

## Treball de fi de grau

Títol

**Eternament joves**

Autor/a

**Laura Carpena Pinilla**

Tutor/a

**Francisco José Rueda Gallardo**

|              |   |
|--------------|---|
| Departament  | Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat |
| Grau         | Comunicació Audiovisual                             |
| Tipus de TFG | Recerca   |
| Data         | 02/06/2016  |

## Full resum del TFG

### Títol del Treball Fi de Grau:

**Català:**

Eternament Joves

**Castellà:**

Eternamente Jóvenes

**Anglès:**

Forever Young

**Autor/a:**

Laura Carpena Pinilla

**Tutor/a:**

Francisco José Rueda Gallardo

**Curs:**

2015/16

**Grau:**

Comunicació Audiovisual

### Paraules clau (mínim 3)

**Català:**

millennials, generació, joventut

**Castellà:**

millennials, generación juventud

**Anglès:**

millennials, generation, youth

### Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

**Català:**

Aquest treball pretén reflectir el canvi social que està propiciant la generació "millennial", a partir d'un documental de tipus observacional mitjançant l'exposició de diferents personatges i la seva forma d'entendre les relacions, la feina, la maduresa, etc. La societat està canviant, en part gràcies als hàbits que presenten les noves generacions, marcades per les noves tecnologies, i conscients del difícil futur al que han de fer front.

**Castellà:**

Este proyecto pretende reflejar el cambio social que está propiciando la generación "millennial" a través de un documental de tipo observacional, mediante la exposición de distintos personajes y su forma de entender las relaciones, el trabajo, la madurez, etc. La sociedad está cambiando, en parte gracias a los comportamientos que presentan las nuevas generaciones, marcadas por las nuevas tecnologías, y conscientes del difícil futuro al que deben hacer frente.

**Anglès:**

This project is intended to reflect the social change brought about by the Millennial Generation by the creation of an observational documentary that would present several young people and their ways of understanding relationships, work, maturity, etc. Society is changing partly because of the new habits people of this generation have, defined by new technologies, and being conscious of the hard future they must confront.

## Compromís d'obra original\*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i el signa:

**Laura Carpena Pinilla**

**\*Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar en mà al tutor abans la presentació oral**

# Índex

|   |           |
|---|-----------|
| 1. Introducció.....   | 1         |
| <b>1.1. Documental com a eina d'expressió .....</b>                     | <b>1</b>  |
| 2. Presentació del projecte.....  | 2         |
| <b>2.1. Objectius .....</b>   | <b>2</b>  |
| 2.1.1. Objectiu principal .....   | 2         |
| 2.1.2. Objectiu secundaris.....   | 3         |
| <b>2.2. Gènesi de la idea.....</b>                                      | <b>3</b>  |
| <b>2.3. Tesi.....</b>   | <b>5</b>  |
| <b>2.3. Organització del treball .....</b>                              | <b>6</b>  |
| <b>2.4. Viabilitat del projecte .....</b>                               | <b>7</b>  |
| <b>2.5. Estil cinematogràfic.....</b>                                   | <b>8</b>  |
| <b>2.6. Tractament audiovisual.....</b>                                 | <b>13</b> |
| <b>2.7. Audiència .....</b>   | <b>13</b> |
| 3. Pre-producció .....  | 14        |
| <b>3.1. Documentació .....</b>  | <b>15</b> |
| <b>3.2. Estructura .....</b>  | <b>19</b> |
| <b>3.3. Personatges.....</b>  | <b>20</b> |
| <b>3.4. Pre-guío per escenes .....</b>                                  | <b>28</b> |
| <b>3.5. Guío tècnic.....</b>  | <b>32</b> |
| <b>3.6. Localitzacions.....</b>   | <b>43</b> |
| <b>3.7. Storyboard.....</b>   | <b>46</b> |
| <b>3.8. Equip humà .....</b>  | <b>50</b> |
| <b>3.9. Equip tècnic.....</b>   | <b>52</b> |
| <b>3.10. Pressupost .....</b>   | <b>53</b> |
| <b>3.11. Planificació, documentació i preproducció del teaser .....</b> | <b>56</b> |
| <b>3.12. Calendari de treball.....</b>                                  | <b>57</b> |
| <b>3.13. Pla de finançament i de venda .....</b>                        | <b>58</b> |
| <b>3.14. Pla de rodatge .....</b>                                       | <b>62</b> |
| 4. Conclusions.....   | 69        |
| 5. Bibliografia .....   | 70        |

## **1. Introducció**

Aquest treball pretén reflectir el canvi social que està propiciant la generació *millennial* (concepte que definirem posteriorment) a partir d'un documental de tipus observacional mitjançant, l'exposició de diferents personatges i la seva forma d'entendre les relacions, la feina, la maduresa, etc. La societat està canviant, en part, gràcies als nous hàbits que presenten les noves generacions, marcades per les noves tecnologies i conscients del difícil futur al que han de fer front.

Els personatges que hem escollit per poder identificar i aïllar els trets d'un sector social determinat d'aquesta generació són joves que tenen en comú la seva pertinença a l'anomenat quart sector (professions artístiques i creatives, especialment lligat a les noves tecnologies, telecomunicacions, xarxes socials i la comunicació audiovisual). Hem pensat que era el ambient més adient per poder trobar als nostres personatges, ja que és un sector en augment, i cada cop són més els joves que s'hi dediquen o s'hi volen dedicar.

Com volem demostrar al llarg d'aquest treball, parlem d'una generació amb un canvi de prioritats en quant al treball, la forma de relacionar-se, consumir o d'entendre la família. A grans trets, un canvi general en les dinàmiques que conformen les vides dels joves. Sentint la necessitat i la curiositat d'intentar reflectir aquesta analogia, la nostra principal motivació per realitzar el treball d'aquesta manera és portar a l'espectador una manera original de concebre una realitat a través de l'entramat complex de perspectives i opinions d'uns personatges que creiem que són exemplificatius del que volem explicar.

Fins gairebé l'últim moment no ens vam posar d'acord per donar-li un nom al nostre projecte. No trobàvem res que s'adequés al contingut, perquè a l'hora tots els títols que se'ns anaven ocorrent ens semblaven pretensiosos o banals. No va ser fins que vam estar editant l'entrevista d'en Pol que vam donar amb el títol perfecte, en Pol ens parla d'una generació que vol ser "eternament joves", així que vam decidir començar i acabar el projecte amb aquesta idea.

### **1.1. Documental com a eina d'expressió**

Després de considerar diverses opcions sobre com podíem fer entendre el nostre missatge, creiem que el documental periodístic observacional pot ser una bona

plataforma. No volem quedar limitades pel format ni per la formalitat de molts altres gèneres periodístics.

Creiem que un documental observacional serveix per entrar d'una manera especial dins la història de cada personatge, deixant-nos portar per la seva pròpia necessitat argumental i per la seva pròpia manera de veure el seu entorn. Amb això volem dir que deixem un espai imprescindible per a l'espontaneïtat, tot i saber que ens enfrontem a un risc estimulants.

