

El guió en els mitjans seqüencials

Caterina Ramon
Marta Serra

PID_00150876



Universitat Oberta
de Catalunya

www.uoc.edu

Índex

1. Etapa 1. El guió en televisió.....	5
1.1. Diferències entre el cinema i la televisió	5
1.1.1. L'emissor	5
1.1.2. El receptor	6
1.1.3. El mitjà	6
1.1.4. La recepció	7
1.1.5. El llenguatge	7
1.2. Gèneres	7
1.2.1. En el cinema	8
1.2.2. En la televisió	8
1.3. Formats	9
1.4. Ficció i no-ficció	10
2. Etapa 2. Elements del guió televisiu.....	12
2.1. Premisses bàsiques	12
2.2. Guions de ficció	12
2.2.1. Estructura i atenció	13
2.2.2. Punts crítics	13
2.2.3. El punt de partida i el ganxo	13
2.3. Elaboració d'estructures	14
2.3.1. En un serial	14
2.3.2. En una minisèrie	14
2.3.3. En una sèrie	14
2.4. El guió en els productes informatius i divulgatius	14
2.4.1. Formats	15
2.5. El format de reportatge	16
2.6. Modalitats de documental	16
2.7. Fases d'un guió en el reportatge i el documental	17
2.7.1. Idea	17
2.7.2. Documentació inicial	18
2.7.3. Anàlisi de la documentació	19
2.7.4. Primera concreció de la idea	19
2.7.5. Els protagonistes	19
2.7.6. Les entrevistes prèvies	20
2.7.7. L'argument	20
2.7.8. Estructura	20
2.8. El guió de rodatge	20
2.9. El guió de muntatge	21
2.10. El guió de programes	22
2.10.1. Escaleta	22
2.11. El guió tècnic	23
2.11.1. Formats de guió tècnic	23

3. Etapa 3. El guió radiofònic.....	25
3.1. El guió radiofònic	25
3.2. Nomenclatures en el guió radiofònic	26
4. Etapa 4. El guió en productes de durada curta.....	27
4.1. Els guions curts	27
4.2. Diferències de guionització	27
4.3. Canvis d'estructura	27
4.4. Productes de curta durada	28
4.4.1. Els guions de publicitat i de videoclips	28
4.4.2. Els clips per a mòbil	29

1. Etapa 1. El guió en televisió

1.1. Diferències entre el cinema i la televisió

El cinema i la televisió tenen moltes característiques comunes. La televisió va adoptar en el seu naixement el llenguatge del cinema; a més, totes dues comparteixen les característiques específiques de la ràdio. El llenguatge audiovisual, encara que essencialment és el mateix que el del cinema, ha anat integrant característiques pròpies de la televisió i, sobretot, continguts específics.

Les seves diferències són:

- diferències tecnològiques,
- diferències socials, polítiques i econòmiques,
- diferències de producció,
- diferències sociològiques i psicològiques en les condicions de recepció i percepció de les imatges,
- i sobretot diferències de contingut i gèneres.

Doc Comparato fa una anàlisi de la diferències dels dos mitjans, partint del concepte que els dos mitjans formen part de l'anomenada *cultura de masses* i que estructuralment tenen els tres elements essencials de tot acte de comunicació.

Emissor (el que produeix el missatge)

Receptor (el que el rep)

Mitjà o canal (pel qual es transmet)

1.1.1. L'emissor

En el cas de la televisió, l'emissor és una empresa que explota comercialment aquest canal. Pot ser una empresa pública, privada o en fórmula mixta. En ser una empresa, comporta que cada canal tingui la ideologia pròpia de l'empresa a la qual pertany, és a dir, una visió específica d'un grup amb un conjunt d'idees i valors, que influeix en el tipus de programes que produeix i en el contingut d'aquests. Les televisions tenen estructura de negoci i proposen un criteri de mercat basat en el receptor: l'audiència.

Bibliografia

D. Comparato (1993). *De la creación al guión*. Madrid: IORTV.

1.1.2. El receptor

La televisió crea productes per a aconseguir audiència (la màxima quantitat de telespectadors possible). Així, la majoria dels seus productes estan basats en estudis de mercat per a aconseguir espectadors. Aquesta audiència és la que marcarà els seus ingressos publicitaris.

En l'inici de la televisió, els telespectadors eren catalogats com a clients passius, però aquest concepte va canviar amb l'aparició del zàping. La possibilitat de canviar de canal quan l'espectador vol va obligar la televisió a canviar els continguts i sobretot la forma dels programes, i a fer-los més dinàmics i atractius amb la finalitat de mantenir l'atenció de l'espectador. No obstant això, l'actitud passiva del mitjà és encara la seva característica principal. Això s'ha posat en relleu amb la televisió digital. Els programes interactius tenen encara poca acceptació perquè requereixen la participació de l'espectador, que acostuma a consumir el mitjà en situacions i horaris en els quals busca precisament aquesta passivitat: a la nit, després de menjar, quan es troba cansat o, simplement, quan vol "desconnectar".

Amb Internet la televisió patirà un gran canvi. Com més va són més els usuaris que consumeixen aquest mitjà per la Xarxa, per la qual cosa el concepte de receptor passiu del mitjà es transformarà profundament en els pròxims anys.

1.1.3. El mitjà

En el cinema i en la televisió el mitjà és essencialment diferent. La seva tecnologia és diferent; això implica un procés de producció molt diferent. El cinema utilitza la tècnica fotogràfica: la impressió de la llum en una pel·lícula fotosensible. En canvi la televisió utilitza la tecnologia electromagnètica (en el vídeo analògic) o digital (en el vídeo digital). Encara que s'ha incorporat la tecnologia del vídeo al sistema de producció cinematogràfica, es poden considerar les característiques pròpies de producció de cada mitjà.

Quan es roda una pel·lícula de cinema, es fa (essencialment) pla a pla amb una sola càmera. Per a veure el resultat d'un dia de rodatge s'ha de revelar la pel·lícula; això implica que no es té una visió immediata del que realment s'ha filmat. Això implica també que tota la fase de preparació, de guió i preproducció és summament important i que la fase de rodatge és molt més lenta. Actualment, s'ha incorporat el vídeo al procés de producció per a suplir l'espera de veure el resultat final, per la qual cosa alhora que es roda un pla en cinema es grava també en vídeo; així el director o qualsevol membre de l'equip pot veure en l'acte i totes les vegades que vulgui com s'ha gravat el pla. Però malgrat la incorporació del vídeo, el sistema de producció continua essent bàsicament el mateix.

