



Un passeig pels oficis: un projecte audiovisual amb vocació de servei

Alumne: Carles Farràs Grup:15

Tutor: Jordi Casademont





AGRAÏMENTS

Per tots els coneixements tant tècnics com periodístics que m'han donat, estic molt agraït als tres professionals del sector audiovisual. Sense ells no hagués estat possible el procés d'aprenentatge que he viscut.

Pel que fa a la prova pilot també agraeixo la col·laboració dels meus companys de curs en les tasques de gravació. I en aquest apartat també faig un agraïment al dissenyador gràfic especialitzat en mitjans audiovisuals, Jordi M. Villares.

També voldria donar les gràcies al suport rebut d'Anna Climent i del departament de Recursos Humans de Massimo Dutti (Tordera). Des d'aquestes dues aportacions he pogut conèixer de primera ma el sector de la indústria tèxtil i la seva transformació, així com entendre els reptes professionals actuals que es té en l'àmbit de la formació.

Una especial atenció tinc cap al meu avi, Pere Martínez Godina, no només per la seva presència com testimoni que ens introdueix en un ofici com el de patronista en el marc d'una multinacional, sinó sobretot pel suport que m'ha permès apropar-me als seus companys de professió i respectius llocs de treball per tal que compreguem millor l'ofici que ha exercit durant més de 40 anys. Compartir aquesta experiència amb el meu avi ha estat una lliçó de vida.

No voldria deixar aquest apartat sense mencionar l'acompanyament rebut del meu tutor de TR Jordi Casademont. Les seves aportacions i consells, tant pedagògiques com pròpies del sector audiovisual, m'han donat la seguretat necessària per fer una proposta de treball de recerca diferent i més atractiva a la què m'havia preestablert en un inici.

Totes les persones que han participat i m'han ajudat a millorar aquest treball de recerca que presento tenen un denominador comú. Totes transpiren passió per l'ofici en el qual treballen. Les seves explicacions m'eren comunicades no només amb la intenció de què entengués uns coneixements, sinó que ho feien de manera que volien que compartís l'emoció amb què vivien la seva feina.

He entès millor un fet: qui exerceix una professió amb ganes, fan de la seva feina una vocació.

A tothom moltes gràcies.



ÍNDEX

AGRAÏMENTS.....	1
ÍNDEX.....	2
A. INTRODUCCIÓ.....	3
1. Preguntes inicials.....	3
1.1. De què es tracta?.....	3
1.2. Per què cal fer-ho? Per quina raó cal fer-ho? Quins seran els beneficis?.....	3
1.3. Per a qui va destinat producte audiovisual?	5
1.4. Com es fa? De quina manera es fa?	5
2. Tipus de projecte	6
3. Motivació.....	7
B. MARC TEÒRIC	8
C. REALITZACIÓ DEL PROCÉS (Part pràctica).....	8
4. Projecte Inicial	8
4.1. <i>Fitxa Tècnica Inicial (Hipòtesi proposada als assessors)</i>	9
4.2. <i>Preguntes essencials que ha de contenir el Guió (Inicial)</i>	12
5. Idees claus extretes de les entrevistes a professionals del sector audiovisual.....	12
<i>Entrevista a JOAN GONZÀLEZ</i>	13
<i>Entrevista a TONI GASSÓ</i>	14
<i>Entrevista a DIANA DOMÍNGUEZ</i>	17
6. Fitxa Tècnica Final de la prova pilot + Prova Pilot: Final del trajecte	19
6.1. <i>Fitxa Tècnica Final</i>	19
6.2. <i>Preguntes essencials que ha de contenir el Guió</i>	22
D. CONCLUSIONS	23
E. FONTS D'INFORMACIÓ	23
7. Visites.....	23
8. Documents Audiovisual	24
9. Bibliografia.....	24
10. Annex.....	25



A. INTRODUCCIÓ

1. Preguntes inicials

1.1. De què es tracta?

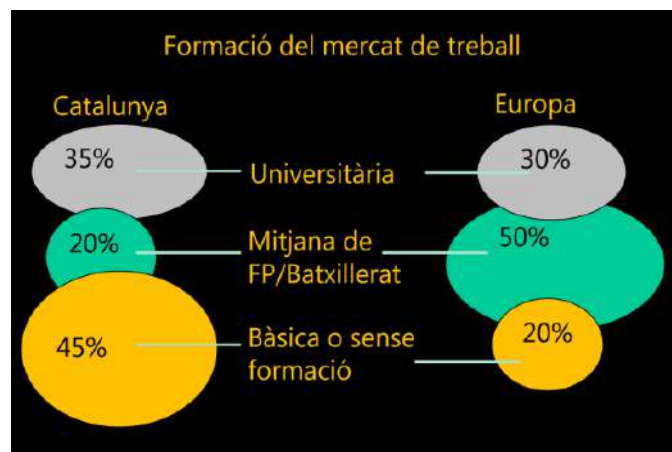
Es tracta de crear un **producte audiovisual** que doni a conèixer als joves les oportunitats que ofereixen els cicles formatius.

1.2. Per què cal fer-ho? Per quina raó cal fer-ho? Quins seran els beneficis?

L'elevat atur a Catalunya, i molt especialment accentuat entre els **joves**, demostren que la formació que han rebut o els han ofert **no els ha servit** per estar inserits laboralment.

Per altra banda, des del mercat laboral s'exigeix que el **sistema educatiu doni resposta a les necessitats de certs tipus de professionals**. L'amenaça és perdre competitivitat en un mercat globalitzat per culpa d'una mà d'obra poc especialitzada o formada en excés en temes que no calen.

