

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

ESCOLA POLITÈCNICA SUPERIOR DE GANDIA

MÀSTER EN POSTPRODUCCIÓ DIGITAL



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



ESCUELA POLITÈCNICA
SUPERIOR DE GANDIA

**“Disseny d'una proposta de grafisme
per a una televisió *online*”**

TREBALL FINAL DE MÀSTER

Autor: Sergi Salvador i Peris.

Director: María Elisa March Leuba.

Gandia, setembre del 2013.

ÍNDIX GENERAL

1. RESUM	6
2. JUSTIFICACIÓ	9
2.1. Descripció de l'objecte del treball.....	9
2.2. Estat de l'art.....	9
2.3. Objectiu del treball.....	11
2.4. Metodologia i estructura del TFM.....	12
3. INTRODUCCIÓ	15
3.1. El Tercer Sector audiovisual. El cas de La Tele.cat.....	15
3.2. Anar més enllà d'una audiència propera.....	16
3.3. Superar l'amateurisme.....	17
3.4. Entre la TDT i Internet.....	18
4. ESTUDI DE CAS: LA TELE.CAT	21
4.1. Identificació i descripció de la identitat visual.....	21
4.2. Imatge de marca i estil visual.....	24
4.3. Missatge visual.....	25
4.4. Recerca de referents.....	27
4.5. Tendències i solucions.....	31
5. PROPOSTA DE REDISENY	34
5.1. Preguntes claus.....	34
5.2. Referents audiovisuals.....	35
5.3. Recursos audiovisuals.....	36
5.3.1. Tipografies.....	36
5.3.2. Textures.....	37
5.3.3. Programari.....	37
5.3.4. Efectes.....	37
5.3.5. Missatge sonor.....	38
5.3.6. Imatge gràfica.....	39
5.3.7. Color.....	39

6. ELABORACIÓ	41
6.1. Pre-producció.....	41
6.1.1. Guió i <i>storyboard</i> Espai infantil.....	43
6.1.2. Guió i <i>storyboard</i> Espai la xerrada.....	44
6.1.3. Guió i <i>storyboard</i> Espai documental.....	44
6.1.4. Guió i <i>storyboard</i> La Tele presenta.....	45
6.1.5. Guió i <i>storyboard</i> Espai l'entrevista.....	46
6.1.6. Guió i <i>storyboard</i> Peça de promoció.....	47
6.2. Producció i post-producció.....	48
6.2.1. Tractament de les imatges seleccionades en el programa <i>Photoshop</i>	49
6.2.2. Disseny visual i animació en el programa <i>After effects</i>	52
6.2.2.1. Tutorial de la peça Espai infantil.....	54
6.2.2.2. Tutorial de la peça Espai la xerrada.....	60
6.2.3. Disseny del so.....	65
6.2.4. Exportació i treball final.....	69
7. CONCLUSIONS	72
8. BIBLIOGRAFIA	76

ÍNDEX DE FIGURES

Figura 1. Identitat visual.....	22
Figura 2. Caos tipogràfic.....	23
Figura 3. Caretes ressenyables d'algunes dels programes.....	25
Figura 4. Referents.....	30
Figura 5. Textures.....	42
Figura 6. <i>Storyboard</i> Espai infantil.....	43
Figura 7. <i>Storyboard</i> Espai la xerrada.....	44
Figura 8. <i>Storyboard</i> Espai documental.....	45
Figura 9. <i>Storyboard</i> La Tele presenta.....	45
Figura 10. <i>Storyboard</i> Espai l'entrevista.....	47
Figura 11. <i>Storyboard</i> Promoció.....	48
Figura 12. Treball en <i>Photoshop</i> peça El documental.....	50
Figura 13. Treball en <i>Photoshop</i> peça Promoció.....	51
Figura 14. Treball en <i>After effects</i> peça Espai infantil.....	56
Figura 15. Treball en <i>After effects</i> peça Espai infantil.....	58
Figura 16. Treball en <i>After effects</i> peça Espai infantil.....	59
Figura 17. Creació del globus per a l'Espai la xerrada.....	61
Figura 18. Creació del text per a l'Espai la xerrada.....	62
Figura 19. Creació del traç sobre rostre per a l'Espai la xerrada.....	64
Figura 20. Composició final Espai la xerrada.....	65
Figura 21. Treball multipista en <i>Pro tools</i>	68
Figura 22. Format contenidor *mp4.....	70

ÍNDIX DE TAULES

Taula 1. Escala d'iconicitat.....	24
Taula 2. Conformació de la imatge de la cadena.....	26
Taula 3. Preguntes claus.....	34
Taula 4. Possibilitats tipogràfiques.....	42
Taula 5. El treball en <i>After effects</i>	52

01

RESUM



1. RESUM

El següent treball de final del Màster de postproducció digital, dins la tipologia de projecte professional, aprofita l'oportunitat que ofereix la manca d'un grafisme televisiu coherent de la cadena *online* anomenada La Tele.cat. Aquest fet possibilita el disseny d'un producte audiovisual amb l'objectiu principal d'atorgar una major identitat i continuïtat mitjançant el grafisme audiovisual. Aquesta televisió emet per TDT a l'àrea metropolitana de Barcelona i per Internet.

El producte a realitzar assumeix la metodologia i el procés de treball après en el Màster en postproducció digital, especialment en el mòdul Aplicació de la composició: Grafisme Televisiu. Així, després de pactar-ho amb els responsables d'aquesta televisió, s'assumeix la realització d'un conjunt de peces de grafisme amb l'objectiu de millorar la seva imatge global.

Els dissenys audiovisuals realitzats pretenen superar l'amateurisme existent des d'un missatge visual que s'allunye de la fredor dels plantejaments tecnològics, i cerquen una estètica audiovisual en concordança als seus valors. No es traca de mostrar neutralitat, ni una harmonia fruit d'una composició neta, sinó d'expressar el caràcter subjectiu, humà i ple d'errades que caracteritza a La Tele.cat.

Paraules claus: grafisme televisiu, disseny audiovisual, identitat televisiva, continuïtat televisiva, La Tele.cat

1. ABSTRACT

The following work takes advantage of the opportunity that offers the lack of a television graphics coherent of the channel La Tele.cat. This fact makes possible the design of an audiovisual product that awards it a greater identity and continuity. This channel broadcasts on TDT to the metropolitan area of Barcelona and on Internet.

The product to carry out assumes the methodology and the process of work learnt in the Master in digital postproduction, especially in the module Application of the composition: Television graphics. So, after reaching an agreement with the persons in charge of this channel of television, it assumes the fulfillment of a group of pieces of graphics with the aim to improve its global image.

The audiovisual designs carried out pretend to surpass the existent amateurism since a visual message that moves away of the coolness of the technological issues, and look for an audiovisual aesthetics in agreement to its values. It does not treat to show neutrality, neither a harmony fruit of a clean composition, but to express the subjective character, human and full of mistakes that characterises The Tele.cat.

Keywords: motion graphics, television, design, identity, continuity, the Tele.cat

02

JUSTIFICACIÓ



2. JUSTIFICACIÓ

2.1. Descripció de l'objecte del treball.

Aquest treball final de Màster se centra en el grafisme audiovisual i té una vocació pràctica. Quan fem referència al terme grafisme audiovisual l'acotem a les expressions de disseny gràfic en un àmbit d'aplicació audiovisual: cinema, televisió, Internet, publicitat, vídeo-clips, telefonia mòbil. En el cas que ens ocupa d'una televisió que emet per Internet i també per TDT. Per altra banda, la seva vocació pràctica fa referència al disseny i la producció d'un nou grafisme televisiu per a la cadena seleccionada. És a dir, hi ha la intenció d'aplicar els coneixements adquirits durant el Màster en postproducció digital.

El treball proposa un nou disseny per a la millora del grafisme televisiu d'una cadena amb elevades mancances en aquest sentit. Així, hi ha una aplicació de la formació adquirida especialment en els mòduls de grafisme televisiu, grafisme cinematogràfic, i nogensmenys, en so diegètic i extradiegètic. Ens endinsem en un camp multi-disciplinar que abasta, a més de les matèries anomenades, altres àmbits com la narració, el muntatge, la direcció artística, la tipografia i la composició multicapa.

La cadena seleccionada s'anomena La Tele.cat i forma part del Tercer Sector audiovisual. Tal com explicarem durant aquesta memòria es tracta d'una cadena amb escassos recursos econòmics, nodrida per voluntaris, i lligada als moviments socials de la ciutat de Barcelona.

En resum, proposem un treball original de creació que engloba diferents vessants de les arts visuals, sobretot aquelles que imbriquen amb el disseny gràfic, i on aplicarem les teories i les tècniques adquirides en el Màster.

2.2. Estat de l'art.

Tot i que existeixen diferents aportacions teòriques al camp del disseny audiovisual, es

tracta d'un àmbit dispers, principalment per la pluralitat de disciplines que es recullen. Hi ha diferents llibres que tracten la qüestió, els quals aportem en la bibliografia, de teòrics del disseny com Joan Costa, Raquel Pelta, Christian Hervás, Rafael Ràfols i Antoni Colomer.

Amb esment a la vocació pràctica d'aquest treball, i respecte a l'àmbit del disseny audiovisual, cal destacar la tesis doctoral de Beatriz Herráiz "Grafismo audiovisual: el lenguaje efímero. Recursos y estrategias", la qual s'endinsa minuciosament en l'anàlisi del grafisme en el món audiovisual. Tal com menciona l'autora estem en un àmbit que abasta moltes parcel·les, poc estudiat, i amb una hibridació de tècniques i llenguatges que provoca un esbargiment a l'hora de referir-se a conceptes claus¹.

En relació al treball a elaborar aquesta investigació és paradigmàtica com a aixopluc teòric, i inspiradora pel que fa a les nombroses referències artístiques que aporta, tant pels antecedents històrics com per les fites cabdals del grafisme audiovisual.

Per altra banda, respecte a la tipologia de cadena seleccionada, estem davant un camp erm en termes d'anàlisi teòrica. Quasi no hi han investigacions al voltant de les televisions del Tercer Sector audiovisual. Si més no, en Amèrica Llatina s'ha desenvolupat una major creació teòrica al voltant d'aquest àmbit de la comunicació, però, s'aborda des de les especificitats del seu context geopolític. En canvi, en el marc de l'estat espanyol les propostes teòriques s'han centrat majorment en l'estudi de la comunicació des de les Organitzacions No Governamentals.

Tan sols destaca la investigació realitzada per Chiara Sáez amb la seva tesis doctoral "Tercer sector de la comunicación. Teoría y praxis de la televisión alternativa". En aquest cas realitza un estudi comparatiu entre diferents televisions, entre elles La Tele.cat. D'aquest estudi qualitatiu localitzem algunes pinzellades entre el Tercer Sector audiovisual i el grafisme audiovisual. Emfatitzem aquest estudi per emmarcar amb profunditat la tipologia de televisió per a la que s'executa aquest producte audiovisual.

Finalment, i en relació a la vessant pràctica d'aquest treball, assenyallem la proliferació

1 HERRÁIZ, BEATRIZ (2009). "Grafismo audiovisual: el lenguaje efímero. Recursos y estrategias". Universitat Politècnica de València. Pag 26.

d'obres de catàleg sobre grafisme audiovisual. Aquestes atorguen importància a la vessant visual d'aquests treballs, oferint una descripció de peces per al cinema i televisions convencionals, però, no s'endinsen a desgranar l'elaboració de les mateixes. Així doncs són estris inspiradors que manquen de didacticisme respecte a com es realitzen aquests productes.

2.3. Objectiu del treball.

Entre els encaminaments del Màster en postproducció digital hi és l'orientació professional. Aquest treball final de Màster s'emplaça al si d'aquest itinerari per planificar i dissenyar un producte audiovisual. Es tracta de desenvolupar-se en termes professionals dins les possibilitats que ofereix una televisió del Tercer Sector audiovisual.

L'elecció de la cadena es basa en dos criteris de partida. En primer lloc seleccionar una televisió on el seu grafisme audiovisual tinguera importants mancances. Aquest fet possibilita major maniobra per a la seva confecció, així com més receptivitat al seu canvi. En segon lloc, elegir una opció on el treball a realitzar permeta un marge per a la llibertat creativa. D'aquesta manera es té més capacitat per portar a la pràctica les teories i les tècniques adquirides al llarg del curs.

Després d'investigar diverses possibilitats aquests dos criteris es van conjugar amb La Tele.cat. Les primeres entrevistes amb els seus membres mostraven la coincidència entre les seves demandes i el nostre diagnòstic. Conscients del desori del seu grafisme audiovisual hi havia via lliure per elaborar una proposta de grafisme audiovisual que canvie la seva caòtica imatge per una de renovada. Aquest fet va decantar la decisió per aquesta cadena.

Per tant, gràcies a aquestes entrevistes els objectius es van desentelar completament. Les aportacions a desenvolupar en aquest treball final de Màster dirigeixen els esforços en assolir les següents finalitats:

Objectiu general:

- Disseny i realització d'una proposta de grafisme per a La Tele.cat

Objectius específics:

- Redissenyar la imatge de la cadena.
- Reforçar la seva identitat visual.
- Transmetre per mitjans visuals i sonors els valors de la cadena.
- Facilitar la identificació i promoció del canal.

En cas d'acomplir les expectatives generades aquest producte s'emetrà a partir de la nova temporada a l'Octubre del 2013.

2.4. Metodologia i estructura del TFM.

Respecte a la metodologia d'elaboració del producte audiovisual s'ha bastit en un procés de producció de diferents fases, les quals podem agrupar en dos grans blocs. Es tracta dels passos elementals de tot treball de disseny gràfic en el marc audiovisual. A continuació expliquem la relació entre aquest procés i l'estructura del treball final de Màster.

El primer bloc parteix d'un estudi teòric. Així, s'ha fet una indagació preliminar i un estudi del cas. A l'endinsar-se en profunditat en la gràfica actual, així com en altres elements de La Tele.cat, s'han generat les idees preliminars per abordar la part pràctica del treball. Si més no, s'ha efectuat un esborrany on s'estructura la situació de partida. En aquest cas açò es desglossa al llarg de l'apartat Introducció, i del següent, Estudi del cas.

El segon bloc aborda la concepció del treball, per al qual s'ha recorregut a la investigació prèvia. Aquesta facilita la planificació d'allò que es vol comunicar i el cos que ha de prendre aquest missatge. Estem en la fase d'execució del projecte, la qual es desenvolupa en l'apartat Proposta de disseny. Finalment tanquem el treball amb les Conclusions.

L'elecció d'aquesta estructura en la planificació i execució del treball es basa en dos

factors principals. Primer de tot perquè segueix les mateixes línies de treball dels professionals del disseny audiovisual. Així ho extraiem de la lectura que s'aporta en la bibliografia, i de la revisió de diferents catàlegs d'obres audiovisuals. Per exemple, Martin Lambie-Nairn, en el procés de disseny de la identitat de *Channel 4*². En segon lloc, perquè és l'estructura que es proposa en els mòduls de Grafisme televisiu i Grafisme cinematogràfic del Màster en postproducció digital. Al capdavant, estem construint un producte on mostrar allò après també respecte a la metodologia d'elaboració

² HERRAIZ, BEATRIZ (2009). "Grafismo audiovisual: el lenguaje efímero. Recursos y estrategias" . Universitat Politècnica de València. Pag 81.