En canvi, en la televisió, l'ús del vídeo i del sistema de multicàmera (l'ús de diverses càmeres que graven un mateix esdeveniment des de diferents punts de vista) permet la immediatesa en la producció, fins i tot l'emissió en directe. Tot això fa que la producció sigui molt més ràpida que en el cinema i que un enregistrament impliqui menys temps. Quant al guió, generalitzant molt, no és tan rígid com en el cinema, és a dir, deixa espai per a la improvisació (programes en què hi ha intervenció del públic o programes d'emissió d'esdeveniments en directe).

1.1.4. La recepció

La recepció de tots dos mitjans és absolutament diferent. La immersió de l'espectador en una gran pantalla i en una sala obscura, haver de sortir de casa i comprar una entrada per veure una pel·lícula, condiciona l'actitud, l'atenció i la predisposició de l'espectador de cinema. L'espectador de televisió fa un ús totalment diferent del mitjà: ho veu a casa seva, potser envoltat de més gent, amb sorolls aliens enmig, en una pantalla petita, etc. Tot això fa que el contingut i la forma dels programes sigui diferent del mitjà cinematogràfic.

1.1.5. El llenguatge

El llenguatge de la televisió enfront del cinema es caracteritza per tenir un discurs discontinu o interromput. El contingut ha de ser construït de manera que mantingui l'espectador interessat, malgrat que la seva atenció no és la mateixa que el cinema i malgrat els talls publicitaris propis del mitjà i dels programes que s'emeten en parts (com les telesèries). Així, la televisió té estudiades l'acció, el ritme i l'estructura dels programes per a mantenir aquesta atenció, encara que les seves lleis són les mateixes que les de la narrativa tradicional. La televisió utilitza diferents tipus de llenguatge; en una hora de programació veiem diferents continguts amb el seu llenguatge característic: ficció, informació, publicitat... Com el temps d'atenció a causa de les característiques de la recepció és menor, el seu llenguatge és més ràpid i els espais de contingut són més breus.

1.2. Gèneres

Un gènere és com un motlle per a fer productes audiovisuals que es configura mitjançant unes marques o lleis, les quals, una vegada fixades i definides al llarg del temps, serveixen com a referència i predisposen l'actitud de l'espectador.

El gènere, i per extensió el format, tant en televisió, literatura i cinema, es formen a partir d'uns principis bàsics: un repertori específic de convencions que són útils per a facilitar una comprensió ràpida entre el productor-autor i els espectadors o destinataris.

En una primera concepció del concepte, el gènere el definirem com cada un dels grans grups en els quals podem classificar els audiovisuals en referència amb el contingut temàtic o amb el públic a qui va dirigit.

En canvi, el format, com la paraula mateixa indica, és la forma en la qual s'englobaran i presentaran aquests continguts.

Una classificació de gèneres podria ser la següent:

- Aventura
- Comèdia
- Crim
- Melodrama
- Drama

1.2.1. En el cinema

A part d'aquesta classificació general de gèneres respecte al seu contingut temàtic, el cinema ha creat gèneres específics a partir d'obres de referència. L'èxit d'un títol pot generar obres que segueixen les seves mateixes pautes i acaben creant gèneres o subgèneres (*Psicosi* va crear el gènere de "crim psicològic").

Alguns gèneres en el cinema són molt específics en l'ús de certs elements repetitius que doten de caràcter diferencial a un determinat gènere. És el cas del *western*: oest americà, segona meitat del segle XIX, pistolers, pioners, lladres, els bons i els dolents, etc.

En els gèneres, no solament es repeteixen esquemes de diegesi, sinó també de patrons narratius. Així, és comú l'ús de salt enrere en el cinema negre, però és impensable en un *western*.

1.2.2. En la televisió

El gènere té el seu origen en la literatura; d'aquesta passa al cinema i d'aquest a la televisió.

Normalment, la televisió adapta els continguts d'altres mitjans, principalment: adaptació d'obres de ficció narrativa (novel·les, contes...); de la ficció dramàtica (tragèdies, comèdies, drames); d'altres mitjans com els articles periodístics, el guió radiofònic...

En televisió el terme *gènere* s'utilitza poc; s'usen més els conceptes de *segment* o *franges de programació*.

Si es tenen en compte les condicions en les quals s'experimenta la recepció televisiva, veurem que l'espectador poques vegades veu un programa sol; generalment veu televisió durant un període de temps, i en aquest temps com-

Bibliografia

D. Comparato. "Screen Writers Guide". A: *De la creació al guió*". EUA.

parteix diferents discursos que formen una seqüència heterogènia. És a dir, pot veure diferents gèneres que poden ser diversos programes amb franges de publicitat incloses, i per mitjà del zàping, pot veure fragments de discursos d'altres cadenes. El zàping ha condicionat que l'experiència de l'espectador actual sigui molt diferent de la recepció dels textos literaris i cinematogràfics. Aquesta experiència televisiva a la recepció de continguts està més a prop de l'hipertext que del discurs lineal o seqüencial. Així, l'espectador "navega" pels diferents continguts televisius, perquè qualsevol classe de lectura no lineal es considera una forma de navegació.

En aquest nou context d'una nova manera de mirar, la classificació de gèneres en televisió no està plantejada en termes de programes diferents, sinó en termes de seqüències d'estímuls (imatges, capítols, missatges, històries) que s'anomenen franges o fluxos.

De tota manera, quant al plantejament d'aquests segments, no estan del tot deslligats de les característiques dels gèneres; s'estableixen classificacions dins d'aquestes unitats de comunicació.

1.3. Formats

La noció de "format" sorgeix en el mitjà televisiu com un complement del concepte de "gènere". Es reserva per a aquest anomenar els grans grups de programes units per criteris temàtics o destinataris. Així, tenim: la ficció, els informatius, les varietats, els infantils, els musicals, etc.

El terme *format* s'utilitza per a designar totes aquelles variacions formals del gènere i la manera en la qual és construït el contingut (la disposició de la informació, l'estructura narrativa, la segmentació de la narració, i també la durada del programa).

Formats de televisió

Gènere	Format
Ficció	Sèrie Minisèrie Serial Comèdia de situació (<i>sit-com</i>) Documental dramatitzat Telefilm, etc.
Informació	Telenotícies Butlletí de notícies Reportatge Documental Avenç informatiu, etc.

Gènere	Format
Musicals	Concert Magazín Videoclip Xou (<i>show</i>) Programa de varietats, etc.
Infantils	Contes Dibuixos animats, etc.

1.4. Ficció i no-ficció

Una classificació de gèneres més àmplia és aquella que els divideix en gèneres de ficció i de no-ficció.