Alhora, s'observa que en països més competitius del nostre entorn orienten el seu sistema educatiu a fer prevaldre el fet que la formació s'adapti millor a les necessitats dels empresaris. Així doncs, mentre que a Europa el 50% dels llocs de treball estan ocupats per Tècnics Mitjans (Batxillers/Cicles Formatius) a Catalunya només representen el 20%.



Dades extretes de la reunió de pares de l'Escola Súnion amb la finalitat d'explicar l'encaix Mercat laboral - Formació. Oct. 2016.

Però, quan sembla que la clau de tot plegat implica modificar el sistema educatiu, i més especialment l'etapa que afecta la formació professional, **observem que justament és la**



formació professional una de les etapes del sistema educatiu que més i millor s'han adaptat a les exigències dels nous temps.

És aquí on és pertinent preguntar-se: **Quin és el factor que fa que l'encaix entre el món empresarial i la formació professional no hagi tocat l'èxit?** Tothom està fent els deures?

Aparentment sembla que sí per part dels responsables del sistema de formació professional, tal com ho demostren fets com la ràpida expansió que ha tingut el model de formació dual (formació tècnica dins de les empreses), o com es demostra també amb el reclam creixent de professionals que experimenten els centres de formació d'estudis professionals per part de les empreses. Per tot plegat podem dir que les noves ofertes de formació de professionals sí que s'adapten a les exigències del mercat, però en canvi no són suficients els joves que escullen aquest tipus de formació.

La meva tesi és que la principal perjudicat d'aquesta realitat no li ha arribat els recursos formatius disponibles. Els joves que estem en període de decidir a què volem dedicar-nos professionalment, **no estem sent informats adequadament de les oportunitats que ens ofereix un sistema de formació professional** que presenta un menú molt ampli i que permet seguir creixent fins a arribar a la pròpia Universitat, si cal.

És aquí on es justifica el producte audiovisual que proposo com eina d'informació per als joves. Hi ha multitud de professions actives en contínua expansió i desenvolupament que no són coneguts pels joves i que tenen molta demanda per part de les empreses dels respectius sectors.

Com ja s'explicarà més endavant aquest "passeig pels oficis" haurà de ser capaç d'arribar pels canals de comunicació més identificats amb l'estil de consumir informació dels joves actuals, però el repte passa per fer d'aquesta informació **un coneixement útil en el moment d'escollir itineraris adequats per a cada jove.** És aquest pas de fer evolucionar la informació cap al coneixement complet de què comporta un potencial ofici, on el testimoni directe de professionals en actiu és clau per transmetre veracitat del missatge.



1.3. Per a qui va destinat producte audiovisual?

El destinatari final és el **jove** en etapa de decidir el seu futur professional. Però cal destacar la importància dels **professionals de l'educació** en tant que destinataris. Són els professors i tutors d'ESO i Batxiller que estan en contacte directe amb els joves, qui millor recomanaran el visionat d'aquests reportatges, **tenint en compte els interessos, capacitats i habilitats de cada jove**.

També són destinataris indirectes, però fonamentals **els pares/tutors**. Cal intentar normalitzar i prestigiar aquest tipus d'estudis entre les famílies i la societat en general. Aquest producte audiovisual ajudarà a explicar que el sistema de formació professional s'ha adaptat a les exigències del sistema laboral actual i, per tant, són una oportunitat pel jove de trobar un treball estable i que s'adapti als seus interessos, habilitats i capacitats.

1.4. Com es fa? De quina manera es fa?

El que he fet és portar a terme el projecte plantejat en format audiovisual, però en comptes de fer la peça sencera, **he presentat la idea tal com es fa en el món audiovisual** (format text i una prova pilot /mostra de vídeo).

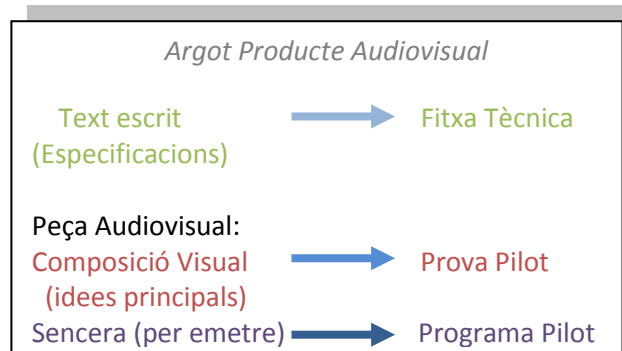
En el sector de la indústria audiovisual els professionals acompanyen el **text escrit (fitxa tècnica) amb una peça visual (prova pilot) que desenvolupa el text**. Seria l'equivalent a un tràiler d'una pel·lícula, o un brífing d'un anunci.

Aquesta manera de presentar el projecte és la que utilitza el món professional per vendre-ho a: productores, televisions i institucions, que seran les encarregades de posar-hi els diners i els recursos per impulsar la totalitat del projecte inicial. Si hi ha acord comercial, és quan el contracte o compra s'estén al total de programes o sèrie.

En coordinació amb el tutor, **s'ha plantejat el tribunal de la presentació oral com potencials compradors interessats en el projecte**. Durant la defensa oral he d'intentar seduir i convèncer perquè apostin pel projecte pilot exposat. Simularé ser un productor executiu en una reunió de caràcter comercial.



La primera opció que tenia pensada era fer tan sols la part escrita, però el tutor em va fer veure que el fet de viure en primera persona el procés aportava un valor afegit al treball, que a més anava amb concordança amb les meves ganes.



2. Tipus de projecte

En tant que és un projecte que intenta tenir com a finalitat ser una eina útil informativa per la comunitat educativa (alumnes-formadors-pares/tutors) pertany al tipus de projectes propi de l'àmbit de les ciències socials. Com es podrà constatar, el projecte es basa **en una primera part en l'observació (de necessitats) i el treball de camp (testimonis personals)**.