03

INTRODUCCIÓ



3. INTRODUCCIÓ

3.1. El Tercer Sector audiovisual. El cas de La Tele.cat.

La Tele.cat és un projecte de l'Associació per la Comunicació Social. Es tracta d'una televisió amb emissions per Internet i per la TDT. S'insereix dins del Tercer Sector no lucratiu. Per Tercer Sector no lucratiu s'entenen aquelles institucions sense ànim de lucre que es guien per valors diferents als de la rendibilitat econòmica i el benefici³. En l'àmbit comunicatiu fa referència a aquells mitjans de comunicació sorgits des de la societat civil, sense vinculació a empreses privades o a l'administració pública.

La Tele es crea a l'any 2003. Des dels seus inicis ha emès per Internet. Al 2005 comencen a emetre en analògic pel canal 52 de l'UHF. Des del 2011 emet per TDT (canal 37) abastant l'espai geogràfic comprès des de Barcelona fins a San Pol de Mar. La programació ocupa les 24 hores amb 4 hores de continguts nous diaris.

Es tracta d'una televisió de contingut contestatari. S'organitza en assemblea i participa dins els moviments socials de Barcelona. Les persones que hi treballen són voluntàries i no necessàriament provenen del món de la comunicació.

El movimiento es distinto en tanto que ya no se habla sólo de radios libres, piratas, culturales, asociativas, educativas, sin ánimo de lucro, etc., sino también de televisiones comunitarias, de radio y vídeo por Internet, de redes ciudadanas organizadas en torno a las nuevas tecnologías de la información. A todo ello lo llamaremos "Tercer Sector del Audiovisual" (TSA), como sector distinto al sector público-institucional y al sector privado-

³ VIDAL CLIMENT, VICENTE (2004): «La comunicación en las organizaciones no lucrativas» en BEL MALLÉN, José Ignacio (coord.): Comunicar para crear valor” (pp 307-322). Barañain. Ediciones Universidad de Navarra (EUNSA).

*comercial*⁴.

A més dels programes produïts per la pròpia Tele s'emeten documentals, xerrades, o altres programes produïts per altres iniciatives (associacions, altres televisions amb el mateix caràcter, productores, *free-lance*, etc.) amb llicències *creative commons*. Aquestes llicències permeten als autors establir els termes amb els que volen compartir les seves obres, reduint les barreres legals de les llicències amb *copyright*⁵.

Per la tipologia de funcionament els programes funcionen de forma totalment autònoma. Aquesta fet afecta a la gràfica televisiva i provoca que el conjunt de grafisme emès siga heterogeni, i amb una evident manca de recursos.

La disparitat gràfica encara es pronuncia més a causa del tractament dels continguts que nodreixen la televisió però són d'altra procedència, pel que la manca de coherència visual encara s'accentua més.

3.2. Anar més enllà d'una audiència propera.

El perfil sociològic de les cadenes és la traducció que fa el públic amb la seva conducta dels termes estratègics d'identitat, imatge de marca i estil⁶. Així la personalitat de les cadenes atrau un públic concret.

Existeix un número no quantificat de persones que comparteixen la necessitat d'una televisió al servei dels moviments socials. Aquest sector el podem definir com aquell més afí en termes ideològics a La Tele.cat. Així, l'audiència està nodrida per aquest públic intern, en el sentit que està situat endins les mateixes coordenades polítiques que La Tele.cat representa.

Després hi és l'objectiu de la pròpia cadena per fer que les seves emissions vagen més

4 CLUA, A. (2006): "De las radios libres al Tercer Sector Audiovisual". Conferencia en el I Encuentro de la Red Estatal de Medios Comunitarios (Santiago de Compostella). Consulta el 20/05/13:
http://www.medioscomunitarios.net/files/regulacion_tsa.doc

5 Per aconseguir informació detallada recomanem consultar el lloc web: <http://creativecommons.org/>

6 COSTA, JOAN (2005). "Identidad televisiva en 4D". Ed. Design. Universidad de Medellín. Pag 56.

enllà d'aquest *target*, tal com expressen: "buscar una comunicació popular que no siga tan sols per a militants"⁷. En aquest fet rau l'interès per emetre per TDT i no ser únicament una televisió per Internet. De fet, una de les crítiques a aquest tipus d'iniciatives se centra en el seu caràcter marginal, en el sentit de la seva escassa visibilitat social⁸, el qual representa un obstacle per assolir el repte d'anar més enllà del públic fidel.

A partir d'aquest fet es diagnostica la inconsistent gràfica televisiva com un altre de les tares per aconseguir-ho. D'avaluar la seva graella es valora la necessitat d'una coherència en els elements del grafisme i, sobretot, en la seua continuïtat. Aquest fet pot ajudar, que no garantir, assolir un *target* més ampli que l'actual.

3.3. Superar l'amateurisme.

Com hem mencionat estem davant una televisió formada per voluntaris, és a dir, per persones no professionalitzades en la comunicació audiovisual. Per tant es parteix d'una manca de recursos econòmics i humans. Alhora no hi ha una estratègia d'identitat visual planificada. Aquesta és una singularitat que es repeteix en la producció gràfica reivindicativa en general, realitzada per persones que sovint no han rebut formació específica, tot i que això no significa que en la seva efectivitat pugui ser en ocasions superior a la dels professionals⁹.

L'elecció de La Tele.cat per a elaborar el nou disseny resideix en aquest fet. Cal una planificació visual a partir d'unes consideracions estètiques que tinguen en compte una graella heterogènia, i on la producció gràfica està condicionada pels escassos recursos econòmics. Al capdavant, l'audiència deu poder interpretar mitjançant la identitat gràfica de la televisió la vertadera essència del canal i les característiques dels seus continguts¹⁰. Aquest és el repte

7 Entrevista a Silvia Cepero "Apaga el sofá y enciende laTele" 19 de setembre 2011 per Octavio Fraga Guerra per Rebellion, Kaos en la Red y Prensa Indígena.

8 SÁEZ BAEZA, CHIARA (2008). "Tercer sector de la comunicación. Teoría y praxis de la televisión alternativa." Universitat Bellaterra. Pag 80.

9 CLEMENTE, NACHO (2012). "Diseño gráfico y reivindicación." Monografica-org revista temática de diseño. Gener 2012. Consultada el 25 de Maig del 2013: <http://www.monografica.org/02/Art%C3%ADculo/3065>

10 RAFOLS, RAFAEL. COLOMER, ANTONIO (2003). "Diseño audiovisual". Ed. Gustavo Gili. Barcelona. Pag 80.

d'aquest treball.

Així com hi ha un interès en les televisions comunitàries per transmetre la qualitat de la imatge i el so en els estàndards de recepció que la gent està acostumada a veure i escoltar, també es deuria tindre uns estàndards en els diferents elements del grafisme. Tal com diu Carolina Blaso, membre de la televisió comunitària TV Cardedeu:

Malgrat treballar amb voluntaris i gent molt jove, intentem aconseguir un mínim de qualitat. Amb la quantitat d'oferta televisiva que hi ha ara no pots oferir qualsevol cosa, perquè a la que veu un plànol desenfocat l'espectador canvia de canal¹¹.

Al capdavant, es tracta de cercar l'eficàcia en la difusió dels continguts.

3.4. Entre Internet i la TDT

La Tele.cat des dels seus inicis ha emès per Internet. De fet, la xarxa com a factor tecnològic ha permès un impuls i proliferació de televisions del Tercer Sector audiovisual des de la dècada dels anys 90 en endavant, amb projectes que emeten exclusivament per Internet. Evidentment, la xarxa permet traspasar els límits de l'encerclament de les televisions locals, superant les fronteres que imposa la senyal de la TDT.

Mitjançant el seu lloc web podem accedir a alguns dels diferents programes que emeten per TDT, a mode d'espai a la carta. Al lloc web destaca la secció de la Wikitele on es dona accés a tothom per proposar vídeos. Aquesta és una de les eines virtuals més potents de La Tele.cat ja que la nodreix de continguts gràcies a la participació col·lectiva.

Malauradament el seu lloc web no transmet el treball real que es fa des d'aquest projecte

¹¹ Entrevista a Carolina Blaso "Tímido avance para las televisiones comunitárias". Periòdic Diagonal (20 de Gener al 2 de febrero del 2011). Adrián Crespo.

audiovisual. És a dir, la graella per TDT té poc a veure amb allò que podem visualitzar per Internet. De les entrevistes amb els seus membres ens hem assabentat dels problemes tècnics que tenen al respecte. De fet, es tracta d'un dels punts febles que roman pendent d'actualització. Així doncs, el potencial que atorga la xarxa respecte a la difusió dels continguts més enllà de l'àrea de Barcelona està en crisi.

04

ESTUDI DE CAS



4. ESTUDI DEL CAS

4.1. Identificació i descripció de la identitat visual.

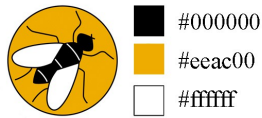
Així com el disseny gràfic tradicional transmet els valors d'una marca, en el cas del grafisme televisiu és el disseny audiovisual el que cerca aquesta finalitat. Suma a les ferramentes tradicionals del disseny gràfic el moviment i el so. En aquest sentit parlem d'identitat gràfica audiovisual.

Aquesta identitat gràfica també és un element cabdal per a les televisions. Transmetent una imatge concreta s'atorga una personalitat a la cadena, la qual ha de ser conseqüent amb els valors que promou. Igualment la continuïtat televisiva es dissenya a partir de la identitat gràfica i els seus trets més importants.

En resum, es tracta de transmetre de forma global la idiosincràsia d'una cadena, pel que s'ha de coordinar totes les àrees de la televisió (so, vestuari, decorats, etc.). En el cas específic que ens ocupa partim d'una televisió basada en la participació voluntària i la manca de recursos. Però, aquesta realitat no deu menystindre aquells elements indispensables per planificar una estratègia del disseny de la identitat gràfica televisiva. A continuació agrupem (Figura 1: Identitat visual) aquells elements que tenen una continuïtat i certa coherència durant les emissions diàries.

Figura 1. Identitat visual.

IDENTIFICADOR BASE:



APLICACIONS FORA DE LES EMISSIONS:



DECORATS CASSOLANS. PRESENTACIONS AL CARRER:



Font: www.latele.cat

De la Figura 1 deduïm que la cadena té com a senya d'identitat pròpia el logotipus (la mosca dins del cercle taronja és el seu identificador base), la paleta de colors emprada (entre el groc i el taronja és la seva gamma de colors corporatius), i la manca de recursos (els decorats casolans o la seva absència com a direcció d'art). Aquests són els únics elements que atorguen l'essència de la cadena i que l'audiència fàcilment identifica. Una mosca com a mosca, la paleta de taronges cap als grocs, i les presentacions artesanals, marquen la continuïtat cap a l'audiència.

Figura 2. Caos tipogràfic.



Font: www.latele.cat

Però, respecte a la resta d'elements no hi ha una claredat i definició, el que provoca una incoherència respecte a la relació entre valors i continguts, i línia gràfica. La pròpia idiosincràsia d'aquest projecte fa que moltes persones ingressen i abandonen constantment. El que és un valor afegit (la participació voluntària i desinteressada) sovint causa que la identitat gràfica es ressentia ja que es van fent caretes, cartells, cairons, etc., amb una varietat d'estils sense elements comuns. Com a exemple del que no es deu fer presentem la Figura 2, on es percep com la varietat de tipografies

emprades resta seriositat alhora que fa de la manca de recursos quelcom rònc. La Tele.cat n'empra moltes i sense una estratègia al respecte. Tot i ser una cadena que juga en una altra lliga, també deu tindre en compte una coherència en aquests elements.

4.2. Imatge de marca i estil visual.

Tot i l'oposició de La Tele.cat al format convencional de televisió, cal assumir uns elements propis que la identifiquen, la diferencien de la resta i superen l'actual estat de desori. En el cas que ens ocupa, i després d'haver analitzat la identitat gràfica, aprofundim en la iconicitat gràfica de la marca i mosca de La Tele.cat. Segons l'escala que proposa Joan Costa, la podem definir com a forma esquemàtica, ja que es localitza entre la forma realista i la forma simbòlica.

Taula 1. Escala d'iconicitat.

Escala de iconicitat gràfica identitària TV decreixent		
<i>Graus</i>	<i>Exemples</i>	<i>Cadenes</i>
6	Forma realista	BTV
5	Forma esquemàtica	CBS
4	Forma simbòlica	Globo
3	Forma tipogràfica	Canal +
2	Forma alfanúmerica	Tele 5
1	Forma sígnica	4

Font: COSTA, JOAN (2005). "Identidad televisiva en 4D".
Ed. Design. Universitat de Medellín. Pag 73.

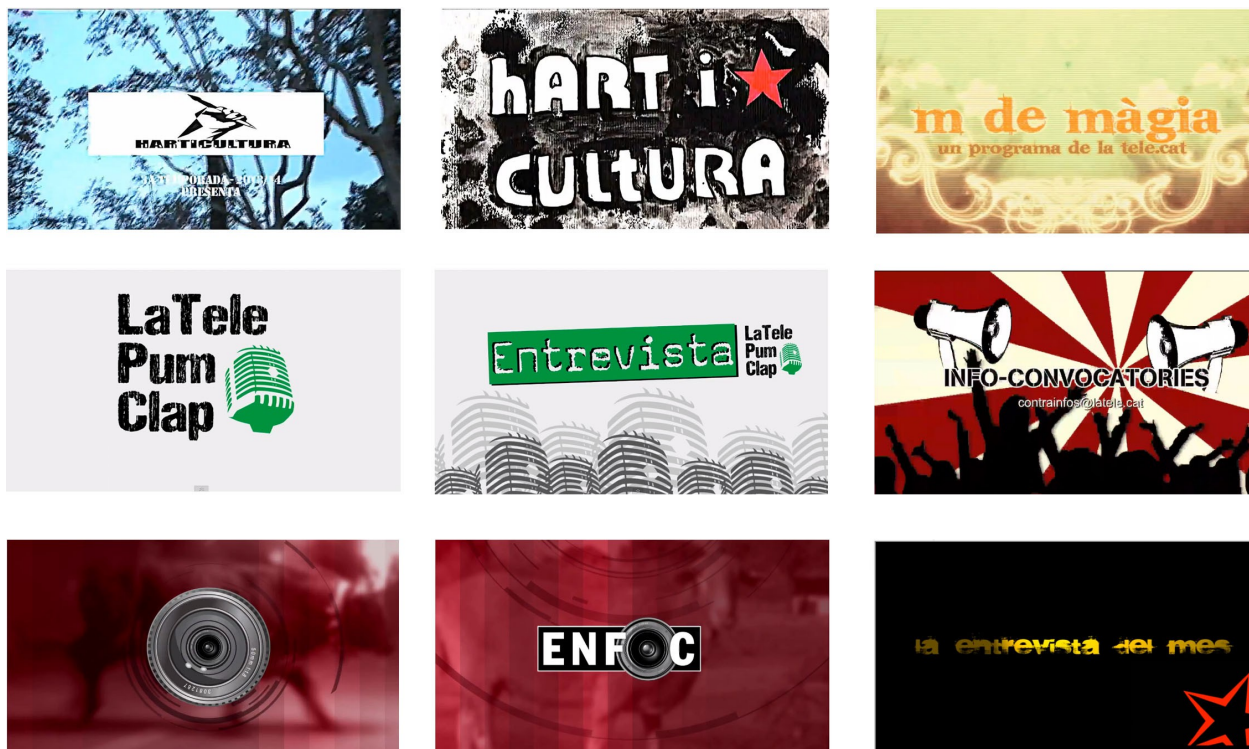
La imatge de marca de nou demostra que estem davant un isotipus poc treballat. Ens fa reflexionar sobre la manca de planificació prèvia de l'estratègia visual que segueix aquest projecte. Fàcilment podem pensar que davant la manca d'un nom per a la cadena es va decidir anomenar-la "La Tele", i per dissenyar el logotipus de la televisió que més encertat que una mosca, la forma convencional de titllar els logotipus televisius.

