones, la serie “Utopía”, a pesar de ser una buena producción en todos los niveles, digna de ser conocida por una audiencia más amplia, no ha tenido esa publicidad que han tenido otras series, por lo que su alcance no ha sido muy extenso.

Fue a raíz de ver esta serie y comprobar que nadie de mi alrededor la conocía, a pesar de ser un target ideal para la serie, cuando me propuse darla a conocer en nuestro país, España, y hacérsela llegar a un número más amplio de personas, y que ocasión más acertada de hacerlo en mi propio proyecto de final de carrera.

El trabajo de investigación e interpretación de los datos ha sido muy laborioso, pero ha valido la pena, pues al finalizar este proyecto siento que todas esas ideas que tenía sobre la serie no han caído en saco roto, pudiendo plasmarlas en una campaña para dar a conocer esta serie en España.

Este proyecto no es un proyecto al uso, pues tanto la parte teórica, en la que he desgranado la serie, como la parte práctica, en la que he utilizado esa información de la primera parte con el objetivo de darle una solución publicitaria, han sido igual de importantes, pues no se podría haber plasmado la esencia de esta serie sin conocer todo lo que la envuelve, que no es poco.

Me ha producido mucha satisfacción realizar este proyecto, pues me ha dado la posibilidad de introducirme en temas como la teoría de la conspiración, el género distópico, el mundo de la corrupción y de las nuevas tecnologías de una forma mucho más amplia, aportándome conocimientos que a partir de ahora, ya forman parte de mí, y poniendo en práctica las competencias de este grado en un tema que me apasiona.

BIBLIOGRAFÍA

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS:

- Fernández, M.A. (2007) Tecnología y ciencia ficción. *Revista digital universitaria*. 2 (8). Recuperado de : http://www.revista.unam.mx/vol.8/num9/art68/sep_art68.pdf
- Field, S. (1996) *El manual del guionista*. España: Plot Ediciones.
- González, H. (2004) *Filosofía de la conspiración*. Marxistas, peronistas y carbonarios. Buenos Aires: Colihue.
- Hernández, V. Hermida, A. (2016). Más allá de la distopía tecnológica: videovigilancia y activismo en Black mirror y Mr. Robot. *Index comunicación*. 6 (2), 53-65. Recuperado de: <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/256/201>
- Kotler, P. Armstrong, G. (2001) *Marketing. Octava edición adaptado a Latinoamérica*. Méjico: Pearson educación.
- Maniega, D. (2006). Criterios de usabilidad en sitios web: consejos y pautas para una interpretación correcta del observatorio. *e-LIS. E-prints in library & information science*. 1(10) Recuperado de: http://eprints.rclis.org/8476/1/criterios_usabilidad_dmaniega.pdf
- Pantoja, A. (2012) Recordando el futuro. La construcción de imaginarios sobre el futuro en la ficción. *Revista Comunicación*. 10 (1) 787 – 796. Recuperado de: http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n10/mesa4/062.Recordando_el_futuro.La_construccion_de_imaginarios_sobre_el_futuro_en_la_ficcion_cinematografica.pdf

WEBGRAFÍA CONSULTADA:

- 9 criterios para definir la esencia de una marca. (s.f.). (29 de noviembre de 2012). *Marketingdirecto.com*. Recuperado de: <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/checklists/9-criterios-para-definir-la-esencia-de-una-marca/>
- After the end (s.f.) En *Obreron Books*. Recuperado de: <http://oberonbooks.com/after-the-end>
- Arnold, B. (12 de enero de 2013). Utopia: inside Channel 4's new unsettling thriller. *The Guardian*. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2013/jan/12/utopia-dennis-kelly>
- Billington, M. (18 de marzo de 2010). The gods weep. *The Guardian*. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/stage/2010/mar/18/the-gods-weep-review>
- Black sea film (s.f.) En *Wikipedia. The free encyclopedia*. Recuperado de: [https://en.wikipedia.org/wiki/Black_Sea_\(film\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Black_Sea_(film))
- Costa, M. (10 de septiembre de 2013) Dennis Kelly: I thought that drinking was all I had to offer. *The Guardian*. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/stage/2013/sep/10/dennis-kelly-gorge-mastromas-interview>
- Dent, G. (25 de enero de 2013). Grace den ton TV: Utopia. *Independent*. Recuperado de: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/features/grace-dent-on-tv-utopia-8465913.html>
- Dowell, B. (13 de julio de 2014) Channel 4 Under fire over deception of real politicians death in its drama Utopia. *Radiotimes*. Recuperado de:

<http://www.radiotimes.com/news/2014-07-13/channel-4-under-fire-over-depiction-of-real-politicians-death-in-its-drama-utopia>

