



Sindicalistes

Memòria de Projecte Final de Grau

Grau Multimèdia

Visualització

Autor: Montse González Sánchez

Consultor: Rosa M^a Llop Vidal

Professor: Laia Blasco Soplón

Lliurament Final 19/06/2017

Crèdits/Copyright

Els logos e imatges corporatius de la UGT no tenen copyright i es poden utilitzar sota llicència [Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/)

Llicència:

Tant aquesta memòria com la resta del projecte estan subjectes a la següent llicència:



[Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada 3.0 Espanya de Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/)

Cita

La inspiració existeix, però t'ha de trobar treballant.

Pablo Ruiz Picasso

Agraïments

Com no pot pet de cap altra manera, dedico aquest projecte a la paciència infinita de la meva família, el Ramon, el Ferran i el Miquel. Si per a mi ha estat un esforç, també ho ha estat per ells, tot i així han estat al meu costat en tot moment.

A la meva empresa Kern Pharma, que m'ha subvencionat els estudis.

Als meus companys del Sindicat, amb els quals he après molt més del que mai hauria pensat.

I finalment als tutors i consultors que al llarg d'aquests anys han aconseguit mantenir viva la il·lusió de seguir endavant fins a arribar al final.

Abstract

La idea principal del projecte final de grau multimèdia, és la creació d'una infografia en vídeo per donar a conèixer dades de les persones sindicalistes, orígens, que fan, percentatges, qui son els delegats i delegades i altres dades importants, molts cops desconegudes.

L'objectiu es que les persones joves que en breu han de tenir contacte amb el mon laboral coneguin aquestes dades per afrontar aquesta etapa amb més informació.

Aquest primer vídeo ha de servir en un futur com introducció a una sèrie de vídeos que aprofundiran en cadascun dels temes.

La distribució, a més dels canals habituals disponibles en el sindicat com Youtube, Facebook, Twitter i pàgines web, també és presentaria en fires de ensenyament o presentacions en centres escolars de educació secundària.

Per la realització, he creat la iconografia gràfica en Adobe Illustrator, les escenes animades en After Effects el muntatge final en Adobe Premiere, i l'enregistrament de la locució en Audition.

PARAULES CLAU: Projecte final de grau, multimèdia, infografia, vídeo

Abstract (english version)

The main idea of this project for the final Media Grade, is to make an infographic video, to present data from unionists people, origins, showing percentatges, who are the delegates, and other important data often unknowns.

The aim is to show at young people who will have contact with the working world, and knowing this data afford this stage with more information.

This first video will be in the future as the introduction to a series of videos that delve into each topic.

The distribution, in addition to the usual channels available in the union as Youtube, Facebook, Twitter and websites, will also be presented at fairs or educational presentations in schools of secondary education.

For the realization, I created in Adobe Illustrator graphic iconography, scenes animated in After Effects Adobe Premiere final assembly, and speech recording in Audition.

KEY WORDS: Final Project, multimedia, graphics, video

Índex

1. Introducció	10
1.1 Motivacions personals	10
2. Descripció	11
2.1 Definició.....	11
2.2 Recerca dades	11
2.3 Públic objectiu	12
2.4 Suport.....	12
3. Objectius	13
3.1 Principals.....	13
3.2 Secundaris	13
4. Marc teòric / Escenari	14
4.1. Context Històric.....	14
4.2. Escenari.....	14
5. Continguts.....	16
5.1. Definició dels continguts	16
5.2 Tipologia dels continguts.....	16
6. Metodologia.....	18
6.1 Preproducció	18
6.2 Producció.	18
6.3 Postproducció.....	18
6.4 Distribució.....	18
7. Plataforma de desenvolupament	19
7.1 Software	19
7.2 Hardware	19
8. Planificació	20
8.1. Fites i Dates clau.....	20
8.2 Diagrama de Gantt	21
8.3 Calendari	21
9. Procés de treball /desenvolupament	22
9.1 Preproducció	22
9.2 Producció	23
9.3 Postproducció.....	25
9.4. Distribució.....	25
10. Maquetes	26
10.1 Lo-Fi – Storyboard.....	26

10.2. Hi-Fi.....	32
11. Guions.....	33
11.1 Guió literari	33
11.2 Guió Tècnic	36
12. Perfils d'usuari	38
13. Experiència d'usuari.....	39
14. Tests	40
15. Projectió a futur	42
16. Pressupost	43
17. Anàlisi de mercat.....	44
18. Màrqueting i Vendes.....	46
18.1 Target	46
18.2 Màrqueting "online"	46
18.3 Màrqueting "offline"	46
18. Conclusions	47
Annex 1. Lliurables del projecte.....	48
Annex 2. Captures de pantalla	49
Annex 3. Llibre d'estils	52
Annex 5. Glossari.....	57
Annex 6. Bibliografia	58
Annex 7. Vita.....	59

Figures i taules

Índex de figures

Imatge 1: vídeo infografia d'exemple	15
Imatge 2: Diagrama de Gantt	21
Imatge 3: Calendari treball.....	21
Imatge 4: iconografia amb Adobe Illustrator.....	24
Imatge 5: Enregistrament audio amb Adobe Audition	24
Imatge 6: Maqueta en Adobe After Effects	25
Imatge 7: gràfic plataformes utilitzades per els joves	38
Imatge 8: dades afiliació UGT	49
Imatge 9: selecció dades font ILOSTAT	49
Imatge 10: fragment estudi Ipsos audiència global de YouTube a UK.....	50
Imatge 6: preparació storyboard amb power point	50
Imatge 12: producció animàtica en Adobe Premiere.....	51
Imatge 13: paletes de colors.....	52
Imatge 14: tipografia Helvètica Neue.....	52
Imatge 15: icones persones.....	53
Imatge 16: icones professions	54
Imatge 17: títols	55
Imatge 18: etiquetes	56

Índex de taules

Taula 1: fites i dates claus	20
Taula 2: Pressupost.....	43

1. Introducció

Vaig començar el Grau Multimèdia quan encara era “Graduado Multimèdia” la primera assignatura que vaig escollir va ser Vídeo, feia molts anys des que vaig acabar els estudis, motiu per el qual no vaig matricular-me a més assignatures. L'experiència em va sorprendre tan gratament que mica en mica compaginant família, feina i tasques sindicals he arribat fins aquí.

Ja gairebé en les últimes assignatures vaig cursar Visualització de dades amb la qual vaig trobar un munt de possibilitats comunicatives, com mostrar i difondre informació amb infografies resultat de la recerca de dades.

La conjunció d'aquestes dues assignatures son l'eix central sobre la meva proposta de treball de final de grau, amb la finalitat de que pugi ser un recurs comunicatiu.

El tema escollit “Sindicalistes” ha se ser un recurs per informar del que som i representem el sindicalistes, els orígens com a referència històrica, les funcions d'avui en dia i experiències personals.

1.1 Motivacions personals

He escollit aquest tema per la meva relació amb el sindicat ja que soc membre del Comitè d'Empresa, delegada Sindical i Responsable de Formació i Polítiques d'Igualtat al Vallès Occidental.

La meva relació amb el Sindicat va començar tan sols fa uns 10 anys, presentant-me a unes eleccions de Comitè d'Empresa amb moltes ganes d'aprendre i treballar per millorar les condicions de les persones treballadores. Passat un temps les direccions del Sindicat em van oferir col·laborar a un nivell territorial fins arribar on soc ara.

Quan vaig començar no sabia res de sindicalisme, he après a copia d'anys. Amb això vull dir que les persones que ens hi dediquem aprenem dia a dia, que som un col·lectiu heterogeni on cada un de nosaltres te una tasca a realitzar segons les seves possibilitats e implicació.

Existeix un desconeixement generalitzat d'aquesta informació. Per tant he vist la necessitat de donar a conèixer aspectes i dades de les persones que conformem el sindicat de manera fàcil, àgil, atractiva i entenedora i poder arribar al major nombre sectors de la societat.

2. Descripció

El projecte consistirà en la creació de contingut audiovisual en format de vídeo. En aquest vídeo es mostraran dades que fan referència a les persones sindicalistes.

La informació és mostra amb infografies animades, combinades amb entrevistes de curta durada a persones del sindicat exposant les seves experiències.

2.1 Definició

Comença amb una presentació del contingut del vídeo amb veu en off, situant el context històric amb infografies i descrivint el contingut.

Seguidament es dona resposta a les preguntes plantejades amb les dades recopilades i les imatges creades per generar les infografies. Per reforçar la informació de les preguntes hi ha entrevistes en vídeo. Hi ha dos tipus de dades:

- Genèriques: que mostren informació comparativa amb altres països.
- Particulars: del sindicat Unió General de treballadors a Catalunya, UGT d'ara endavant.

Finalment es mostra un ràpid resum de totes les dades recollides i les conclusions finals.

2.2 Recerca dades

La recollida de dades és objectiva, les fonts de les dades provenen d'organismes oficials i publicacions acreditades.

Trobem informació al "Boletín Oficial del Estado" (BOE), Estatut dels Treballadors, Llei de Llibertat Sindical, Publicacions monogràfiques, Observatori internacional i nacionals de dades dels treballadors. Aquestes fonts quedaran reflectides en la bibliografia d'aquest document.

Les dades mostrades son una tria entre tots aquest conceptes:

- Sindicat significat e inicis, breu història UGT.
- Personatges famosos vinculats al sindicat
- Estructura sindicat, organigrama funcionament de la estructura a UGT
- Sindicats a Europa i al mon.
- Organismes que conformen el sindicat quins i que fan
- Afiliació, dades comparatives amb altres països, i evolució al llarg dels anys
- Tasca dia a dia: gabinet jurídic, negociació col·lectiva, conflictes a les empreses...
- Representants sindicals, qui son, com s'escullen i quins drets i deures tenen.

2.3 Públic objectiu

L'objectiu es poder arribar a un públic jove, nois i noies a partir de 17 anys que han de tenir contacte amb el món laboral i fins els 30.

Amb un llenguatge visual objectiu, amb la finalitat de que el missatge només tingui una interpretació, complementada amb un llenguatge verbal assertiu que pretén mitjançant una entonació i fluïdesa adequada de la locució informar amb respecte.

Aquest segment de públic està avesat a la utilització de xarxes socials per informar-se i consumeixen productes audiovisuals de curta durada.

2.4 Suport

El format en vídeo és visualitzarà en xarxes socials en dispositius mòbils o pantalles d'ordinadors, també és projectarà en pantalles més grans com poden ser les projeccions en aules o en monitors en fires d'ensenyament. Els formats de qualitat i compressió han d'estar adaptats en aquest dos tipus de casuístiques, és per això que el suport final ha d'estar en dos arxius diferents depenent del ús.

3. Objectius

Tot seguit els objectius principals i secundaris:

3.1 Principals

Objectius clau del TF.

- Desenvolupar un projecte audiovisual de qualitat que doni resposta a les necessitats informatives definides en el projecte.
- Aconseguir fer arribar el contingut del audiovisual al públic objectiu definit mitjançant xarxes socials d'ús freqüent per aquest públic.
- Posar en pràctica els coneixements adquirits en el Grau Multimèdia especialment els relacionats amb el sector audiovisual.

3.2 Secundaris

Objectius addicionals que enriqueixen el TF i que poden patir variacions.

- Aconseguir crear un contingut dinàmic i atractiu per l'espectador.
- Aconseguir una correcta utilització del software i hardware necessari per aconseguir un producte de qualitat.
- Establir les pautes per una possible sèrie de vídeos de la mateixa temàtica adaptant contingut i llenguatge als diferents perfils d'usuaris definits.

4. Marc teòric / Escenari

4.1. Context Històric

La finalitat del projecte s'emmarca en la necessitat de donar a conèixer informació objectiva de les persones Sindicalistes i mostrar la seva implicació en tots els àmbits socials, no només els laborals. També exposar dades per evidenciar el nombre i percentatge de persones sindicalistes tant a Catalunya com a Espanya i comparat amb altres països.

En la època actual és creen en un dia 1.500.000.000 continguts, 140 milions de tweets i 2 milions de vídeos, amb tant de contingut a la xarxa la mitjana de temps que hi dediquem per contingut es tan sols de pocs segons. En una infografia recollim i organitzem dades en un entorn visual fàcil d'entendre, el que permet explicar idees i conceptes complexos.