Això no significa que la nostra posició sigui estrictament observacional i passiva, però la nostra funció –prèvia i a posteriori–, des de l'exterior, tan sols és la d'estructurar el missatge i construir un discurs lògic i digerible per a l'espectador. És a dir, tenir la capacitat i la diligència de saber transmetre la nostra idea principal a través de les experiències, reflexions, paraules, imatges o gestos que ens proporcionin els nostres personatges.

## **2. Presentació del projecte**

### **2.1. Objectius**

#### **2.1.1. Objectiu principal**

L'objectiu d'aquest projecte és, en primera instància, mostrar un fenomen que, d'una forma o altra, ens ha anat tocant de prop. Quins són hàbits que han canviat i que diferencien els *millenials* de les generacions passades? Com ja hem comentat a la introducció, molts *millenials* estan canviant les dinàmiques socials per complet i la forma d'entendre la forma de treballar, de relacionar-se, de consumir, i, sobretot de madurar. Volem deixar constància i explicar, de manera més propera possible a la realitat -aplicant les vivències en primera persona- del dia a dia dels que van a convertir-se en els adults del futur.

Volem realitzar un projecte que un cop finalitzat pugui presentar-se a una productora audiovisual que estigui interessada i pugui posar els mitjans tècnics que a nosaltres ens falten per poder dur a terme a la pràctica aquest documental. Una altra opció és, un cop finalitzada la part teòrica del documental, poder portar-la a pràctica nosaltres mateixes adaptant-lo a les nostres possibilitats.

### **2.1.2. Objectiu secundaris**

Aconseguir fer bona la idea narrativa de vehicular tot el que volem explicar mitjançant un fil conductor, que és un entramat de relacions entre els personatges, que ens van conduint l'un a l'altre, donant coherència al recorregut i al nostre objectiu principal al mateix temps.

Realitzar un producte totalment professional malgrat les limitacions de recursos econòmics i tècnics amb què ens enfrontem. Volem compensar la deficiència de recursos amb l'originalitat i expressivitat del projecte.

Endinsar-nos i entendre millor el gènere del documental. Enfrontar-nos a una nova dimensió periodística i aconseguir fer un producte de primer ordre.

Aconseguir que els personatges tinguin llibertat a l'hora de definir les seves històries i alhora mostrar les experiències més exemplificatives del que volem explicar. Ser capaces de vertebrar un missatge a partir de les seves vivències que s'adeqüi a l'objectiu principal d'aquest treball.

Acabar vertebrant un producte que sigui consumit i gaudit per joves que s'hi puguin identificar en primera instància, i també amb personatges que puguin identificar el que expliquem. Aconseguir que la mostra serveixi per poder fer un documental amb més recursos que aprofundeixi en el tema i pugui arribar a més persones.

## **2.2. Gènesi de la idea**

El documental parteix d'una tesi. Volem parlar sobre un fenomen social que està afectant a gran part dels joves *millennials* o Generació Y, es tracta del segment demogràfic que segueix a la Generació X, encara que no existeix un rang universal amb dades precises exactes respecte a quan la Generació Y o Millennial comença i acaba, els comentaristes utilitzen les dades de naixement des del 1979 fins al 1999.

Per exemple, segons Ronald L. Jackson II<sup>1</sup>, degà del McMicken College of Arts and Sciences de la Universitat de Cincinnati (EEUU), les dates van des dels principis del 1980

---

<sup>1</sup> Ronald L. Jackson II és degà del McMicken College of Arts and Sciences de la Universitat de

fins als inicis dels 2000<sup>2</sup>. D'altra banda, els sociòlegs William Straus<sup>3</sup> i Neil Howe<sup>4</sup> daten la generació amb els nascuts entre el del 1982 fins al 2000<sup>5</sup>.

Segons Wikipèdia, el terme 'Generació Y' es va utilitzar per primera vegada a la revista *Ad Age*<sup>6</sup> a l'agost de 1993 per descriure als adolescents d'aquella època, definint-los com diferents als de la Generació X. Des de llavors la publicació ha utilitzat l'any 1979 com a data de naixement que marca el tret d'inici dels que es poden considerar dintre de la 'Generació Y'.

Price Waterhouse Coopers (PwC)<sup>7</sup> va realitzar l'any 2014, juntament amb la Universitat del Sud de Califòrnia i la London Business School un estudi generacional mundial que definia els Millenials com els nascuts entre el 1980 i el 1995.

El 2013, un estudi generacional mundial realitzada per Price waterhouse Coopers amb la Universitat del Sud de Califòrnia i la London Business School defineix Millennials com els nascuts entre 1980-1995<sup>8</sup>.

Al maig de 2013, un article del periodista Joel Stein a la revista *Time* va identificar els *Millennials* com els nascuts a partir del 1980 o 1981 fins a l'any 2000<sup>9</sup>.

Davant d'aquest ball de dades, hem decidit emmarcar la generació entre els nascuts entre l'any 1980 i el 2000, és a dir, els joves que han nascut o crescut amb l'ascens de les noves tecnologies i amb el canvi de mil·lenni.

La temàtica que volem abordar al documental ha estat més o menys present a les nostres vides, fent-se més present cada cop més durant l'últim any. És veritat que com a joves incloses a la generació *Millenial* cada cop ens veiem envoltades de més persones en la franja d'edat de 25 a 35 anys, que es comporten com adolescents, o no han canviat gaire les seves dinàmiques socials d'ençà que tenien 20 anys.

---

<sup>2</sup> *Encyclopedia of Identity* de Ronald L. Jackson II (2010).

<sup>3</sup> William Strauss: (Febrer 1947 - Desembre 2007) Va ser un historiador nordamericà.

<sup>4</sup> Neil Howe és un historiador i demògraf nordamericà.

<sup>5</sup> *Millennials Rising: The Next Generation* (2000).

<sup>6</sup> *Advertising Age* ( o *Ad Age* ) és una revista d'anàlisi de dades i anàlisi de dades de màrqueting i mitjans de comunicació.

<sup>7</sup> PwC és una multinacional de serveis professionals; prestant serveis de auditoria, consultoria i assessorament legal.

<sup>8</sup> *PwC's NextGen: A global generational study*, 2013.

<sup>9</sup> *The Me Me Me Generation*, *Time* pàgina 30.