Gèneres en televisió

Ficció	<p>En el gènere audiovisual de ficció es pressuposa una consciència i evidència d'impostura. Representa una cosa que no es dona en la realitat. Hi ha, per tant, un pacte de ficció.</p> <p>És propi d'una obra audiovisual de ficció representar un fet imaginari, una història. Per això es troben habitualment, en més d'una història, uns personatges. La trama pot ser inventada, o partir d'uns fets reals, i pot adoptar diferents formes: drama, aventura, suspens, comèdia, fantasia, sàtira, etc.</p> <p>Aumont comenta que si es descompon el procés, es pot veure que el cinema de ficció consisteix en una doble representació: el decorat i els actors interpreten una situació, que és la ficció, la història explicada; i la pel·lícula mateixa, sota la forma d'imatges juxtaposades, reproduceix aquesta primera representació. El cinema de ficció és, per tant, dues vegades irreal: pel que representa (la ficció) i per la manera com la representa (imatges d'objectes i actors).</p>
No-ficció: informatiu, documental o científic	<p>La narració del gènere audiovisual de no-ficció pot ser informativa, documental o científica; s'alimenta a partir del registre del que és real.</p> <p>La finalitat d'aquestes produccions és narrar uns fets, transmetre uns continguts informatius, a partir del que és real.</p> <p>Pot adoptar diferents formes: documental, notícia d'un informatiu, publireportatge, etc.</p>

Es pot dir que aquestes "fronteres" entre ficció i no-ficció no són tan clares. Aumont comenta que:

"El interés científico o documental reside a menudo en que presenta aspectos desconocidos de la realidad que tienen más de imaginario que de real. Tanto si se trata de moléculas invisibles al ojo humano, como de animales exóticos con costumbres sorprendentes, el espectador se encuentra sumergido en lo fabuloso, en un orden de fenómenos diferentes a lo que habitualmente tiene el carácter de realidad para él."

A més, el cinema científic i documental recorre moltes vegades a procediments narratius per a "sostenir l'interès". Aumont esmenta la dramatització i el viatge o itinerari (aquest últim estableix un desenvolupament obligat). Són molts els mitjans (mode de representació, contingut, procediments...) pels quals qualsevol producció audiovisual del gènere que sigui pot assolir la ficció.

Bibliografia

J. Aumont; A. Bergala; M. Marie; M. Vernet (1989). *Estética del cine* (pàg. 100-101). Barcelona: Paidós Comunicación.

Però generalment, tant en produccions de ficció com de no-ficció hi ha implícita una narració, una construcció d'un relat, uns diàlegs o una veu en *off* que donarà coherència i ubiqüitat i una determinada pretensió o uns objectius concrets. Tots aquests aspectes estaran recollits en el guió.

2. Etapa 2. Elements del guió televisiu

2.1. Premisses bàsiques

El guió de televisió és essencialment igual que el guió de cinema, però segons el gènere i el format del producte, introdueix variacions específiques.

Per a crear un guió en televisió s'han de tenir en compte aquestes premisses bàsiques:

- captar l'atenció del públic mitjançant la creació d'expectatives,
- mantenir l'interès,
- resoldre gratificantment les expectatives creades.

La principal funció del guionista de televisió és saber captar l'atenció. Per a això és important investigar com funcionen els mecanismes d'atenció de l'espectador, en quines situacions captem l'atenció del públic i en quines situacions el públic "desconnecta". Una altra funció del guionista és imaginar nous sistemes per a captar l'atenció.

Una tècnica fonamental per a mantenir l'atenció del públic és saber crear expectatives. Aquestes expectatives s'han de complir i han de ser gratificants; s'ha de sorprendre l'espectador gratament. El mecanisme de creació d'expectatives s'usa no solament en el mitjà televisiu, sinó també en la premsa, ràdio, novel·la i en qualsevol acte de comunicació.

Molts guionistes coincideixen que aquest mecanisme de creació d'expectatives s'ha de centrar en un espectador en concret, i no en una audiència general. Un creador necessita un referent, un lector ideal, real o imaginari, que l'escriptor o guionista ha de tenir present i usar-lo per a verificar si allò que escriu agradarà. Aquest lector ideal, si es tracta d'una construcció imaginària, ha de tenir una personalitat rica i matisada; si s'utilitza un lector real, ha de ser algú de confiança que ens dirà sincerament el que pensa.

2.2. Guions de ficció

En el guió de ficció de productes específics per a la televisió la diferència substancial respecte a la ficció cinematogràfica és l'estructura i la necessitat de mantenir l'interès de l'audiència amb un discurs interromput. Les consideracions que oferim a continuació són útils a l'hora d'enfrontar-se a un producte de

ficció multimèdia, perquè en el fons els plantejaments de fragmentació d'una ficció que es troba un guionista de televisió també apareixen a l'hora de desenvolupar una ficció no seqüencial en un producte multimèdia.

2.2.1. Estructura i atenció

Doc Comparato estableix una distinció entre macroestructura i microestructura.

Entén com a *macroestructura* l'estructura general d'un guió: l'esquelet d'escenes, en què determinem si un producte audiovisual tindrà dos, vuit o dues-centes hores; si aquestes hores les dividirem en vint-i-cinc o dos-cents cinquanta capítols, segons si és una sèrie o un serial. Després es decidirà si expliquem la història en salt enrere, per quina escena començarà, on situarem el conflicte principal, on hem de situar el clímax, etc.

El primer que hem de fer a l'hora d'elaborar un guió de ficció per a la televisió és separar els punts clau de la història; després cal organitzar-los de manera adequada en relació amb l'augment de la tensió dramàtica.

La macroestructura d'una sèrie o telenovel·la implica l'estructura general de la totalitat de la sèrie i una estructura específica per a cada un dels capítols. Per això és necessari establir els punts clau de la història i anar distribuïnt-los al llarg dels capítols.

2.2.2. Punts crítics

El problema principal de la ficció fragmentada és mantenir l'interès de l'espectador. Un terme que s'utilitza molt en televisió és el "punt crític". En les telenovel·les, diu Comparato, el punt crític se situa en els extrems: al començament i al final de la sèrie i també al començament i al final de cada setmana en el cas de capítols diaris, perquè es desenvolupa una trama completa en els capítols de dilluns a divendres.

Doc Comparato estableix una regla per a saber on són els punts crítics:

- 1) durant els tres primers minuts,
- 2) en el tercer capítol de la sèrie, o en la tercera part d'una sèrie,
- 3) en la tercera setmana d'una sèrie de quatre setmanes.