Es per això que el vídeo màrqueting s'està imposant com a una eina important en la producció de continguts, tant per la facilitat en la creació com en la distribució en xarxa, que permet arribar a un major nombre de públic que amb els models tradicionals.

Degut aquest augment en la creació audiovisual, existeixen eines online que permeten la creació de vídeos animats de fàcil ús i preus econòmics, com poden ser [Adobe Voice](#), [Biteable](#), [Rawshorts](#), [VideoScribe](#) o [Animaker](#) entre altres, que permet a tot tipus d'empreses o productes produir contingut audiovisual sense tenir coneixements tècnics.

4.2. Escenari

La finalitat del projecte s'emmarca en la necessitat de donar a conèixer informació objectiva de les persones Sindicalistes i mostrar la seva implicació en tots els àmbits socials, no només els laborals. També exposar dades per evidenciar el nombre i percentatge de persones sindicalistes tant a Catalunya com a Espanya i comparat amb altres països.

La cerca de vídeos amb la mateixa temàtica m'ha mostrat que amb la paraula "sindicat" o "sindicatos" hi ha molta producció audiovisual, tant a favor com en contra. Exemples en diferents plataformes son:

- Què és un sindicat? – Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals
<http://www.ccma.cat/tv3/alcanta/infoeconomia/que-es-un-sindicat/video/5489692/>
- CNT, Història d'un sindicat. Dolors Marin Silvestre
<https://vimeo.com/16371776>
- Sr. Chinarro – La arenga de los sindicatos futuristas
<https://vimeo.com/33676117>
- Que es un sindicato (Colombia)
<https://www.YouTube.com/watch?v=2Ix8mj26B9I>

- Los sindicatos en España

https://www.YouTube.com/watch?v=JtzLX_BH96g

En canvi cercant la paraula “Sindicalista” o “Sindicalistes”, els vídeos trobats acostumen a ser d'opinió o entrevistes. Un exemple trobat diferent es aquest que amb 3 anys té menys de 40 visites.



Imatge 1: vídeo infografia d'exemple

Per tant crec necessari donar visibilitat a les persones amb un format més actual, amb una proposta innovadora, que pugui funcionar com a punt de partida per a una col·lecció de vídeos amb temes monogràfics seguint el mateix format.

La meva proposta està enfocada a parlar de les persones i fer-ho amb un format que sigui atractiu per un públic jove.

Finalment aquest treballa pot servir com a recurs comunicatiu dirigit a totes les persones treballadores que tenen a prop incorporar-se al mercat de treball, o que comencen a exercir com a delegats i delegades als seus centres de treball, que el format estigui enfocat a un públic en concret no ha de ser un problema per què sigui visualitzat per altres públics.

5. Continguts

5.1. Definició dels continguts

El contingut del vídeo per una banda és composta d'imatges iconogràfiques, text i locució amb música. Per altra banda per a reforçar el missatge s'inclouen entrevistes de curta durada entre els temes que conformen les infografies.

La quantitat d'informació a descriure amb la inclusió de les entrevistes acabarà amb un vídeo de uns 6-7 minuts de durada com a màxim, és important no sobrepassar aquest temps ja que està comprovat que els vídeos de llarga durada no capten interès principalment en el públic jove.

La composició seguirà el següent esquema:

- **Títol entrada:** Creat amb After Effects
- **Presentació:** Locució amb presentació del vídeo, significat de la paraula sindicat i breu introducció històrica.
- **Transicions:** Les transicions d'un tema a un altre és presenten amb text.
- **Infografies animades:** Seguint el ritme de la locució les dades van apareixen amb els continguts de cada tema.
- **Entrevistes:** entre temes és mostra una curta entrevista on quatre persones escollides responen a una pregunta relacionada amb la seva experiència al sindicat. El perfil de les persones entrevistades és paritari home dona i amb diferents edats.
- **Conclusions:** Resum ràpid i descripció del missatge.
- **Crèdits:** Mostrar totes les persones que hagin estat relacionades amb el projecte, agraïments, música, llicència escollida i any de producció.

5.2 Tipologia dels continguts

Textos: tenen com a finalitat reforçar la descripció dels continguts, la tipografia i la mida escollida ha de ser de fàcil llegibilitat.

Símbols iconogràfics: utilitzats per descriure gràficament conceptes, creats amb Illustrator o utilitzant biblioteques gratuïtes.

Gràfics estadístics: per mostrar dades, percentatges o períodes de temps i comparar-les per mostrar evolucions. El gràfic creat en Excel es traslladarà a After Effects i és modifica per modificar l'aspecte.

Vídeos: Reforcen el contingut de la informació amb persones vinculades al sindicat, la imatge de ser primer pla amb un fons neutre i subtítols que identifiquen la persona i el càrrec.

Música: Escollida per donar dinamisme al vídeo, es modula la intensitat segons la necessitat de omplir espais sense locució.

Efectes de so: Les animacions aniran acompanyades d'efectes de so, descarregats de portals gratuïts.

Locució: La descripció de les imatges i el contingut és reforça amb l'enregistrament i edició de la veu al llarg de vídeo.

6. Metodologia

Al llarg del procés és posen en pràctica els continguts de les assignatures del grau. El software escollit és el paquet de Microsoft per redacció de textos i fulls de càlcul, i el paquet Adobe en les especialitats de disseny, composició i tractament de vídeo i àudio.

6.1 Preproducció

Primera fase per plantejar i analitzar els requisits i les necessitats. Reunions amb les persones involucrades amb el projecte per definir els objectius, els perfils dels grups a qui va destinat el vídeo, i les directrius a seguir per el desenvolupament del vídeo. S'escull la línia gràfica, els estils d'animació i edició. Es defineixen les necessitats tècniques per realitzar els rodatges de les entrevistes. Aquesta etapa ha de concloure amb el guio redactat i Storyboard definits.

6.2 Producció.

Etapa on és produirà el material necessari com son les preses de rodatge, les animacions, els gràfics, el text, les locucions i la selecció de la banda sonora. És convenient obtenir i realitzar més imatges de les definides en la preproducció per poder corregir possibles errors o canvis en la postproducció.

6.3 Postproducció

Etapa on tot el material obtingut ha de prendre forma, és realitza el muntatge per peces o clips seguint el guió i Storyboard de la preproducció. Aquesta etapa final accepta modificacions i correccions detectats en el moment de muntatge.

6.4 Distribució

Finalment la part de distribució és la que ha de permetre arribar al màxim de públic tal com és un dels seus objectius. Per això es tornarà a consensuar amb les persones vinculades al projecte el tipus de difusió i distribució, principalment en mitjans socials d'abast públic.

7. Plataforma de desenvolupament

7.1 Software

El software utilitzat per dur a terme el projecte ha estat:

- Adobe® Photoshop CS6 –edició d'imatges.
- Adobe® Illustrator CS6 – creació de símbols.
- Adobe® After Effects CS6 – creació de clips, transicions, animacions
- Adobe® Audition CS6 –gravació i edició de veu.
- Adobe® Premiere Pro CS6 – Per la gravació i edició de vídeo.
- Adobe® Acrobat Reader 10.1.16 –visualització d'arxius de lectura
- Adobe® Media Encoder CS6 – per la exportació del vídeo als formats escollits
- Microsoft Excel para MAC– versió 15.27 – Per fer les taules de dades.
- Microsoft Word para Mac – processador de textos.
- Microsoft Power Point - per les imatges del storyboard
- Navegador Safari 10.10
- Navegador Chrome Versió 56.0.2924.87 (64-bit)
- Navegador Firefox 50.1.0

7.2 Hardware

El Hardware i la càmera per gravar les entrevistes es:

- iMac (27 polsades), processador 3,1 GHz Intel Core i5, memòria 8 GB 1333MHz DDR3, gràfics AMD Radeon HD 6970M 1024MB
- Càmera Sony Digital Handycam 40x KARL ZEISS DCR-PC2E PAL MINI DV

8. Planificació

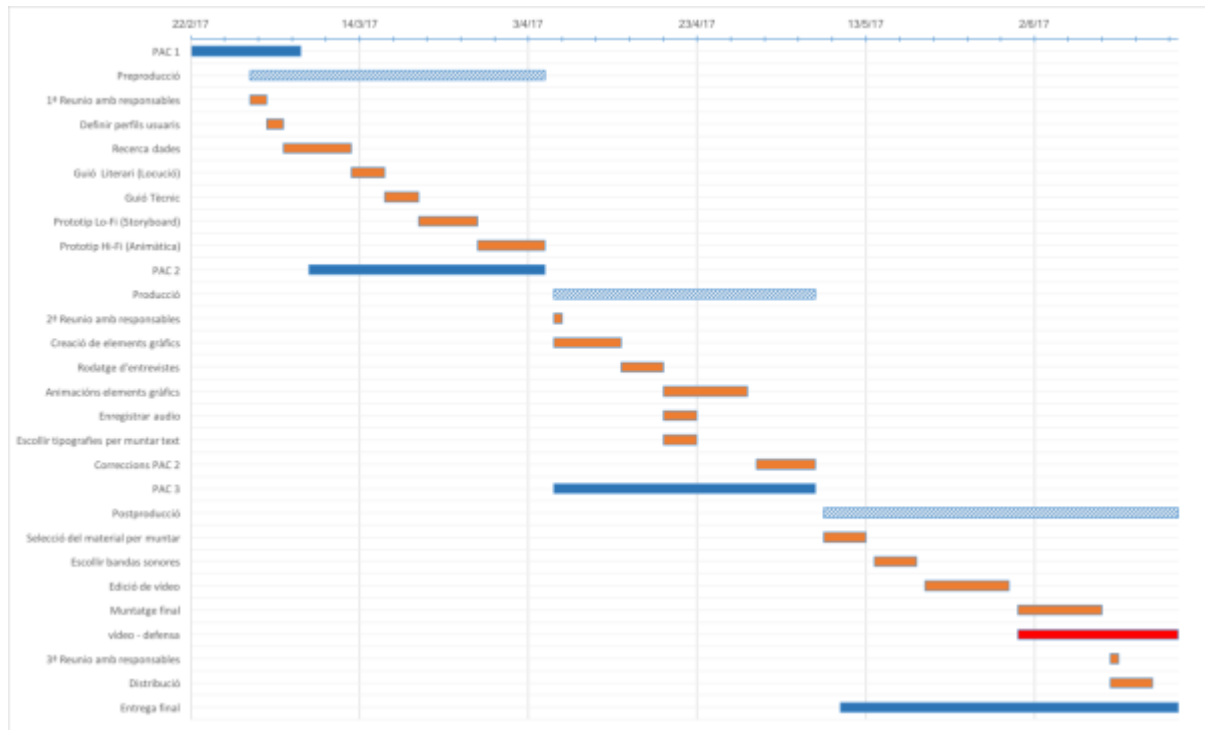
En la planificació es reflexa les fites i dates claus, un diagrama de Gantt i un calendari exposant els processos dins de les dates fixades.