Així doncs, en aquesta part, les fonts d'informació per la recerca són bàsicament **entrevistes, observacions directes de la realitat** i estudi **comparatiu** de projectes audiovisuals similars, en tant que són programes audiovisuals existents que intenten donar també "resposta de servei" a necessitats diagnosticades.

El treball de recerca presenta en la segona part o part pràctica una proposta concreta que pretén donar un recurs útil a les "necessitats" diagnosticades. Es desenvolupa els continguts i la realització d'una prova pilot.

És en aquesta etapa del projecte, més de caràcter pràctic, on es podria parlar d'un tipus de treball de recerca amb una vessant més creativa, en tant que "crea" un producte audiovisual (prova pilot).

Producte audiovisual que intentarà demostrar, des de l'execució concreta, la seva utilitat com eina informativa pels joves. És en aquesta etapa més operativa o d'execució **on es relataran tots els**



elements que exigeix tota producció audiovisual més enllà de pla teòric, i tenint en compte les **aportacions dels professionals** en actiu que han treballat sobre la idea inicial (Fitxa Tècnica Inicial) proposada per mi mateix. Per tant, **l'elaboració del propi producte audiovisual és fruit i resultat d'un primer esbós de projecte (FTI) que ha estat modelat per les entrevistes mantingudes amb 3 professionals en actiu.**

Com podreu observar, les entrevistes han girat al voltant de la FTI lliurada amb antelació, el que ha permès poder fer sessions de treball molt productives i útils pel que acabaria sent el producte final (Fitxa Tècnica Final + Prova Pilot). Les aportacions han estat tingudes en compte, tant pel que fa als continguts, com pel que fa a elements tècnics.

3. Motivació

L'elecció del tema i com elaborar aquest treball de recerca (TR) ve motivat per dos factors. Primer, el món audiovisual sempre ha estat del meu interès, i més concretament, la meva curiositat es centra en els oficis que no estan davant de la càmera sinó que són fonamentalment tècnics (tècnic de so, d'imatge, realització...).

El segon factor "motor" d'aquest TR té a veure amb el moment vital que estic experimentant com jove estudiant. M'estic referint al moment transcendent que significa prendre decisions que estan directament relacionades amb el futur professional. Aquesta situació personal és compartida amb la immensa majoria de companys de curs.

La manera com he plantejat el marc teòric i la posterior part pràctica, m'ha permès fer d'aquest TR una aproximació, en forma de "banc de proves", als oficis que pertanyen al sector professional que em voldria dedicar. Ha estat una molt bona experiència.

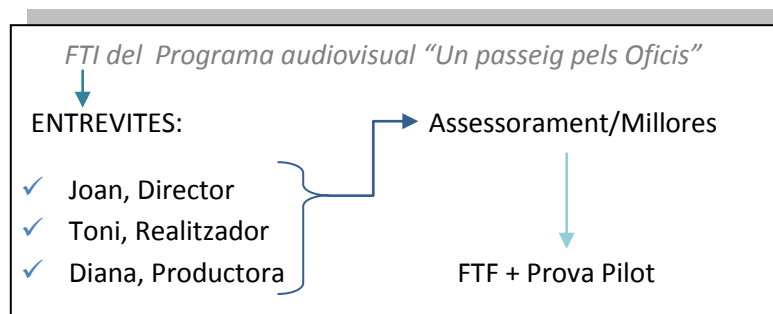
Resulta de l'acompanyament rebut del meu tutor, acordarem que seria interessant que intentéssim desenvolupar els continguts del mateix TR per mitjà la realització i producció d'un recurs audiovisual concret (prova pilot), i que posteriorment fos presentat en la defensa oral del TR davant del tribunal avaluador.



B. MARC TEÒRIC

El marc teòric es basa en el procés d'elaboració d'una fitxa tècnica inicial (FTI) d'un projecte audiovisual que ve justificat pel que ha estat explicat anteriorment en el Bloc A. Aquesta primera FTI experimentarà un procés de canvi i millores derivat de les aportacions dels professionals (3) en actiu.

Les aportacions d'aquests professionals del món audiovisual i de la comunicació han significat una aproximació del projecte al mercat audiovisual real. Aquest procés de millora es concreta en la fitxa tècnica final (FTF) i en la prova pilot del mateix programa.



C. REALITZACIÓ DEL PROCÉS (Part pràctica)

4. Projecte Inicial

El projecte inicial és bàsicament la fitxa tècnica inicial (FTI) en què es fonamenta tot programa audiovisual. Es podria dir que la FTI equival a la fase 0 o gènesis de tot programa audiovisual. És la forma tècnica del sector audiovisual per sintetitzar una primera idea o projecte en termes de contingut audiovisual.

Així doncs, aquí us mostro la idea inicial prèvia a fer les entrevistes amb els professionals. En aquesta part del treball us exposo com presentava una primera idea de projecte audiovisual als experts. Des d'aquí i després de l'anàlisi dels coneixements adquirits, refaig la fitxa tècnica convertint-la en la Fitxa Tècnica Final (FTF).



Espero que sigui del vostre interès fer el **recorregut entre un projecte basat en les propostes** d'un noi que té poca experiència en el sector, **i com aquestes van variant per mitjà de l'assessorament d'experts fins a agafar la forma definitiva com producte final (FTF + prova pilot).**

4.1. Fitxa Tècnica Inicial (Hipòtesi proposada als assessors)

4.1.1. Stotyline:

El projecte consisteix a intentar apropar als joves de Súnió a tots els sectors laborals, per tal d'orientar-los el futur laboral. Sorgeix de la falta d'informació i desorientació de molts joves a l'hora de decidir sobre un tema tan important i que determinarà la seva vida.