2.2.3. El punt de partida i el ganxo

La manera com s'obren els capítols, o fins i tot la manera com reiniciem la sèrie després d'un tall de publicitat, és molt important. En el punt de partida els personatges implicats presenten un problema que es resoldrà al final del capítol; o sovint la sèrie acabarà sense resoldre el conflicte per a enganxar així l'espectador perquè continuï veient la sèrie a fi de satisfer l'expectativa creada.

En aquests casos es tracta d'un ganxo, una situació crucial que només es resol en el capítol següent. Els ganxos s'utilitzen molt al principi i al final de cada setmana perquè l'espectador no perdi l'interès els dies en què no hi ha emissió de la sèrie.

2.3. Elaboració d'estructures

2.3.1. En un serial

Per a la macroestructura s'estudia quants capítols haurà de tenir i es fa una planificació dels principals fets, canvis i punts crítics que seran desenvolupats en cada una de les setmanes de durada del serial. Després, s'ha d'estructurar cada capítol i cada escena. La macroestructura queda recollida en el que s'anomena normalment *la Bíblia* de la sèrie.

El més important d'aquesta primera feina és plantejar les situacions bàsiques o centrals, i comprovar que tenen força dramàtica suficient per a mantenir el serial molt temps.

2.3.2. En una minisèrie

La minisèrie no ultrapassa els vint capítols. En el plantejament de l'estructura s'ha de pensar quin ha de ser el tema central de cada un dels episodis que la componen.

2.3.3. En una sèrie

És necessari seleccionar les diferents històries que seran viscudes pels personatges fixos en cada un dels episodis de què es compon la sèrie.

Una vegada feta aquesta macroestructura, es farà la microestructura, que és el guió de cada un dels capítols. Aquest guió s'escriu igual que qualsevol guió de ficció seqüencial.

En plantejar-se l'estructura s'ha de recordar que ens plantegem explicar la història de manera que tingui interès per al públic. Per això cal usar tots els recursos dramàtics i narratius propis de la dramaturgia clàssica.

2.4. El guió en els productes informatius i divulgatius

Els productes informatius, documentals i reportatges es diferencien dels de ficció perquè el material que usen per a explicar històries és la realitat i no un món creat per l'autor. Però aquest concepte de realitat ha de ser matisat,

perquè la realitat és inabastable i no cap com a totalitat dins d'una estructura narrativa limitada en el temps. Així, quan es crea qualsevol producte basat en la realitat, el que es fa és una construcció d'aquesta realitat.

Una màxima molt estesa sobre els productes informatius (incloent-hi el reportatge i el documental) és que han d'estar "compromesos amb la veritat". Se suposa que un periodista o un documentalista ha de ser, per damunt de tot, imparcial; ha de reproduir els fets tal com són, evitant interpretacions subjectives. Però el periodista ha d'eleger quina informació ha de donar en l'espai de temps de què disposa, ha de decidir un ordre en la informació, ha de prioritzar i ha de descartar, ha d'optar per presentar la informació d'una determinada manera. Totes aquestes decisions influeixen en la manera com rebrà la notícia l'espectador.

Nou periodisme americà dels anys cinquanta

El periodisme escrit en els anys cinquanta a Amèrica del Nord (Truman Capote, Tom Wolf) va inaugurar el gènere periodístic basat en les emocions, involucrat en el públic i que converteix la informació en una història; s'utilitzen els recursos literaris propis de la novel·la de ficció.

En un documental o reportatge el que fem és una reconstrucció de la realitat a partir d'allò de volem explicar; i és més important la versemblança del que s'explica que la veritat. És a dir, són una metàfora de la realitat, i hi ha d'haver la voluntat conscient de construir una metàfora de la realitat. Per això les tècniques per a narrar la realitat són les mateixes que en la narració de la ficció. El que busca l'espectador davant la informació és sentit. L'habilitat del professional per a explicar històries és reconstruir elements de la realitat per a fer-los creïbles, és a dir, dotar-los de sentit amb una narració audiovisual.

2.4.1. Formats

Dins de la informació, hem de fer una distinció: aquells que són purament periodístics (els noticiaris diaris que contenen petits reportatges en forma de notícies) i els reportatges i documentals.

L'estructura clàssica de la narració periodística

En la narració periodística, que va des d'un article periodístic a una notícia de televisió, la informació es distribueix en forma de piràmide invertida de més important a menys important. I la redacció ha de contenir el que s'anomenen les cinc *W*: qui, què, quan, on i per què.

Tougher than the rest

Tougher than the rest, de Stefano Tealdi i Edoarda Fracchia (Itàlia).

Durada: 57 minuts. Betacam Sp. 1999.

Coproducció: Stelfilm i Avalon Film.

Resum: en un clima de guerra, por i secrets, dos nens, en Natsanet i en Mohammed Alí expliquen la seva història, la seva visió del món i les seves il·lusions. Deu anys més tard tornen a Eritrea, travessen un país devastat per trenta anys de lluita. El documental utilitza material d'arxiu i material nou.

Les diferències principals entre el reportatge i el documental són els seus temes i contingut i la seva durada.

El reportatge periodístic normalment està basat en l'actualitat recent; té un caràcter periodístic; es relaten fets o esdeveniments reals; es transmet informació des d'un punt de vista aparentment imparcial, i normalment compten amb entrevistes. També s'anomena *reportatge* qualsevol narració de la realitat en un format de temps breu (quinze o trenta minuts).

El documental inclou tot tipus de temes; pot explicar fets molt remots en el temps o fets actuals, de la ciència, la política, la cultura o la vida de tal personatge conegut o anònim, etc. Trobem moltes tècniques i estils i sovint escapen de la modalitat purament informativa i periodística en oferir una determinada visió o punt de vista de l'aspecte que es tracti. Normalment, és més llarg que un reportatge.

2.5. El format de reportatge

Cap als anys cinquanta apareixen els informatius no diaris a la televisió nord-americana; s'inaugura una nova manera de presentar la informació que busca la denúncia i una intenció crítica sobre la realitat.

Exemples de programes

Front Line

Un programa en el qual preval el punt de vista crític de l'actualitat; busca la personalització de la informació i la sobrietat. Tracta temes complexos a partir de casos concrets, com les experiències i vivències de ciutadans anònims i representants d'un determinat col·lectiu social.

48 Hours

És un programa documental que es planteja una filmació de 48 hores seguides d'un personatge o situació. Tracta de temes socials, com conflictes, retrats de col·lectius socials, etc.