8.1. Fites i Dates clau

PAC 1	22/2/17	13	7/3/17
Preproducció	1/3/17	35	5/4/17
1ª Reunió amb responsables	1/3/17	2	3/3/17
Definir perfils usuaris	3/3/17	2	5/3/17
Recerca dades	5/3/17	8	13/3/17
Guió Literari (Locució)	13/3/17	4	17/3/17
Guió Tècnic	17/3/17	4	21/3/17
Maqueta Lo-Fi (Storyboard)	21/3/17	7	28/3/17
Maqueta Hi-Fi (Animàtica)	28/3/17	8	5/4/17
PAC 2	8/3/17	28	5/4/17
Producció	6/4/17	31	7/5/17
2ª Reunió amb responsables	6/4/17	1	7/4/17
Creació de elements gràfics	6/4/17	8	14/4/17
Rodatge d'entrevistes	14/4/17	5	19/4/17
Animacions elements gràfics	19/4/17	10	29/4/17
Enregistrar àudio	19/4/17	4	23/4/17
Escollir tipografies per muntar text	19/4/17	4	7/5/17
Correccions PAC 2	30/4/17	7	7/5/17
PAC 3	6/4/17	31	7/5/17
Postproducció	8/5/17	42	19/6/17
Selecció del material per muntar	8/5/17	5	13/5/17
Escollir bandes sonores	14/5/17	5	19/5/17
Edició de vídeo	20/5/17	10	30/5/17
Muntatge final	31/5/17	10	10/6/17
vídeo - defensa	31/5/17	19	10/6/17
3ª Reunió amb responsables	11/06/17	1	12/06/17
Distribució	11/6/17	5	16/6/17
Entrega final	10/5/17	40	19/6/17

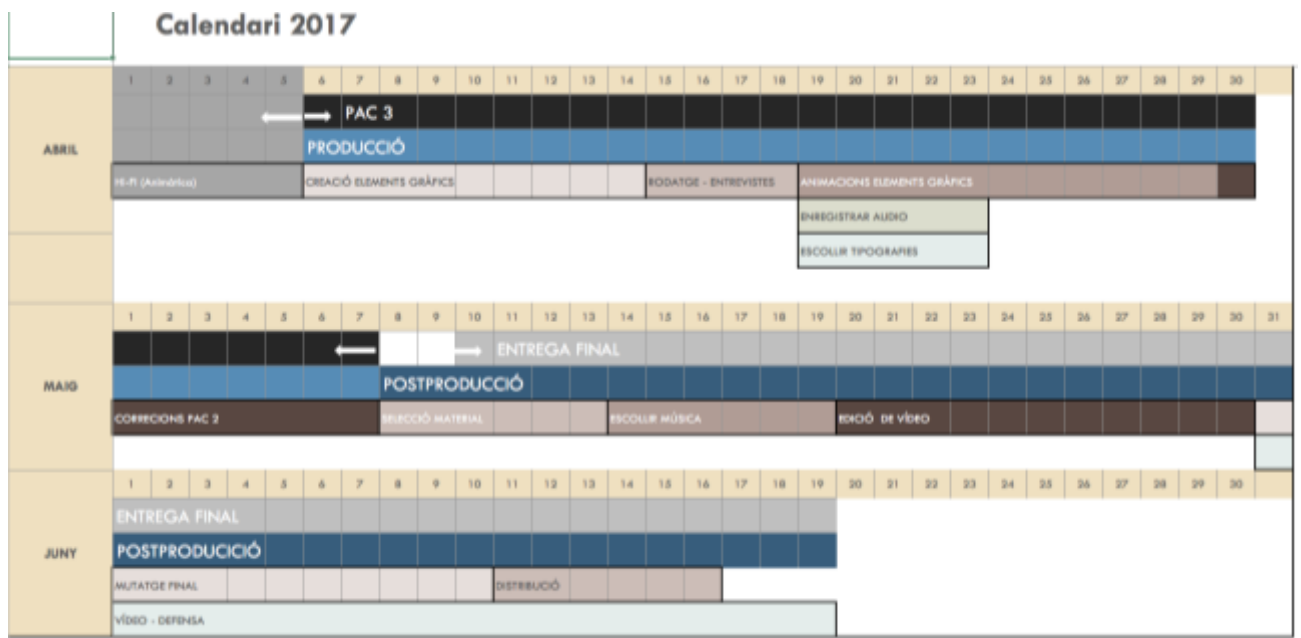
Taula 1: fites i dates claus

8.2 Diagrama de Gantt



Imatge 2: Diagrama de Gantt

8.3 Calendari



Imatge 3: Calendari treball

9. Procés de treball /desenvolupament

El desenvolupament del procés de treball és el marcat en el Diagrama de Gantt pensat per un projecte audiovisual.

9.1 Preproducció

1ª Reunió de treball:

La primera entrevista amb persones responsables del sindicat, i concretament del sector d'ensenyament i funcionariat.

Aquí es va posar en evidència la mancança d'informació dels joves que es troben al final de l'ensenyament obligatori, on una part voldrà iniciar-se al món laboral amb un desconeixement evident del que és trobarà. Aquest desconeixement també és troba en joves que acaben estudis superiors.

- Hi ha una manca d'informació respecte els sindicats, que els ha de resultar útil per conèixer els seus drets com a persones treballadores.
- Per tant és defineix l'objectiu principal: informar als joves de qui són i que fan les persones sindicalistes, enfocant les dades a Catalunya i al sindicat UGT.
- Els usuaris principals: joves a partir de 17anys fins a 25-30 anys.

Recerca de dades: Les dades recopilades de diverses fonts fiables, moltes dades les trobem a la web oficial del sindicat a Catalunya, altres en publicacions oficials com el BOE, i organismes internacionals com la OIT.

Perfils usuaris: És defineixen els diferents perfils d'usuaris amb diferents grups, i l'experiència del usuari respecte el producte, tot pensant que el projecte és podrà ampliar en un futur.

Pressupost: Seguint les descripcions per la realització del projecte audiovisual i fent una estimació del temps que requereix cada part del procés s'elabora el pressupost.

Guions: En aquesta producció audiovisual, hi ha dos tipus de guions, el literari que és el guió que s'utilitza per la locució y el tècnic que descriu tot el procés de vídeo amb escenes, durada, transicions, plans...

1era Maqueta: La maqueta de Lo-Fi (baixa fidelitat), es l'anomenat Storyboard, on es dibuixa de manera esquemàtica les diferents escenes o punts principals del audiovisual. Les imatges les he preparat amb power point al no tenir disponible el programa Adobe Illustrator. Les imatges del Storyboard estan en escala de grisos per què el resultat sigui el més esquemàtic possible, evitant les influències de games cromàtiques.

La maqueta de Hi-Fi (alta fidelitat), que anomenem Animàtica, mostrarà una maqueta creat amb les imatges del Storyboard, amb la locució en brut, i els temps marcats en el guió tècnic, la música

encarà no serà la definitiva. La preparació del vídeo és realitza amb Adobe Premiere deixant sense veu els espais destinats a les entrevistes amb una aproximació de temps de 30 segons. En aquest punt es poden detectar errors que modificaran els guions tant tècnic com literari. Al mateix que amb l'Storyboard les imatges estan amb escala de grisos blanc.

Test:

- **1ª Fase:** La maqueta Animàtica, es mostra a diferents perfils per recollir les seves impressions. Es detecta que en tractar-se d'una temàtica poc interessant per als joves, no mostren molt interès, es pren nota per enfocar la part de màrqueting en aquest sentit.

2ª Reunió de treball:

Arribat en aquest punt es fa necessària una nova reunió al inici de la producció per mostrar també la animàtica a les persones responsables dins del sindicat, les millores o canvis a fer i plantejar el màrqueting.

En la entrevista es farà una exposició del anàlisis de mercat actual dels audiovisuals concretament de les dades de YouTube com a porta principal de consum dels joves.

En reunió s'acorda esquematitzar el guió i reduir el temps del vídeo a uns 5-6 minuts com a màxim, s'acorda també només posar dues entrevistes una al principi i un altre per tancar per no trencar la dinàmica de les infografies. També es comenta que enlloc de les imatges dels personatges substituir-ho per el nom gràfic, per no tenir problemes de copyright.

9.2 Producció

Creació iconografia: creació amb Adobe Illustrator les imatges necessàries per les composicions, agrupant en diferents arxius segons la tipologia de les imatges, un arxiu per personatges, un per etiquetes, un per professions i finalment un per els títols. Cada arxiu tindrà una paleta amb els colors utilitzats. Amb això personalitzem el treball i evitem l'ús de imatges amb drets d'ús.

Posteriorment les imatges s'exporten com arxius individuals en format PNG amb fons transparent i alta resolució.



Imatge 4: iconografia amb Adobe Illustrator

Gravació locucions àudios: amb Adobe Audition, s'enregistra els àudios del guió literari. L'enregistrament és fa amb una velocitat de mostreig de 48000 Hz i 8 bits de profunditat, per aconseguir un registre de qualitat, seguidament en l'exportació es rebaixa a 22050 Hz Mono que manté una bona qualitat i redueix la mida del arxiu.

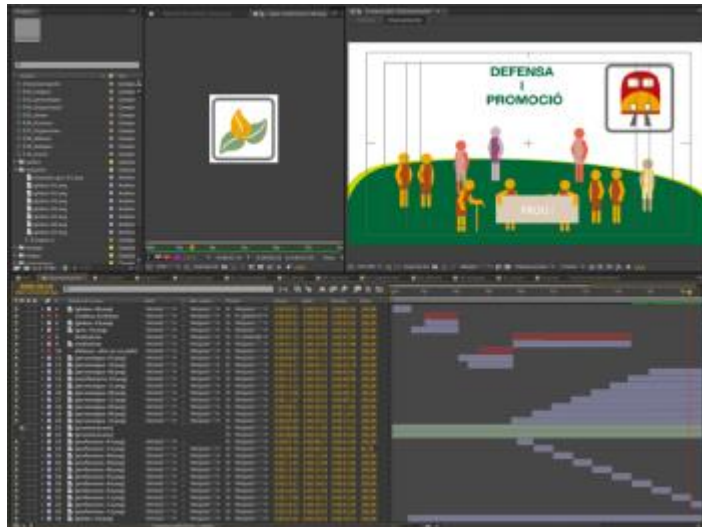


Imatge 5: Enregistrament audio amb Adobe Audition

Gravació entrevistes: Finalment s'han escollit dues persones per entrevistar, Sandra Cañete Responsable de Política Sindical i Comunicació a la UGT del Vallès Occidental, i Josep Santcristofol membre del Secretariat Nacional de Catalunya i Responsable de àrea Metropolitana a la UGT. Responen a la pregunta: com va ser els teus inicis al sindicat?.

Creació escenes: Amb Adobe After Effects comencem a muntar les escenes, amb base a la locució creada per cada apartat. Selecció i col·locació dels elements que apareixen per reforçar el missatge d'àudio. Es prepara una segona maqueta amb les escenes per visualitzar el conjunt.

Zona Maqueta: En aquesta maqueta, ja definim la forma visual en general del projecte i detectem els errors o modificacions que realitzarem en la postproducció.



Imatge 6: Maqueta en Adobe After Effects

En arribar aquest punt, he vist que la incorporació de les entrevistes a persones del sindicat previstes en un inici del projecte, no aporten valor. Les infografies animades per si soles estan mostrant molta informació, incorporar un minut més amb dues entrevistes de 30 segons com a màxim, incrementa la durada del vídeo i no reforça el missatge. Per tant, prescindiré del material d'entrevistes enregistrades.

9.3 Postproducció

En aquesta etapa es fa el muntatge final amb de les escenes treballades en After Effects, les escenes han estat exportades a format de vídeo per seguidament importarles a Premiere.

La música escollida té llicència Creative Commons i no donarà problemes al pujar el vídeo a Youtube.

S'adequa el volum de la música a la locució del vídeo, i s'exporta finalment en els diferents formats necessaris per publicar i visualitzar en diferents dispositius.

9.4. Distribució

En reunió amb responsables del sindicat, acordem la publicació un cop passades les campanyes que actualment tenim en marxa. El proper mes de Juliol és farà una entrada a la pàgina web del sindicat www.ugtvallesocc.cat presentant el vídeo i difusió a les xarxes socials del sindicat. Això ens permetrà monitoritzar les visites i valorar segons els resultats la creació de més productes similars.