4.1.2. A quin target va dirigit?

Als adolescents/joves perquè d'aquesta manera s'orientin cap al seu futur professional.

4.1.3. Objectius del programa:

L'objectiu del programa és el d'apropar cadascun dels sectors laborals. En el transcurs de cada programa, l'espectador entendre les particularitats de l'ofici.

4.1.4. Desenvolupament de continguts:

Un professional consagrat en algun dels oficis, un professional emergent i un alumne (o acabat de titular/da) comparteixen experiències, ambicions, somnis i crítiques. En el transcurs d'aquest debat l'espectador coneixerà l'ofici des de diferents perspectives, les seves metodologies de treball i tindrà l'oportunitat de saber com exercir com a professional per via de la formació professional que ofereixen els cicles formatius.

Els dos professionals, el consagrat i l'emergent, parlaran de la seva experiència, les dificultats i els reptes, les frustracions i els èxits. I a través del seguiment de la feina quotidiana veurem els processos de l'ofici en qüestió. L'alumne o recentment titulat exposarà la seva procedència



formativa i formularà les preguntes indicades en el guió, prèviament fet a partir dels seus dubtes i inquietuds. Per donar el màxim de normalitat i espontaneïtat possibles.

❖ *Estructura interna:*

El capítol començarà mentre es veuen imatges de com l'alumne va de la seva escola al lloc on es farà l'entrevista. Serà un lloc distès (com un cafè). Un cop allà es fa una petita presentació dels 2 professionals en qüestió mirant a càmera amb un objecte del seu ofici (veu en off els presenta de manera divertida).

❖ *Conducció:*

Com a nexa d'unió entre els joves (receptors) i els professionals (protagonistes) que aniran passant per a tots els programes hi haurà una persona que ja està llicenciada recentment en el sector o està acabant els seus estudis relacionats amb aquell món laboral.

Serà el propi alumne o acabat de titular/da de la professió en concret qui farà de conductor. Es pretén que els joves espectadors interessats en l'ofici s'identifiquin amb els presentadors/es. S'entén que l'edat similar serà un factor de sintonia entre conductor del programa i espectador destinatari (target).

Ha de ser una persona fresca i amb moltes ganes de començar allò que hi ha invertit tantes hores de formació. Aportarà molta curiositat per saber com funciona realment el món laboral, partint d'una formació especialitzada recent que facilitarà l'entesa amb els professionals.

Per tot plegat caldrà un procés de selecció exigent que assegurï que és la persona adequada. Recordar que aguantarà un pes important dins el programa.

Donada l'exigència que comporta el fet de posar-se davant de càmera per algú no acostumat, es requerirà un guió prèviament preparat, que no renunciï a l'espontaneïtat de tota persona que vol explicar amb passió la seva professió o futura professió. Aquest factor de naturalitat permetrà distanciar-se del que pot significar un periodista o comunicador estàndard o convencional.

❖ *Durada:*

La durada de cada capítol seria d'uns 20-25 minuts.



❖ *Àmbit geogràfic:*

L'àmbit serà autonòmic (emissió Catalunya) en tant que afecta la normativa d'ensenyament estatal.

4.1.5. Recursos Tècnics:

❖ *Tipus de format:*

Combinaria el format entrevista, on l'alumne fa preguntes a l'entrevistat (en aquest cas el professional), i moments en format documental on l'alumne veu l'ambient laboral explicat pels mateixos professionals.

L'alumne tindrà l'oportunitat de "posar-se en la pell del professional", si en alguna situació es creu oportú.

Al final del programa l'alumne farà una petita conclusió mirant a càmera explicant les impressions que ha tingut i destacant el què més l'ha sorprès positivament i negativament, si escau.

❖ *Equip:*

Director de programa, guionista, productor, realitzador, tres càmeres, un tècnic de so/il·luminació (directe), estilisme (vestuari, maquillatge, perruqueria), postproducció (edició), documentalista, locució (veu en of), grafisme, música original, assessorament lingüístic, i evidentment un productor executiu.

❖ *Estil estètic:*

Dues/tres càmeres dinàmiques, agafant diferents angles de l'entrevista. Dues càmeres estàtiques amb trípod hidràulic. Una càmera més petita (Go-Pro) que agafi tot el set de rodatge.

4.1.6. Condicions per l'emissió del programa:

El programa s'emetrà per internet, amb capítols d'uns 20-25 minuts. Per veure-la s'hauria d'entrar a la web de "TV Súnion", destinat als alumnes de l'escola.

4.1.7. Programes de referència:

- "Los oficios de la cultura" de la TVE, La 2



- "L'aprenent" de TV3
- "Sense Ficció" de TV3 dedicat a les professions (Pilots, Forenses i Jutges)
- I pel que fa especialment al dinamisme del programa: "GR" de TV3

4.2. *Preguntes essencials que ha de contenir el Guió (Inicial)*

- Què és el que més t'agrada de la teva feina?
- Quines són les qualitats humanes que es necessiten per realitzar-la?
- Quines són les capacitats o habilitats que consideres fonamental per fer aquesta professió? (saber treballar en equip, capacitat d'anàlisi...)
- Com és una jornada laboral, el dia a dia en el vostre ofici?
- Què és el que et va sorprendre més quan vas començar i que no es veu des de fora de la professió?
- En quina situació es troba ara la professió?
- Quin futur veus a la professió?
- T'agradaria que el teu fill/a fes un ofici com el teu?
- Que li recomanaries als joves que volguessin entrar en aquest món?