Les entrevistes formen una part essencial del reportatge; la informació referent al tema és transmesa a l'espectador mitjançant aquestes entrevistes, que, a més, transmeten els sentiments i els estats d'ànim de les persones implicades.

60 Minuts

És una revista d'informació setmanal amb una clara referència a la premsa escrita, però que explica històries de personatges concrets, denuncia per mitjà de casos concrets de persones reals i busca així la identificació amb l'espectador. La majoria dels reportatges són entrevistes.

2.6. Modalitats de documental

Bill Nichols presenta les modalitats de documental com a formes bàsiques d'organitzar la informació amb relació a patrons o convencions, i assenyala quatre modalitats organitzatives.

Bibliografia

J. Úbeda (1992). *Reportatge a TV: el model americà*. Barcelona: Ixias Llibres.

Bibliografia

B. Nichols (1997). *La representación de la realidad*. Barcelona.

1) Modalitat expositiva

Modalitat que es dirigeix a l'espectador directament per a exposar una argumentació, normalment amb veu en *off*. És la manera més comuna de transmetre una informació, i accentua la impressió d'objectivitat. Les imatges són utilitzades com a complement o contrapunt de la veu. Pot incloure entrevistes, encara que estan subordinades a l'argumentació oferta per la veu en *off*.

2) Modalitat d'observació

També anomenat *cinema directe* o *cinema verité*. El realitzador actua com a observador, i pretén no intervenir en els esdeveniments que es desenvolupen davant de la càmera, sense que la seva presència modifiqui el que ocorre. Aquesta tècnica de filmació també s'ha anomenat *fly on the world*; la càmera aspira a ser com una mosca a la paret, que passi desapercibuda.

Intenta donar la sensació a l'espectador que ocupa el lloc d'un observador privilegiat que es desplaça entre les persones i llocs per trobar punts de vista reveladors.

3) Modalitat interactiva

Encara que parteix d'una proposta de Dziga Vertov dels anys vint, apareix en la dècada dels cinquanta. Es basa en imatges testimoni o d'intercanvi verbal i imatges de demostració. El director i els protagonistes reconeixen la presència de l'altre en accions representatives o entrevistes.

4) Modalitat reflexiva

El director dirigeix l'atenció de l'espectador envers la forma de l'obra i intenta que el contingut del que explica i com ho mostra donin suport a la mateixa idea.

2.7. Fases d'un guió en el reportatge i el documental

Molt més que en la ficció, l'elaboració d'un guió de documental i reportatge depèn molt de l'autor, l'equip que el fa i fins i tot el tipus de documental. A continuació us proposem un mètode, que, amb les seves adaptacions pertinents, pot ser útil per a fer un documental.

2.7.1. Idea

La primera fase per a confeccionar un guió de reportatge o documental és la idea: què és el que volem explicar. Normalment, el punt d'inici per a un documental sol ser un tema o un esdeveniment. El tema és un concepte molt

ampli i necessita una concreció més delimitada; però és un punt de partida i, com a tal, a partir d'aquest s'ha de buscar tota la informació i la documentació possibles. És a dir, es fa una investigació.

2.7.2. Documentació inicial

La documentació, en el cas del documental i del reportatge, és essencial. En aquesta primera fase és molt important recollir com més informació millor, i que vingui de diferents fonts, segons el tema general que ens hem proposat explicar.

On es pot trobar la informació

A partir del tema, aquest procés de recerca de la informació serà més senzill o més complicat. Si és un tema sobre el qual s'ha escrit i parlat molt, trobar documentació serà més fàcil, ja que dispondrem de moltes fonts. En canvi, si el tema és nou o molt particular, tindrem més dificultats per a trobar fonts.

El primer pas per a buscar informació és localitzar-la en:

- **Mitjans escrits:** premsa (notícies, articles, reportatges, articles d'opinió, etc.), revistes especialitzades, bibliografia (en hemeroteques, biblioteques, centres de documentació, universitats, catàlegs bibliogràfics, Internet, etc.).
- **Mitjans audiovisuals:** notícies, programes, reportatges, altres documentals, etc. (en videoteques, televisions, etc.).

En segon lloc recorrerem a un altre tipus de fonts: les orals. Quant a les fonts orals, n'hi ha de dos tipus: els testimonis i els experts.

- **Testimonis**
 - **Testimonis directes:** són les persones que coneixen els fets perquè els han viscut directament o hi estan implicades d'alguna manera.
 - **Testimonis indirectes:** coneixen els fets per altres, però hi estan implicats directament familiars, coneguts, veïns, etc.
- **Experts:** són persones a les quals podem recórrer, ja que coneixen el tema o els fets perquè són experts en aquests temes o en alguna àrea relacionada. Ens poden donar informació oral o remetre'ns on podem trobar informació escrita.

On es poden trobar: normalment, després d'una primera fase d'anàlisi de la documentació escrita i audiovisual, trobarem noms d'experts i de testimonis que ja hagin estat entrevistats per altres. Però si no és així, caldrà investigar al lloc dels fets i preguntar.

2.7.3. Anàlisi de la documentació

Una vegada recollida tota la documentació possible, es procedeix a l'anàlisi. Cal valorar-la i classificar-la, i segons quina sigui la font, donar-li més o menys credibilitat. Per exemple, és més fiable una documentació extreta de la premsa especialitzada que d'Internet.

Una vegada classificada la informació i analitzada, segurament ja estem en disposició de concretar una mica més la idea.

2.7.4. Primera concreció de la idea

Arribats a aquest punt coneixem molt bé el tema i ja estem en disposició de buscar un aspecte més concret, per la qual cosa hem de trobar la història que explicarem. Ens hem de preguntar quins aspectes del tema ens interessin més, quins són aquells que no han estat tractats en tota la informació de què disposem per a aportar quelcom diferent del que ja s'ha dit, per exemple.

És fonamental trobar una història amb què puguem vehicular el tractament del tema. Per a això, cal buscar protagonistes amb la qual podrem explicar una història.

La informació per si mateixa manca de sentit per a l'espectador. Aquest necessita identificar-se, emocionar-se davant dels fets; només així podem mantenir l'atenció sobre allò que s'explicarà.

2.7.5. Els protagonistes

Els personatges en un documental són persones reals, testimonis o protagonistes, però el guionista ha de convertir-los en personatges de la història que vol explicar. Després cal buscar els valors universals que representen i aconseguir que l'espectador s'hi identifiqui. Com podem aconseguir-ho? Aplicant les tècniques de la narració de ficció i caracterització de personatges. Hem de definir quins són els objectius dels personatges, saber quins conflictes tenen i presentar-los a l'espectador amb una estructura narrativa.