Podríem dir que l'empenta i gènesi de la idea va venir després de llegir l'article *This sad generation doesn't know when the party stops* a la revista *VICE*<sup>10</sup>, que recollia allò que havíem estat veient al nostre entorn social. L'article desenvolupa el concepte de "viure per al cap de setmana", com un concepte antic, però més present que mai actualment. Segons l'autor de l'article, Clive Martins (2014), "la història del que anomenem cultura juvenil no és més que la història de joves que no són capaços de compaginar les seves vides diàries amb les seves vides socials i troben el consol amb els rituals cerimonials del dissabte nit i matins desaprofitats en compte de concentrar-se a les seves carreres, tenir fills, o en qualsevol altra cosa (...)". Amb aquesta frase ja ens descobreix un dels fonaments del nostre documental: Per què els joves adults estan allargant tant el que abans era només una fase? Per què en la nostra vida social, "la vida del cap de setmana", continua dominant gairebé totes les esferes del nostre dia a dia? Per què no ens podem concentrar en les nostres carreres, en formar una família, tenir fills, o rituals que en generacions anteriors significaven el pas cap a la maduresa? Al cap i a la fi, aquests esdeveniments són els que haurien de marcar el final dels 20 i el principi dels 30 anys.

Segons Martins, totes les generacions es volen distingir de l'anterior, fins al punt de, moltes vegades, convertir-se en allò oposat. "No volem ser com els nostres pares, però al final ho acabem sent". Per a l'autor, el problema és que aquesta transició ara és més llarga que mai. L'autor parla d'una generació de "desil·lusionats", però no és primera generació on hi ha present la desil·lusió, "l'única diferència és que ara utilitzem Facebook". Segons Martins, "la indulgència sense límits és una part inevitable de la nostra condició de capitalisme tardà, un símptoma de la nostra vida moderna, llarga, buida i sense guerres".

### **2.3. Tesi**

El que volem demostrar és que aquesta nova dinàmica social dels joves no és una problemàtica, no som una generació perduda, simplement, som una generació a la que li ha tocat néixer i créixer durant una època de grans canvis socials -principalment una dura crisi econòmica que ha fet que tots els joves que van néixer i créixer amb la bonança econòmica es trobin en una situació de precarietat a l'hora de fer-se adults-, de

---

<sup>10</sup> VICE: És una companyia multimèdia per a joves i un dels líders en producció i distribució de continguts. Llançada en 1994, VICE compta actualment amb 36 oficines a tot el món i s'ha anat expandint fins a convertir-se en una xarxa multimèdia que compta amb una font exclusiva de vídeo online original, VICE.COM; una xarxa internacional de canals digitals; un estudi de producció de televisió i llargmetratges; una revista; una discogràfica i una divisió editorial.

dinàmiques -Internet i les noves tecnologies, que han revolucionat la forma d'entendre el món- i de valors -els nous valors que aquestes característiques que hem explicat han conformat- que han arribat per quedar-se. Volem demostrar que aquest èmfasi en “no voler créixer” o no voler madurar característic dels *millennials* no és patològic, sinó que simplement és una conseqüència lògica, una evolució a la que hem arribat gràcies a aquestes causes abans esmentades. Però, de totes formes, per què hem mesurat el nivell de maduresa com s'ha fet tradicionalment? (comprar una casa, formar una família, trobar una feina estable...).

Segons Wikipèdia, va ser el sociòleg nord-americà Kathleen Shaputis qui va etiquetar els *millennials* com el “bumerang generacional”<sup>11</sup> i com la generació Peter Pan, degut a que percep la tendència per endarrerir els rituals de l'entrada a l'edat adulta per períodes més llargs que les generacions d'abans que ells. Aquestes etiquetes també van ser una referència cap als membres de la generació que viuen amb els seus pares per períodes més llargs que les generacions anteriors. El Doctor en sociologia Larry Nelson, de la universitat de Brigham, també va assenyalar que alguns joves *millennials* estan endarrerint la transició des de l'adolescència fins l'edat adulta com a resposta a errors comesos pels seus pares. “En generacions anteriors et casaves i iniciaves la teva carrera immediatament. El que la gent jove està veient avui és que aquest enfocament ha portat als seus pares a divorcis i a gent descontenta amb les seves vides”<sup>12</sup>.

### **2.3. Organització del treball**

#### Plantejament:

En aquest primer punt el més primordial era començar a concretar les línies mestres del nostre projecte. Saber quina havia de ser la dimensió del treball, establir els objectius, saber a quins reptes ens enfrontàvem i quina era la millor manera d'esquivar-los o superar-los. Un d'aquests objectius va ser tenir clar que volíem transmetre el nostre missatge a través d'històries dels nostres personatges, que expliquen la seva forma d'entendre la vida i de viure-la.

---

<sup>11</sup> *El síndrome del nido lleno: Sobreviviendo el retorno de los hijos adultos*, 2004

<sup>12</sup> *El síndrome del nido lleno: Sobreviviendo el retorno de los hijos adultos*, 2004

· Contacte amb els personatges i entrevistes preliminars:

Una vegada vam tenir clara la manera d'expressar el missatge, vam voler fer una cerca exhaustiva dels personatges que eren potencialment interessants, i a partir d'aquí, veure quins eren els que ens donaven més prestacions. Vam acabar seleccionant aquests personatges: Pol Rodellar (1981), Aitor Bigas (1988), Ariana Toscano (1990), Andrea Servert (1993) i Miquel Hernández (1991). Els seus perfils els analitzarem més endavant.

Un cop escollits vam passar a fer una sèrie de trobades i dels llocs que freqüentaven per saber com abordar les temàtiques de les entrevistes i el pla de rodatge.

Començament del treball escrit:

Una vegada vam tenir clars els personatges entorn els quals s'estructuraria el nostre projecte, va ser hora de començar a redactar aquestes bases principals sobre paper. Part de la presentació del projecte començava a prendre forma.

Organització del pla de rodatge:

Una de les parts primordials a l'hora d'encarar el treball va ser dissenyar com havia de ser el rodatge, en termes d'eficiència i eficàcia. Ser conscients dels dies que necessitàvem i compaginar les nostres disponibilitats amb les dels personatges, demanar permisos i concertar cites per ser el menys molestos possibles, sense limitar-nos a entrar a qualsevol faceta de la seva vida que ens semblés oportuna.

## **2.4. Viabilitat del projecte**

Des que vam començar amb aquest projecte ja ens plantejàvem quina seria la seva viabilitat un cop estigués acabat. Volem destacar que tenim la mirada posada al futur, i que la data d'entrega del treball és només un punt de partida del que acabarà sent el documental final. Volem que la realització del projecte es professionalitzi i guanyi a nivell tècnic, per poder assolir objectius més grans.

Les nostres limitacions són en el marc pràctic, per això vam decidir que en el període d'aquest any acadèmic faríem un projecte teòric complet, per després, amb més temps, poder adaptar-lo i posar-lo a la pràctica. Utilitzant els mitjans que tenim a l'abast, realitzarem un *teaser* en el que l'espectador podrà conèixer els nostres personatges i l'essència del nostre projecte.