5. Idees claus extretes de les entrevistes a professionals del sector audiovisual.

Després d'un període llarg de cercar professionals que volguessin dedicar-me la seva atenció personal i experiència professional per un projecte com aquest, agraeixo profundament les aportacions i el temps dedicat de les persones que tinc el plaer de presentar-vos.

Les entrevistes complertes es disposen com a documents sonors. Donada la durada de més d'una hora en totes elles, passo a sintetitzar les idees que m'han estat clau per modificar la fitxa tècnica (FTI) que anteriorment us he presentat.



Entrevista a JOAN GONZÀLEZ

Dia 9 de juny del 2016

Director de documentals i a més és el propietari d'una important productora d'aquest mateix gènere del nostre país, *Paral·lel 40*. Ha produït més de 150 documentals, alguns d'ells han estat premiats a la Berlinale i seleccionats a festivals com IMPUT o Sundance.

Dirigeix el Festival Internacional DocsBarcelona, un referent en el sector que reuneix 600 professionals cada any.

Evidentment el format que més coneix són els documentals i habitualment té com interlocutors als responsables de televisions d'arreu del món.

Idees clau que influencien sobre la fitxa tècnica inicial presentada:

- "Si no saps fer el *storyline* vol dir que no saps resumir el què vols explicar. Si no saps el que vols tenim molt risc de fer res bé" (...) "El més important de fer un viatge és saber on vols anar... El transport, el pressupost, els acompanyants... És posterior i menys important".
- "És bo tenir present el *storyline* contínuament, com ara en el peu de tots els fulls que es presenten com fitxa tècnica...". "Una bona forma d'iniciar *storyline* és començar dient: *Aquesta és una història sobre...*".
- "Primer de tot has de concretar amb quines paraules defineixes el concepte de programa, si estem pensant en un programa pels joves, potser cal considerar que el mitjà més idoni és internet, i per tant que es pugui veure de manera àgil en mòbils i tauletes. Aleshores ja no li podem dir programa, sinó web – sèrie (...) Pensar en plataformes com You Tube o Vimeo".
- "Cal que el potencial comprador tingui el màxim d'informació concreta. Per exemple, la meva sèrie té ___episodis de ___minuts cadascun".



- “En el moment de fer la fitxa tècnica cal explicar des de la visió general que permeti comprendre la prova pilot que els mostris”.
- “Cal sempre pensar en la fase de comercialització, on hem d’especificar i puntualitzar perquè el comprador tingui el màxim d’informació. Aquí és fonamental tenir una fitxa tècnica el més completa possible”.
- “És imprescindible en la presentació d’un projecte audiovisual definir el nombre programes: Serà un programa únic o diversos programes?”.
- “El que millor s’adequa al teu projecte és una sèrie i no una peça única... Ara la pregunta és quants calen (4,6,13,52 capítols) i per què?”.
- M’explicava que cada cop el món de la televisió és més flexible. Històricament existia un nombre màgic: 13, ja que correspon a un trimestre, i pots cobrir així una temporada de tardor, hivern...

Entrevista a TONI GASSÓ

Dia 13 de juny del 2016

Dinamitzador cultural de l’Espai Jove Garcilaso (Ajuntament de Barcelona), si contacto amb ell, és perquè trobo a través d’internet un projecte que dirigeix semblant al meu. Projecte fet per joves que estudien el Cicle d’Imatge i So. Ells en tenir pocs recursos se les empesquen per fer les coses al màxim de bé, i ho aconsegueixen. M’ha donat molts coneixements tant tècnics com periodístics.

Algun dels seus tallers:

- **ConnectatsMagazine(2007-2009):**
Magazine televisiu d'emissió setmanal dirigit a joves mitjançant càpsules que combinen elements del magazine convencional, el documental de creació i la ficció. Es van produir 87 capítols setmanals de 25 minuts per la Xarxa de Televisions locals de Catalunya. (Productor, presentador, actor, sonidista).



- **HGBarribook(2009-2010):**

Connectar a joves amb el seu barri i establir vincles amb el mateix a través de tallers i activitats vinculades al vídeo, creació de guions, habilitats escèniques i les noves tecnologies. Es van produir peces audiovisuals que recreen històries juvenils en el districte d'Horta-Guinardó de Barcelona.

Idees clau que influencien sobre la fitxa tècnica inicial presentada:

- "L'equip que formen les persones que et ve a ajudar han de tenir clar el que vols, de manera que has de fer reunions prèvies, perquè sàpiguen quina és la filosofia del programa i quin tipus de plans vols".
- "Evidentment si és un format pels joves, ha d'anar a internet, per tant ens limita la durada i el contingut. Has d'intentar sintetitzar al màxim".
- "Les preguntes han de ser poques, essencials i concretes (...) Molt comprimit sense talls. Seria l'equivalent a la contraportada d'un llibre o als molinets de la televisió. Intentem enquir els temes que més els interessin als joves".
- "Les preguntes essencials que fem en peces similars són: Què li aconselles a un jove per fer la teva feina?, On vas estudiar?, Quines aptituds i qualitats ha de tenir? Sempre buscant aconseguir les dues realitat que et presenten els personatges en forma de contrapunt (anant a buscar les diferències). Has de mirar bé que un personatge no et mengi l'altre (història del teu avi és molt potent), un equilibri. També els minuts que li vola dedicar a cada pregunta. Segur que hauràs d'improvisar (problemes rodatge), però si ho fas sobre un guió molt ben preparat no deixaràs gaires coses a l'aire".
- En introduir la figura del conductor/a o presentador/a en Toni m'aconsella:
 - ✓ "Tenir un segon personatge comporta doble feina d'il·luminació, so... En definitiva una persona més a la que has de controlar. Has d'intentar simplificar al màxim i qüestionar-te si val la pena introduir un entrevistador".
 - ✓ "Has de tenir en compte si funcionarà com a periodista, si no et pot esgarrar l'entrevista".