En les diferents entrevistes amb membres d'aquest projecte, conscients de les seves mancances, es refereixen a aquest logotipus com a únic element que els identifica, junt a la seva paleta de colors, pel que és el que serveix com a imatge de marca.

S'observa que La Tele.cat es caracteritza per un estil visual heterogeni amb escassos recursos respecte a identitat gràfica, imatge de marca, i elements de continuïtat. El projecte està

travessat per la participació voluntària i la manca de recursos econòmics. Alhora, aquest esperit voluntariós és el que aconsegueix empènyer un projecte d'aquesta envergadura. Per reforçar aquest anàlisi mostrem la Imatge 3, amb les caretes amb un disseny més ressenyable d'alguns dels programes d'aquesta cadena. Com veiem hi ha una variada programació.

Figura 3. Caretes ressenyables d'algunes dels programes.




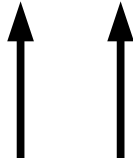

Font: www.latele.cat

4.3. Identificar el seu missatge visual.

Per fer una síntesi de com es forma la imatge global d'una cadena, hem adaptat la taula que proposa Joan Costa¹² per entendre a nivell estructural, els estadis pels que passa el disseny del grafisme audiovisual fins conformar la imatge global de la cadena.

12 COSTA, JOAN (2005). Identidad televisiva en 4D. Ed. Design. Universidad de Medellín. Pag 237.

Taula 2. Conformació de la imatge de la cadena.

Aspectes intangibles		Aspectes tangibles
Representació mental sintètica de la cadena.	<i>IMATGE GLOBAL</i> 	Notorietat Satisfacció Identificació amb la cadena.
ADN fundador Filosofia Missió Valors corporatius	<i>IDENTITAT</i> 	Sistema referencials de signes: gràfics, sonors, dinàmics.
Estil institucional de relacionar-se. Personalitat	<i>ESTIL</i> 	Perceptible "entre línies" mitjançant missatges i conducta de l'empresa
Imatge dels elements Estel en el record	<i>MARCA</i>	Programes Presentadors Empaquetat gràfic del canal

Font: COSTA, JOAN (2005). Identidad televisiva en 4D.
Ed. Design. Unversidad de Medellín. Pag 237.

Així, Costa proposa aquest esquema per entendre la imatge d'una forma holística, on les seves diferents parts formen un tot. Dels aspectes intangibles que hem presentat en la introducció d'aquest treball, junt als aspectes tangibles que hem desglossat en els apartats anteriors de

l'estudi del cas de La Tele.cat, ja podem tindre una representació sintètica per descriure el seu missatge visual.

La Tele.cat es basa en la filosofia assembleària i l'horitzontalitat en el funcionament. Està inserida dins l'activitat dels moviments socials de Barcelona fins al punt d'ésser un instrument comunicatiu d'aquests. És un projecte audiovisual independent d'empreses i administracions, format sobretot per joves voluntariosos que comparteixen les inquietuds d'aquests moviments socials. Aquests aspectes intangibles contrasten amb els aspectes tangibles d'un disseny tosc sense especial interès en cuidar cap dels estadis que proposa Joan Costa (marca, estil, identitat, imatge global).

4.4. Recerca de referents.

A l'estat espanyol hi han dos televisions comunitàries pioneres i referents dins el Tercer sector audiovisual que comparteixen emissions per TDT i per Internet: Tele K i Televisió de Cardedeu.

Per una banda trobem Tele K¹³ a Madrid, amb un fort arrelament al barri on emet, Vallecas. Naix al 1993, i com reconeix la pròpia cadena, té un notable caràcter reivindicatiu, el que l'apropa políticament a La Tele.cat. A l'igual que aquesta, Tele K pretén ser una ferramenta per als moviments socials, i participa activament d'aquests. Respecte al disseny audiovisual coincideix amb La Tele.cat pel seu caràcter artesanal, fruit de la manca de recursos, amb una gràfica heterogènia que assumeix l'errada com a mostra de la manca de recursos econòmics i del seu caràcter sense afany de lucre.

Per altra banda trobem Televisió Cardedeu¹⁴. Aquesta és presenta al seu lloc web com la primera televisió local, amb emissions des de 1980. Funciona amb aportacions econòmiques de veïns del poble de Cardedeu i de mateix Ajuntament. Tot i situar-la dins el mateix sector que La

13 <http://www.vallecas.org>

14 <http://www.rtvcat.cat>

Tele.cat trobem notables diferències. Ja en la gràfica televisiva hi ha una tendència a imitar el model dominant de disseny audiovisual, amb una evident coherència i continuïtat. Però no posseeix el caràcter transgressor que caracteritza a La Tele.cat o Tele K.

Més enllà de les fronteres espanyoles destaquem la tradició que des dels anys 60 i 70 s'ha desenvolupat amb intermitència als Estats Units. Ens referim als col·lectius (com ara *Videofreex* o *TVTV*) que es van desenvolupar dins el moviment *Guerrilla TV*. Tal com explica Chiara Sáez, es tracta de projectes de televisions amb un evident component reivindicatiu, que experimentaven la recerca d'un llenguatge audiovisual propi, també amb l'ús creatiu de gràfics. Supervivents d'aquesta tradició i hereus d'aquesta recerca d'un llenguatge propi destaca *Tiger Paper Television*¹⁵ amb emissions a la ciutat de Nova York.

Su ritmo es accidentado. Las escenografías y tarjetas gráficas son de gran colorido y a menudo hechas a mano. Las tomas a veces revelan los equipos y al equipo, también. Los errores producidos durante la producción pueden ser dejados deliberadamente en la versión final. La estética, que se afana por ser “casera” o “amigable”, tiene varias funciones establecidas. Primero, ella diferencia visualmente el show de la otra televisión con la esperanza de captar la atención de posibles televidentes. Segundo, Paper Tiger ilumina visualmente la naturaleza construida de la televisión, a través de su renuncia a lucir profesionales. Tercero, convence a los televidentes de que los valores de la perfección en la producción no son una precondición para tener algo que decir en el medio televisivo [Original en inglés] (Stein, 2001: 310).¹⁶

15 <http://papertiger.org/>

16 Dins de SAEZ, CHIARA (2008): Tercer sector de la comunicació: Teoria y praxis de la televisión alternativa. Una mirada a los casos de España, Estados Unidos y Venezuela. Universitat Autònoma de Barcelona (Tesis doctoral). Pag 239.

Un altre referent el localitzem en els projectes de televisió experimental de Neokinok¹⁷. Aquest és un col·lectiu ubicat a Barcelona que es dedica a la creació audiovisual des del 1998. Tal com expliquen al seu lloc web, ha realitzat diversos projectes artístics al voltant del camp de l'audiovisual, l'art, la cultura i l'educació. Destaca en relació al treball que ens ocupa TV Lata¹⁸, a la ciutat brasilera de Santiago de Bahía. Es tracta d'un projecte de caràcter educatiu i auto-produït on el disseny de la gràfica televisiva destaca elements del dibuix infantil, i, es provoca l'errada com a recurs estilístic que la diferencia de les televisions convencionals.

Tornant a projectes més properes destaquem l'acurat disseny del programa "Pedra, paper i tisores"¹⁹. Amb difusió únicament per Internet, aquest programa és un referent respecte a la unió entre un grafisme coherent i amb continuïtat, junt a uns continguts auto-produïts i amb voluntat crítica. Es defineixen com una plataforma de periodisme ciutadà. Aquest programa, gràcies a una plantilla gràfica on destaquen elements que imiten el dibuix, el retall i el collage, és una mostra de les possibilitats d'imbricar un llenguatge propi basat en un disseny audiovisual planificat, i les aspiracions dels moviments socials d'un espai geogràfic concret. En el cas que ens ocupa, el de l'àrea metropolitana de València.

Finalment, assenyalem projectes que qüestionen des de l'humor, la ironia, o la sàtira més corrosiva el model consum basat en el poder de les marques i la identitat gràfica. Per una banda les intervencions artístiques anomenades *Culture jamming*, un forma d'activisme que subverteix els anuncis publicitaris transformant el sentit dels missatges de les imatges corporatives. Per altra banda l'organització *Adbusters*²⁰, un col·lectiu que empra la publicitat per denunciar el caràcter persuasiu i la manipulació que aquesta exerceix. Amb dos són projectes que empren el disseny gràfic, i en alguns casos el disseny audiovisual, des dels paràmetres que ja en 1964 el dissenyador Ken Garland va engegar amb el manifest *First Things First*. És a dir, un disseny gràfic que no s'arrossegue per la manca de crítica de la societat de consum i pare especial

17 <http://www.neokinok.tv>

18 <http://www.tvlata.org/televisao>

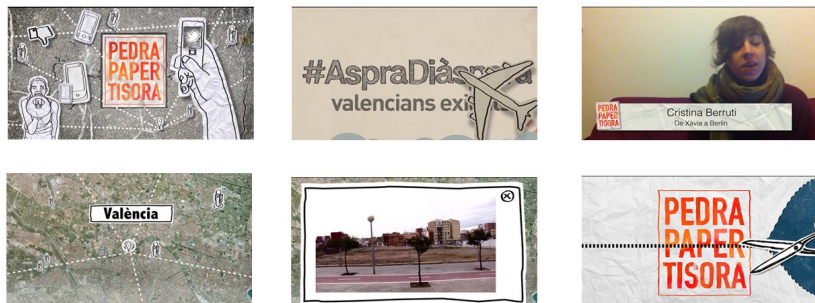
19 <http://www.youtube.com/user/pedrapaperitorisora>

20 <http://www.adbusters.org>

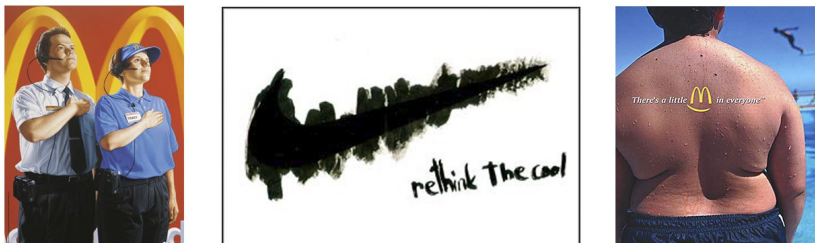
atenció a la dimensió humana i el qüestionament crític del paper de la publicitat.

Figura 4. Referents.

Ex. 1: Pedra, paper, tisora.



Ex. 2: Cartells Adbusters.



Ex. 3: Logotipus televisions comunitàries.



Tele K



Cardedeu Televisió



Tv Lata



Tiger paper television

Fonts: www.zurdos.tv/, www.adbusters.org/, www.vallecas.org,
www.rtv.cat, www.papertiger.org, www.tvlata.org

4.5. Tendències i solucions.

Després d'analitzar la situació de partida, la valorem com una oportunitat. Davant el grafisme televisiu de les grans cadenes, caracteritzat per plantejaments que tendeixen cap a estils impecables i pulcres, els quals exhibeixen un domini dels últims avenços en disseny audiovisual (com ara el 3D), hi ha la tendència de l'errada com a alternativa²¹. Com hem comprovat, aquest també és un recurs en alguns dels referents que hem estudiat.

Així, la situació actual de la gràfica caòtica de La Tele.cat, pot servir com a recurs estilístic de partida que qüestione la validesa de l'ideal de grafisme televisiu imperant, definit per les grans cadenes. Per tant pensem un disseny que tinga en compte els següents factors:

- Respectar el caràcter heterogeni i plural.
- Prop d'allò artesanal com a expressió de la manca de recursos.
- En 2 dimensions per allunyar-se del patró dominant de les grans cadenes.
- D'esperit reivindicatiu en sintonia als seus aspectes intangibles (valors i filosofia).

Es tracta de conceptualitzar un disseny en concordança a un llenguatge televisiu a la contra del model hegemònic, que considere el seu impacte limitat com a element de proximitat als seus potencials espectadors per TDT, sense menystindre el potencial de difusió global que possibilita l'emissió per Internet.

De fet, i tal com suggereix Chiara Sáez, hi ha un diagnòstic consensuat que recorre el camp d'investigació del Tercer Sector audiovisual. Es tracta de la dificultat per articular un llenguatge propi i diferenciat. Els grups reivindicatius estan menys familiaritzats amb el llenguatge audiovisual, i es perd de vista que es tracta d'un llenguatge integrat, en el que paraula, imatge i so formen un tot unificat i coherent; fruit d'un procés de creació en el que, des de la fase de disseny

21 PELTA, RAQUEL (2004). Diseñar hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico. Ed. Paidós Diseño 01. Barcelona. Pag 108.

ja es pensa en imatges²².

Reconeixent aquest fet, cercarem un nou disseny que atorgue coherència i continuïtat per diferenciar-se de la resta de cadenes, des dels paràmetres de qüestionament del model hegemònic que caracteritza La Tele.cat.

22 Dins de SAEZ ,CHIARA (2008): Tercer sector de la comunicació: Teoria y praxis de la televisión alternativa. Una mirada a los casos de España, Estados Unidos y Venezuela. Universitat Autònoma de Barcelona (Tesis doctoral). Pag 92-93.

05

PROPOSTA



5. PROPOSTA DE REDISENY

5.1. Preguntes claus.

Ja en l'apartat anterior hi ha un llistat d'idees com a proposta de solucions: respectar el caràcter heterogeni i plural, prop d'allò artesanal com a expressió de la manca de recursos, en 2 dimensions per allunyar-se del patró dominant de les grans cadenes, d'esperit reivindicatiu en sintonia als seus aspectes intangibles (valors i filosofia). Aquestes són les línies mestres de la proposta de disseny.

Igualment, després de l'estudi realitzat hi ha una sèrie de preguntes que ens plantejem²³ per facilitar el treball de disseny audiovisual. Tracten d'esquematzar la feina conceptual, i serveixen com a fulla de ruta en l'elaboració del producte audiovisual.

Taula 3. Preguntes claus.

General	Respostes
Que s'intenta dir?	El caràcter artesanal, crític i proper de la cadena.
Per què és únic aquest missatge?	Per què trenca amb la gràfica televisiva dominant, des de l'escassetat de recursos però amb coherència i gust.
A qui va dirigit?	A l'actual audiència, i sobretot, al públic potencial.
Com es va a fer?	En coordinació amb els membres de la cadena. Mitjançant programari específic de composició multicapa. Dissenyant aquells elements imprescindibles per construir la continuïtat de la cadena.

23 AMBROSE-HARRIS (2009). Fundamentos del diseño gráfico. Los principales factores que intervienen en el diseño gráfico, como profesión y arte visual. Ed. Parramón. Barcelona. Pag 22.

On apareixerà?	En les emissions per Internet i per TDT a l'àrea metropolitana de Barcelona.
Quan es transmetrà?	A partir de l'Octubre del 2013 com a inici de la nova temporada de La Tele.cat.

Font: elaboració pròpia.

De les entrevistes amb els membres de La Tele.cat arribem a l'acord de realitzar una sèrie de dissenys audiovisuals amb la intenció de donar continuïtat i facilitar la identificació amb La Tele.cat. La graella de la TDT es basa en una sèrie d'espais que es repeteixen al llarg de totes les temporades.

Per tant, es decideix realitzar les capçaleres del canal d'aquests espais de producció pròpia. Exactament són:

- Espai infantil.
- Espai l'entrevista.
- Espai la xerrada.
- Espai documental.

Alhora s'elaboren amb l'objectiu de reforçar la seva imatge global i el seu missatge visual dos propostes més:

- Peça de promoció.
- La Tele presenta com a símbol gràfic.