## **2.5. Estil cinematogràfic**

Per poder avançar en el guió del nostre *film*, havíem d'establir primer quin seria l'enfocament que donaríem al documental a través d'un dels subgèneres existents. Per tal de fer-ho fem procedit a l'anàlisi de cadascun dels subgèneres establerts per Bill Nichols, ja que el seu model ha estat el més estudiat, tot i les crítiques que també ha rebut, en l'àmbit de la teoria documental contemporània. El model de Bill Nichols s'han anat actualitzant amb el pas dels anys, adaptant-se així als canvis tècnics i contextuals del cinema. Nosaltres analitzem els subgèneres que explica a l'última actualització de la seva obra *Introduction to documentary* (2001).

L'estudi del gènere considera les qualitats que caracteritzen diverses agrupacions de cineastes i pel·lícules. A les pel·lícules i vídeos documentals, podem identificar sis models de representació que formen alguna cosa semblant a subgèneres del propi cinema documental: poètic, expositiu, participatiu, observacional, reflexiu, performatiu. Aquests sis models estableixen un marc flexible d'associació dins el qual els individus poden treballar; estableixen convencions que un film donat podria adoptar; i proveeixen als espectadors d'expectacions específiques que aquests poden preveure. (Nichols, 2001, pg. 99)

Un aspecte que també havíem de tenir en compte era que Nichols no considera que els seus subgèneres siguin excloents els uns dels altres sinó que és molt possible que existeixin híbrids. Per tant, la nostra intenció no és necessàriament escollir un sol gènere sinó agafar les característiques de cadascun que més ens convinguin per tal de crear el nostre híbrid. Pensem que és important abans de començar a escriure el guió haver pogut aclarir quin serà l'enfocament que farem del tema en qüestió per tal de crear un projecte amb certa cohesió.

Nichols presenta els diferents gèneres en l'ordre cronològic de la seva introducció. Nosaltres seguim aquest mateix ordre pel nostre anàlisi en relació amb el tipus de film que

volem fer. El procés que seguirem en el nostre anàlisi serà un breu resum de les característiques de cada modalitat i les consegüents raons per les quals les mencionades característiques es podrien adaptar o no al nostre projecte. Mitjançant aquests anàlisis individuals pretenem crear una definició global de l'estil que tindrà el nostre documental.

### *Modalitat poètica*

Bill Nichols relaciona l'origen d'aquesta modalitat amb l'aparició de les avantguardes artístiques del cinema de principis de segle. Es tracta d'una modalitat en la qual no priva la informació que es vol donar a l'espectador, sinó més aviat l'estètica. En aquest tipus de documental tenen cabuda les irreverències i les estructures caòtiques ja que no és necessari un fil conductor clar. Per simplificar, es tracta un recull d'imatges reals mostrades de forma estètica per l'ull de l'espectador.

Aquesta modalitat no tindria validesa pel nostre projecte ja que es tracta d'un documental amb una finalitat periodística clara que és mostrar una realitat social. Per fer-ho de forma rigorosa no podem recolzar-nos només en un seguit d'imatges en moviment, sinó que necessitem una estructura vàlida i coherent així com intervencions dels diferents personatges i experts que proporcionaran una credibilitat real al què volem transmetre als espectadors.

### *Modalitat expositiva*

És gairebé l'antítesi de la modalitat poètica. Es tracta de la forma de documental més didàctica, on tota la importància recau en el discurs narrat mentre que les imatges són un mer acompanyament. En aquest tipus de documental, l'estètica es veu en un complet segon pla mentre que es busca una objectivitat total.

La modalitat expositiva es dirigeix a l'espectador de forma directa, amb subtítols o veus narrades que proposen una perspectiva, llancen una discussió o expliquen una història. Els films expositius adopten ja sigui una forma *voice-of-God* (Veu-de-Déu)- el narrador se sent però mai es veu- o una forma *Voice-of-authority* (veu-d'autoritat)- veiem i escoltem al narrador. (Nichols, 2001, pg.105)

Des del començament hem tingut clar que si estem fent un documental sobre la generació *millennial* no podem escollir un estil excessivament convencional que s'assembli més al tipus de documental que es feia el segle passat. Per tant, si volem un film dinàmic i contemporani creiem que la modalitat expositiva no té cabuda. Creiem que es molt important que la veu en la nostre documental la tinguin, per una banda, els protagonistes i, per l'altra, els experts. En alguna ocasió podem considerar afegir un subtítol informatiu, però no volem que aquesta sigui la tònica general del nostre documental.

### *Modalitat observacional*

Aquesta modalitat apareix gràcies a l'avenç de la tecnologia pel que fa a equips portàtils, lleugers i sincrònics. Es tracta d'un estil de documental que només mostra la realitat tal i com ocorre, amb la mínima intervenció del cineasta ja sigui a través de la narració o de la post-producció. En ocasions aquest tipus de documental indueix a desconfiar sobre si tot el que estem veient és genuí o si els protagonistes estan fingint ser el que no son.

Els actors socials es relacionen els uns amb els altres, ignorant els cineastes. Sovint, els personatges es troben en demandes urgents o en crisis. Això requereix de la seva atenció i, en conseqüència deixen de fixar-se en la presència de les càmeres. Les escenes tendeixen, com en la ficció, a revelar aspectes del seu personatge i la seva individualitat. Nosaltres fem interferències i arribem a conclusions en base als comportaments que observem o escoltem. El retirament del cineasta a la posició d'observador demana a l'espectador prendre un paper més actiu a l'hora de determinar el significat del que s'està fent i dient. (Nichols, 2001, pg. 111)

Aquesta és la modalitat que creiem més adient per incloure-hi el tipus de documental que volem fer. Creiem que, avui en dia, és la modalitat més atractiva i que ens permetria crear un film dinàmic a la vegada que rigorós. Volem donar veu als personatges que hem escollit com a exemples perfectes pel fenomen que volem retratar i per tant, la nostra intenció és filmar els moments idonis per mostrar les característiques més interessants (pel nostre projecte) de cadascun d'ells. Donarem molta importància a "què és" el que tenen que dir-nos, ja que no només ens interessa veure la seva realitat sinó conèixer els seus pensaments i les seves sensacions sobre el moment que estan vivint. Creiem doncs, que en el nostre documental imatge i narració tindran un 50% de pes cadascuna i la modalitat observacional és la que més ens pot ajudar a plasmar aquest percentatge.

### *Modalitat participativa*

Aquesta modalitat, es defineix per la presència del cineasta en el film gairebé com un actor social més, amb l'única diferència del poder que li proporciona estar subjectant una càmera. Tot i que, d'entrada, aquesta modalitat pot semblar oposada a la que fins ara ens havia semblat la més adequada per enfocar el nostre documental, és a dir, la observacional, pensem que aquestes poden ser complementàries. Creiem que és important que, en un documental com el nostre, ens sigui possible improvisar mitjançant petites interaccions amb els actors a mode d'entrevista. Per exemple, si un actor ens està explicant una qüestió que desconeixem i creiem que li podem treure més suc, intervenir, preguntant-li més detalls al respecte (sempre des de darrera la càmera). No ha de ser la tònica general, no volem posar-nos al nivell de protagonisme de la resta d'actors, però tampoc veiem necessària una desconexió total entre cineasta i realitat. Aquesta participació, a més, ens sembla el més honest ja que no volem pretendre que l'actor està actuant en tot moment com si no hi hagués una càmera davant.