Entre els recursos tècnics aportats per en Toni destaca:

- “T’aconsejo que les preguntes les facis amb rètols. Permet dividir l’entrevista en blocs” (...) “Has de tenir en compte que si la persona no sap entrevistar, tallarà tota l’estona al convidat. En una gravació sobretot l’entrevistador no pot tallar al protagonista. Ja que després si no és un problema a l’hora d’editar”.
- “El millor és fer una pregunta i que el protagonista tiri sense interrupcions. Només se l’ha de tallar si veus que se’n va del contingut que t’interessa. Constantment has de tenir en compte els problemes que et pugui presentar l’edició durant l’execució del programa”.
- “Has de fer que no es notin els talls alhora d’edició, et proposo dos recursos per dissimular-ho:
 - ✓ “Imatges recurs. Són aquelles que ajuden i donen suport a una idea, també poden ser gràfics. En el meu teu cas podrien ser imatges del teu avi i de l’estudiant en seva trajectòria en el món del patronatge.
També ho són aquelles que tens de situació, o de plans de més detall de la persona. D’aquestes últimes no n’has d’abusar, només quan són imprescindibles. Preval el contingut abans que l’estètica”.
 - ✓ “L’altre recurs que proposo és fer entrar una segona càmera, que ens aporta un llenguatge audiovisual més ric. Aquesta segona, ens pot donar un pla curt de cara (a gust del director), que ens aporta: proximitat, ritme”.
- “Davant la manca de recursos, per exemple nosaltres no tenim plató. El que fem és utilitzar un equipament de Sant Andreu on posem una tela negra il·luminem correctament on utilitzem dues càmeres com a recurs. Tendim a fer un pla curt per aconseguir proximitat al personatge. La segona càmera ens serveix per cobrir detalls i també perquè a escala d’imatge audiovisual és molt més atractiu que vagi canviant l’enquadrament. És un punt d’inflexió que dóna ritme dins del llenguatge audiovisual” (...) “Alhora ho acompanyem amb imatges recurs, ja que fem un dia de seguiment i demanem imatges dels seus inicis professionals (...) Són fotos que escanegem i les incorporem al reportatge”.



- “Fonamental és ubicar bé la càmera en relació al personatge. La il·luminació és també molt important tant la frontal com la de contres perquè no hi hagi ombres. L’entrevistador s’ha de col·locar just al costat de la càmera principal per així donar la sensació que l’entrevistat està mirant a càmera. Després hi ha el tema del so, si el micròfon no és bo, pots tenir molts problemes”.
- “Carles, pel que m’has explicat en la FTI, jo faria un pla mig, ja que a més t’assegures el tir, o sigui la distància. Cada càmera agafa un angle, a mi personalment m’agrada el pla curt de cara donar molta proximitat al personatge. També et serveixen com a línia de continuïtat, per no fer talls”.
- “Abans de fer l’entrevista ja has de tenir clar la durada que ha de tenir (minutatge), i el que vols sentir de l’entrevistat. A partir d’aquí formules les preguntes, on ja han d’anar encarades a buscar el resultat que vols”.

Entrevista a **DIANA DOMÍNGUEZ**

Dia 27 de juny del 2016

Productora de TV3 (Televisió Pública de Catalunya) des de fa més de vint-i-cinc anys amb un gran bagatge dins el món televisiu. Ha col·laborat en programes diversos, el que m’ha permès obtenir una visió ampla de la professió i molt especialment des d’un mitjà amb vocació de servei públic. Ha participat en sèries com *Porca Misèria* i *Plats Bruts* (ficció), *La Marató* (directe), *La Partida de TV3* (entreteniment) i actualment col·labora en *Tria 33* (diari).

Idees clau que influencien sobre la fitxa tècnica inicial presentada:

- “Dins de l’organigrama que resumeix la plantilla TV3, la teva proposta pot ser d’interès per un cap de producció que treballi pels programes de nou format i documentals (Generació Selfie, Emergències, Catalunya Experience: tots de TV3).
- “La manera de funcionar d’una televisió pública és singular i diferent a la de les productores i per tant els càrrecs tenen altres noms i no sempre existeixen”.



- "El que és imprescindible, més enllà del nom que se li posi, és que hi ha d'haver una persona que lideri i prengui decisions d'acord amb el programa que es vol produir".
- "Els documentals tenen majoritàriament un ordre intern bàsic: plantejament, nus i desenllaç".
- "Els documentals que presenten testimonis personals són molt emotius i funcionen molt bé (audiències)".
- "De la teva FTI no aposto per fer-la descansar en un conductor no expert o periodista" (...). "Un professional sap defensar el seu ofici a mort".

Com aportació tècnica suggereix:

- "Si per reforçar la idea de llarga experiència del professional es pretén tirar de fotos de les diferents etapes de la vida laboral, cal que es faci amb moviment (zoom-in, zoom-out, girs...)".
- "Cal provocar el diàleg entre ambdues generacions audiovisualment (tall aquí, tall allà, declaració d'un, declaració de l'altre...)".
- "Es podria concloure amb una trobada física per tal d'escenificar dos mons complementaris en un mateix espai".
- "Cal llançar la pregunta de manera que l'entrevistat la reculli i comenci la resposta amb ella mateixa (advertir-los). Sempre pensat en l'edició".
- "Grava molt, però també talla molt, que és el més difícil".
- "És important tenir plans curts, plans de situació de manera que pugui encabir si et fa falta".