5.2. Referents audiovisuals

Abans d'endinsar-se en els referents visuals i sonors cal reconèixer el paraigües teòric que proporciona la historiadora de disseny Raquel Pelta al producte audiovisual que es va a elaborar²⁴ quan aborda la nostàlgia per un disseny imperfecte. Així mateix, la menció del terme

24 PELTA, RAQUEL (2004). Diseñar hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico . Paidós Diseño 01. Barcelona.

d'Anna Gerber “error-isme”²⁵ per definir la corrent del disseny que accepta l'errada i l'accident -o la seva recerca deliberada- en front la tendència general cap a un disseny tecnològic perfecte. Es tracta d'una aportació teòrica en la que intenta inscriure's aquest producte audiovisual.

Tanmateix la referència visual més destacable és el programa *online* “Pedra, paper i tisora”, el qual hem descrit a l'apartat Recerca de referents. Els recursos visuals que emprava expressen humilitat i una aparença propera. Igualment el moviment dels elements emprats i una senzilla paleta de colors, aconseguen captar l'atenció de l'espectador. Aquest programa de la productora Zurdos TV és una clara influència visual i narrativa en la línia de l' “error-isme” que explica Raquel Pelta, com a tendència amb “connotacions de sinceritat, artesania, reciclatge, etc.”²⁶ a la conquesta d'un públic que busca l'autenticitat.

En el camp sonor hi ha la influència dels instruments de percussió per la varietat de sons que es poden aconseguir, així com per la facilitat de sincronia del seu ritme amb els canvis visuals de les diferents peces. Igualment la producció de sons acústics s'ajusta a la conceptualització d'aquest projecte.

5.3. Recursos audiovisuals

5.3.1. Tipografies:

L'elecció de la tipografia s'ha basat en tres principals criteris: la llegibilitat, l'aspecte i les connotacions. Des d'aquest punt de partida es proposa l'ús de caràcters d'estil esgarrat, distorsionats o de traç imperfecte, per simular l'errada d'allò humà. Però aquests trets no poden sacrificar en cap cas la llegibilitat de la tipografia. És a dir, cal combinar aspecte i llegibilitat ja que la tipografia és paraula.

Capítol 3. Pag 95-122.

25 GERBER, ANNA . “Can happy accidents save us from crude perfectionism?”, Eye, n°41, 2001, pag 19. Dins PELTA, RAQUEL (2004). Diseñar hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico . Paidós Diseño 01. Barcelona.

Capítol 3. Pag 95-122.

26 Idem 24. Pag 112.

5.3.2. Textures:

Les textures aporten una sensació afegint dimensió i riquesa al disseny. Són una eina per expressar qualitats. Per transmetre allò subjectiu i amb errades, recorrem a textures de paper cartró, arrugades, papers llibreta, o papers esgarrats. En aquesta línia hem generat un banc de textures com a recurs estilístic. Al capdavant, aquestes textures han de mostrar la imperfecció i allò humà del disseny.

5.3.3. Programari:

Diversos motius han decantat la selecció del programari *After effects* de la companyia *Adobe*. En primer lloc l'elecció per un model de disseny audiovisual basat en les dos dimensions com a plantejament del producte audiovisual. Aquest fet ha estat cabdal per no contemplar l'ús d'altre programari més especialitzat en les tres dimensions. En segon lloc per les competències adquirides amb aquest programa gràcies a diferents mòduls del Màster (Introducció a la composició multicapa avançada i Aplicació de la composició: Grafisme cinematogràfic). Ha estat aquest aprenentatge el que possibilita emprar les diverses ferramentes que *After effects* posseeix per a la composició multicapa. Igualment aquest programa és una ferramenta òptima per crear un producte on s'integren adequadament imatges reals amb imatges sintètiques.

5.3.4. Efectes:

Més enllà de la particularitat de cada peça audiovisual hi ha un seguit de complements del software emprat per atansar-nos a la intencionalitat del missatge visual a transmetre.

Per exemple l'efecte *Stroke* el qual crea un traç o una vora al voltant d'un traç definit mitjançant una o diverses màscares. Més enllà de les especificitats d'aquest complement, és útil quan es vol mostrar una imatge com si s'estiguera dibuixant a mà, o bé per animar elements i simular la seva creació i creixement.

Igualment una altra dels recursos que des de l'inici es barallava útil per ajustar-se a l'objectiu del producte és la combinació dels modes de fusió per al banc de textures generat. En

aquest cas és tracta d'un complement que aconsegueix controlar la interacció entre una capa i les seves inferiors produint combinacions amb un estil únic.

Al mateix temps una altre dels recursos a nivells d'efectes resideix en l'animació de la tipografia. Evidentment és un element cabdal en termes de disseny gràfic. Aquesta animació de posició, escalatge, rotació o transparència, ha d'estar supeditada a l'enteniment del contingut a transmetre, i ser original en el resultat final. Així, la confecció de les aparicions tipogràfiques també es planteja com a efecte a emprar.

Tanmateix, una vegada s'inicia el procés de composició i mitjançant l'experimentació s'usen altres efectes, però, en la planificació prèvia aquests semblen aportar l'expressivitat que se cerca.

5.3.5. *Missatge sonor:*

Tal com diu Michel Chion el so és moviment²⁷. El so posseeix una dinàmica temporal pròpia i suposa moviment (exceptuant sons immòbils, és clar, com ara el soroll de fons d'una sala, o la tonalitat en bucle d'un telefon). Així, so i imatge es presten mútuament per contaminació i per projecció les seves propietats. Menciona Chion que en un primer contacte amb un missatge audiovisual, la vista és, doncs, més hàbil espacialment i l'oïda temporalment²⁸. Però perquè el so influisca en la imatge és necessiten unes condicions mínimes. Cal que la imatge tinga elements de la seva estructura que es presten a la concordança. És el que Chion anomena micro-ritmes visuals, és a dir, moviments ràpids en la superfície de la imatge.

En un primer moment, es va valorar el lloc web *Jamendo*, amb una gran biblioteca de música de llicències lliures, per trobar els sons adequats. La idea principal és transmetre quelcom en sintonia als plantejaments visuals. Per tant, es pretén obviar els efectes sonors sintetitzats i decantar-se per música en relació a l'acció de la imatge. Sortosament, just abans d'endinsar-se en aquesta fase de recerca, vam conèixer l'interès per col·laborar del compositor musical Javier

27 CHION, MICHEL (1993). La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido. Ed. Paidós. Barcelona. Pag 20.

28 Idem 4. Pp 21.

Larrauri, qui s'ha encarregat de la creació sonora de tot el producte audiovisual, tal com explicarem més endavant.

Javier Larrauri és un músic especialitzat professionalment en el saxo i la flauta travessera, i amb coneixements de percussió, guitarra i teclat. Ha treballat com a músic d'estudi, tècnic de so i ha enregistrat i produït tres discs. Igualment, ha compostat la música d'un curtmetratge, d'un espectacle de dansa i d'una exposició de pintura.

5.3.6. Imatge gràfica:

En el cas que ens ocupa la imatge, com a unitat sígnica visual, es valora emprar-la segons les característiques de cada peça. És a dir, es recorre a imatges que s'ajusten a cada peça, parant esment a si aquestes imatges són simbòliques, abstractes o representació fidedigna de la realitat, en dependència de la seva pertinença a la peça per a la que serà emprada.

Igualment l'elecció de la imatge gràfica com a unitat sígnica està supeditada a les funcions de la imatge: persuadir, identificar, informar, expressar, etc.

5.3.7. Color:

Tal com s'ha mencionat la paleta dels colors, junt a la mosca, són els únics recursos visuals que actualment confereixen continuïtat i identitat pel que aquests seran respectats. Es tracta de recórrer als colors que s'associen amb el grafisme actual perquè el nou disseny també expresse una continuïtat i no un trencament.

06

ELABORACIÓ



6. ELABORACIÓ

6.1. Preproducció.

Dins l'estructura d'aquest treball entenem que aquesta fase ja s'ha desgranat dins els apartats de Justificació, Introducció i Estudi del Cas. S'ha conceptualitzat la idea de grafisme, s'han explicat els objectius, així com l'orientació estètica del producte audiovisual. Per tant, s'ha abastat la gestació del procés, tot encaminat a la producció.

A més a més, ara continuem amb la resta de treball de preproducció en la seva vessant de previsió pràctica. En primer lloc presentem aquells recursos seleccionats que seran compartits en les diferents peces. Tanmateix, aquests són provisionals en el sentit d'ésser possibilitats obertes i dependents de la creació d'un producte satisfactori. Per tant, fins a la fase de producció no sabrem la seva adequació. Cal tindre'ls en compte com a esborrany del producte final a corregir.

Durant l'elaboració dels *storyboards* hem fet recerca d'**imatges** sota llicències *creative commons*. Així evitem problemes amb els drets d'autor de les imatges, ja que aquestes obres es poden copiar, distribuir i comunicar públicament respectant les condicions que descriu la pròpia llicència. Per tant vam fer recerca en webs com *archive.org*, o en *flickr.com* en l'opció de recerca avançada. Igualment en *images.google.com* també hi ha possibilitat de recerca d'aquest tipus de llicències també en l'opció de recerca avançada. Per als vídeos s'ha recorregut a l'arxiu de La Tele.cat.

Per la seva banda, després d'una recerca per diferents webs de descàrrega de fonts²⁹ se seleccionen aquestes possibilitats **tipogràfiques** -supeditades a la finalitat comunicativa plantejada-, totes elles amb permís de l'autor per al seu ús, tal com consta en les webs on estan dipositades per descarregar.

29 www.dafont.com, www.fonts.com,

Taula 4. Possibilitats tipogràfiques.

Nom i tipus de font:	Autor:
APPO POINT	Raúl Andrés Pérez Anseco
ARCHISTICO	Emilie Rollandin.
NEEDLEWORK	Galdino Otten
DK MESHUGGENEH	David Kerkhoff

Font: elaboració pròpia.

Sortosament són molts els fotògrafs que en diferents webs permeten la descàrrega lliure de les seves **textures**.

Figura 5. Textures.

Banc de textures:



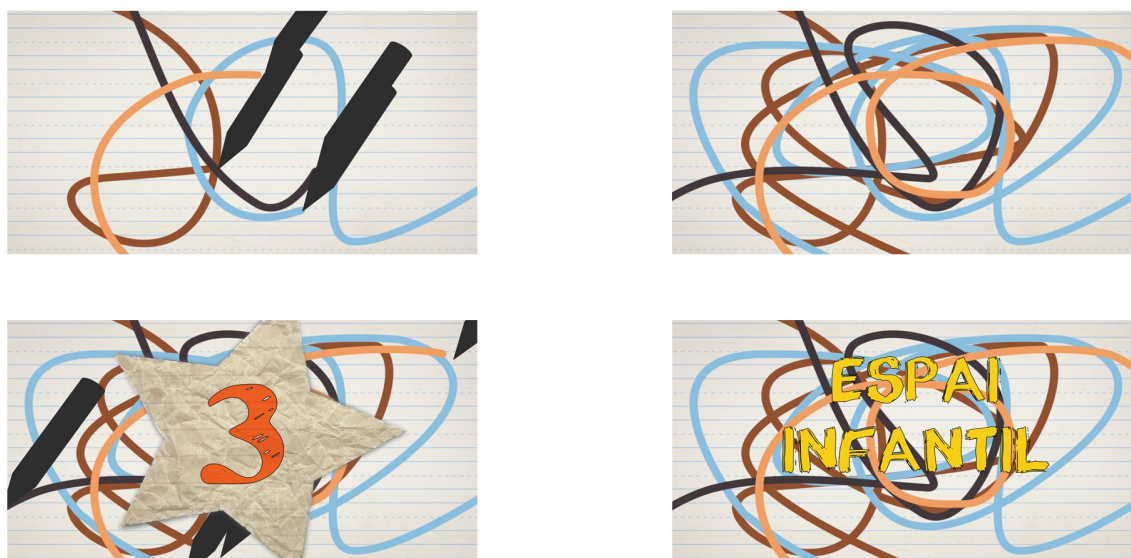
Font: elaboració pròpia

Seguidament es presenten els *storyboards* amb la seva corresponent concepció narrativa per a cada peça. Han estat elaborats directament amb el programa *Photoshop*. Tot i situar-los dins la fase de preproducció cal mencionar que el flux de treball entre programari permet ja en la seva confecció un disseny multicapa planificat per a la seva posterior animació en *After effects*. La seva concepció narrativa funciona com a guió, en el sentit que es descriuen les indicacions visuals necessàries per a elaborar el conseqüent disseny audiovisual.

6.1.1. Guió i storyboard *Espai infantil*.

S'inicia amb la presentació d'una textura de quadern perquè l'espectador l'associe a l'escola. En aquest paper uns retoladors de colors ratllen caòticament. Tot en desordre, com un experiment d'infantesa de ratlles aleatòries. Aleshores es desvetlla un compte enrere. Aquest ens porta cap al moment clau, la presentació d'aquesta franja horària, amb lletres del color corporatiu, les quals apareixen en concordança a la peça, és a dir, amb moviments asimètrics.

Figura 6. *Storyboard* *Espai infantil*.



Font: elaboració pròpia.

6.1.2. Guió i storyboard Espai la xerrada.

Tot comença amb un cartró com a fons. Una textura que s'associe a allò reciclable, orgànic, com els valors que es volen transmetre. Aleshores un globus de còmic de textura de paper arrugat es desentela per simbolitzar quelcom verbal. En aquest s'ha de percebre la recerca d'allò imperfecte. Seguidament un rostre en actitud de xerrar apareix com si estiguera incrustat sobre el cartró, mentre s'emfatitza el rètol de la secció, amb color corporatiu, sobre algun fons que funcione com a punt d'atenció. Per finalitzar es dibuixa el rostre amb un traç blanc, com a recurs efectista que tanque aquesta peça.

Figura 7. *Storyboard* Espai la xerrada.



Font: elaboració pròpia.

6.1.3. Guió i storyboard Espai documental.

Tenint en compte el documental com a gènere de no-ficció s'idea una peça que combine

imatges preses de la realitat, imatges de la producció de documental, i imatges al·legòriques dels conceptes claus del documental. Per tant, es tracta d'una combinació dinàmica d'imatges a la que s'afegiran alguns d'aquests conceptes claus d'aquest gènere: mirades, realitats, experiències, etc. Per donar continuïtat es recorrerà a la repetició de la tipografia.

Igualment, s'intenta afegir la idea del documental com a construcció de la realitat, mitjançant l'aparició d'aquestes imatges per peces, les quals combinades desemboquen en el títol de la secció, totes inserides dins un marc que recorda al fotograma fílmic.

Figura 8. *Storyboard* Espai documental.



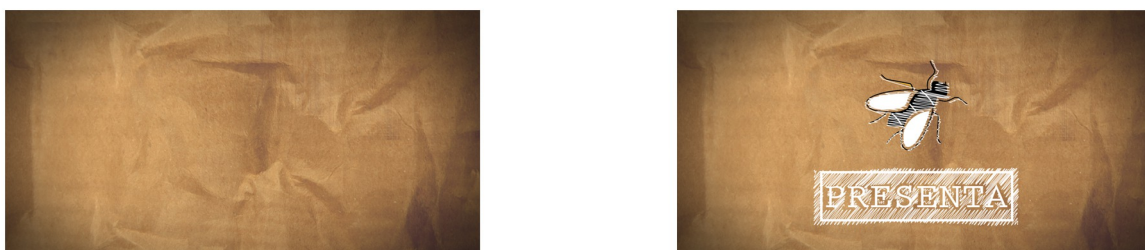
Font: elaboració pròpia.