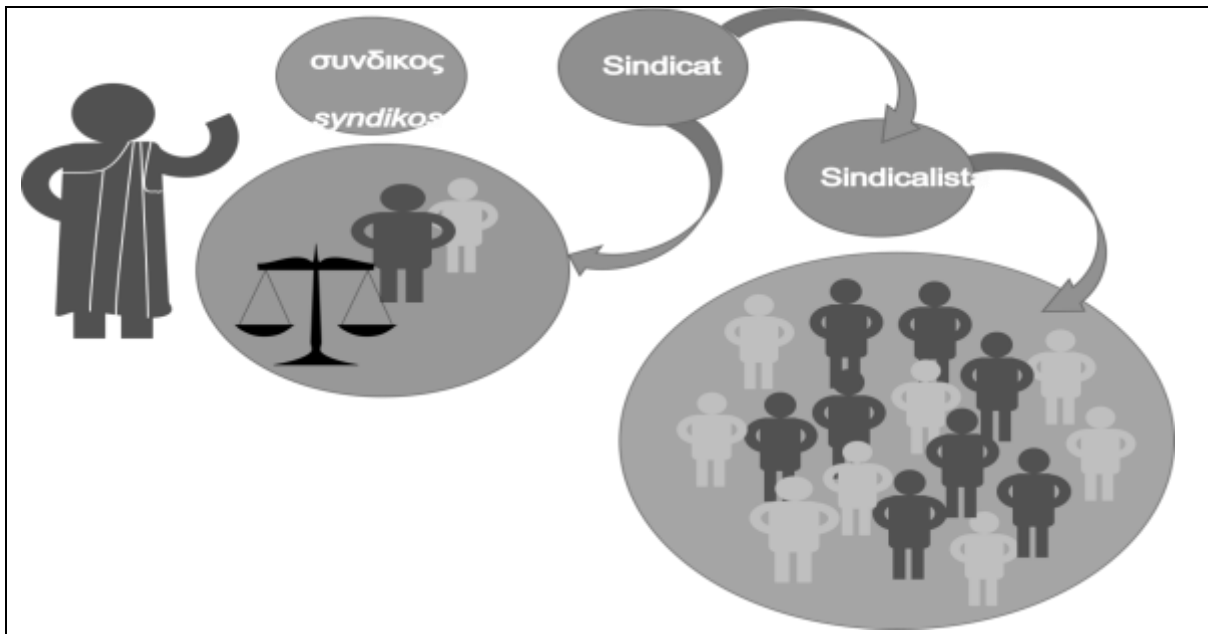
10. Maquetes

10.1 Lo-Fi – Storyboard

La maqueta en baixa qualitat també anomenat Storyboard mostra esquemàticament les escenes del vídeo.



Escena 1: Entrada de títol



Escena 2: Presentació

Segle XIX



Barcelona
1888
UGT


1830 - 1840

Escena 3: Origen



Ana Mària Ferrer
Responsable formació

Escena 4: Entrevista



Escena 5: Personatges

The diagram on the left shows three overlapping circles representing different federations: 'Federació de Serveis, Mobilitat i Consum', 'Federació d'Indústria, Construcció i Agroalimentació', and 'Federació d'empleades i empleades del serveis públics'. The map on the right shows the regions of Catalonia with icons of people.

- **Regió Metropolitana.** Coordina les comarques de Barcelona, L'Hospitalet de Llobregat, el Barcelonès Nord, el Baix Llobregat, el Vallès Occidental, el Vallès Oriental i el Maresme.
- Anoia – Alt Penedès – Sarraf
- Bages – Berguedà
- Osona
- Comarques Gironines
- Terres de Lleida
- Comarques de Tarragona
- Terres de l'Ebre

Escena 6: Organització

A black and white portrait of Josep Ferrer, a woman with a mustache and glasses, wearing a white lab coat. The text below the portrait reads:

Josep Ferrer
Secretari comarcal

Escena 7: Entrevista

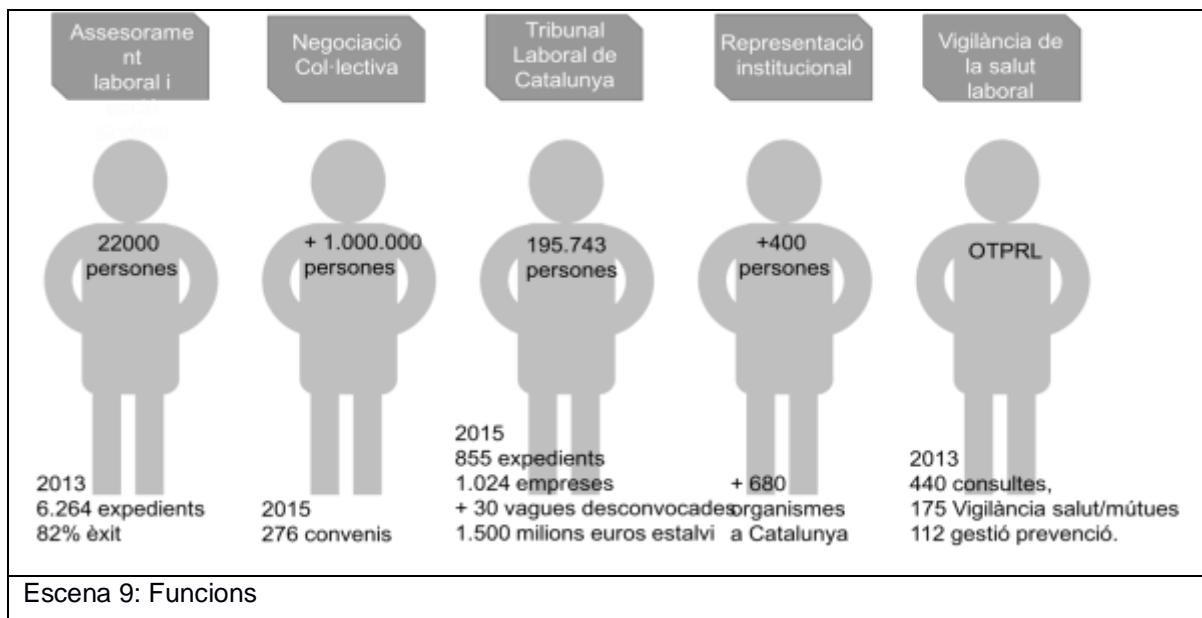
The world map shows the distribution of union delegates globally. A bar chart below shows the number of delegates in Catalonia, Madrid, and Andalusia.

- Islàndia 80,6 %
- Dinamarca 66,8 %
- Luxemburg 32 %
- Hong Kong, Xina 23,9%
- Nova Zelanda 19,4%
- Alemanya 17,7%
- Espanya 17,2%
- Suïza 16,2 %