### *Modalitat reflexiva*

La modalitat reflexiva no pretén mostrar una realitat a l'espectador, sinó fer-li reflexionar sobre ella a través de l'ull i, fins i tot, la ment del propi cineasta. En aquesta modalitat, la participació del documentalista és total i tot el què passa davant la càmera està subjecte a interpretació. És una de les modalitats més modernes ja que té moltes característiques experimentals, requereix per part del director una gran capacitat de guió per poder crear una obra que només mostri coses sinó que les faci entrar a la ment de l'espectador en forma de reflexió.

Els documentals reflexius també s'adrecen a qüestions del realisme. Aquest és un estil- (el realisme)- que sembla oferir un accés al món lliure de problemàtiques; agafa forma com a realisme físic, psicològic, i emocional mitjançant tècniques d'edició continua, desenvolupament de personatges, i estructura narrativa. Els documentals reflexius reppen aquestes tècniques i convencions. (Nichols, 2001, pg. 126)

La modalitat reflexiva ens sembla molt interessant i actual pel fet que a través de l'experimentació i el joc amb l'espectador es pot innovar i sorprendre fet que en el moment que vivim, en que sembla que ja ho hem vist tot, és altament interessant. Creiem però,

que per a dur a terme un documental d'aquestes característiques cal ser un professional amb més experiència que la nostra i amb més mitjans. El que si que podem extreure d'aquest estil per plasmar-ho al nostre projecte és el recurs de intentar crear certa sorpresa a través d'un guió que no sigui molt previsible.

*Surname Viet Given Name Nam* (1989), per exemple, es basa en entrevistes a dones al Vietnam que descriuen les condicions opressives han afrontat des del final de la guerra però, més tard, cap a la meitat del film, descobrim (si algunes pistes d'estil encara no ens ho han delatat) que les entrevistes havien estat escenificada de més d'una manera: les dones que interpretaven les dones vietnamites eren en realitat immigrants als Estats Units recitant, en un escenari, guions transcrits i editats per Trinh –el director de la pel·lícula- d'entrevistes realitzades al Vietnam per una altra persona amb altres dones! (Nichols, 2001, pg. 126)

### *Modalitat performativa*

Es tracta de l'última modalitat que Nichols inclou dins el seu model. El documental performatiu subratlla la complexitat del nostre coneixement del món a través de l'emfatització les seves dimensions subjectives i afectives (Nichols, 2001). De la mateixa manera que en el documental participatiu, la subjectivitat del cineasta juga un paper molt important en l'estructura d'aquests films. La lliure combinació de realitat amb la imaginació és un tret comú en els documentals performatius (Nichols, 2001).

Tot i que es tracta d'un estil interessant, volem fer un documental més convencional, ja que creiem que el model performatiu és més adequat per documentals amb una càrrega emocional més gran i no per una temàtica cultural i social com la que nosaltres tractem.

### **Conclusions**

Després d'analitzar un a un les diferents modalitats de documental que ens proposa Bill Nichols (2001), hem arribat a unes conclusions que ens permeten fer una definició completa de l'estil del nostre projecte.



El nostre documental tindrà moltes característiques pròpies de la modalitat observacional, sobretot pel que fa donar la força del discurs als protagonistes socials en comptes de a una veu en off que ens sembla un sistema massa impersonal. No tanquem les portes a incloure certa participació per part nostra en alguna escena en la que creiem que podem fer créixer l'interès mitjançant alguna pregunta que pugui reconduir una situació. Per últim, volem crear un guió amb un toc innovador per tal de sorprendre als espectadors.

## **2.6. Tractament audiovisual**

El tractament audiovisual que volem donar al nostre documental l'hem decidit en base a diversos factors que presentem a continuació:

Per una banda, hem contemplat les nostres pròpies limitacions tècniques. No oblidem que el nostre objectiu és fer un documental *low cost* utilitzant un màxim de dues càmeres per escena. Per altra banda, volem que sigui un documental terrenal i amateur en el que nosaltres amb l'ajuda d'una persona que s'encarregués del so, i una altra de la il·luminació, seríem tot l'equip humà necessari per realitzar el documental.

Una de les nostres grans influències pel que fa a tractament audiovisual és el mitjà escrit i audiovisual *Vice*, en concret *Vice UK* i *Vice US*, ja que els seus documentals tenen unes característiques semblants a les que volem pel nostre projecte. A la major part d'aquests documentals podem veure com s'opta per la gravació càmera en mà durant les escenes per facilitar el seguiment de l'acció. Aquest recurs proporciona un sentiment de proximitat a l'espectador separat d'estils més tradicionals en que hi ha més càmeres i plans més estàtics. El que nosaltres busquem és una profunditat artística però també conceptual.

L'ús del trípod si que és més necessari en les escenes de no acció, és a dir, en certs plans contextuais i en segons quines entrevistes en què l'únic que importa és el discurs i l'entrevistat no està en moviment- com seria el cas dels experts o dels protagonistes en segons quin tipus de discurs.

## **2.7. Audiència**

El públic potencial que pot interessar-se pel nostre documental és molt ampli. Tot i que tractem una generació en concret (nascuts del 1985 al 2000), no creiem que aquest fet

exclouï que persones que pertanyen a altres generacions se sentin atretes pel nostre documental. De fet, part de la intenció que tenim al fer aquest documental és que la gent d'altres generacions que, possiblement, no entenen la nostra forma de vida, puguin comprendre a través del nostre film que aquest canvi generacional no és un esdeveniment negatiu sinó l'avenç natural de la societat i la seva adaptació al nou context sociocultural. Dit això, és possible que la gran majoria de públic que es sentís atret de primeres per aquesta temàtica es la pròpia gent de la nostra generació pel sol fet de la curiositat que a tots ens desperta que es parli de nosaltres, encara que sigui com a col·lectiu.

Dins aquest entorn més potencial que formarien els joves de 18 a 35 anys aproximadament que es sentirien més atrets pel nostre documental, pensem que el sector que més mostrem en el nostre projecte són persones amb estudis secundaris i universitaris en la seva majoria i un nivell econòmic mitjà o mitjà-alt. Per tant, seria concretament aquest sector social el que es sentiria més identificat i, per tant, més atret al nostre documental.

Un film d'aquestes característiques és poc probable que acabés projectant-se en cinemes comercials, per tant, el públic al que aniria adreçat és aquell que s'interessa pels festivals de cinema independent i les sales petites.

A nivell geogràfic, creiem que la temàtica que tractem és un fenomen global que està afectant a tot el món occidental, sobretot als grans nuclis urbans. Per aquest motiu, intentaríem arribar primer al públic nacional per un tema tant simple com l'idioma però si veiéssim que funciona intentaríem fer-lo arribar també a un públic més internacional, ja fos a Europa com Amèrica del Nord o Llatinoamèrica.