"Cualquier persona filmada, por el hecho de ser filmada, aunque sea en un documental, se convierte en un personaje de un filme."

Jean Louis Comolli.

Rolling

Rolling, de Peter Entell (Suïssa).

Durada: 93 minuts. Betacam. 1997.

Ivano és el protagonista d'aquest documental. És campió de patinatge en línia. Peter Entell va conèixer Ivano el 1994 i va fer un retrat d'ell per a la televisió suïssa. A partir d'aquell moment sorgeix una gran amistat entre ells, i Entell decideix filmar Ivano durant un període de tres anys. El documental ens mostra diferents facetes d'aquesta figura

Bibliografia

J. L. Comolli. "Ficción y documental". A: L. Vilches (comp.). *Taller de escritura para cine*.

emblemàtica: fill d'immigrants que no va voler seguir el model social acceptat pels seus pares.

2.7.6. Les entrevistes prèvies

Per a trobar els personatges adequats per al documental i una o diverses històries que es constituïran en fils conductors del documental, hem de fer una espècie de càsting de possibles entrevistats. Així, es farà tota una sèrie d'entrevistes prèvies amb l'objectiu de saber qui té una història interessant per contar i si sabrà i està disposat a explicar-la davant d'una càmera.

2.7.7. L'argument

Una vegada trobada la història, aquesta s'ha d'escriure en forma d'argument. Aquest argument ha de contenir la història i el tema principal que es tractarà.

Mapuche Elguin

Mapuche Elguin (Fills de la terra), d'Ana Maria Oyarse i Ernesto González.

Durada: 28 minuts. 1994.

Producció: Video Sur i Cooperación Italiana.

Argument: una jove maputxe narra la seva història i els problemes que tenen els maputxes a les ciutats i les seves estratègies per a mantenir viva la seva cultura. També es relaten alguns mites i s'explica la filosofia d'aquest poble.

2.7.8. Estructura

Una vegada desenvolupat l'argument, és convenient plantejar una primera estructura del guió. En el cas del documental no és una estructura tancada, ja que és freqüent que en la fase de rodatge (en comptar amb el material de la realitat) aquesta canviï, però és molt important disposar d'una estructura concreta abans de començar a filmar. En aquesta estructura es planteja com mostrarem la informació, per on començarem, quines són les informacions que volem destacar, quin serà el desenvolupament.

2.8. El guió de rodatge

L'estructura del guió de rodatge es pot presentar en forma de guió literari, però hi ha unes diferències respecte al guió de ficció. En un guió de documental només presentem les nostres intencions de conèixer les localitzacions i d'haver entrevistat prèviament els personatges, perquè moltes vegades, malgrat la documentació, no sempre surt tot com estava previst.

Juntament amb aquest guió base s'han de preparar les entrevistes als personatges que finalment hem elegit. Com ja s'han fet entrevistes prèvies, és fàcil saber què hem de preguntar-los i on estaran situades posteriorment en el guió definitiu.

En el documental, igual que en la ficció, el guió està dividit en seqüències, però no s'utilitza el concepte d'"escena". En el documental les seqüències són enteses com a petits blocs narratius. Així, per exemple, una seqüència podria ser la presentació del documental amb una veu en *off* i amb imatges de diferents llocs, o un tall de veu d'una entrevista, o una acció concreta realitzada pel personatge.

En les seqüències de l'entrevista anomenem el personatge que entrevistarem i la pregunta que se li formularà. També s'anomenen les seqüències que hi ha amb veu en *off* i les imatges que s'han de gravar. La veu en *off*, en alguns casos, s'escriu de manera provisional. No sempre és necessari, encara que sí que és convenient, explicar breument sobre què es parlarà i quin tipus d'imatges són necessàries per a acompanyar-ho.

Exemple de guió de rodatge

Seqüència 3. Presentació del personatge Joan Torres Mayans

Durada: 40 segons.

IMATGES DE L'ILLA DE FORMENTERA. MOLINS DE VENT. VEIEM JOAN TORRES CAMINANT PEL CAMP DE LA MOLA. ENS DIRIGIM AL MOLÍ VELL

LOCALITZACIONS: MOLÍ DE LES BOTIGUES (1893) A LA MOLA. MOLÍ DEL TEUET (1760) A SANT FERRAN DE SES ROQUES. MOLÍ DE MATEU (1773) I MOLÍ DE JERÓNIMO (1760) A SANT FRANCESC XAVIER.

Veu en *off*.

L'any 1960 funcionaven cinc molins de vent a Formentera. Joan Torres Mayans va ser el darrer moliner de l'illa.

Ser moliner es porta a la sang.

Seqüència 4. Joan Torres ens explica des de quan és moliner.

Durada: 1'

IMATGE ENTREVISTA: JOAN TORRES RESPON LA PREGUNTA.

2.9. El guió de muntatge

Una vegada fet el rodatge s'elabora el guió definitiu, sobre el qual el realitzador o muntador editarà el programa.

"La gracia de un documentalista [...] sería que el espectador tuviese la sensación de que todo lo que está viendo le llega por primera vez, que no se notase el saber anterior del realizador, y que todo pareciese salir de allí (los personajes, las acciones) por primera vez ante los ojos del espectador."

Jean Louis Comolli

Per a fer aquest guió s'ha de visionar tot el material filmat, fer un "buidatge" de les entrevistes, és a dir, transcriure tot el que han dit els entrevistats i, a partir d'això, elegir els talls de veu que s'inclouran en el muntatge definitiu.

Tot aquest material s'ordena en forma de seqüències i es redacta la veu en *off* definitiva (si és que n'hi ha).

2.10. El guió de programes

En altres programes de televisió (magazins, o programes de varietats que es fan en plató amb presentadors, convidats, diferents seccions, actuacions musicals, etc., i en un control de realització mitjançant la tècnica de multicàmera) el guió ha d'estar molt estructurat. S'ha d'especificar el que ocorrerà en cada apartat, qui parla en cada moment, durant quant temps i en quin lloc (els llocs específics on passen coses en un plató de televisió s'anomenen *set*). Un altre factor decisiu és que el temps, cada una de les intervencions (fins i tot quan hi ha convidats), les actuacions, els vídeos que s'emeten, han d'estar perfectament minutats.

2.10.1. Escaleta

Un element clau en aquest tipus de programes és l'escaleta. En l'escaleta s'ordenen cronològicament cada un dels elements que formen el programa (tant d'imatge com de so). Aquesta serveix perquè l'equip tècnic sàpiga exactament el que ocorrerà i pugui planificar tècnicament cada un dels aspectes necessaris per a la realització del programa.