261.414 delegats sindicals

Catalunya	49.348
Madrid	36.540
Andalusia	36.072

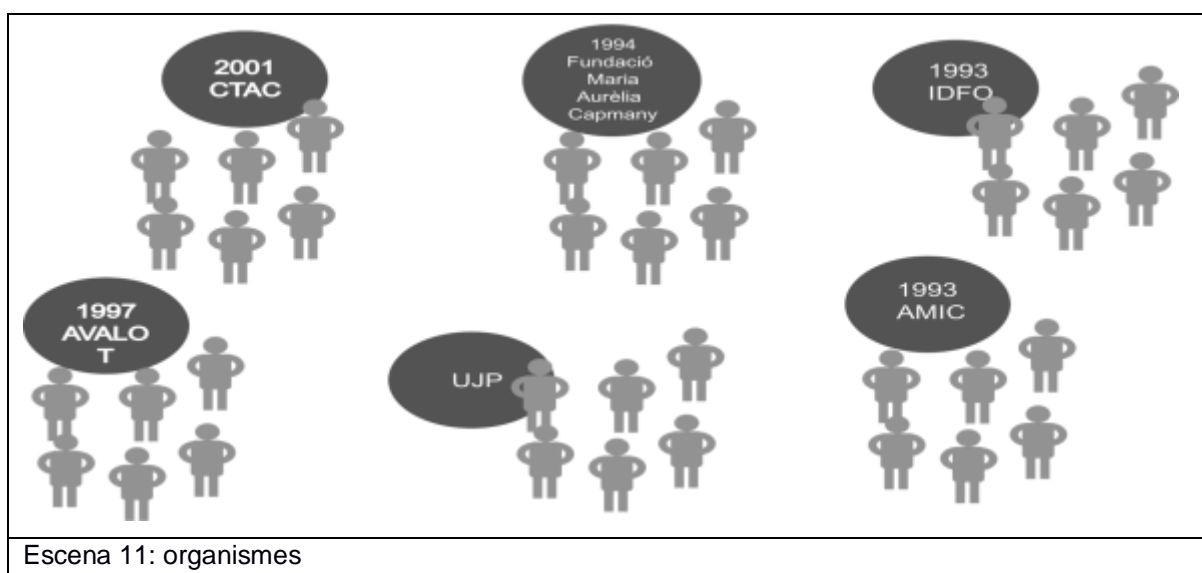
Escena 8: Sindicalisme al món



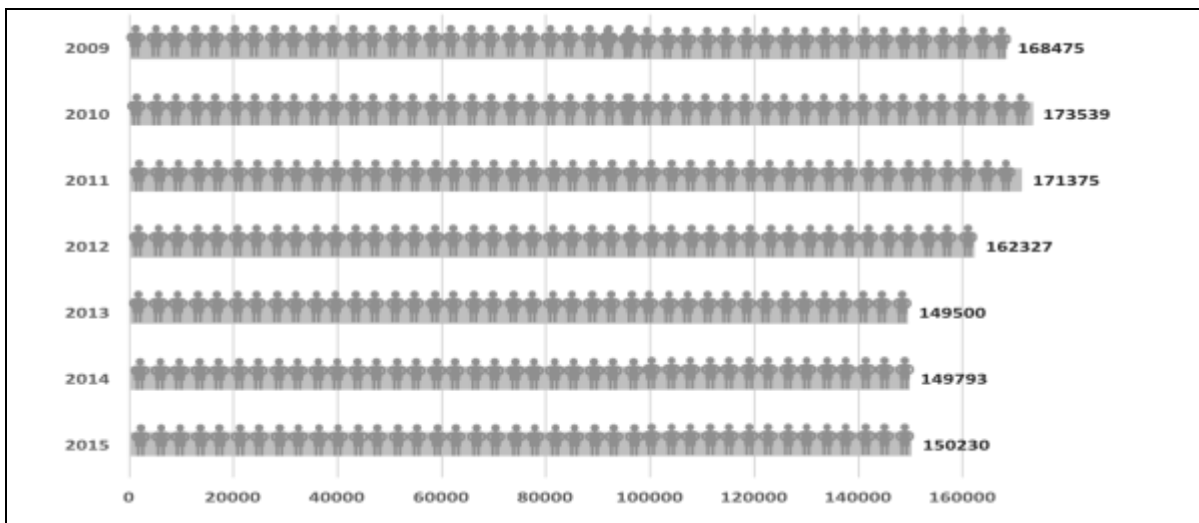
Escena 9: Funcions



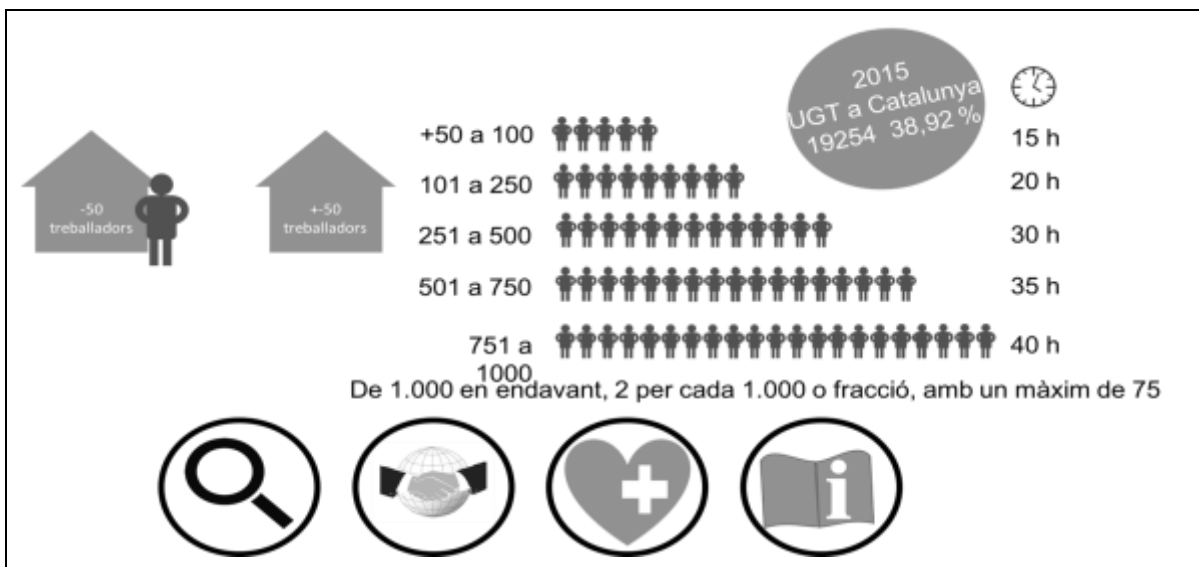
Escena 10: Entrevista



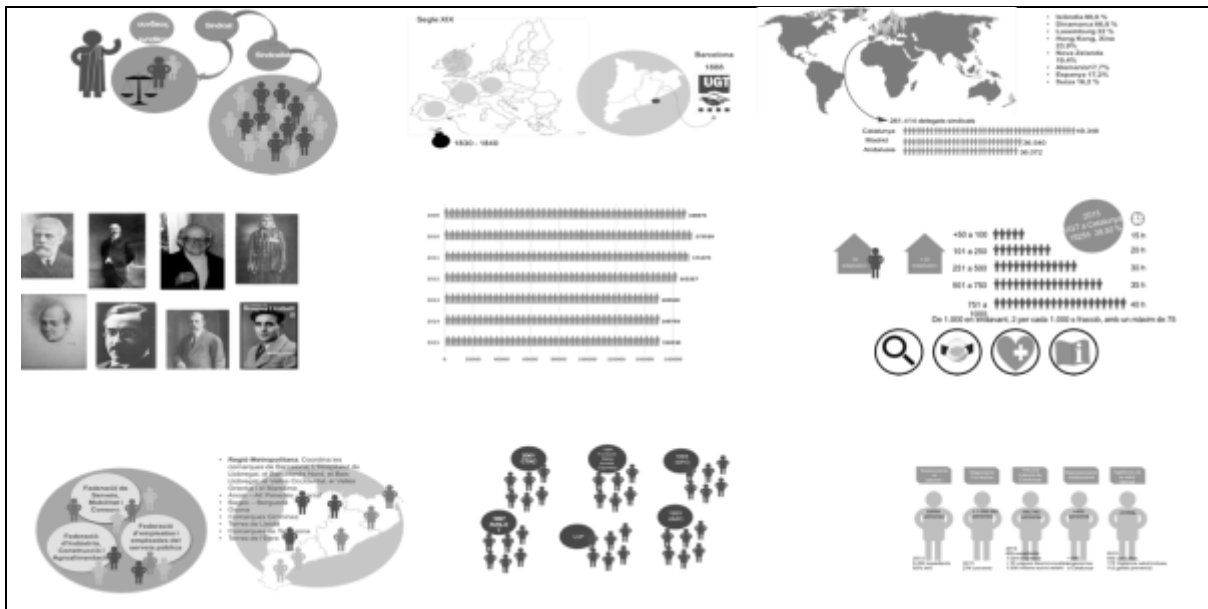
Escena 11: organismes



Escena 13: Afiliació



Escena 14: Delegats Sindicals



Escena 15: Resum i Conclusions



Escena 16: Crèdits, pantalla partida amb preses falses de les entrevistes

10.2. Hi-Fi

PAC2: Animàtica realitzada en Adobe Premiere amb una música de mostra de Free play music, amb llicència per treball escolar. La música definitiva ha de ser amb llicència adequada als usos de difusió del vídeo.

PAC3: Maqueta en brut de les escenes ja muntades amb After Effects. Un cop incorporades les recomanacions de la consultora, he preparat un fragment de vídeo, més definit i acabat amb:

- Títol
- Presentació
- Orígens

11. Guions

11.1 Guió literari

Sindicalistes

ESC. 1: 1ª Entrevista

Entrevista a Sandra Cañete Responsable Política Sindical al Vallès Occidental, respon a la pregunta, com van ser el teu primer contacte amb el sindicat?

ESC. 2: Títol

Entra títol amb fons d'imatge i so de persones manifestant-se, transició

ESC. 3: Presentació

Apareixen els elements i text que acompanya la presentació en veu en off

VEU EN OFF

Sindicat, del grec **síndikou**, antiga paraula grega per denominar a la persona que defensava un altre en un judici. Sindicalista, persona que pertany a un sindicat. En el món laboral són les persones afiliades, delegats i delegades de tots els sectors, integrants d'una associació per la defensa i promoció dels seus drets laborals. Però quins han estat els orígens?

ESC. 4: Orígens:

VEU EN OFF

Els sindicats apareixen a Europa com a conseqüència de la Revolució Industrial al segle XIX, per lluitar en contra de les dures condicions de treball existents. Primer es van consolidar a Anglaterra estenent-se per tot Europa, Rússia i EEUU. El 1888 neix a Barcelona el primer sindicat unificat de l'Estat Espanyol, la Unió General de Treballadors.

ESC. 5: Personatges:

VEU EN OFF

- Pablo Iglesias
- Josep Comaposada
- Francesc Ferrer i Guàrdia, creador de l'escola Moderna
- Rovira i Virgili, periodista lingüista i polític president del parlament de Catalunya al l'exili
- Jose Mª de Segarra, escriptor.
- Nicolau Casaus vicepresident del barça.
- Pere Calders, escriptor
- Neus Català supervivent del camp de concentració nazi de Ravensbrück

Han estat entre molts altres personatges destacats vinculats al sindicat UGT

ESC. 6: Organització:

VEU EN OFF

En Federacions i Unions Territorials, s'organitza UGT. Les federacions agrupen a les persones treballadores d'un mateix sector, son:

- Federació d'Indústria, Construcció i Agroalimentària
- Federació d'empleats i empleades dels serveis públics
- Federació de Serveis, Mobilitat i Consum

Les Unions Territorials és troben distribuïdes per tot Catalunya.

ESC. 7: Funcions:

VEU EN OFF

Assessorament laboral i acció sindical amb més de 22000 persones

El 2013 es van defensar 6.264 expedients amb un nivell d'èxit del 82 %.

Negociació col·lectiva, amb 276 convenis negociats a Catalunya el 2015.

Tribunal Laboral de Catalunya, va tramitar 855 expedients que afectaven a 1.024 empreses i 195.743 persones treballadores. El 98,71 % conciliacions i mediacions. S'han desconvocat mitjançant la mediació 30 vagues amb un estalvi de més de 1.500 milions d'euros.

Representació institucional, més de 400 persones participen a més de 680 organismes de diferents àmbits socials i econòmics arreu de Catalunya.

Vigilància de la salut laboral, es van atendre 440 consultes l'any 2013, 175 Vigilància salut/mútues, 112 gestió prevenció.

ESC. 8: Organismes:

VEU EN OFF

Més organismes com:

Avalot, primera associació sindical juvenil una de les primeres d'Europa.

Confederació de Treballadors Autònoms de Catalunya.

Fundació Maria Aurèlia Capmany promociona la igualtat la no discriminació mitjançant assessorament i formació.

Institut per al desenvolupament de la formació i l'ocupació.

Associació AMIC, d'Ajuda Mútua d'Immigrants a Catalunya.

Unió de Jubilats i pensionistes, persones afiliades que volen mantenir la seva relació amb el sindicat.

ESC. 9: Afiliació:

VEU EN OFF

La afiliació de la UGT Catalunya ha patit en els darrers 8 anys, l'efecte de la crisi econòmica, amb la desaparició d'empreses, l'atur i les dificultats econòmiques van suposar una davallada, tot i això en els darrers anys torna a recuperar se.

El 2015 amb 150.230 persones afiliades.

ESC. 10: Delegats sindicals:

VEU EN OFF

Delegat o delegada es la persona que s'escull entre els treballadors i treballadores d'un centre de treball per un mandat de 4 anys. Per empreses amb menys de 50 treballadors es el Delegat de personal i per superiors es el Comitè d'Empresa o Junta de Personal en la funció pública. Segons nombre de persones al centre de treball aquest estaran formats per 5, 9, 13, 17, 21 o més delegats i delegades. Aquests, disposaran en proporció un crèdit d'hores sindicals per realitzar les seves funcions.

Les funcions a més d'atendre al seus afiliats, son les de rebre informació per part de l'empresa de situació econòmica, contractació, modificacions laborals. Vigilar el compliment de les normes laborals i de prevenció, i la negociació col·lectiva per millorar condicions de treball.

ESC. 11: Sindicalisme al mon:

VEU EN OFF

Percentatge de delegats i delegades respecte el total de treballadors a:

- Islàndia
- Dinamarca
- Uruguai
- Hong Kong
- Nova Zelanda
- Alemanya
- Espanya

- Filipines

A Espanya representen 261.414 persones, a Catalunya 49.348 un 19 %.

ESC. 12: Resum / Conclusions:

VEU EN OFF

Hem vist qui son i que fan les persones sindicalistes, les seves funcions les seves tasques i la representació.

Com veieu les persones sindicalistes, ens trobem per tot el mon, per defensar i millorar les condicions laborals persones treballadores i de la societat en general.

Des de UGT hem aconseguit molts drets al llarg de més de 125 anys, però encara tenim per endavant molta feina. Tothom pot participar i tothom es necessari per aconseguir-ho.

Per nosaltres, per els nostres fills i per respecte als nostres avantpassats.

ESC. 13: 2ª Entrevista

Entrevista a Josep Santcrístòfol Secretaria de la àrea metropolitana, respon a la pregunta, com van ser el teu primer contacte amb el sindicat?

11.2 Guió Tècnic

Definit el guió literari ajustem els temps del guió tècnic, tenim un projecte de 8 minuts aproximadament.

Sec	pla	Imatge	Àudio /So	Temps sg
1	1ª Entrevista	Sandra Cañete respon pregunta, Com va ser el teu primer contacte amb el Sindicat?	Àudio entrevista sense música	30:00
2	Títol	Entra títol	Música	4:00
3	Presentació	Infografia presentant el contingut del vídeo i l'objectiu d'aquest	Locució – música	26:17
4	Orígens	Infografia que exposa ràpidament els inicis dels moviments sindicals a Europa i Catalunya.	Locució – música	20:21
5	Persones UGT	Infografia posant en valor persones conegudes que han estat vinculades al sindicat UGT en la	Locució – música	25:05

història				
6	Organització	Infografia que descriu l'estructura del sindicat UGT	Locució – música	29:10
9	Funcions sindicat	Infografia que mostra quines funcions tenen las persones sindicalistes dintre l'organització	Locució – música	55:17
11	Organismes	Infografia que descriu en quins altres organismes treballen les persones sindicalistes	Locució – música	29:09
13	Afiliats	Infografia amb les dades de afiliació a Catalunya al llarg dels últims anys	Locució – música	18:23
14	Delegats sindicals	Infografia de les dades que fan referencia als delegats sindicals	Locució – música	45:08
	Sindicats al mon	Infografia que mostra el percentatge dels delegats sindicats respecte el total de treballadors per països	Locució – música	25:06
15	Conclusions	Infografia resum i amb missatge final	Locució – música	21:11
	2 Entrevista	Josep Santcristofol explica quins van ser els seus començaments com a sindicalista	Locució – música	30:00
16	Crèdits	Mostra els noms, agraïments, reconeixements de llicències, tipus i any de la producció	música	15:00

Taula 3: Guió Tècnic

12. Perfils d'usuari

Adolescents:

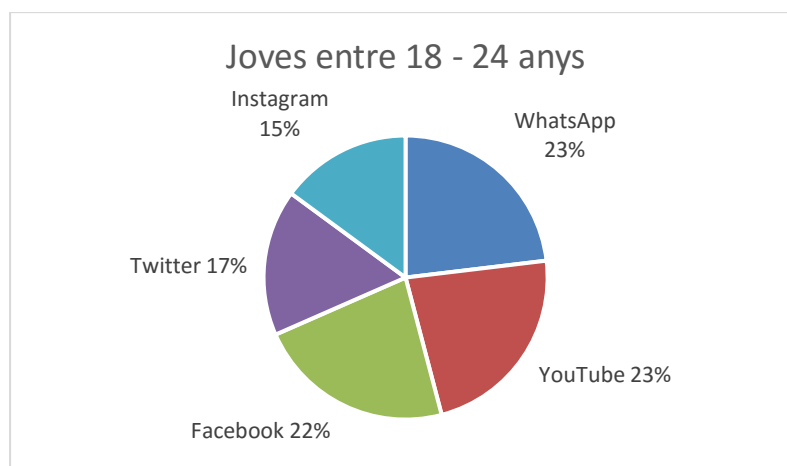
- Noi o noia de 15 a 18 anys
- No tenen ingressos propis depenen econòmicament dels seus pares.
- Estan finalitzant estudis obligatoris, post obligatoris i/o en recerca de feina.
- Fan ús constant de les noves tecnologies.
- El consum d'informació és principalment mitjançant xarxes socials
- No els preocupa la política i/o el mon laboral.

Joves:

- Noi o noia de 18 a 25 anys.
- Estudiants o en recerca de feina.
- Si no estudien, pateixen contractació precària, moltes vegades han de compaginar més d'una feina.
- Fan ús habitual de les noves tecnologies.
- El consum d'informació és principalment mitjançant les xarxes socials.