- “La localització és important. Donat que a dins de segons quins llocs no sempre es pot gravar, s’ha de pensar en llocs alternatius segons l’ofici que es tracti”.
- “L’estètica del lloc no pot fer perdre el contingut del missatge. I més si aquest és bàsicament informació de servei: oferta de cicles formatius”.

6. Fitxa Tècnica Final de la prova pilot + Prova Pilot: Final del trajecte

Quan parlem de **prova pilot** ens referim a una mostra de què vol acabar sent el programa, no confondre amb **programa pilot**, que ja és un capítol sencer i que està preparat per ser emès. Aquests programes en ocasions es fan servir de **prova** per analitzar la repercussió social que generen.

En el meu cas faig una mostra que serà adjunta finalment en format **web-sèrie final**, i que ajuda visualment als possibles compradors (tribunal del TR) a completar la idea de programa que els ofereixo.

6.1. Fitxa Tècnica Final

6.1.1. Stotyline:

S’aproparà als joves actuals els itineraris de cicles de graus formatius de la mà de professionals en actiu (testimonis).

6.1.2. A quin target va dirigit?

Joves d’entre 16-25 anys (etapa cicle formatiu mig i superior) interessats en formació postobligatòria amb accés a internet.

6.1.3. Objectiu del programa:

L’objectiu del programa és suggerir al jove l’interès per l’ofici exposat.



6.1.4. Desenvolupament de continguts:

En el transcurs de cada programa l'espectador entendrà les particularitats de l'ofici mitjançant una història personal d'un professional amb experiència.

❖ *Estructura interna:*

La web – sèrie està concebuda com documental dialogat, on hi ha un coprotagonisme entre el professional i l'estudiant. De la manera més amena s'intenta conversar al voltant de dos temes:

- Fer una mirada al passat, per veure d'on venim i on anem.
- Respondre a noves preguntes essencials que veurem en el guió.

Es complementarà amb el suport de fotos que resumeixen la vida professional i de formació dels dos convidats. Elements que pot aportar molta emotivitat i proximitat a l'espectador.

El capítol acaba amb una trobada entre els dos se'ls veu parlar sense so (crèdits). Simbolitza la trobada dels dos mons.

❖ *Conducció:*

S'elimina la figura del conductor/a del programa. Les preguntes són llançades des de darrere de la càmera i es demana a l'entrevistat que respongui iniciant la contestació amb la pregunta.

La línia de continuïtat ens l'aporta una veu amb off, que es farà a post producció, un cop tinguem el programa. Per introduir, generar continuïtat i per tancar la web - sèrie. Ha de ser propera i sobre un guió previ.

❖ *Durada:*

La durada de cada capítol seria entre 6-8 minuts. Orientat als dispositius electrònics (mòbils i tauletes)

❖ *Àmbit geogràfic:*

L'àmbit serà autonòmic (emissió Catalunya) en tant que afecta la normativa d'ensenyament estatal. El programa s'emetrà per internet, amb tants capítols com professions es vulguin



difondre. Tot i que és perfectament exportable a qualsevol televisió generalista com programa amb vocació de servei públic (Canal 33 de TVC, La 2 de TVE o l'antic Canal 3XL de TVC, un canal pensat exclusivament per joves).

6.1.5. Recursos tècnics:

❖ *Tipus de format:*

Combinaria el format entrevista amb els convidats, i el format documental, on es fa una mirada al passat i present de l'ofici amb fotografies i vídeos d'ells.

❖ *Equip:*

Dues càmeres, il·luminador (amb un set d'il·luminació) un sonidista (amb un equip de so), una postproducció (Edició + Grafisme + Comercialització), imprescindibles també: documentalista i un lingüista. I donat el canal de difusió, recomana utilitzar un *community manager*.

Per fer la prova pilot, al no disposar de recursos propis dels professionals, rebo l'ajuda de companys de curs per tal de respondre a les tasques relacionades anteriorment.

❖ *Estil estètic*

L'estil estètic haurà de ser amb les dues càmeres fixes, agafant diferents angles de l'entrevista. Dues càmeres estàtiques amb trípod hidràulic, una d'elles ens dona un pla mig, mentre que la segona ens dona plans curts de detall.

6.1.6. Condicions per l'emissió del programa:

La plataforma ideal de difusió és una web accessible per mitjà del màxim de dispositius electrònics, des de mòbils i tauletes, fins a televisions intel·ligents (per veure en família). Aquesta web hauria de ser el màxim minimalista i on amb un cop d'ull tinguéssim ordenats els oficis de manera intuïtiva. Amb una peça d'uns 30 segons que presentés ràpidament cada un dels capítols, amb les parts que més l'interessen a l'alumne.



La pertinent difusió d'aquests continguts s'hauria de buscar a través d'institucions públiques (Consorti d'Educació, Generalitat de Catalunya) i el màxim de projectes educatius possibles (Instituts d'ESO i Batxillerat, punts d'informació juvenil, casals de joves, espais, etc.), també intentar ser recomanades (enllaços web) a través de plataformes educatives (Educa365, UNportal, TV Súnion).

6.1.7. Programes de referència:

- "Los oficios de la cultura" de la TVE, La 2.
- "L'aprenent" de TV3.
- "Sense Ficció" de TV3 dedicat a les professions (Pilots, Forenses, Jutges).
- Projecte audiovisual del Casal de Joves Garcilaso (Districte de St. Andreu, Ajuntament de Barcelona).
- "Mira'm bé" Triacom
- "Som el que fem" de TV3.