6.1.4. *Guió i storyboard La Tele presenta.*

En aquest cas es tracta de presentat la mosca imperfecta, com a logotipus ple d'errades. S'inicia amb una paper arrugat. Un punt de llum ens dirigeix cap al centre. El logotipus, com a

marca definitiva, es desvetlla com un dibuix reconeixible que dona pas a algun programa. Aquest desvetllament mostrarà la seva imperfecció mitjançant un traç en moviment de gargots. Aquests superaran en el seu moviment les fronteres físiques de l'anatomia de la mosca. No s'empra el color corporatiu, però, l'ús del logotipus amb una paleta bicolor serveix per reforçar el seu paper com a recurs identificatiu d'aquest canal. El concepte és clar, allò imperfecte i allò orgànic, com a valors a transmetre mitjançant un disseny bidimensional.

Figura 9. *Storyboard* La Tele presenta.



Font: elaboració pròpia.

6.1.5. *Guió i storyboard Espai l'entrevista.*

En aquest cas es prepara un joc de requadres i moviments dinàmics d'imatges sobre una textura de cartró arrugat. Ja des d'un inici una imatge ocupa tota la pantalla per minimitzar-se. Seguidament diferents requadres es fan i es desfan. Dins d'aquests apareixen els rostres de persones entrevistades que van apareixent i desapareixent segons el propi moviment dels quadres. Una fotografia substitueix l'interior dels requadres. Aquesta imatge es mou a càmera lenta. És el nus d'aquesta peça, les paraules porten a la reflexió. Alhora, cada segon apareixen texts amb conceptes que caracteritzen la secció. Finalment el títol apareix reomplint la pantalla, alhora imatge i requadre deixa de canviar per no distraure l'atenció. Dins d'aquests, però, de nou es mostren algunes persones congelades al bell mig d'una entrevista, amb alguna subtil variació del color.

Figura 10. *Storyboard* Espai l'entrevista.



Font: elaboració pròpia.

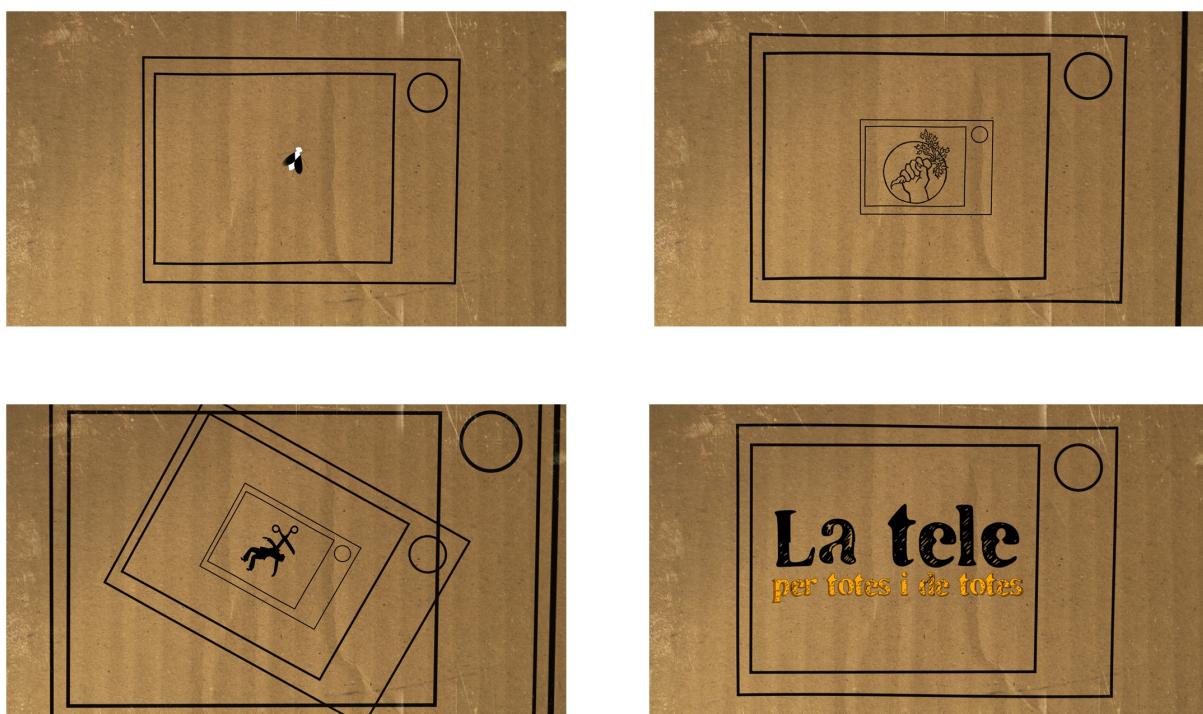
6.1.6. *Guió i storyboard Peça de promoció.*

Per aquesta peça cal incidir en els dos elements que atorguen actualment continuïtat i identitat: logotipus i color. A aquests cal sumar una textura en la línia dels valors que es volen transmetre. El recurs del logo l'emprarem per iniciar la peça. Aquesta elecció rau en què estem davant una autopromoció pel que s'aprofiten aquells recursos que poden augmentar la identitat.

Una mosca revoloteja per dins una televisió dibuixada. Alhora es parteix de la idea que dins la televisió com a mitjà de comunicació, hi han moltes possibilitats de continguts i programacions. L'animació de la mosca ha de trobar un punt per fugir i alliberar-se de la primera televisió dibuixada. A continuació, un seguit de televisions a l'interior de la primera -amb imatges senzilles en blanc i negre, i en concordança als valors i els programes d'aquesta cadena- en moviment rotatiu i d'escalatge donen pas al lema final: "La tele, per totes i de totes". Es cerca una

animació dinàmica, on tot i la ràpida aparició de dibuixos, l'espectador siga capaç de reconèixer algun d'ells.

Figura 11. *Storyboard Promoció.*



Font: elaboració pròpia

6.2. Producció i postproducció.

Durant les diferents fases hem estat en contacte amb els membres de La Tele.cat mitjançant converses telefòniques i el correu electrònic, el que ha permès un intercanvi d'opinions per garantir que la proposta s'ajusta a allò que consideren correcte. Les aplicacions informàtiques seleccionades -aquelles que s'han après al llarg del Màster- permeten un treball seqüencial per fases, on el final d'un procés s'encadena amb l'inici del següent. Per tant, cal emfatitzar la importància d'un flux de treball estructurat a partir de la correlació d'operacions per tal de facilitar un treball sincrònic.

Més enllà de les característiques particulars de cadascuna de les peces audiovisuals, podem agrupar el pla de treball dins el procés descrit a continuació. Clarifiquem que per a cada fase tan sols es descriuen amb minuciositat les operacions realitzades en dues diferents peces, variant-les per fase. Haver desgranat peça a peça les operacions realitzades hagués estat repetitiu.

6.2.1. Tractament de les imatges seleccionades en el programa Photoshop.

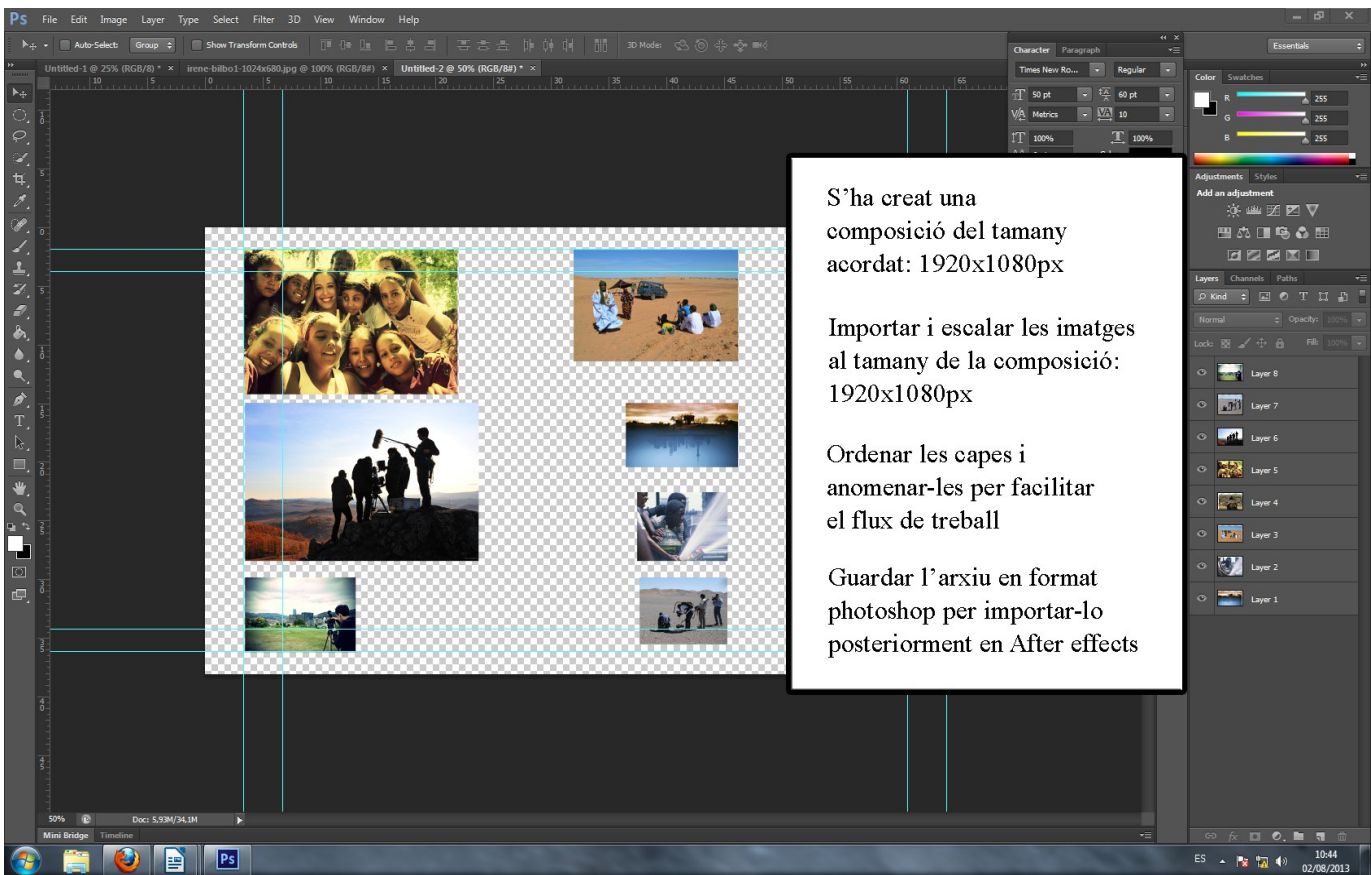
Per a la manipulació d'elements visuals s'ha emprat aquest programari d'*Adobe Systems*. Aquesta és l'aplicació informàtica d'edició de gràfics més estesa dins la indústria audiovisual, en la qual hem aprofundit gràcies al mòdul Grafisme audiovisual. En la seqüència d'operacions del treball es tracta del primer pas a nivell d'edició.

Es tracta de tindre una coherència visual, pel que cal que les imatges que anem a emprar tinguin un estil gràfic semblant. Igualment algunes de les imatges van tindre més retocs perquè la seva qualitat ho demandava. Així sols vam recórrer a un programa vectorial (*Illustrator* també d'*Adobe Systems*) en escasses imatges, en concret per a la peça Promoció. Igualment la bona planificació del flux de treball entre programes, i per tant aquestes tasques prèvies, faciliten l'animació en la posterior composició multicapa amb l'aplicació *After effects*.

En concret han estat les peces Espai documental i Promoció les que han requerit aquest tractament. En el primer cas per ajustar l'escala de les imatges, realitzar retocs de color, ordenar les capes i anomenar-les, tal com mostrem en la Figura 12. Cal mencionar que les imatges pertanyen a documentals amb llicències lliures, les quals hem aconseguit gràcies al portal web dedicat als documentals Naranjas de Hiroshima³⁰.

30 <http://www.naranjasdehiroshima.com/>

Figura 12. Treball en *Photoshop* peça El Documental.

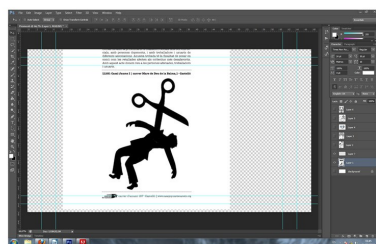


Font: elaboració pròpia

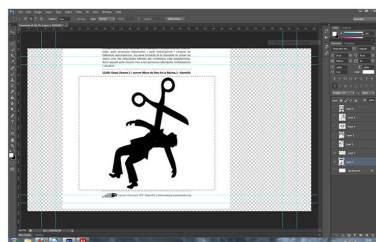
En la figura 13 mostrem dos exemples del tractament d'imatges de la peça de Promoció, on la conceptualització demandava imatges simples en blanc i negre. En aquest cas, a més d'inserir aquestes imatges dins un arxiu de grandària HD (1920x1080px) de format *psd (l'extensió dels arxius *Photoshop*), s'han desaturat les imatges o bé, treballat els nivells de color, per assolir un blanc i negre el més perfecte possible.

Les imatges emprades representen elements icònics dels moviments socials. En la recerca de les imatges ja s'ha tingut en compte la posterior manipulació gràfica pel que totes havien de tindre les característiques esmentades: senzilles, icòniques, i amb possibilitat d'un blanc i negre (o una escala de grisos) idoni.

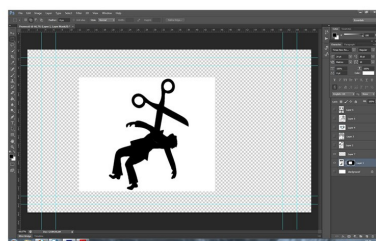
Figura 13. Treball en *Photoshop* peça Promoció.



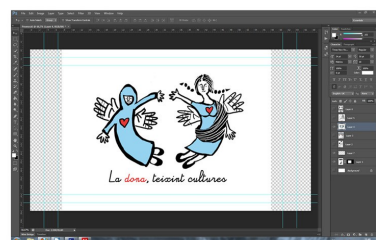
Importar les imatges seleccionades dins una composició de tamany HD.



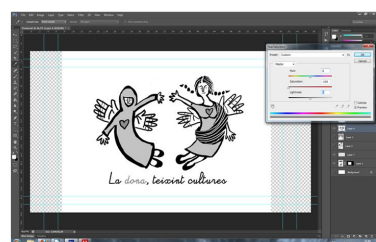
Selecció de l'àrea d'interès.



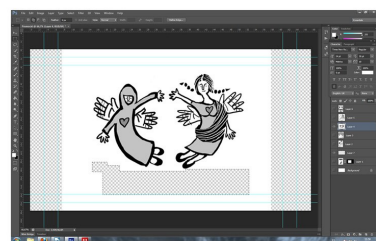
Eliminar allò que no interessa i ajustar els colors per obtenir un bon blanc i negre.



En aquesta peça no ens interessa el color pel que cal eliminar-lo.



Ho fem mitjançant el to i la saturació. Desaturem la imatge per obtenir una gama de grisos.



Seguidament eliminem allò que no ens interessa.

Font: elaboració pròpia.

Cal matisar que aquests retocs també es poden realitzar directament amb el programa *After effects*. Ara bé, la decisió de seguir aquest mètode de treball facilita el flux de treball ja que s'optimitzen els recursos que l'ordinador ha de destinar al processament posterior de les imatges. Tanmateix s'accelera el treball de producció i postproducció.

6.2.2.- Disseny visual i animació en el programa *After effects*.

Una vegada tenim el treball previ l'importem a aquest programa de composició multicapa. Durant el Màster hem aprofundit en aquesta aplicació gràcies a diferents mòduls, i amb aquest Treball de final de Màster encara s'ha ampliat més el coneixement de les possibilitats en la composició i l'animació digital.