Exemple d'escaleta

Títol de programa:

Programa número:

Data:

	Durada
CARETA	
SINTONIA SENSE FI DE FONTS	
PLATÓ PRESENTADOR	
VTR SUMARI DE PROGRAMA	
TALL PUBLICITAT	
PLATÓ PRESENTADOR. Presentació del programa	
VTR. Presentació reportatges	
PLATÓ PRESENTADOR. Presenta el primer reportatge	
VTR. reportatge 1	
SET CONVIDATS. PRESENTADOR i TESTIMONI 1	
SET MÚSICA : ACTUACIÓ 1	
SET PRESENTADORA: ANUNCIA ELS REPORTATGES SEGÜENTS	
TALL PUBLICITAT	
SET PRESENTADORA: ENTREVISTA 1	

2.11. El guió tècnic

El guió tècnic per a la televisió, com el del cinema, conté les indicacions tècniques pertinents per al rodatge: moviments de càmera, efectes sonors, fragmentació en plans.

Generalment, el guió tècnic se sol redactar a dues columnes verticals. En la de l'esquerra es descriu el vídeo i a la dreta, l'àudio.

El guió tècnic

Vídeo	Àudio
<ul style="list-style-type: none"> Plans Moviments de càmera Descripció de l'acció Transaccions (talls, cortinetes, etc.) Indicacions d'efectes visuals especials 	<ul style="list-style-type: none"> Text Diàlegs Música Efectes sonors: sorolls, sons i altres indicacions sonores Silencis

2.11.1. Formats de guió tècnic

A continuació es presenten exemples amb alguns formats per a la redacció de guions tècnics per a la televisió. El guionista ha d'escollir el format que més s'adapti a les seves necessitats i a les de producció.

El guió tècnic televisiu

El format del guió tècnic de televisió conté bàsicament dues columnes verticals, una de destinada al vídeo o a la imatge i una altra de destinada a l'àudio o al so. Opcionalment, n'hi pot haver altres de destinades a identificar les preses, la càmera, o a relacionar els temps.

Exemple 1

Presa	Càmera	Pla	Vídeo	Àudio

Exemple 2

Temps acumulat	Temps parcial	Vídeo	Àudio

Exemple d'un guió per a televisió

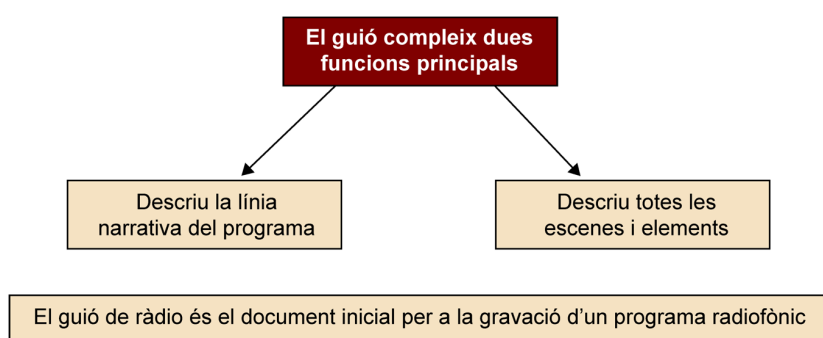
En aquest exemple fictici d'un anunci d'obrellaunes s'inclouen el número de presa, el tipus de pla, el número de la càmera, la imatge, els temps parcials i acumulats i el so o àudio.

		Imatge	Temps		So
Nº	Pla	Descripció	Parcial	Acumulat	Descripció
1	PM Zoom	Troglodita que beu del riu.	5"	5"	Al llarg de la història, l'home s'ha preocupat de poder beure,
2	PP Zoom	Ampolla de vi que algú intenta obrir.	5"	10"	però els avenços tecnològics han provocat
3	PP Zoom	Ampolla de cervesa que algú intenta obrir.	5"	15"	que ara no sempre sigui una tasca fàcil.
4	PPG Panoràmica Zoom	Molts tipus d'obridors són apartats i es llencen.	7"	22"	S'han inventat molts artefactes, però cap...
5	PP	Una mà pica amb els dits sobre la taula.	3"	25"	Tac, tac, tac... <i>(So de dits que piquen a la taula)</i>
6	PP PD Zo- om PP	Tap. Algú ensenya la part superior del tap. Tap i ampolla de vi Algú obre l'ampolla de vi.	7"	32"	<i>Entra música celestial, puja PP</i>
7	PP	Tap. Algú obre la cervesa.	3"	35"	
8	PP	Bodega de l'obridor	5"	40"	<i>Baixa a 2P. Amb quina facilitat!</i>
9	PP	Marca.	5"	45"	Obrellaunes amb obridor La Tirolesa. Recordi-ho!

3. Etapa 3. El guió radiofònic

3.1. El guió radiofònic

El guió radiofònic és el desenvolupament explícit d'un argument que està destinat a ser un programa de ràdio, una falca publicitària, etc. Inclou la descripció de tots els elements necessaris, com sons, músiques, veus o efectes que intervindran en el transcurs de la producció d'un programa.



El guió tècnic radiofònic és un document que conté el text d'una emissió, les indicacions relatives als elements que s'han d'incorporar, la durada i les indicacions tècniques.

El guió planifica el programa, preveu el material sonor necessari i permet la interacció entre el control i el locutori i facilita al tècnic un coneixement puntual del que ha de fer en cada moment. Juntament amb el guió, també és habitual donar indicacions al tècnic des del locutori mitjançant senyals gestuals. Així, és habitual indicar visualment i en directe accions com les d'abaixar o apujar el volum de la música.

Generalment, el format del guió tècnic es redacta a dues columnes verticals: el control a l'esquerra i el locutori a la dreta.

Anunci fictici de la Direcció General de Trànsit

Control	Locutori
PP Cinta 1 (música "de marxa") (6")(senyal)	
2 P Cinta 1	
PP Micro 1	Ja ha arribat el cap de setmana.

Control	Locutori
PP Cinta 1 (sortir de marxa i no parar de ballar) - (senyal)	
2 P Cinta 1	
PP Micro 2	Posa'm dues cerveses. (Efectes: obrir la llauna i omplir el got)
Micro 1	Cobra'm els tres cubates que m'he begut. (Efectes: soroll de monedes)
Micro 2	Convido a una ronda. (Efectes: gel al got, <i>txin txin</i>)
PP Micro 3	Tot això necessites per a passar-t'ho bé?
Treure la cinta	
Silenci de 2"	
PP Micro 4	No et beguis la vida.
PP Cinta 2 (senyal)	
2 P Cinta 2 (senyal)	
PP Micro 4	És un consell de la Direcció General de Trànsit.