Segons estudis publicats per **The Reuters Institute for the Study of Journalism**¹ un 88% dels joves entre 18 – 24 anys a Espanya fan servir les xarxes socials com a font d'informació.

WhatsApp es la plataforma més utilitzada per els joves amb un 79% seguit de YouTube amb un 78%, Facebook amb un 77%, Twitter amb un 57% e Instagram amb un 51%.



Imatge 7: gràfic plataformes utilitzades per els joves

Els dispositius més utilitzats son els Smartphone amb un 94% seguit del ordinador amb un 76%. La majoria dels continguts els consumeixen entre les 20:00 i la mitjanit, la majoria sense distinció de sexe prefereixen les categories d'entreteniment, tecnologia, salut, esports i comèdia.

¹ Digital News Report 2016 - Interactive

13. Experiència d'usuari

El tipus d'usuari principal per al qual està destinat el producte es dels més complexos. El contingut del vídeo no és un tema atractiu als seus interessos, per això suposa un repte important.

Però creiem que és important començar a informar als adolescents i joves en aquest temes ja que molt sovint els prejudicis de la crítica fàcil no els deixa veure les coses tal com son.

Les persones adolescents i joves normalment no cercaran en les xarxes socials aquest tipus de continguts. El consum de vídeos en xarxa és principalment per entreteniment com a molt de recerca de informació per temes escolars. Els seus objectius i motivacions principals passen per acabar uns estudis i fer una recerca de feina sense preparació laboral ni coneixements dels seus drets i deures.

Per tant el contingut s'ha de visualitzar com a complement informatiu en xerrades d'orientació, o en fires d'ensenyament. Per aconseguir mantenir l'interès el vídeo ha de tenir una durada que no superi els 5 minuts, les dades a mostrar s'han de presentar amb un format ràpid tant en la locució com en la presentació i amb una gamma de colors vius i contrastats. La música escollida s'ha fet amb l'assessorament d'un adolescent, escollint finalment un ritme ràpid adequat al ritme de la locució.

Tot i ser aquest tipus d'usuari el principal repte, el contingut també és podrà utilitzar per altres segments d'usuaris, com a complement informatiu en presentacions dins del àmbit sindical, com poden ser les incorporacions de nous delegats al sindicat. Aquest perfil d'usuaris mostrarà més interès per la informació ja que voluntàriament participa en el mon sindical, i serà un complement a la seva formació.

14. Tests

Es realitzen Test a quatre persones d'edats diferents per avaluar el contingut del producte un cop visualitzada l'animàtica:

Nom: Miquel

Edat: 17

Estudis: cursant Batxillerat

Interessos: parkour, jocs on-line, tocar la guitarra, la neu, estar amb els amics

- **Opinió del producte en la preproducció (guions/Storyboard):**
No mostra interès per el producte, considera que no el buscaria per la xarxa per visualitzar-lo.
- **Opinió del producte final:**
El troba dinàmic i ràpid troba la informació interessant ja que la desconeixia.

Nom: Ferran

Edat: 20

Estudis: Finalitzant mòdul superior d'Esports

Treball: Mitja jornada com mecànic en tenda de bicicletes, i caps de setmana en discoteca.

Interessos: Bicicleta de muntanya, estar amb els amics, viatjar, la platja

- **Opinió del producte en la preproducció(guions/Storyboard):**
Mostra interès relatiu però sense gaire convenciment.
- **Opinió del producte final:**
Troba molta informació en poc temps, el vídeo no se li ha fet pesat i el troba interessant. Li agraden els colors utilitzats.

Nom: Ramón

Edat: 50

Estudis: Arquitectura tècnica

Treball: Autònom en arquitectura tècnica

Interessos: Bicicleta de carretera, viatjar, llegir, el mar.

- **Opinió del producte en la preproducció(guions/Storyboard):**
Mostra interès per el producte, però considera que els autònoms és troben molt desprotegits.
- **Opinió del producte final:**
Adequat en el temps que dura, no cansa, és dinàmic, el contingut convida a seguir buscant més informació. Agradable cromàticament i ordenat amb els continguts. Aconsegueix mantenir l'interès tot el vídeo.

Nom: Maria

Edat: 53

Estudis: Disseny d'Interiors

Treball: Administrativa

Interessos: Viatjar, llegir, excursionisme

Opinió del producte en la preproducció(guions/Storyboard):

- Troba el producte interessant i mostra interès per el contingut, comenta que desconeixia tantes dades.
- **Opinió del producte final:**
Li agraden els colors i el dinamisme, el temps no se li ha fet pesat, i li ha agradat el contingut, troba molt encertada la música.

15. Projecció a futur

La projecció a futur vindrà marcada per la resposta obtinguda d'aquest primer projecte.

Però vol ser un punt de partida per poder realitzar més audiovisuals amb aquest format destinat a altres grups d'usuaris.

Un grup important a tenir en compte són els delegats, principalment els nous delegats que poden necessitar una primera informació més específica de quines són les seves **tasques, drets i deures** i quins recursos tenen al seu abast. Per aquest grup també es poden definir monogràfics introductoris a la **formació sindical**.

Per altra banda es tracta d'un projecte amb dades principalment del àmbit del sindicat a Catalunya, però també seria interessant poder-lo adaptar a les **dades estatals i en castellà** per arribar a un públic més ampli.

16. Pressupost

El pressupost ha estat calculat desglossant les feines amb un preu estimat per hora de 18 euros.

Projecte: Producció audiovisual "Sindicalistes"	
Concepte	Preu
Preproducció	
Documentació	60,00 €
Planificació projecte	120,00 €
Guions i Storyboards	250,00 €
Animàtica	100,00 €
Producció	
locució	100,00 €
rodatge entrevistes	100,00 €
Creació elements 2D	200,00 €
Animació elements 2D	200,00 €
Creació infografies animades	300,00 €
Post-producció	
Selecció material	60,00 €
Edició de vídeo i animacions	300,00 €
Selecció i muntatge d'àudio	100,00 €
Muntatge final	200,00 €
Distribució	
Exportació als formats adequats	60,00 €
Inserir en les xarxes socials definides	30,00 €
TOTAL	2.180,00 €
	21 % IVA
	457,80 €
TOTAL AMB IVA	2.637,80 €

Taula 2: Pressupost

17. Anàlisi de mercat

Mercat audiovisual:

La producció audiovisual avui en dia es troba en un moment molt àlgid degut principalment amb la facilitat de fer servir recursos gratuïts o sense un cost massa elevat, hi ha molta producció de baixa qualitat que és consumeix ràpidament i com entreteniment. Per altra banda hi ha les produccions de millor qualitat destinades a altres canals i/o públics professionals.

Situació i evolució del mercat:

El mercat audiovisual creix exponencialment a tot el món per la facilitat de la seva producció i consum en dispositius mòbils, la majoria d'aquest continguts tenen com a destí l'entreteniment.

En la producció audiovisual de petit format per distribuir en xarxa, tant en curt com llarg termini hi ha la tendència de produir formats curts, que ofereixin la informació de manera ràpida i concisa.

Competidors:

Per el producte del projecte els màxims competidors són altres sindicats que poden oferir informació del mateix contingut, per tant el producte ha de ser diferencial del que ja existeix, i posicionar-nos en línia del que demanda el mercat audiovisual de petit format.

Les organitzacions i entitats sense ànim de lucre, accepten el màrqueting com a eina per aconseguir els seus objectius de finançament i operativitat. És parla de màrqueting no lucratiu o màrqueting social, anys enrere és va incorporar de manera intuïtiva sense gaires recursos, però degut al creixement en l'ús de les noves tecnologies moltes organitzacions ja l'utilitzen de manera professional.

El principal problema és que moltes de les organitzacions no disposen de partides econòmiques per invertir en el desenvolupament de campanyes de màrqueting. Si les campanyes és realitzen intuïtivament sense un pla de màrqueting que marqui les pautes a seguir, i com fer un seguiment del retorn, estan abocades al fracàs.

Canals de distribució:

En el moment d'escollir un canal de distribució de vídeo es recomanable veure algunes de les dades del estudi d'audiència sobre YouTube a UK el 2013 realitzat per Ipsos i Google i que poden ser útils com referència de la nostra audiència:

- El 90 % de les dones que utilitzen YouTube són majors de 18 anys, el 50% d'homes més grans de 35.
- El 52% estan connectats amb més de 100 persones online.
- Els continguts principals són: música, comèdia i "do it yourself".
- El 50% d'usuaris parlen del que han vist amb els companys.
- El 50% comparteixen vídeos o links que han vist.

- El 52% tenen estudis mitjans, i el 47% superiors.
- El 41% tenen entre 18-34 anys i el 33% de 35 a 54 anys. El 89% utilitzen internet diàriament.
- YouTube es la website favorita per davant de Facebook i Twitter amb un 54%
- El percentatge de vídeos personals o casolans visualitzats és d'un 21% per sota de la música que representa el 59%.

18. Màrqueting i Vendes

El projecte vol ser l'inici d'una estratègia de comunicació i màrqueting. No es tracta d'un producte per obtenir un benefici econòmic. L'objectiu de la estratègia de màrqueting es poder arribar al major nombre possible de visualitzacions principalment del perfil d'usuaris escollits.

18.1 Target

El target principal es per a adolescents i joves, que estan en recerca de feina o finalitzant els estudis. També anirà destinat a nous delegats i delegades del sindicat principalment aquells que no han tingut cap vinculació amb un sindicat.

18.2 Màrqueting “online”

S'escull la publicació del vídeo a YouTube per ser el canal més popular i amb més visites diàries en la actualitat.

La publicació del vídeo a YouTube permet crear un canal propi destinat només a un futur canal de formació e informació, o aprofitar els canals existents que ja disposa el sindicat. Al publicar cal etiquetar correctament el vídeo per què la seva indexació sigui efectiva i arribi al target definit.

Posteriorment a la publicació a YouTube ens cal la difusió del vincle de YouTube en les pàgines web del sindicat, xarxes socials del sindicat, Facebook, LinkedIn, Twitter.

18.3 Màrqueting “offline”

Publicació de codi QR amb enllaç al vídeo en documents impresos o fulletons del sindicat per distribuir al joves en fires d'ensenyament o en xerrades d'orientació.

Participació com a sindicat a les fires d'ensenyament per oferir informació en suport paper. Es projectarà el vídeo en un monitor.

18. Conclusions

Un cop arribat aquest punt, val a dir que ha estat una experiència molt positiva. Un treball d'aquestes característiques permet fer una aplicació àmplia dels continguts del Grau Multimèdia i molt especialment en les assignatures que han estat més interessants per a mi, que com he comentat al inici de la memòria son Vídeo i Visualització de dades.

El fet de anar dirigint el procés amb les PAC ha fet que aconseguir arribar al final sigui més fàcil, ja que al llarg del procés es va veient com avança el projecte amb els consells i l'ajuda de la consultora.

Crec que el punt clau en tot el treball es una bona previsió de les tasques i del temps de realització de cadascuna d'elles, al temps d'anar ajustant a mida que avança el projecte, i tenir en conta els possibles imprevistos.

Una fase crítica és la recerca de dades, és molt important saber triar les dades més significatives, ja que en un principi ens trobem un munt de dades i totes ens semblen importants. S'ha de sintetitzar de manera que només ens quedem amb la informació necessària.

El mateix m'he trobat amb la creació del guió, de bon principi donava moltes explicacions i a mesura que anava avançant el projecte he tingut que esquematitzar la informació de manera que no resulti pesada i el producte final no superi els 5 minuts.

El resultat obtingut tot i que m'agrada i que ha tingut una bona acceptació en les persones que l'han visualitzat, segurament és podria millorar per aconseguir un resultat més professional. Però haig de dir que és la primera vegada que faig un producte d'aquestes característiques i que he tingut que aprendre al llarg del procés les aplicacions i funcions d'After Effects.

Com a conclusió, els meus plans a futur son la realització de més vídeos d'aquestes característiques aprofundint en temes concrets.