Ara estem davant el gruix del procés de treball on s'aborden les dimensions temps i moviment al grafisme plantejat. A continuació desgranem per peça els principals efectes, recursos i tècniques emprades:

Taula 5. El treball en *After effects*.

Espai infantil.	Màscares. Sòlids. Efecte <i>Stroke</i> . Efecte <i>Roughen Edges</i> . Efecte <i>Fill</i> . Capes de forma. Efecte <i>Drop shadow</i> . Animadors text. Objectes nuls. Modes de fusió
Espai la xerrada.	Modes de fusió.

	<p>Animador de text.</p> <p><i>CC Plastic.</i></p> <p><i>Drop Shadow.</i></p> <p><i>Fast Blur.</i></p> <p>Capes de forma.</p> <p><i>Venetian Blinds.</i></p> <p><i>CC Page Turn.</i></p> <p><i>Stroke.</i></p> <p>Traçat automàtic.</p> <p>Màscares.</p> <p><i>Hue/saturation.</i></p> <p><i>Color range.</i></p> <p><i>CC Plastic.</i></p> <p>Sòlids.</p> <p>Màscares.</p>
Espai documental	<p><i>Fractal Noise.</i></p> <p>Sòlids.</p> <p>Màscares.</p> <p><i>Splitimage script</i></p> <p><i>Fast Blur</i></p>
Espai l'entrevista.	<p>Modes de fusió.</p> <p>Màscares.</p> <p><i>Hue/Saturation.</i></p> <p>Sòlids.</p> <p>Objectes nuls.</p> <p>Capa d'ajustament.</p>
La Tele presenta.	<p>Modes de fusió.</p>

	<p>Efecte <i>Stroke</i>.</p> <p>Efecte <i>Scribble</i>.</p> <p>Precomposició.</p> <p>Traçat automàtic.</p>
Promoció.	<p>Capes de forma.</p> <p>Sòlids.</p> <p>Objectes nuls.</p> <p><i>Motion Blur</i>.</p> <p>Parentals.</p> <p>Precomposició.</p> <p><i>Roughen Edge</i>.</p> <p><i>Color range</i>.</p>

Font: elaboració pròpia.

A continuació s'explica pas a pas la creació de dues de les peces a mode de tutorial per mostrar les particularitats d'aquesta d'animació digital. Tal com es palesa, es tracta d'un treball on cal tindre un coneixement d'aquesta aplicació informàtica. Si més no, les facilitats que permet aquests programa informàtic cal conjugar-les amb un coneixement de l'eina i la prèvia conceptualització del projecte. L'interès per mostrar pas a pas la creació d'aquestes dos peces rau en evidenciar la feina que hi ha darrere del grafisme televisiu.

6.2.2.1. Tutorial de la peça Espai infantil.

Primeres passes:

- Creació de tres composicions de mida HD 1920x1080px amb el nom de “Compte enrere”, “Bolis pintant” i “Bolis pintant final”. Les tres les fem d'una durada de 15 segons.
- Crear la carpeta “Espai infantil” on inserim les tres composicions. Aquesta carpeta la

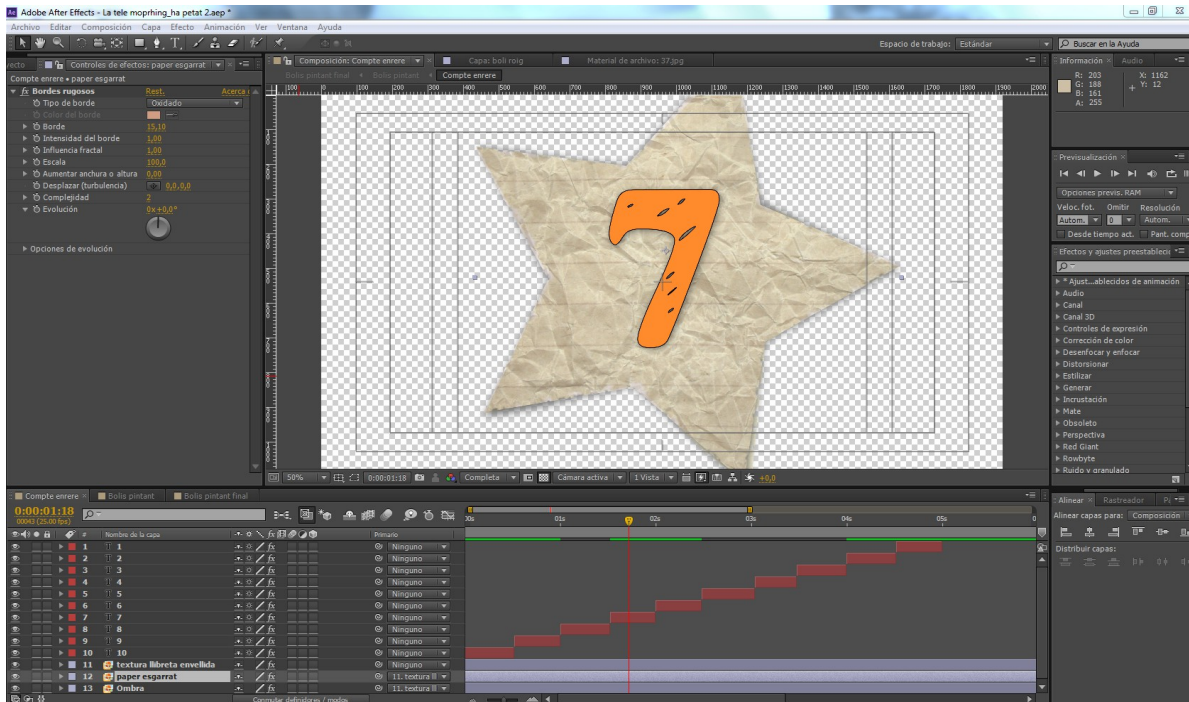
inserir dins la carpeta "Composicions".

- Ho guardem.

Creació de l'estel:

- Importar les textures (textura envellida de paper llibreta i textura de paper doblegat) per a crear l'estel sobre el que apareixeran els números del compte enrere. Inserir-les dins la línia de temps en l'ordre convenient.
- Canviar al mode Multiplicar la textura de paper envellit.
- Realitzar una màscara en forma d'estel a la primera textura. Copiar la màscara a l'altra textura. Apliquem a les dues capes l'efecte *Roughen Edges* per obtenir un borde rugós a l'estel.
- Duplicar la textura de paper llibreta i canviar-li el nom pel d'Ombra. Canviar l'ordre de les capes. La capa Ombra ha d'anar l'última de totes.
- Aplicar a aquesta capa l'efecte *Fill* i fer-la de color negre. Aplicar-li l'efecte *Fast Blur* i alterar el valor per difuminar el color negre. L'ombra ja està creada.
- Amb la ferramenta Text escrivim el compte enrere. Cada número ha de ser una capa, del 10 al 1. Situem la seva posició just al centre de l'estel i totes per sobre d'aquesta capa.
- Tots els números tenen la mateixa grandària, 652 píxels, i són de tipografia *LL Cooper*. Apliquem un borde negre de 2 píxels des de la finestra Caràcter.
- En la línia del temps fem que cada número dure 13 fotogrames i apareguen de forma seqüencial, és a dir, un darrere de l'altre. El compte enrere dura exactament 5 segons.
- Seguidament amb la finestra Caràcter alterem el color de cada número.
- Apliquem al número 10 l'efecte *Drop Shadow* per crear-li una ombra. Quan tenim els valors adients d'aquest efecte tan sols cal copiar-lo i pegar-lo a la resta de números.

Figura 14. Treball en *After effects* peça Espai infantil.



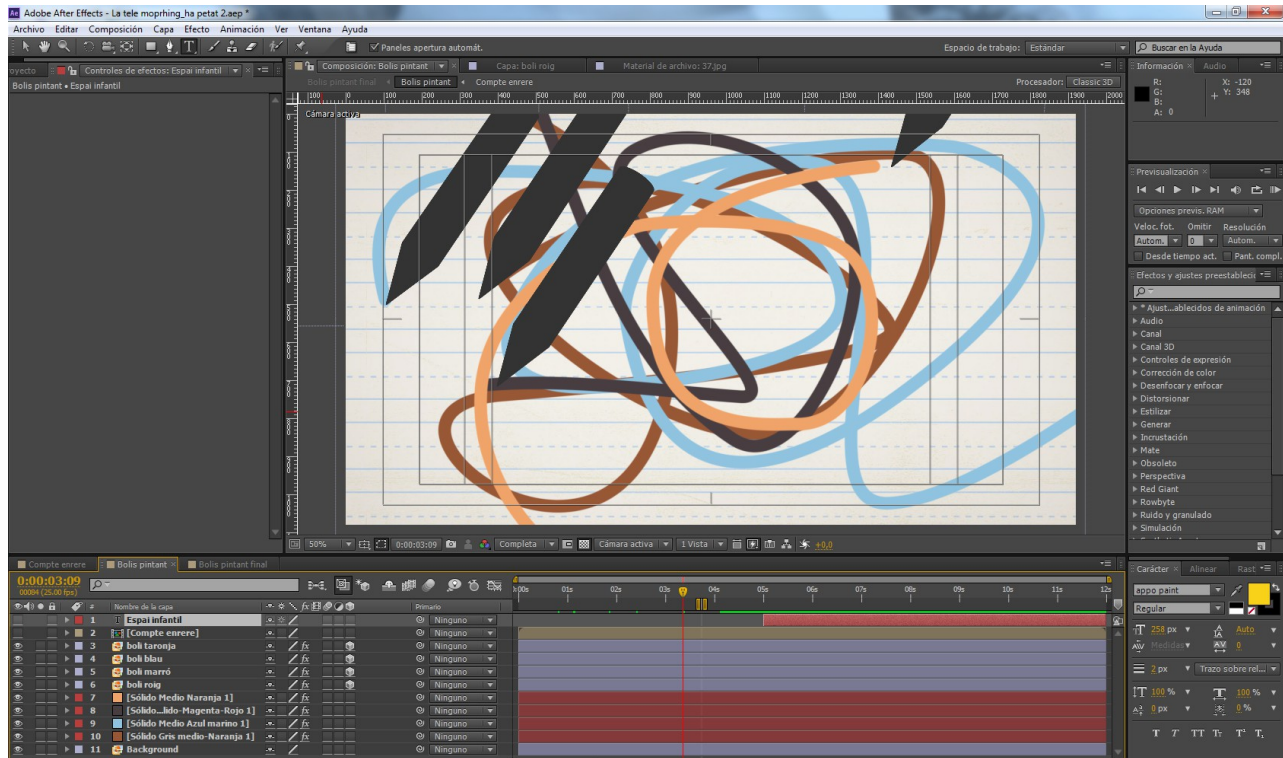
Font: elaboració pròpia.

Creació dels bolis pintant:

- Dins la composició "Bolis pintant" inserim la textura que farà de fons. L'anomenem *Background*. Es tracta d'un fons que simula una llibreta escolar on escriure.
- Creem un sòlid de color taronja (codi F09F63). Ha d'anar per sobre de la textura.
- En aquest creem una màscara, la qual ha de quedar oberta, i ha de simular el trajecte d'un boli pintant aleatòriament.
- Li apliquem l'efecte *Stroke* per simular el traç d'escriptura. Per això cal aplicar els canvis necessaris a aquest efecte. Exactament cal posar l'efecte en mode revelar la imatge original i animar amb fotograma clau al fotograma 0 el valor final 0, i al segon 4 el valor final 100.
- Repetim la mateixa operació amb altres 3 sòlids de diferents colors. Un cop realitzat ja tenim els 4 traços d'escriptura finalitzats.

- Seguidament importem la imatge del boli. La inserim dins la carpeta d'imatges de la finestra Projecte. Igualment la introduïm en la línia de temps.
- Com volem un boli negre primer li apliquem l'efecte *Color Range* per eliminar el color blanc que l'envolta. Seguidament apliquem l'efecte *Fill* i escollim el color negre. Com observem aquestes operacions hagueren pogut realitzar-se amb *Photoshop* però en aquest cas s'han fet directament dins el propi *After effects*.
- Canviem de les propietats de transformació l'escala per obtindre un boli de la grandària que ens interessa. Igualment canviem el seu punt d'ancoratge just a la punta del boli, és a dir, on pinta. Activem l'opció de les 3 dimensions de la capa així podrem simular millor un moviment realista.
- Ara dupliquem aquesta capa tres vegades per tindre un boli per traçat. A cada capa li posem el nom que li correspon: boli blau, boli taronja, etc.
- Ja sols cal copiar el traçat de la màscara i copiar-lo a la propietat de transformació posició del boli. Aquesta operació la repetim amb la resta de bolis (es còpia el traçat de la màscara de cadascuna de les capes de sòlid a la propietat de transformació posició de cada boli). Així el boli segueix just el traç que hem obtingut amb l'efecte *Stroke*. No cal oblidar haver canviat el punt d'ancoratge, sinó aquest còpia i pega no funciona.
- Per obtindre millor resultat modifiquem subtilment la propietat de transformació rotació en el seu eix Y de les capes dels bolis. Així aconseguim un moviment de boli que simula millor la realitat.

Figura 15. Treball en *After effects* peça Espai infantil.



Font: elaboració pròpia.

Creació del text final:

- A partir del segon 5, just quan s'acaba el compte enrere, escrivim el text d'aquesta peça: “Espai infantil”, amb tipografia *Appo Point* de grandària 258 píxels i un traç negre de 2 píxels. També des de la finestra Caràcter canviem el seu color a un groc corporatiu.
- Aquesta capa ha d'estar situada la primera de tot, i centrada en la composició. És la protagonista del compte enrere pel que cal donar-li la centralitat que es mereix en la composició.
- En la capa de text obrim les seves propietats i inserim tres animadors: escala, posició i rotació. Alterem els seus valors fins aconseguir un moviment de caràcters que s'apropi al que cerquem per a aquesta peça. Aquesta és una operació que requereix paciència.
- El moviment ha de durar 5 segons, és a dir, fins al segon 10 de la composició, ja que el text apareix a partir del segon 5.

Figura 16. Treball en *After effects* peça Espai infantil.



Font: elaboració pròpia

Passos finals:

- Inserim la composició "Compte enrere" dins la composició "Bolis pintant". Aquesta composició ha d'estar situada baix del text final Espai infantil. Així tindrem el text apareixent just quan s'acaba el compte enrere i per sobre de l'estel.
- Inserim la composició "Bolis pintant" dins la composició "Bolis pintant final".
- Creem una capa de sòlid de color negre. Li realitzem una màscara rectangular que posem en mode Restar. Així obtenim un marc negre al voltant de la composició. Manipulem els valors de calat per difuminar aquest marc. Aquest marc funciona com a subtil punt de llum sobre el centre de la composició.
- Introduïm l'àudio. Ja tenim la composició preparada per exportar-la.

6.2.2.2. Tutorial de la peça Espai la xerrada.

Realitzem una altra detallada explicació d'aquesta peça audiovisual. Com veurem el mètode de treball, tot i compartir recursos amb la peça anterior, té les seves pròpies característiques. Gràcies a la conceptualització del treball de preproducció, el que cal és aplicar les ferramentes que proporciona *After effects* per portar a terme aquestes idees.

Primeres passes:

- Creem tres composicions de mida HD (1920x1080 píxels). Les anomenem “Globus la xerrada”, “Text la xerrada”, “La xerrada final”. Les tres composicions les fem de la mateixa durada: 12 segons. Les fem dins una carpeta que hem creat amb el nom “Espai la xerrada”. Aquesta carpeta la introduïm a la carpeta “Composicions”.
- Ho guardem.
- Aquests passos previs tot i semblar poc rellevant són cabdals per tindre ben organitzat tot el material, sobretot perquè el nombre de composicions i elements que anem creant demanda una organització sense la que es ralentitzaria el procés de treball.