6.2. *Preguntes essencials que ha de contenir el Guió*

- Quina ha estat l'evolució de la indústria tèxtil en els últims 30 anys?
- En quina situació es troba ara la professió?
- Quin futur li veieu a la professió?
- Com et va sorgir la teva inquietud?
- Quines aptituds capacitats i habilitats són necessàries per realitzar-la? (saber treballar en equip, capacitat d'anàlisi...)
- Com és una jornada laboral, el dia a dia, en el vostre ofici?
- Quan t'encarreguen la comanda o el patró, quin és el procés que cal seguir?
- Què és que et va sorprendre quan vas començar i que no es veu des de fora de la professió?
- On has estudiat?
- T'agradaria que el teu fill/a seguís els teus passos?
- Què li recomanaries als joves que volguessin entrar en aquest món?



D. CONCLUSIONS

Com ja es va indicar l'apartat de la Motivació, orientar les energies que comporta fer un treball de recerca obligatori en un tema o àmbit del teu interès és molt gratificant. Però encara ho és més si pots invertir aquestes energies i esforços en fer un treball de recerca que no es quedi en el pla teòric.

D'aquí l'encert del meu tutor en convidar-me a què m'atrevis a experimentar en primera persona, (més enllà d'explicar l'itinerari que tot projecte audiovisual ha de recórrer de la FTI a la FTF), a saber què comporta pensar, dissenyar, realitzar, produir i editar un producte audiovisual real. En el meu cas es concreta en una prova pilot.

L'altre encert ha estat proposar-me fer el *rol* de productor que vol "vendre" el seu producte audiovisual a partir de la prova pilot elaborada. En aquest escenari els potencials compradors seran el propi Tribunal Avaluator del TR.

Gràcies a l'elaboració d'aquest TR he pogut viure en primera persona l'experiència d'elaborar un projecte que, partint d'una primera idea personal i preconcebuda, és analitzada i qüestionada per professionals que m'han aportat consells que enriqueixen no només el projecte, sinó el que encara és més important, la manera d'aprendre.

Entrevistes en forma de sessió de treball com les que he tingut, permeten experimentar una manera d'aprendre molt eficaç. En les diferents converses s'analitza la meva proposta (FTI) com cas concret donant lloc a que les aportacions dels assessors puguin ser fàcilment aplicables. Més enllà de la qualitat de la prova pilot que acabaré fent i que serà visionada davant del Tribunal del TR, el que més m'ha satisfet ha estat el procés d'aprendre d'aquesta manera tan directa i propera al món real.

E. FONTS D'INFORMACIÓ

7. Visites

Localitzacions pensades per FTI (per jornada laboral d'un dia)

- Plaça Felip Neri: "Textil Teranyina", escola.



- Poblenuu: "Sistem Action", marca de roba.
- Botigues que tenen marca pròpia de roba: "Ibori Barcelona", "Antonieta Barcelona". Aquetes dues últimes eren les alternatives per si fallaven les principals.

Localitzacions pensades per FTR (antigues fàbriques i tallers tèxtils a Barcelona)

- La Bordeta: Espai Can Batlló.
- Sant Andreu: Fabra i Coats.
- Eixample: Fàbrica Lehman - Josep Font.

Totes elles recomanades per Diana Domínguez, llocs on ella ja hi ha treballat, alhora m'ha facilitat contacte amb els respectius responsables. Finalment vàrem escollir Espai Can Batlló, per el seu estat de conservació i l'amplitud que ens aportava. L'entitat veïnal que gestiona l'espai ens ha facilitat els permisos corresponents.

Visita Massimo Dutti. Grup Inditex. Tordera.

Visita que es va fer per documentar-nos *in situ*: Anna Climent com a patronista recent titulada va poder valorar directament la seva professió a escala industrial. Va ser una experiència molt enriquidora que em va servir per entendre el procés de transformació d'una idea fins convertir-se en una peça de roba.

8. Documents Audiovisual

1. Documents sonors de les tres entrevistes. Disponibles per el tribunal si considereu necessària l'escolta.
2. Documents sonors de la Visita a Massimo Dutti. Disponibles per el tribunal si considereu necessària l'escolta.
3. Prova pilot. Visionat en la mateixa presentació.

9. Bibliografia

- Soler, Llorenç. *La Televisión. Una metodología para su aprendizaje*. Tercera edició. Barcelona: Editorial G.Gili Colección Medios de Comunicación en la Enseñanza. 1995.
- Zúñiga, Joseba. *Realización en televisión*. Primera Edició. Andoain: Editorial Producciones ESCIVI 2006.
- VV.AA. *La redacción de guiones para cine, televisión y radio*. Madrid: Editorial Mitre. 2008.



10. Annex

Annex 1:

Procés de fabricació del Departament de Patronatge. Massimo Dutti (Men).

Element inspirador del guió de la prova pilot.

Autor: Pere Martínez Godina. Responsable de patronatge de Massimo Dutti 1994-2008

El punt d'inici per crear els models dels vestits per a la temporada vinent, el Departament de Disseny estudia la tendència de colors, teixits, materials i volum de les peces.

Un cop consultat amb fabricants de teixits i d'analitzar les noves tendències s'arriba a les conclusions per iniciar les noves peces.

Disseny transmet la idea de cada peça i la passa al departament de patronatge, el qual desenvolupa les peces fent proves de teixits, de volum i de patrons, per a que estiguin dins de la línia i estil de la marca.

Quan les mostres estan confeccionades, aquestes són presentades als Departaments de Disseny i Comercial per determinar i escollir els models que seran planificats per a la producció de la pròxima temporada.

El Departament de Patronatge desenvolupa totes les talles, es fan els estudis de les marcades i s'envien a les fàbriques especialitzades de les diferents peces (vestits, esportives, pantalons, camises...).