Annex 1. Lliurables del projecte

07/03/2017:

- PAC1 : Document PAC1_mem_Gonzalez_Sanchez_Montse

05/04/2017:

- PAC2 : Document PAC2_mem_Gonzalez_Sanchez_Montse
- arxiu: animàtica.mp4

07/05/2017:

- PAC3 : Document PAC3_mem_Gonzalez_Sanchez_Montse
- arxiu: maqueta.mp4
- Llibre d'estils

19/06/2017:

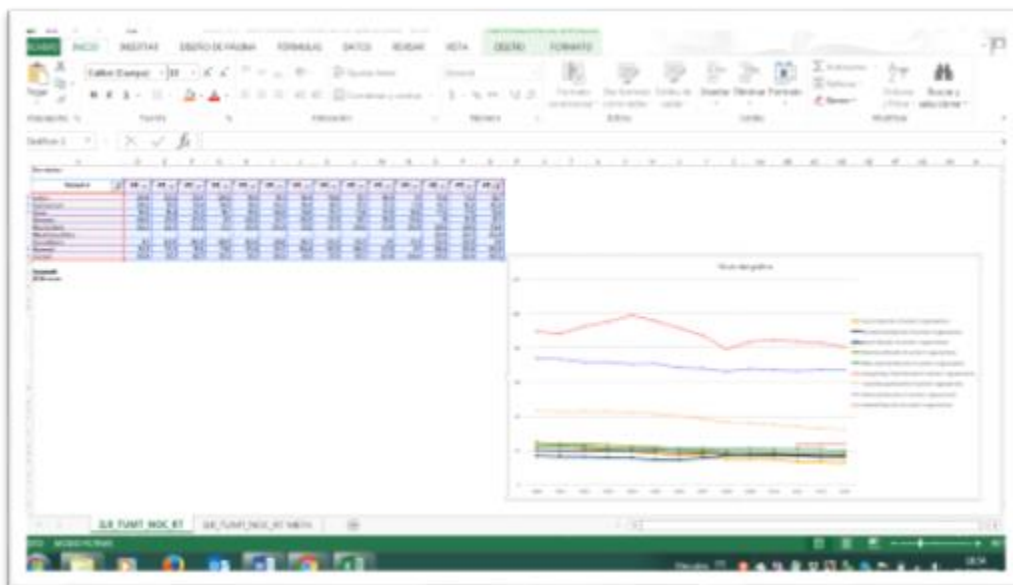
- Projecte final
- Presentació visual
- Vídeo defensa
- Memòria
- Autoavaluació

Annex 2. Captures de pantalla

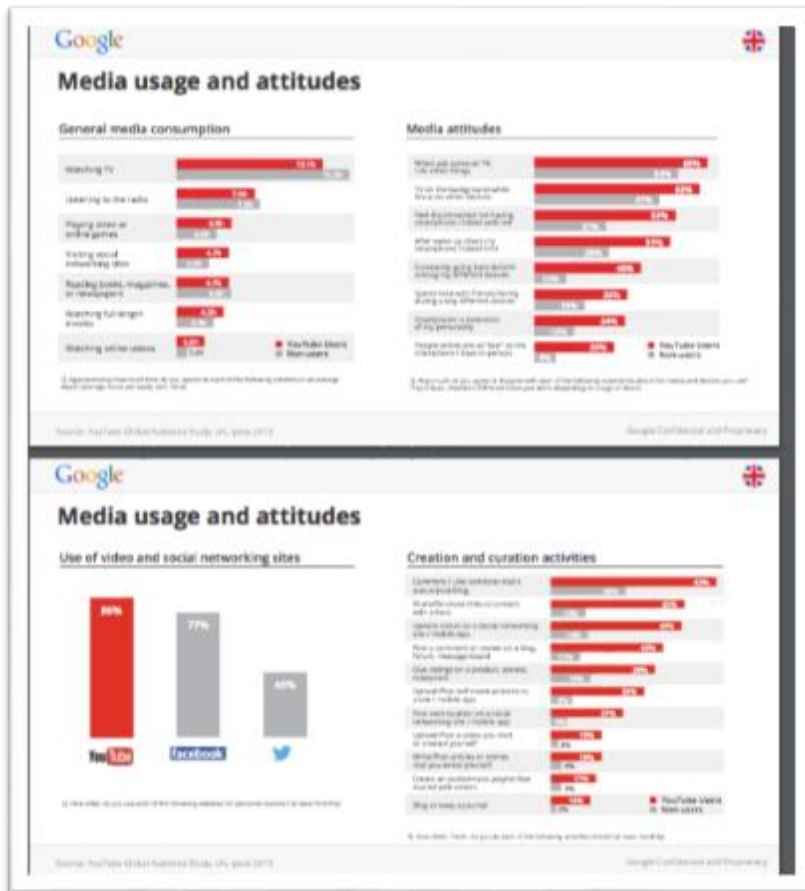
Recerca de dades:



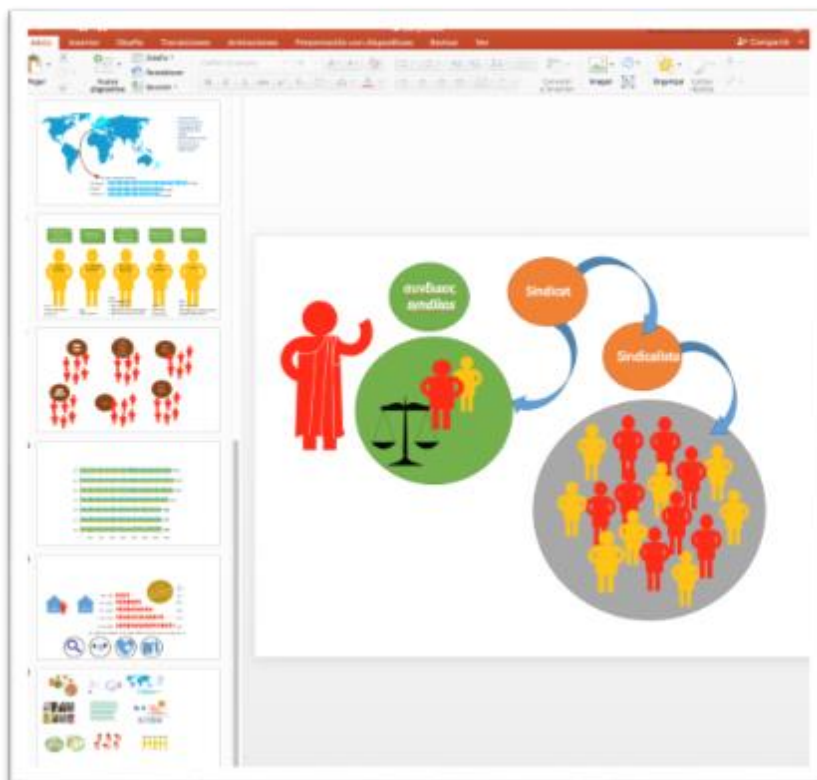
Imatge 8: dades afiliació UGT



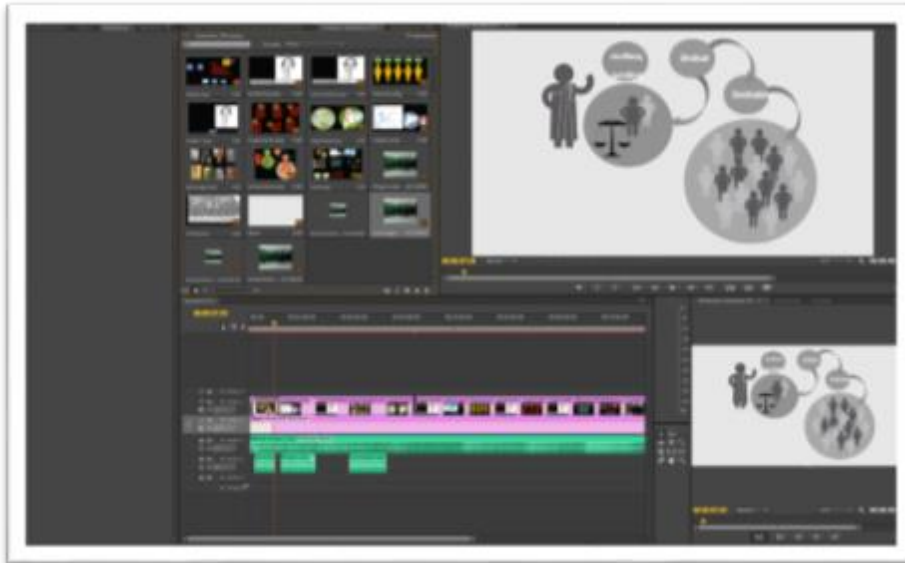
Imatge 9: selecció dades font ILOSTAT



Imatge 10: fragment estudi Ipsos audiència global de YouTube a UK



Imatge 11: preparació storyboard amb power point



Imatge 12: producció animàtica en Adobe Premiere

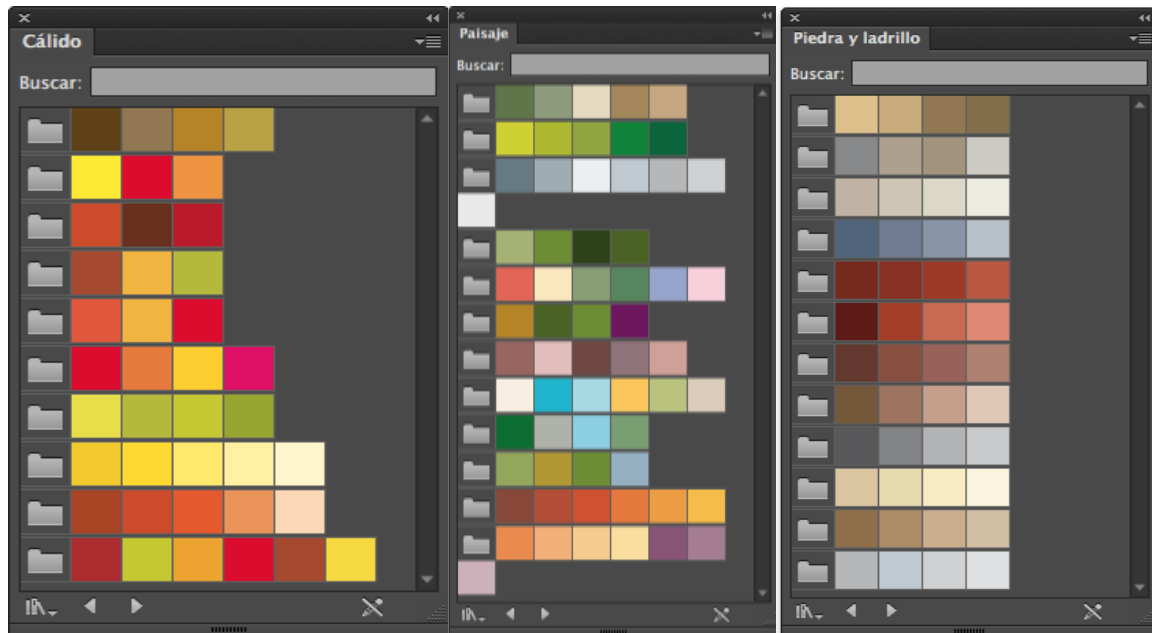
Annex 3. Llibre d'estils

Logotips i anagrames:

El logotip de la UGT de Catalunya es diferent del logotip del Confederal per tant s'haurà d'utilitzar un o un altre depenent del públic final a qui va dirigit.

Paleta de colors:

El públic principal a qui va destinat el vídeo son joves es busca una paleta de colors vius per contrastar continguts i una paleta amb colors més neutres per complementar-los.



Imatge 13: paletes de colors

Paleta tipogràfica i mida de les fonts:

Per projectes audiovisuals es recomana utilitzar tipografies San Serif que resulten més funcionals en pantalles per la claredat i llegibilitat, s'utilitza la tipografia Helvética Neue.

La tipografia es un element gràfic descriptiu, la mida estarà supeditada a l'espai que en pantalla necessiti per acomplir la funció que en cada moment ha de tenir. El rang de píxels pot anar de 130 a 150 en aquest casos.