Creació del globus:

- A la composició “Globus la xerrada” introduïm la textura de paper doblegat. Aquest serà el fons del nostre globus pel que amb la ferramenta ploma creem una màscara en forma de globus de còmic.
- Per donar-li uns trets més cridaners apliquem l'efecte *CC Plastic*. Aquest aconseguix simular la textura del plàstic gràcies a la variació de les ombres i les llums del paper doblegat.
- Com es tracta d'un globus de còmic anem a dibuixar a l'interior del globus uns traçats de colors. Açò ho fem mitjançant les capes de forma.

- Aquests traçats els animem mitjançant l'animador Retallar traçat canviant el valor Fi al 0 al segon 1 i valor 100 al segon 2. Es tracta d'un animador propi de les capes de forma que aconseguim simular el naixement i desenvolupament del traçat.
- Seguidament fem l'ombra del globus aplicant l'efecte *Drop Shadow* a la capa de forma. Canviem el calat d'aquest efecte per suavitzar l'ombra.

Figura 17. Creació del globus per a l'Espai la xerrada.



Font: elaboració pròpia.

Creació del text La xerrada:

- Seguidament escrivim el text "La xerrada" amb tipografia *Archistico* de grandària 258 píxels. La lletra la fem del color corporatiu.
- Obrim les propietats de transformació del text i afegim l'animador de text opacitat per simular l'escriptura de màquina d'escriure. Aquest efecte ho aconseguim mitjançant inserir

al segon 1 un valor d'inici de 0 i al segon 3 un valor d'inici de 100 al selector de gamma.

- Com es tracta del títol d'aquest espai cal que destaque sobre la resta d'elements. Ha de cridar l'atenció. Per aconseguir-ho dissenyarem un fons propi fosc, el qual ha de contrastar amb el text. Ho aconseguim inserint una textura del Banc de textures. En aquesta apliquem una màscara rectangular al voltant del text. Li variem el calat per evitar la duresa dels contorns.
- Una vegada ho tenim enllestit creem la seva ombra duplicant la capa i aplicant l'efecte *Stroke* i l'efecte *Drop Shadow*, tal com hem explicat al tutorial de l'Espai infantil.

Figura 18. Creació del text per a l'Espai la xerrada.



Font: elaboració pròpia.

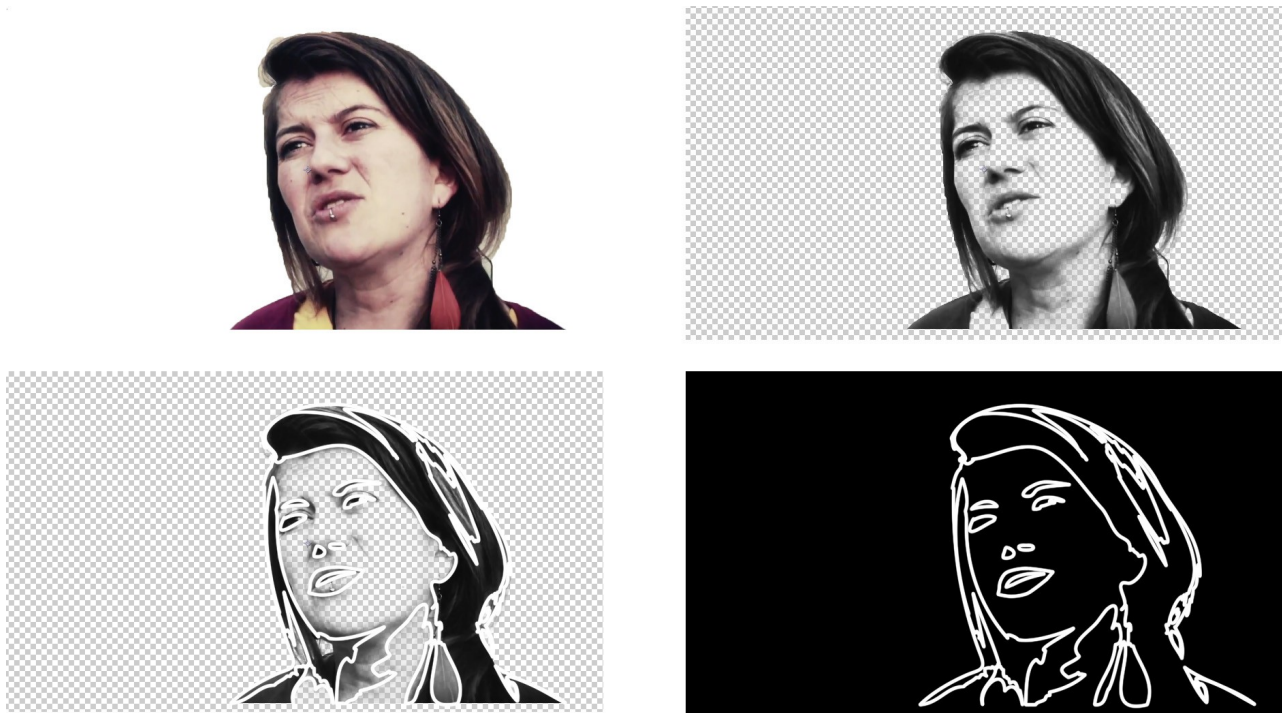
Creació del traçat automàtic sobre el rostre:

- Importem la imatge que anem a inserir dins la composició "Espai la xerrada final". La introduïm en la línia del temps d'aquesta composició.
- Per tindre el material ben organitzat la introduïm en la finestra Projecte dins la carpeta

Imatges.

- A la imatge original li apliquem els efectes *Color Range* per eliminar el blanc del contorn i l'efecte *Hue/Saturation* per eliminar la seva saturació. Seguidament la posem en mode de fusió Multiplicar perquè estiga preparada per a la textura de fons que hi inserirem més endavant.
- Dupliquem la capa. En la capa duplicada amb la ferramenta ploma creem sobre el rostre una sèrie de màscares on destaquem aquells contorns de la cara que considerem més importants per a crear un dibuix de línies: ulls, nas, boca, perfil de la cara i el cos, i el pel.
- Quan tenim un contorn satisfactori -el que es converteix en una feina tediosa sinó es tenen coneixements de dibuix-, apliquem l'efecte *Fill* per crear el traç sobre les màscares que s'han creat.
- En aquest cas modifiquem les opcions de l'efecte al mode “sobre transparent”, un pinzell de 6,8 píxels, i que tarde al voltant de 2 segons en dibuixar-se (fotograma clau de valor de fi al 0%, i després de 2 segons fotograma clau valor de fi al 100%). D'aquesta forma ja tenim creat un dibuix animat del rostre, tal com es mostra a la figura 19.
- Per tal d'organitzar-nos canviarem el nom a les capes. La primera s'anomena “rostre transparent” i l'altra “rostre traçat”.
- Ara cal modificar de la capa del rostre transparent la seva propietat de transformació opacitat. Es vol aconseguir que aparega de transparent a visible al voltant de 16 fotogrames.
- Quan el traç blanc dels contorns de l'altra capa estiga finalitzant -recordem que l'animació del traçat dura exactament 2 segons- aquesta ha de començar de nou a fer-se invisible ràpidament. Cal dedicar un temps per trobar una combinació correcta.

Figura 19. Creació del traç sobre rostre per a l'Espai la xerrada.



Font: elaboració pròpia.

Creant els retocs finals:

- Una vegada tenim l'animació del traç finalitzada inserim en aquesta composició les dues composicions que teníem enllestides "Globus la xerrada" i "Text espai la xerrada".
- Introduïm en la línia de temps la textura de cartró de fons a la que s'aplica l'efecte *CC Plastic* per millorar la seva presència gràcies a variar les seves llums i ombres.
- Distribuïm els diferents elements en la composició perquè el pes recaiga en "Text espai la xerrada". Igualment organitzem la línia del temps perquè tot s'iniciï amb el globus, seguidament aparega "Text espai la xerrada" i l'animació del traç del rostre tanque la composició.
- Perquè quede més efectista apliquem *CC Page Turn* al globus, així aconseguim que aparega com si es tractara del pas d'una fulla de llibre.
- Igualment a l'interior del globus escrivim amb la ferramenta text tres símbols d'admiració amb la mateixa tipografia que el text. Una vegada es desplega el globus apareixen

aquestes exclamacions.

- Finalment inserim una sòlid negre sobre el que fem una màscara rectangular, la qual restem, i manipulem el seu calat perquè funcione com a punt de llum sobre la composició.
- Igualment inserim la capa d'àudio que teníem ja preparada i ja tenim enllestida la composició final per a la seva exportació.

Figura 20. Composició final Espai la xerrada.



Font: elaboració pròpia.

6.2.3. Disseny del so.

Cada peça té unes particularitats, però en termes generals, junt a la premissa dels micro-ritmes visuals, explicada anteriorment, es pensa en instrumentacions humanes com els ritmes de percussió. Per altra banda volem anar més enllà dels estils musicals dels ambients alternatius. Cal trencar els tòpics i deixar d'encasellar allò alternatiu dins uns codis concrets ja que resten possibilitats d'ampliar el potencial públic de la cadena.

A partir d'aquesta concepció ens hem coordinat amb el músic Javier Larrauri, qui ha compostat les peces expressament per aquests productes. Les línies de treball seguides han estat les anomenades anteriorment: la recerca d'un so humà, de ritmes de percussió, on el missatge sonor aporta dinamisme al missatge sonor sempre recordant a allò proper, amb una música allunyada del tractament tecnològic al que les televisions convencionals ens han acostumat.

La cooperació en el disseny del so ha estat un treball de conceptualització posteriorment a la creació de les diferents peces. És a dir, una vegada estaven enllestides s'han enviat al compositor qui mitjançant el programari *Pro tools* ha compostat, enregistrat, editat i mesclat les diferents peces sonores.

El mètode de composició de Javier Larrauri es basa en la intuïció a partir del que l'animació de la peça suggereix. Tenint en compte les premisses donades, el músic busca els punts de la composició visual més importants, és a dir, els moments substancials de canvi en la imatge sobre els que bastir la composició musical. A partir d'aquests punts comença a dissenyar el so. Es tracta d'un procés creatiu d'elecció i descart.

En la totalitat de les peces compostades ha mesclat enregistraments propis junt a arxius midi. Com a mostra d'aquest procés a continuació expliquem el procés en dues de les peces, la peça de Promoció, i La Tele presenta. La següent informació ha estat recollida mitjançant una entrevista amb l'autor³¹.

En el primer cas es tracta d'una composició de 21 segons on trobem les següents pistes:

1. Kalimba. Enregistrament propi.
2. Darbuka. Enregistrament propi al qual ha realitzat un *loop*. Igualment ha estat panoramitzada segons els seus sons greus i aguts per donar més cos a la composició.
3. Bongó. Arxiu midi editat amb la finalitat de realçar la darbuka en aquells punts més importants.
4. Contrabaix. Arxiu midi

31 Entrevista realitzada el 14 d'agost del 2013.

En primer lloc comença la kalimba i la darbuka marcant el patró rítmic. El bongó està al llarg de tota la peça per reforçar les accions de la mosca. Seguidament entra el contrabaix seguint aquest patró rítmic. Hi ha un treball de sincresi entre allò sonor i allò visual. A continuació se sumen la pandereta i els vents.

5. Saxo. Enregistrament propi editat per crear una secció de vents.
6. Shaker. Enregistrament propi.
7. Pandereta. Enregistrament propi.

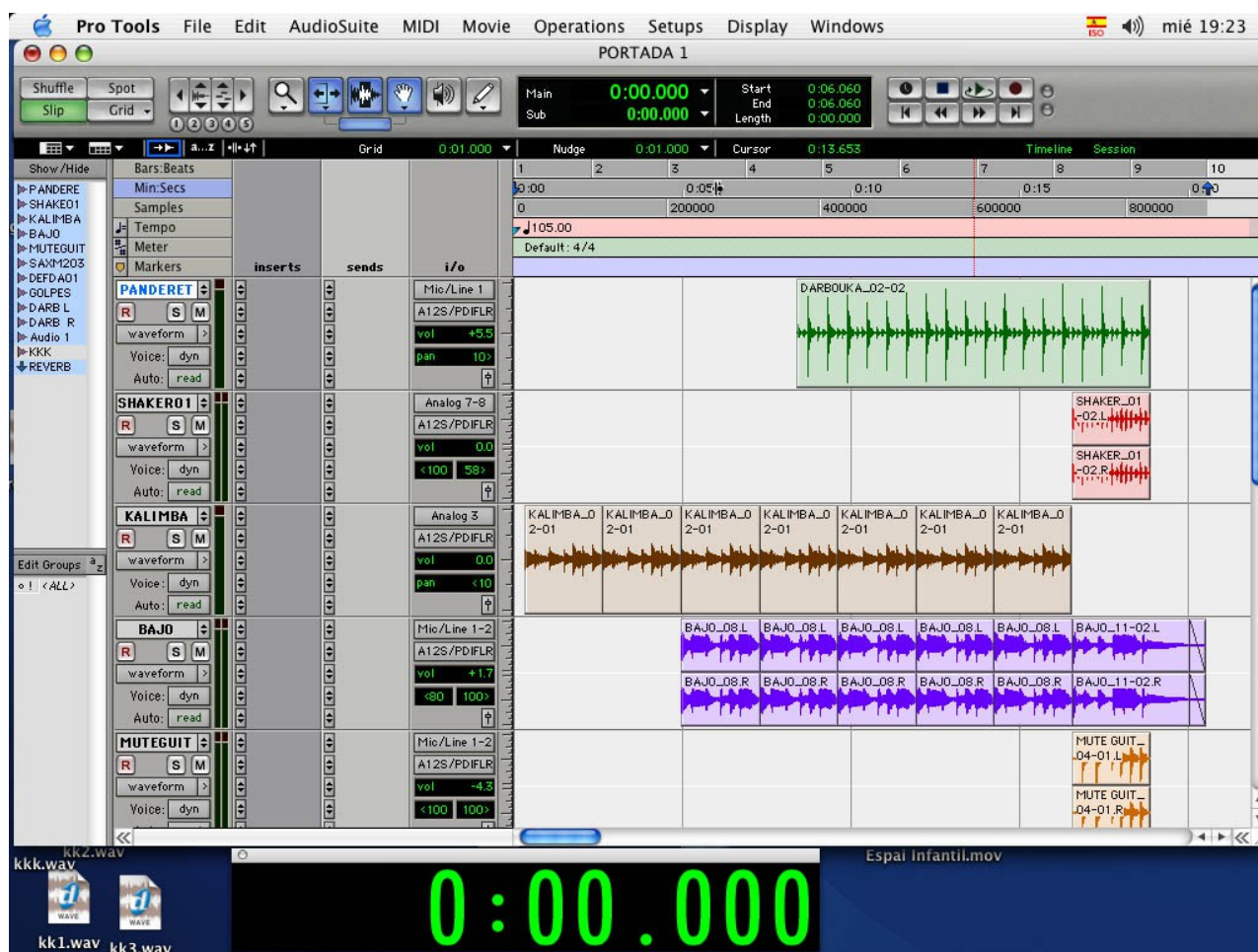
Per concloure la peça empra la cortina i la guitarra. Es tracta de reforçar allò visual ja que és el slogan de La Tele pel que cal accentuar-ho també mitjançant allò sonor.