### **3. Pre-producció**

En aquesta fase agrupem tota la feina feta abans del pla de rodatge. Tots els preparatius previs s'inclouen dins l'etapa que va lligada a l'elaboració escrita dels primers punts del treball. És un punt del projecte de vital importància ja que totes les decisions preses en aquesta fase marquen l'esdevenir de tot el treball. Aquí decidim definitivament quins són els punts que tractarem i, el que és més important, quins descartarem. Aquesta és doncs, l'etapa que ens ha ocupat més temps del treball.

Aquesta etapa inclou des de la documentació prèvia necessària pel bon esdevenir del treball, fins a l'elecció dels personatges per poder, finalment, elaborar un guió tècnic i periodístic que ens permeti presentar un bon projecte que estigui a punt per ser presentat a productores o mitjans que vulguin dur a terme la idea amb els mitjans necessaris dels que nosaltres no disposem. Arriba el moment de la veritat, cal convertir la nostra idea en un producte real.

Tenir una idea és com no tenir res, tenir una història és tenir-ho tot [...] Som explicadors d'històries i no simples informadors o testimonis de la realitat. Lo que surti al documental, sigui el tema que sigui, tenim que exposar-ho des de la perspectiva de que estem explicant una història. (Gómez Segarra, 2008, pg. 37)

### **3.1. Documentació**

Aquesta és una fase complexa i molt important. En aquest punt vam poder comprovar que és molt difícil decidir quan parar de documentar-te i posar-te a treballar en la teva idea, ja que un document et porta a un altre i, finalment, no te'n adones i estàs llegint un article d'alguna cosa que ja té ben poc a veure amb el tema del teu documental. La clau, vam decidir, era documentar-nos fins a sentir-nos segures amb el tema, fins a poder explicar la qüestió a les altres persones sense que ens assaltessin els dubtes.

Documentar-se tot el que necessitem però sense perdre de vista que la nostra missió principal serà explicar-ho. La informació serveix per conèixer millor però no és el contingut del documental. La nostra feina és seleccionar les dades que necessitem utilitzar. L'abundància d'informació ens pot abromar i fer creure que necessitaríem moltes hores per explicar tot el que fa falta. (Gómez Segarra, 2008, pg. 31)

Quan vam començar a pensar en les fonts de documentació que fariem servir les vam dividir en dos, per una banda, la documentació teòrica i, per altra, la fílmica. La primera consistiria en articles i documents de tots tipus que tractessin des de diferents perspectives el tema del nostre documental per tenir-ne una base teòrica. La segona, també la vam trobar molt necessària ja que cap de nosaltres havia realitzat mai un projecte de documental d'aquesta envergadura i, per tant, era necessari que ens documentéssim per saber quins passos havíem de seguir i no ens sentíssim perdudes a l'hora d'estructurar el projecte.

El procés de documentació també ens va servir com a eina per començar a desenvolupar la nostra idea subratllant quins eren els temes concrets en els que ens voldríem centrar, ja que els veiem més potencial per treure'ls-hi suc.

### *Documentació teòrica*

Els estudis socials més rellevants que vam trobar sobre la generació millennial són: *Millennials Rising: The Next Generation*, escrit per Neil Howe, historiador, economista i demògraf, i el professor i historiador William Strauss, és un altre dels estudis que ens han ajudat a definir el concepte que tractem i a conèixer les seves característiques generals. En aquest llibre es fa un estudi exhaustiu de les raons per les quals la generació millennial és tant diferents a les anteriors i se la acaba presenta com la propera gran generació. Per altra banda, *Encyclopedia of Identity* del Professor de la Universitat de Cincinnati, Ronald L. Jackson, també ens va ajudar a definir la generació. Es tracta d'un llibre enciclopèdia que consta de 300 entrades, cadascuna de les quals escrita per un acadèmic i que proporcionen una definició del concepte, un resum de la història i el pensament actual, crítiques del concepte i bibliografia per seguir llegint sobre el tema. Una de les entrades era sobre la generació millennial (en el text Generació Y).

Un altre dels estudis en els que hem recolzat el nostre guió, ja que es centra en els joves catalans, és l'escrit pel nostre entrevistat, Adrià Aldomà, a qui presentarem en profunditat a l'apartat "personatges". Aquest treball, que Aldomà escriu juntament amb Albert Barqué, s'anomena *Generació 2004. Els joves catalans davant del mirall* (2014) i és un retrat a la joventut catalana, que es centra bàsicament en la generació millennial. Aquest estudi ens va interessar en gran part perquè ens hi sentíem identificades pel fet que ells mateixos aclareixen al començament del capítol "Perfil d'un jove actual":

Tots els estudis i anàlisis similars fets fins al moment corresponen a una aproximació d'aquest jovent feta des de l'exterior. En aquest cas però, els analistes són els propis subjectes, dos joves. Creiem que descriure des de l'exterior sempre dóna un marge per a la divagació, però examinar-se des de dins dóna una profunditat implacable. (Aldomà i Barqué, 2014)

Aquest cas que acabem de citar és exactament el mateix que el nostre i llegir aquest fragment és el que ens va fer adonar-nos que no podíem perdre'ns només en estudis i

articles escrits per altres persones sinó que havíem de fer una feina de documentació molt més important, l'observació del nostre entorn.

### *Observació*

Aquesta etapa, va sorgir mentre ens trobàvem en la fase de documentació teòrica i va resultar ser de vital importància. Mantenir una aproximació directa amb el nostre entorn amb la mirada periodística activada ens va servir per veure les coses des d'una perspectiva que no ens havíem plantejat encara. Vam començar a trobar una estructura ja que cada cop veiem més casos al nostre entorn directe o indirecte de persones que exemplificaven les diferents característiques de la nostra generació. Aquest procés va anar estretament lligat al de l'elecció de personatges que, a la vegada aniria lligat al de la construcció del guió periodístic. Podríem dir doncs que mitjançant l'observació vam desencadenar el que seria la construcció real de la nostra història.

Els dos processos d'investigació del fenomen millennial- el teòric i l'observació- ens van conduir al procés més important que és el de reflexió. La documentació ens va ajudar a veure totes es perspectives d'una realitat però després era el nostre torn per interpretar-les i crear una opinió pròpia sobre aquestes que quedarà plasmada en la intencionalitat del documental.

### *Documentació filmica*

El més important en aquest procés de la documentació, per nosaltres, va ser estructurar el nostre documental en parts i saber quins passos eren necessaris per definir el nostre projecte sense que hi quedessin mancances. Per altra banda, aquest procés incloïa una segona part que consistia en la visualització d'altres documentals per poder agafar idees en la forma d'estructuració de films professionals, així com recursos fílmics, per fer el guió tècnic.