- El significado de los colores y la psicología del color. (s.f.). En *Publicidadpixel.com*. Recuperado de: <http://www.publicidadpixel.com/significado-de-los-colores/#>
- Enoc, N. (30 de enero de 2013) A Outrage as Channel 4 drama Utopia features gun massacre in primary school barely a month after Sandy Hook tragedy. *Mail online news*. Recuperado de: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2270541/Utopia-Outrage-Channel-4-drama-features-gun-massacre-primary-school-barely-month-Sandy-Hook-tragedy.html>
- Fernanda (21 de agosto de 2010). El simbolismo de los colores. *Alcione. En el camino de la evolución*. Recuperado de: <http://alcione.cl/el-simbolismo-de-los-colores/>
- Fernández, A. (8 de agosto de 2010). Los formatos de la ficción en la TV. *El Mundo*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/elmundo/2010/08/07/television/1281197592.html>
- Galdón, A. (2011) Aparición y desarrollo del género distópico en la literatura inglesa: análisis de las principales antiutopías. *Prometeica: revista de filosofía y ciencias*. Recuperado de: <http://www.prometeica.com/ojs/index.php/prometeica/article/view/49/49>
- Gananci, A. (10 de marzo de 2015). Así aumentarás tus ventas con la política de devoluciones. *Gananci.com*. Recuperado de: <http://gananci.com/con-esta-politica-de-devoluciones-aumentaran-tus-ventas/>
- Gardner, L. (14 de febrero de 2012). D.N.A review. *The Guardian* Recuperado de: <https://www.theguardian.com/stage/2012/feb/14/dna-review>
- Gardner, L. (4 de mayo de 2015). Our teacher's a troll review gleefully nasty kid's tale of triumph over adversity. *The Guardian*. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/stage/2015/may/04/teachers-a-troll-review>
- Guerra mundial Z película. (s.f.). En *Wikipedia. La enciclopedia libre*. Recuperado de: [https://es.wikipedia.org/wiki/Guerra_mundial_Z_\(pel%C3%ADcula\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Guerra_mundial_Z_(pel%C3%ADcula))
- Gilbert, G. (13 de septiembre de 2013). Utopia: they're coming to get you. *Independent*. Recuperado de: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/features/utopia-theyre-coming-to-get-you-8451368.html>
- Lagoa, M. (8 de noviembre de 2010), La pasión por las series se alimenta en internet. *El País*. Recuperado de: http://elpais.com/elpais/2010/11/08/actualidad/1289202529_850215.html
- Lee-Porter, A. (12 de julio de 2014). Fury over Channel 4 insult to MP killed by the IRA: family of Cololitz escapee and war hero Airey Neave demand TV series is axed. *MailOnline*. Recuperado de: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2690039/Fury-Channel-4-insult-MP-killed-IRA-Family-war-hero-Airey-Neave-demand-TV-series-axed.html>
- Madinabeitia, M. (20 de mayo de 2015). Utopía: la serie que haría Trantino. *El diario vasco*. Recuperado de: <http://blogs.diariovasco.com/series-gourmets/2013/05/20/utopia-la-serie-que-haria-tarantino/>
- Manuls (4 de julio de 2014). Canal + series estrena la segunda temporada de Utopía en versión original con doble episodio. *Vaya tele*. Recuperado de: <http://www.vayatele.com/ficcion-internacional/canal-series-estrena-la-segunda-temporada-de-utopia-en-version-original-con-doble-episodio>
- Miguel, J. (14 de marzo de 2015). Introducción a la teoría del color. *Cevagraf sccl*. Recuperado de: <http://www.cevagraf.coop/posts/introduccion-a-la-teoria-del-color/>
- Monahan, M. (15 de enero de 2013). Utopia, Channel 4, review. *The Telegraph*. Recuperado de: <http://www.telegraph.co.uk/culture/tvandradio/tv-and-radio-reviews/9802891/Utopia-Channel-4-review.html>

- Murder at Globbler's Wood by Robin French, Dennis Kelly & Enda Walsh (2007). *Paines Plough*. Recuperado de: <http://www.painesplough.com/past-productions/2007/murder-at-gobblers-wood>
- Orphans (Dennis Kelly play) (s.f.). En *Wikipedia. The free encyclopedia*. Recuperado de: [https://en.wikipedia.org/wiki/Orphans_\(Dennis_Kelly_play\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Orphans_(Dennis_Kelly_play))
- Our teacher's a troll (s.f.) En *National Theatre of Scotland. Ten dramatic years*. Recuperado de: https://www.nationaltheatrescotland.com/content/default.asp?page=home_OurTeachersATroll
- Parra.R. (13 de octubre de 2014). Utopia has been cancelled but it's bold legacy will live on. *The Guardian*. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/tvandradioblog/2014/oct/13/utopia-cancelled-david-fincher-hbo-remake>
- Pérez, J. Gardey, A. (2012). Definición de marketing. *Definición.de*. Recuperado de: <http://definicion.de/marketing/>
- Solis, B. (20 de julio de 2011). El futuro de las marcas se define a través de experiencias compartidas. *Marketingdirecto.com*. Recuperado de: <http://www.marketingdirecto.com/marketing-general/eventos-y-formacion/brian-solis-el-futuro-de-las-marcas-se-define-a-traves-de-experiencias-compartidas/>
- Tips para redactar nuestra política de devoluciones y reembolsos. (s.f.). En *Mundo negocios*. Recuperado de: <http://mundonegocios.net/tips-para-redactar-nuestra-politica-de-devolucion-y-reembolsos/>
- Utopia UK TV series. (s.f.) En *Wikipedia. The free encyclopedia*. Recuperado de: [https://en.wikipedia.org/wiki/Utopia_\(UK_TV_series\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Utopia_(UK_TV_series))
- Wollaston, S. (16 de enero de 2013). T.V review: Utopia. The Sarah Millican Television Programme. *The Guardian*. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2013/jan/16/tv-review-utopia-sarah-millican>