8. Guitarra mutejada. Es tracta d'un arxiu midi amb aquest instrument tocat amb la tècnica del muteig, la qual aconsegueix un so apagat i sec.
9. Cortina. Per tancar la composició. Es tracta d'un arxiu midi.
10. Reverb. Destinada a les pistes del saxo, el bongó, i la cortina.

En aquest procés creatiu Javier Larrauri reforça gràcies a un so humà, fugider d'una sonoritat electrònica, l'estètica que es busca amb la imatge. Fa un ús subtil de la reverberació per donar més profunditat a la composició sonora. Reconeix la facilitat i comoditat d'allò digital en tot el procés musical, també per trobar un so allunyat de la desnaturalització del missatge sonor. Al capdavall, es tracta de trobar una coherència respecte als valors que es volen transmetre.

S'observa com en aquesta peça ja ha emprat elements fonamentals en tot procés de producció i mescla: la panoramització i la reverberació per atorgar profunditat. Com tot procés creatiu demanda d'un treball pacient, reflexiu i de selecció i rectificació constant.

Figura 21. Treball multipista en *Pro tools*.



Font: Javier Larrauri.

Respecte a La Tele presenta es tracta d'una peça de 10 segons amb els següents instruments:

1. Marimba. Enregistrament propi. Aquest instrument inicia la peça. Entra al primer cop des del fons negre de la imatge.
2. Bongó. Arxiu midi. Hi ha variacions en el seu tempo original i a més ha estat editat per trobar aquell passatge que s'ajuste millor al tipus d'imatge. S'inicia amb un *Fade-in*.
3. Palmes. Enregistrament propi. Dividides en dos pistes, una per a les agudes i l'altra per a les greus. També tenen aplicada reverberació per donar profunditat enviant-les cap

enrere.

4. Shaker. Enregistrament propi. Tanca la peça.

Una vegada el procés de creació ha estat finalitzat realitza un primer *bounce* per avaluar la mescla de l'àudio amb el vídeo. A partir d'aquest moment realitza xicotets canvis per sincronitzar el so amb la imatge, fins aconseguir la peça definitiva. Aquest darrer *bounce* el configura amb els següents paràmetres:

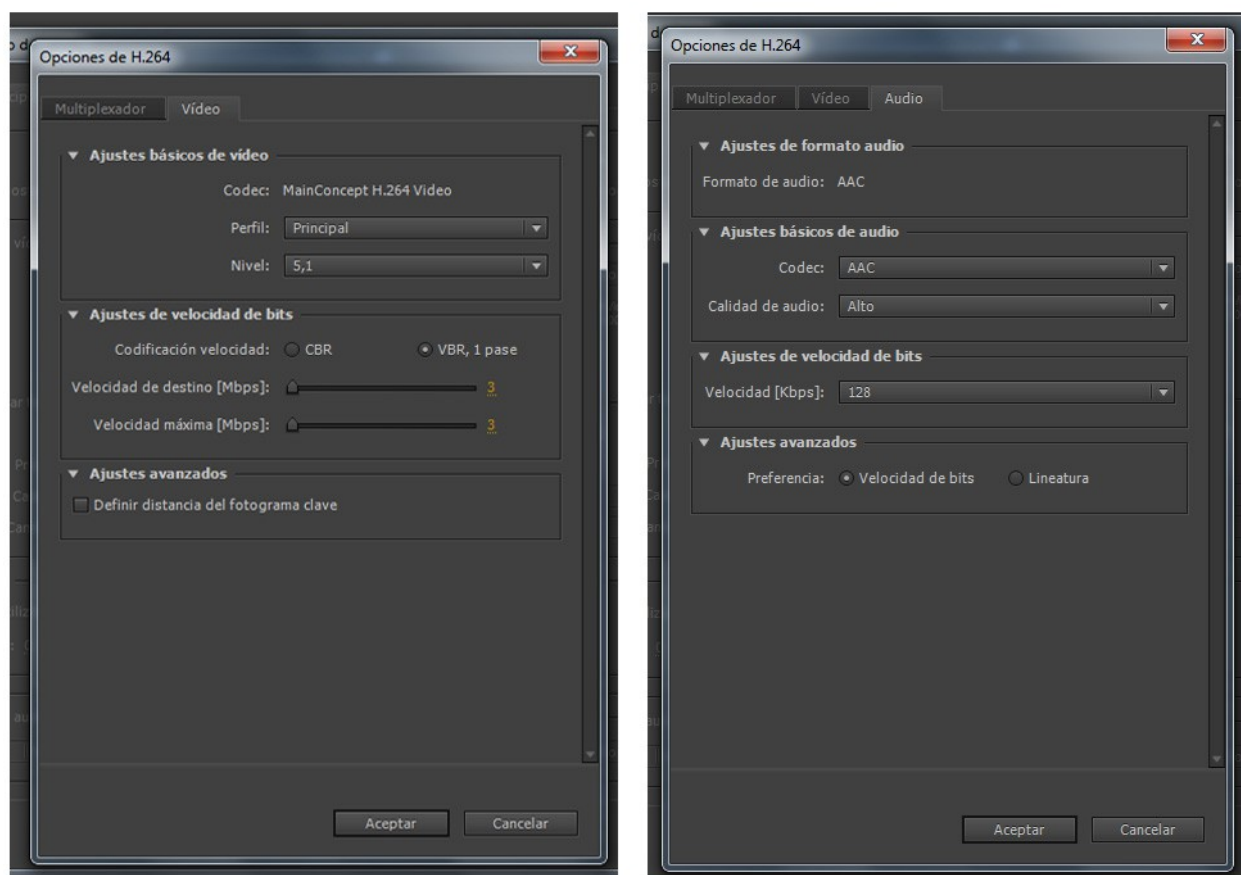
- *Bwf (wav)*
- *Sample Rate 44.100khz*
- *Resolution 24 bits*
- *Convert after bounce*
- *Format sterero interleaved.*

L'arxiu resultant és aquell que s'insereix en el vídeo definitiu en alta qualitat.

6.2.4. Exportació i treball final.

Una vegada tenim totes les peces finalitzades preparem una primera fornada del producte en baixa qualitat. En aquest cas hem optat per realitzar diferents arxius emprant el format contenidor d'extensió **mp4*. Combinant el còdec de vídeo *h.264* i el còdec d'àudio *ACC*. La intenció és compartir-lo amb els membres de *La Tele.cat*. Es tracta d'una combinació de còdecs de comprensió digital amb el que s'obté un arxiu amb imatge de bona qualitat i poc pes. Així facilitem l'intercanvi per correu electrònic ordinari, sense necessitat de recórrer a altres mètodes d'intercanvi d'arxius. Al capdavall el que es pretén és una visualització per si de cas cal fer algun canvi final a les peces dissenyades.

Figura 22. Format contenidor *mp4.



Font: elaboració pròpia.

Una vegada tenim el vist-i-plau preparam la fornada final. En aquest cas ens centrem en el format contenidor que ens encomanen. Les úniques instruccions rebudes fan referència a un arxiu en extensió .mp4. En aquest cas s'ha optat pels mateixos paràmetres que s'han usat anteriorment però en alta qualitat.

Finalment s'ha usat *Google Drive* i el lloc web *Wetransfer* per compartir els arxius definitius que seran emesos.

07

CONCLUSIONS



7. CONCLUSIONS

Una vegada finalitzat un treball d'aquestes característiques cal destacar un seguit de fortaleeses que han facilitat la seva producció. En primer lloc tindré com a full de ruta un esquema de treball definit i ajustat al producte a realitzar. Aquest fet ha augmentat el rendiment del procés ja que les tasques estaven perfectament definides, fet que ha facilitat la seva planificació i execució. Un flux de treball metoditzat comporta una eficient gestió del temps i un control dels estàndards tècnics (programari a usar, *framerates*, còdecs, etc.). Al mateix temps, aquest tipus de projecte ha estat útil per experimentar com és el flux de treball amb el client. Els creuaments d'informacions, els primers esborranys, la coordinació amb el compositor de la música, etc., han fet de la creació d'aquest producte audiovisual una aproximació al treball professional d'un dissenyador de grafisme televisiu. Per tant, el flux de treball és cabdal per orquestrar correctament un producte audiovisual; és el camí encertat el que determina l'èxit final d'un producte audiovisual.

En segon lloc també cal emfatitzar els coneixements adquirits al llarg del Màster en postproducció. Si més no, ens situem davant aquest treball amb una ampliació del bagatge teòric i pràctic respecte al que es posseïa als inicis del Màster. Sense aquest aprenentatge no haguera estat possible emprendre un treball d'aquestes característiques. En aquest cas cal subratllar especialment la formació adquirida en el programa *After effects*, la qual ha permès desenvolupar aptituds en el camp del disseny i la composició, l'animació i els efectes visuals.

Aquesta darrera fortaleesa imbrica amb un altra qüestió a al·ludir. En el desenvolupament d'aquest treball s'ha comprovat la fluida relació entre la teoria i la pràctica. Tot i afrontar un producte audiovisual, del que deduïm situar-se en front d'un treball eminentment pràctic, ha estat la recerca teòrica el que ha marcat el rumb de les operacions més pràctiques. Així, la conceptualització teòrica és cabdal per orientar en la direcció pertinent la vessant pràctica. Hi ha una íntima relació entre la construcció intel·lectual de les peces a realitzar i la seva materialització mitjançant les destreses en el grafisme audiovisual. Així, la dimensió

d'investigació i la pròpia teoria del disseny audiovisual ha estat cabdal per posteriorment aplicar les tècniques necessàries i portar a terme aquest producte audiovisual. Tanmateix, s'ha constatat la indissoluble relació entre teoria i pràctica.

Abans d'endinsar-se en les conclusions respecte al producte en si cal matisar una qüestió. La Tele.cat, com la majoria de col·lectius de caràcter reivindicatiu, rebutja la publicitat i el màrqueting al considerar-les ferramentes persuasives per fomentar el consumisme. Aquest rebuig es tradueix en l'escassa importància que atorguen al seu embalatge gràfic, el que comporta mancances evidents en la continuïtat gràfica, i reverteix de forma negativa en la seva identitat. Així, es conforma una imatge global descuidada, travessada per la poca atenció al disseny. Es tracta per tant d'una debilitat a subvertir.

Ahora, cal destacar la llarga tradició de dissenyadors³² crítics que treballen des de postures lligades a l'activisme, amb un qüestionament de la facetes més mercantilitzades del disseny. Es tracta d'un conjunt d'aportacions teòriques i pràctiques que el posen al servei de la reivindicació. Aquest treball intenta humilment inserir-se dins d'aquesta tendència.

Tal com s'ha explicat, aquest treball s'ha centrat en la realització d'una sèrie de peces gràfiques per encapçalar diferents espais televisius. Totes han estat pensades per potenciar els aspectes del grafisme com a senya d'identitat, és a dir, una continuïtat en el tipus de tipografia, el color, les textures, i les tècniques d'animació. En la seva elaboració s'ha constatat com els diferents recursos expressius prenen significat i compleixen la funció per a la que estaven plantejats a partir de la seva composició. És a dir, prenen cos en conjunt i no posseeixen sentit de forma independent. Es tracta de posar el disseny audiovisual al servei del guió, i aquest al que la cadena demanda.

Aquesta darrera conclusió mostra una de les principals limitacions que s'han afrontat en el desenvolupament d'aquest treball: la manca d'experiència específica en disseny gràfic. Així, s'ha verificat l'estreta relació que hi ha entre postproducció i disseny gràfic, si més no, en aquesta

32 Per saber més sobre la història del disseny i l'activisme recomanem la Revista temàtica de disseny Monogràfica.org, dirigida per Raquel Pelta i Javi Sastre. Recurs web: <http://www.monografica.org>

tipologia de producte audiovisual. Tal com s'esmentava als inicis de la memòria, en el grafisme audiovisual imbriquen diverses disciplines pel que la seua pràctica professional demanda una transversalitat de coneixements. Sortosament, la idiosincràsia d'aquesta cadena dona llicència per a l'experimentació i l'aprenentatge respecte al grafisme audiovisual. Aquest fet ha permès una obertura artística en la realització del producte i un aprenentatge basat en la creativitat.

A banda, dins la fase d'execució ha aflorat una altra qüestió en relació a l'ús dels efectes. Sovint la manca d'experiència i planificació es tradueix en un abús alhora d'emprar efectes. Gràcies a aquest treball s'ha comprovat com creen significació i cal supeditar-los al sentit de la peça gràfica. És a dir, s'ha constatat el seu ús semàntic i el seu potencial alhora d'expressar-se de forma breu i sintètica.

Com es mencionava als inicis d'aquesta memòria, el treball de grafisme televisiu és clau per superar el públic més fidel i atraure una audiència més enllà dels espectadors ja consolidats. En aquest sentit la proposta de producte audiovisual caldria inserir-la dins una estratègia gràfica global. Les persones quan s'enfronten a diferents estímuls visuals tendeixen a reaccionar davant allò que els resulta familiar, per això la identitat i la continuïtat televisiva (plasmades gràcies al disseny audiovisual) són un factor cabdal. En aquest sentit les diferents peces gràfiques han estat proposades que ha acomplert l'objectiu per al que estaven pensades: reforçar la seva identitat visual, transmetre els valors de la cadena, i permetre la identificació del canal.

Però, i per tancar amb un apunt autocrític, per redissenyar la totalitat de la imatge d'una cadena, cal una estratègia gràfica global, el que demanda un conjunt de recursos humans, tècnics i econòmics que un Treball final de Màster no pot substituir. Parant esment a aquest objectiu concret cal reconèixer la necessitat d'un treball en equip on calen diferents professionals per aconseguir-lo. Ara bé, l'aportació realitzada serveix per reorientar la situació que hi ha havia prèviament.

BIBLIOGRAFIA



8. BIBLIOGRAFIA

- ACASO, MARÍA (2006). El lenguaje visual. Ed. Paidós. Barcelona.
- AMBROSE-HARRIS (2009). Fundamentos del diseño gráfico. Los principales factores que intervienen en el diseño gráfico, como profesión y arte visual. Ed. Parramón. Barcelona.
- CHION, MICHEL (1993). La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto del sonido y la imagen. Ed. Paidós. Barcelona.
- CLEMENTE, NACHO (2012). Diseño gráfico y reivindicación. Monografica-org revista temática de diseño.
- COSTA, JOAN (2005). Identidad televisiva en 4D. Ed. Design. Universidad de Medellín.
- HERRAIZ, BEATRIZ (2009). Grafismo audiovisual: el lenguaje efímero. Tesis doctoral: Universidad Politécnica de Valencia.
- HERVÁS IVARS, CHRISTIAN (2002) El diseño gráfico en televisión. Técnica, lenguaje y arte. Ed. Cátedra. Madrid.
- PELTA, RAQUEL (2004). Diseñar hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico . Paidós Diseño 01. Barcelona.
- RAFOLS, RAFAEL. COLOMER, ANTONIO (2003). Diseño audiovisual. Ed. Gustavo Gili. Barcelona.
- SÁEZ BAEZA, CHIARA (2008). Tercer sector de la comunicación. Teoría y praxis de la televisión alternativa. Una mirada a los casos de España. Estados Unidos y Venezuela. Universitat Bellaterra.
- VIDAL CLIMENT, Vicente (2004): «La comunicación en las organizaciones no lucrativas» en BEL MALLÉN, José Ignacio (coord.): Comunicar para crear valor” (pp 307-322). Barañain. Ediciones Universidad de Navarra (EUNSA).
- CLUA, A. (2006): *De las radios libres al Tercer Sector Audiovisual*. Conferencia en el I encuentro de la Red Estatal de Medios Comunitarios (Santiago de Compostella). Recuperado el 20/04/08 de: http://www.medioscomunitarios.net/files/regulacion_tsa.doc