Pel que fa a la primera part d'aquesta etapa, vam investigar principalment, sobre la història del documental a *El documental. Historia y estilo* (Erik Barnouw, 1993), l'estil del documental i les seves modalitats amb *Introduction to Documentary* (Bill Nichols, 2001), el procés de pre-producció *Quiero hacer un documental* (Manuel Gómez Segarra, 2008) i la producció *Manual de Producción de Televisión* (Herbert Zettl, 1999). En tots aquests

apartats ens vam recolzar en altres llibres però, el principal pes de la documentació la vam trobar en les obres citades.

La segona part de l'etapa es va dividir en dues parts. Primer vam intentar buscar documentals que tractessin exactament el mateix tema que nosaltres i va ser llavors quan ens vam adonar que es tractava d'una temàtica molt recent fet que es traduïa en una absència de films que ja s'hi haguessin centrat abans que nosaltres. Com hem vist a l'apartat de documentació teòrica, si que vam trobar articles i estudis escrits al respecte però no documents audiovisuals. Així doncs, vam buscar documentals que s'haguessin fet sobre generacions anteriors per fer-nos una idea de quines possibilitats teníem per fer un retrat acurat d'una generació.

Pel que fa a la generació dels *Baby Boomers* vam trobar: el documental de 2 hores *The Boomer Century: 1946-2016* de Mark Harris (2007); i *The Boomer Revolution* dirigit per Sue Ridout (2014). Pel que fa a la següent generació, la X, vam mirar el documental *Generation X* del National Geographic (2016), que es pregunta per què la generació entre els *Baby Boomers* i els *Millennials* se'ls ha caracteritzat com a ganduls.

Va ser en aquest punt també quan vam descobrir que l'estil que volíem seguir era el del mitjà de comunicació *Vice*. Buscant documentals i reportatges de temàtica social actual, vam veure que es tractava del canal que més s'hi centrava. És un mitjà del segle XXI per gent del segle XXI i això ens atreïa molt per utilitzar-los com a referència. A l'annex incloem diversos anàlisis dels seus films que ens van servir molt pel que fa a l'elaboració del nostre guió tant, tècnic com periodístic.

### *Conclusions*

Primerament, gràcies a la lectura de tots els articles periodístics i sociològics sobre els millennials, vam conèixer totes les característiques d'aquesta generació, característiques que posteriorment vam poder anar identificant en les persones del nostre voltant. Aquest procés va ser clau, com veurem després, en l'estructura del nostre guió.

Basant-nos en els articles citats, podia semblar que la generació millennial era una generació perduda, desorientada i amb un futur negre. El que vam veure per això nosaltres en la realitat és que si bé era, efectivament, una generació a qui li costa madurar, això no es veia traduït en una infelicitat sinó en una joventut plena de vida i de

inquietuds amb ganes de fer i veure moltes coses. Una joventut que en comptes d'interpretar la crisi i l'atur com causes de depressió i tristor, ho han interpretat com una oportunitat de no establir-se abans d'hora, tenir paciència i durant l'entretemps passar-ho bé i gaudir de l'etapa de llibertat màxima en la vida de les persones.

### **3.2. Estructura**

Com hem anticipat en el punt anterior, la documentació i, sobretot la forma com es va produir aquest procés, va ser clau per descobrir quina era la millor forma per representar la realitat en el nostre documental. Recordem com va anar el nostre procés d'observació: parlàvem amb una persona del nostre entorn que representava clarament alguna característica pròpia de la nostra generació; aquesta persona en molts casos ens parlava de gent del seu entorn en situacions diferents que resultaven ser altres característiques que volíem ensenyar en el nostre documental.

No vam poder pensar una millor manera d'estructurar el nostre guió que seguint el nostre procés real d'observació de la realitat. Des del moment que vam prendre aquesta decisió, cada cop que parlàvem amb algun protagonista potencial del nostre documental, li preguntàvem sobre la situació de la gent del seu entorn. D'aquesta manera, poc a poc, vam començar a teixir l'entramat de personatges que figurarien en el nostre documental. Alguns d'aquests personatges els tenim clars, altres encara són estereotips, ja que som conscients que tractant-se només d'un projecte de documental, el més important no és trobar la persona concreta sinó el personatge.

L'estructura temporal és cronològica. L'acció es desenvolupa al llarg de 24 hores durant les quals anem coneixent els nostres personatges d'un en un per finalment trobar-se tots en el mateix esdeveniment social, un concert. Cada personatge ens condueix al següent, donant cohesió a la nostra estructura argumental. Per altra banda, hem volgut donar un cert matís de bucle al guió fent-lo començar amb l'acabament d'un concert (el redobla de bateria final) i finalitzant-lo amb el començament d'un altre concert.

Cal remarcar, que no tots els personatges es coneixen entre ells, però sí que estan lligats de forma indirecta. Cadascun d'ells, el llarg del documental exemplifica una de les característiques dels millennials, per tal d'acabar construint finalment un retrat complet d'aquesta generació.

En els propers punts, presentem els personatges i donem a conèixer l'entramat de relacions existents entre ells i quin paper juga cadascú en la representació de la generació millennial.

### **3.3. Personatges**

#### **ANDREA SERVET**

**Nom:** Andrea Servet

**Edat:** 22 anys

**Professió:** Estudiant de publicitat i relacions públiques / editora de la revista Metal Magazine

**Tema:** Canvi constant, mobilitat geogràfica



L'Andrea (1993) representa perfectament la pèrdua del temor a la inestabilitat dels joves millennials comparada amb anteriors generacions. Quan va acabar l'institut va començar a estudiar dret a ESADE, una de les universitats més prestigioses d'Espanya. Allà estava becada per bones qualificacions i tenia tots els camins oberts cap a trobar una bona feina



quan acabés la universitat. Abans d'acabar el primer any d'universitat però l'Andrea ja sabia que aquell no era el camí que volia seguir.

Amb unes inquietuds artístiques que cada cop es manifestaven més fortes dins seu, però encara sense decidir-se sobre què volia fer, l'Andrea va optar per començar una carrera que li obrís uns camins més interessants en el futur: publicitat i relacions públiques a la Pompeu Fabra. Mentre estudiava aquest grau, va començar a fer pràctiques al blog *Pull the Metal* de la revista de tendències *Metal Magazine*. Actualment, aquest blog ja no està en actiu però a l'Andrea no li va costar gaire temps guanyar-se la confiança dels seus caps i fer el salt del blog a la revista, de la qual ara n'és editora.

Treballar en aquesta revista ha estat un factor clau perquè l'Andrea pogués satisfer la seva necessitat de viure a diferents països. Ha viscut a Nova York i posteriorment a Berlín, ciutat que l'ha captivat i a la que té intenció de tornar de forma més definitiva el proper estiu. A més a Berlin va conèixer la seva actual parella, en Dylan d'Anglaterra amb qui de moment té una relació a distància on les xarxes socials hi juguen un paper clau.