Helvética Neue

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

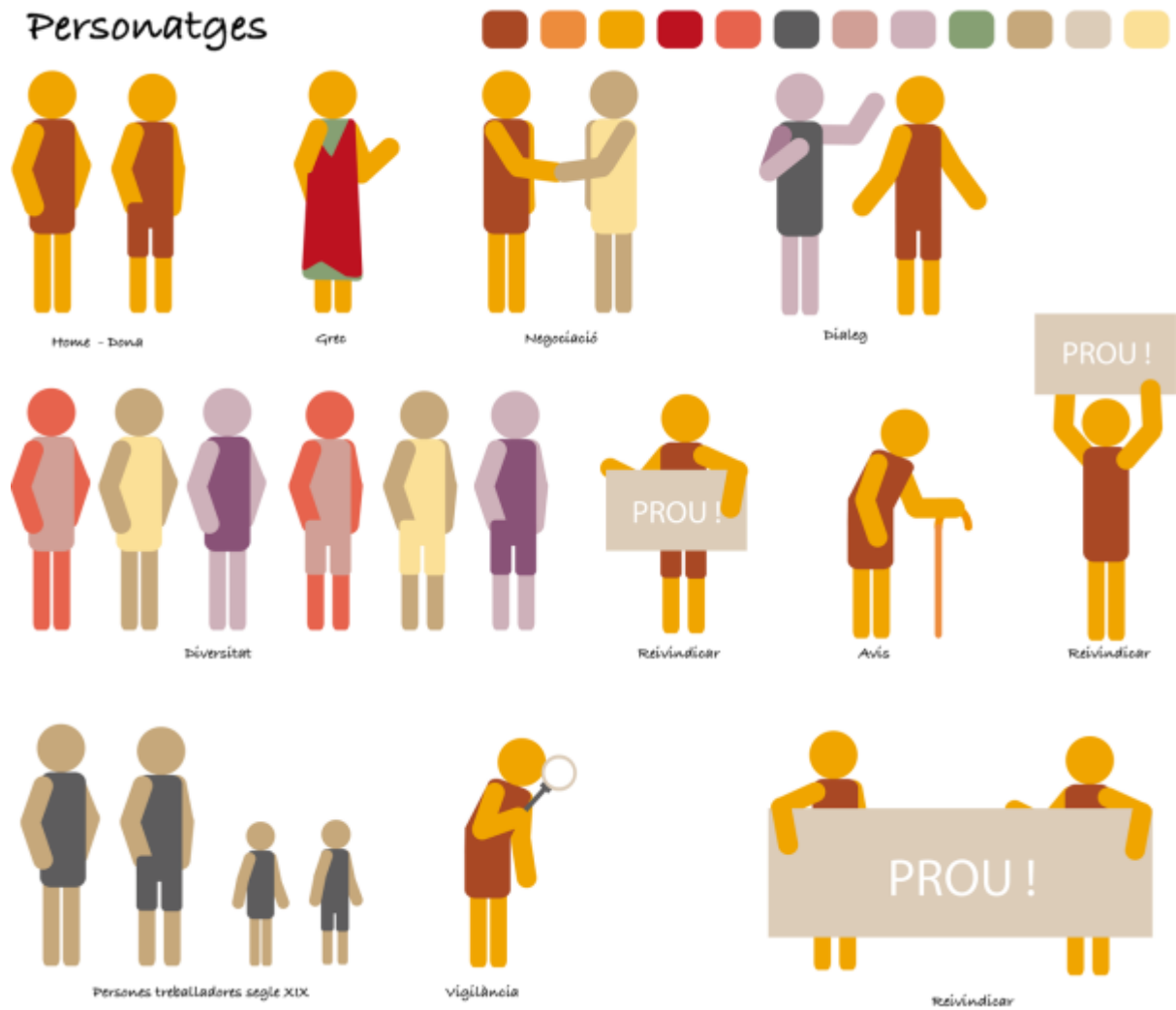
0123456789-'?.,.%+}

Imatge 14: tipografia Helvética Neue

Iconografia:

Les icones per dur a terme les infografies han estat creades expressament per al projecte en tres grups: personatges, professions, títols i etiquetes.

Per les imatges de Personatges i Professions s'utilitza la mateixa paleta de colors.



Imatge 15: icones persones

Professions



Imatge 16: icones professions

Títols

Títols infografies



Origens

Funcions

Personatges

+ organismes

Organització

Afiliació

al món

Delegats sindicals

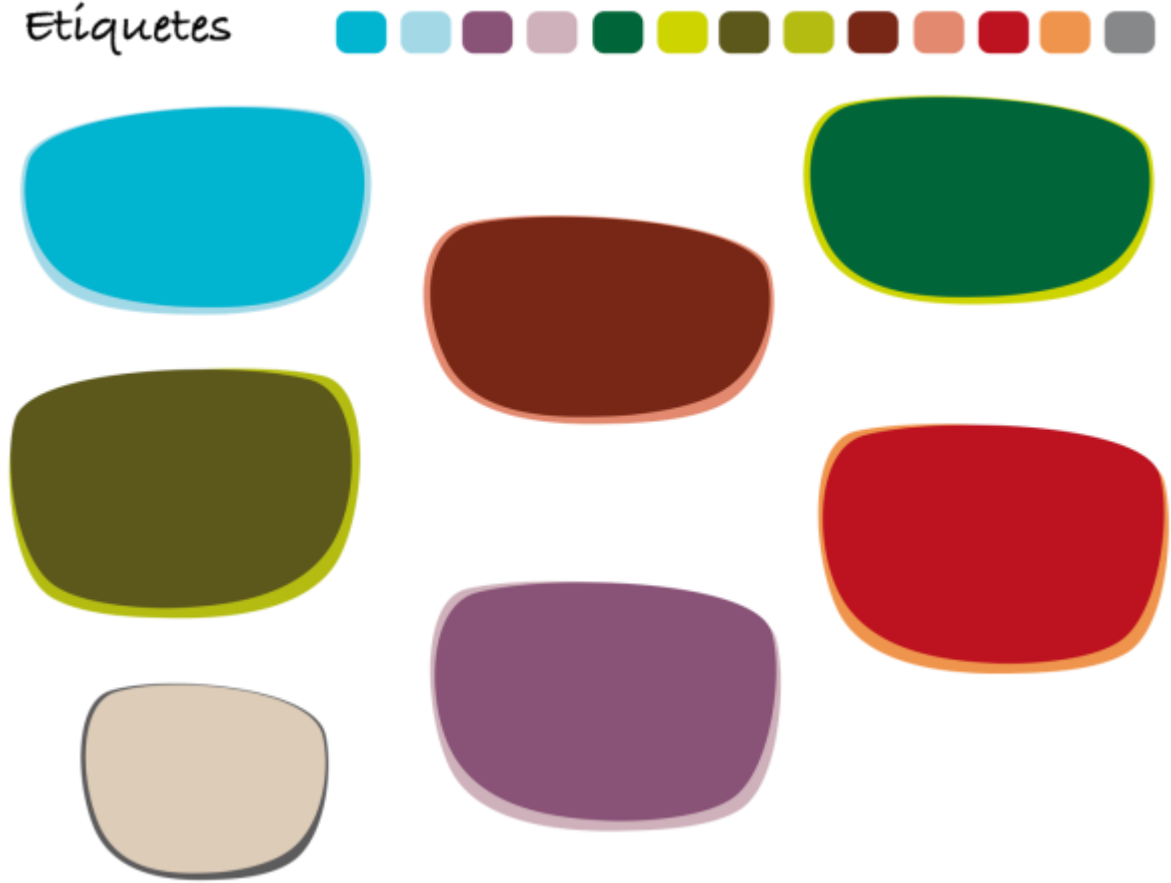
Títol entrevistes

Sandra Cañete
Responsable Política Sindical i Comunicació UGT (Àrea Governança)

Josep Santcrispòfol
Membre Secretariat Nacional de Catalunya - Àrea Metropolitana

Imatge 17: títols

Etiquetes



Imatge 18: etiquetes

Annex 5. Glossari

Afiliats: Persona que forma part d'un partit polític, sindicat, associació, gremi,.

Butlletí oficial de l'estat (BOE): És el diari oficial de l'estat espanyol, on es publiquen les lleis, disposicions i actes resultants de les Corts Generals, disposicions del Govern d'Espanya i lleis d'altres comunitats autònomes.

Conveni col·lectiu: Acord escrit relatiu a les condicions de treball i ocupació entre empresaris i organitzacions dels treballadors.

Estatut dels Treballadors (ET): Llei aprovada i publicada en BOE el 1980, on es regula el dret laboral a nivell estatal, exclou funcionaris públic o amb règim administratiu o estatutari, persones que ocupin càrrecs en òrgans d'administració, treballs familiars o treballadors per compte propi.

ILOSTAT: Base de dades mundial d'estadístiques laborals

Organització Internacional del Treball (OIT): Organisme de cooperació internacional, de caràcter autònom, destinat a la protecció i promoció dels drets relacionats amb el treball. Composada per representants dels governs, empresaris i sindicats.

Sindicat: Associació formada per a la defensa dels interessos econòmics i socials dels seus membres, anomenats Sindicats de classe defensen a les persones treballadores.

Sindicalista: Persona afiliada a un sindicat.

Negociació Col·lectiva: Es fa que es realitza entre treballadors d'una empresa o sector mitjançant els sindicats i els empresaris o els seus representants amb la finalitat d'arribar a un acord en les condicions laborals aplicables als conjunt de les persones treballadores que pertanyen en aquest sector o empresa.

Annex 6. Bibliografia

Bibliografia utilitzada per la recerca de dades i realització del projecte.

Boe.es. (2017). *BOE.es - Ley Orgánica 11/1985, de 2 de agosto, de Libertad Sindical.* [online] Available at: https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1985-16660 [Accessed 4 Mar. 2017].

Boe.es. (2017). *BOE.es - Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores.* [online] Available at: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2015-11430&p=20151024&tn=2> [Accessed 4 Mar. 2017].

Armengol, M., Martín Ramos, J. and Pozo González, J. (2013). *EL FIL ROIG UGT DE CATALUNYA 125 anys lluitant 1888 - 2013.* 1st ed. Barcelona: Sapiens publicacions sccl.

International Labour Organization. (2017). ilo.org. Recuperado 15 March 2017, a partir de <http://www.ilo.org/>

UGT Catalunya. (2017). UGT Catalunya. Recuperado 15 March 2017, a partir de <http://www.ugt.cat>

Europa: Mapa gratuito, mapa mudo gratuito, mapa en blanco gratuito, plantilla de mapa : fronteras, contornos, Unión europea (blanco). (2017). D-maps.com. Recuperado 21 March 2017, a partir de http://www.d-maps.com/carte.php?num_car=30083&lang=es

Just who is the typical UK YouTuber? Global YouTube Audience Study United Kingdom, 2013 http://storage.googleapis.com/think/intl/ALL_uk/docs/YouTube-audience_research-studies.pdf

Estudio anual de redes sociales 2016 – IAB (2017). Recuperado 12 April 2017, a partir de http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2016/04/IAB_EstudioRedesSociales_2016_VCorta.pdf

Interactive.(2017). Digital News Report. Recuperado 29 April 2017, a partir de <http://www.digitalnewsreport.org/interactive/>

FRAILE, A. Infografías animadas como posicionamiento en marketing (Fraile, 2017) Infografías animadas como posicionamiento en marketing. Explainervideo.es. Recuperado 29 April 2017, a partir de <http://www.explainervideo.es/infografias-animadas/>

Así utiliza internet y consume contenidos cada generación – Marketing Directo. (2017). Marketing Directo. Recuperado 29 April 2017, a partir de <https://www.marketingdirecto.com/digital-general/digital/asi-utiliza-internet-consume-contenidos-generacion>

Annex 7. Vita

Montse González Sánchez, Actualment de manera professional, col·labora amb els departaments de Comunicació i Màrqueting en una empresa del sector farmacèutic. Es membre del Comitè d'Empresa, Delegada de la Secció Sindical d'UGT i Responsable de Comunicació i Polítiques d'Igualtat d'UGT al Vallès Occidental.

Va realitzar estudis de Disseny d'Interiors quan encara es treballava amb esquadra, cartabó i "rotring" 1988, al mateix temps realitzava formacions no reglades en programació, software de gestió administrativa i el 2008 un postgrau en Relacions Laborals.

Durant 10 anys va estar administradora de un sistema de base de dades per a laboratoris d'anàlisis. (LIMS). També ha creat i administrat pàgines webs.

Amb la formació del Grau Multimèdia, ha treballat en projectes de presentacions, vídeos, disseny gràfic i analítica web tant en l'àmbit professional com sindical.