3.2. Nomenclatures en el guió radiofònic

Per a comprendre el contingut tècnic d'un guió s'usen unes nomenclatures determinades, generalment abreujades.

En l'exemple anterior s'ha utilitzat PP (primer pla, que indica que el so ha de ser sentit amb gran nitidesa i presència), i 2P (segon pla, so de fons).

Denominació	Exemple	Descripció
Fosa encadenament (F/E)	Disc 1 F/E disc 2	La música del disc 1 es fon amb la del disc 2.
Fosa per resolució (RESOL) So que passa a zero	Exemple 2: PP Disc 1 2P Disc 1 PP Micro 1 Resol Disc 1	La música del disc 1 es fon amb la del disc 2.
<i>Fade in</i> (F/IN): entrar so, fins que se situa en PP.	F/IN Disc 1	La música va apareixent fins a situar-la en PP.
<i>Fade out</i> (F/OUT): el so desapareix. De PP a zero.	PP Disc 1 F/OUT Diaco 1	El disc 1, que era en primer pla, desapareix.

4. Etapa 4. El guió en productes de durada curta

4.1. Els guions curts

Com més va és més freqüent la utilització d'audiovisuals en Internet i en telefonia mòbil, per la qual cosa han aparegut nous formats adaptats a aquestes noves necessitats. La majoria d'aquests continguts audiovisuals són presentats en formats de curta durada.

Els continguts audiovisuals específicament creats per a Internet o el mòbil són productes seqüencials com els tradicionals però que acostumen a durar molt menys del que duren a la televisió, per exemple. Normalment, s'anomenen clips i se'n poden trobar d'estils i tècniques de realització molt diferents.

4.2. Diferències de guionització

Escriure un guió per a un producte de curta durada no implica grans canvis respecte a escriure'l per a un producte de llarga durada. El guió, les fases i els processos són els mateixos; el que sí que canvia substancialment és l'estructura.

4.3. Canvis d'estructura

En els productes de curta durada hi ha canvis en la distribució i ordre i, sens dubte, en la durada de les seves parts fonamentals (actes, seqüències, escenes, conflictes, nusos, etc.). L'estructura, llavors, es planteja com una microestructura o estructura cel·lular, semblant a la microestructura que hi ha dins d'una seqüència o una escena d'una pel·lícula de més durada.

Una de les diferències fonamentals entre un producte de llarga durada i un de curta durada està en el nombre d'actes. Mentre que en un llargmetratge l'estructura que més abunda és l'anomenada *estructura clàssica en tres actes*, en productes de curta durada l'estructura se sol dividir només en dos actes.

El primer que es veu reduït en aquesta estructura, a causa de la seva compressió, és la presentació del personatge; la construcció i caracterització del personatge, o dels personatges, està molt menys desenvolupada que en estructures més llargues.

També se sacrifiquen l'epíleg i el desenvolupament del desenllaç, que correspondrien al tercer acte clàssic i solen acabar "cap amunt" sense anticlímax.

En una estructura curta se sol plantejar la microestructura següent: breu plantejament i nus, clímax i breu desenllaç.

Així, en microestructures seriades, dividides en diversos capítols, al clímax el succeeix un ganxo final o *teaser*, que condueix l'interès envers un nou episodi.

L'èxit de l'estructura en dos actes es basa en la creació d'una gran expectativa inicial en el primer acte i la satisfacció d'aquesta en el segon. En aquest tipus d'estructura no hi sol haver crisi del protagonista o un fals final que dona pas al tercer acte. L'obra s'ha d'estructurar en dues parts clarament diferenciades.

Nombrosos anuncis publicitaris es corresponen amb aquesta estructura. En la primera part es presenta un problema i en la segona s'ofereix la solució per mitjà del producte publicitari.

4.4. Productes de curta durada

4.4.1. Els guions de publicitat i de videoclips

Els guions per a publicitat i per a videoclip tenen bastants semblances. Un clip té una durada de dos o tres minuts (el temps que dura una cançó). L'anunci publicitari pot durar des de diversos segons a més d'un minut en el cas de publireportatges.

Hi ha vídeos que es basen en l'estètica i l'acompanyament mitjançant la imatge de la música que els compon, i en d'altres trobem verdaderes històries.

El mateix passa amb els anuncis de televisió: n'hi ha alguns que ens expliquen una història en trenta segons i altres que tan sols ens exposen el lema d'una campanya i la presentació d'un producte.

En els inicis, el videoclip es va convertir en un nou camp per a l'experimentació visual i narrativa, lligat al món del videoart i el vídeo experimental. Actualment, el clip serveix com a suport visual per a la promoció d'un grup o una cançó.

Per a Doc Comparato tant en el clip com en l'espot publicitari, l'èmfasi recau sobretot en la successió ràpida d'imatges, la intenció de la qual és captar l'atenció del públic per tal de vendre un producte.

Exemples de vídeos de ficció de durada curta

<http://www.triggerstreet.com/gyrobase/ShortFilms>

<http://www.mofilm.com/>
Concurs anual de vídeos de curta durada de Canal +:
www.plus.es

Festival Mofilm:
<http://www.mofilm.com/>

Per a aquest autor el text publicitari no és considerat un guió dramàtic, a causa que el temps de què es disposa per a desenvolupar la narració és massa curt. De totes maneres, pot contenir escenes essencials, estructura dramàtica i personatges; però no pot desenvolupar la història, es limita a ser l'exposició d'una situació o un moment dramàtic.

En publicitat el text és sintètic i necessita una tècnica especial amb un llenguatge específic. El guió pròpiament dit, en una agència de publicitat, el fa un professional anomenat *copy*, sovint juntament amb el director artístic o creatiu.

4.4.2. Els clips per a mòbil

Els dispositius mòbils s'alcen com més va més com una manera de difondre nous continguts i interactuar amb els usuaris.

Es poden trobar diversos clips per al telèfon mòbil: espots publicitaris, clips musicals, felicitacions animades, receptes de cuina, previsions meteorològiques, notícies...; fins i tot curtmétratges de ficció. Per a això s'ha creat un festival específic, un espai per a nous creadors, professionals o no, les pel·lícules dels quals es poden reproduir en dispositius mòbils i duren al voltant de cinc minuts.

Exemples de vídeos per al mòbil

- http://www.jamba.es/jcw/goto/videos/handy_videos
- http://www.mimovilandia.com/videos_moviles_3gp/
- <http://www.descargaspara.moviles.net/tag/video-para-moviles>