Tot i que des dels 18 anys, l'Andrea ha anat treballant a diferents llocs, sempre ha gaudit de l'ajuda econòmica de la seva mare. Aquest és un factor que, segons ella, li ha permès atrevir-se a arriscar en alguns moments com per exemple, quan va canviar de carrera o ara que se'n va a viure a Berlin sense haver acabat la carrera.

## **ARIANA TOSCANO**

**Nom:** Ariana Toscano

**Edat:** 26 anys

**Professió:** No treballa

**Tema:** Identitat a les xarxes socials



L'Ariana (1990) prové d'una família de classe mitjana-alta de Barcelona que sempre li ha proporcionat el que necessitava per poder viure de forma còmoda sense haver-se de preocupar pels diners. Tot i que, de forma esporàdica, ha treballat a l'empresa familiar, l'Ariana dedica la major part del temps a la fotografia i a la seva vida social.

L'Ariana sempre ha tingut clar que la seva feina hauria d'estar relacionada amb alguna forma artística. Primer va començar la carrera de disseny però ben aviat se'n va adonar que la seva passió real era la fotografia. Sense cap pressió per buscar una feina, gràcies a que mai ha tingut una necessitat real de guanyar els seu propi sou, l'Ariana s'ha pres amb calma tot el relacionat amb el seu futur laboral. Ella sap que d'alguna manera sempre tindrà un lloc assegurat a l'empresa familiar i es podrà dedicar al que realment li agrada, la fotografia, encara que sigui de forma extra professional.

La seva altra gran passió és la música, l'Ariana no concep la seva vida sense anar a veure concerts els caps de setmana o sense sortir al lloc de moda de Barcelona on pugui escoltar els millors dj's. Per ella la festa també té una gran importància i cuida molt el seu cercle social.

Un dels factors que caracteritzen a l'Ariana és la seva presència a les xarxes socials. L'Ariana és una persona de personalitat molt forta que no sol mostrar-se vulnerable cara a cara. L'Instagram per ella és una forma de mostrar-se a tothom tal i com és de forma molt crua. Penja molts autoretrats en els que només vol mostrar-se amb naturalitat sense

efectes ni alteracions. Ella no vol agradar a ningú, no vol ensenyar el que tothom ensenya a les fotos, així que el que potencia en els seus retrats són les coses que la diferencien de la resta, la seva personalitat real i més íntima.

L'Ariana és conscient que molts veuen les seves *selfies* com una forma de buscar el 'm'agrada' amb la finalitat de pujar l'autoestima, però per ella, Instagram és una eina per la auto exploració, i està convençuda que les xarxes socials no són més que el cap de turc del discurs públic. Per Ariana els *selfies* són una cosa molt íntima. En última instància, la intimitat és una de les coses més importants per ella. Tant en la connexió amb els seus amics com amb els seus seguidors.

## **POL RODELLAR**

**Nom:** Pol Rodellar

**Edat:** 34 anys

**Professió:** Redactor a la revista *Vice* / Músic / Dissenyador Gràfic

**Tema:** Adolescència perpètua, nous models familiars



Pol Rodellar (1981) és un dels personatges claus en la cultura musical contemporània de Barcelona. És un autèntic addicte a la cultura: col·lecciona discos i *fanzines* obsessivament, és el baixista i cofundador del conegut grup de *garage* Mujeres i va ser el copropietari de la botiga de discos Luchador Records, un dels epicentres de l'escena *indie* de Barcelona. Pol és conegut pel seu grup Mujeres, tot i que ell és molt més que això, també és dissenyador i autor del prestigiós *fanzine* de cultura underground Chuk Norris.

Pol és redactor de la revista *Vice*, que produeix tot tipus de contingut (tendències, opinió, política, esports) i que és un dels mitjans més populars entre els joves millennials. Pol va estudiar a l'ESCAC, (l'Escola Superior de Cinema i Audiovisuals de Catalunya), i va sortir d'allà amb l'objectiu de convertir-se en guionista.

Quan tenia 26 anys i es disposava a traslladar-se a Madrid per poder treballar com a guionista en la televisió -el seu somni-, però llavors la seva núvia es va quedar embarassada. Pol va decidir quedar-se a Barcelona i va haver de buscar una feina com a telefonista per poder afrontar la important despesa econòmica que esperava a la parella.

Ara la seva filla, la Cloe, té 9 anys. Actualment en Pol i la mare de la Cloe no tenen relació, però comparteixen la custòdia de la Cloe. En Pol ha saltat de feina en feina fins arribar a la revista *VICE*, on escriu articles de tota mena, autobiogràfics i també sobre música, moda i tendències.

Ni en Pol ni la seva parella de llavors van planificar tenir una filla, ni casar-se, ni comprar-se un pis junts per formar una família. En Pol viu a un pis alquilat petit a prop de la estació de Sants. En Pol representa el desdibuixament total del llegat de la societat industrial, l'alteració del concepte 'treball', i també la seva forma d'entendre la família: Tot i que té una filla de nou anys no té intenció ni de casar-se ni tan sols pot mantenir relacions estables gaire llargues. No té cotxe i viu de lloguer. Es gasta gran part dels diners que guanya amb música, concerts, discos i amb anar de gira amb el seu grup.

Per poder donar una visió més polièdrica d'aquest personatge hem decidit incloure una ressenya d'en Pol que va fer la seva ex núvia, la Sara. (Publicada a la revista *Vice* el 13 de Febrer de 2015 amb títol: "Les pedimos a algunos de nuestros ex que nos reseñaran como pareja", publicat el 13 de febrer de 2015.

**Ressenya d'en Pol Rodellar per una de les seves ex núvies:**

“No sé si em molestava més que la teva capacitat de donar afecte fos inexistent o que triessis en tot moment fer el que volies sense importar-te la meva opinió. No sé quantes vegades t'hauré dit que sortir de festa amb tu era acabar marxant a casa molt cabrejada per la teva actitud i despertar-me sense saber si havies acabat tirat en una cuneta o dormint en el sofà d'alguna casa.

Sempre has pensat que tenir núvia està sobrevalorat, però crec fermament que en el fons tens molts assumptes que resoldre amb tu mateix abans d'intentar tenir una relació sana amb algú. En realitat, tens un problema fotut si vols mantenir el teu paper romàntic de perdedor i barrut, la teva funció de pare de família, el teu grup i una relació en condicions.

Pensant-ho bé, tot el que he escrit és precisament el que va fer que m'enamorés de tu i el que fa que a dia d'avui et segueixi trobant a faltar si estàs amb les teves mogudes i desapareixes. Ets el pitjor nuvi i el millor amic que he tingut, i espero que quan siguem pensionistes i sigui a punt de *diñarla*, t'asseguis al meu costat a l'habitació de cures pal·liatives i em posis *temazos* i em llegeixis *fanzines* i aquí és quan m'adonaré que una de les millors coses que m'han passat en la vida és haver sortit amb tu”.

## **MIKI HERNÁNDEZ**

**Nom:** Miki Hernández

**Edat:** 25 anys

**Professió:** Estudiant de fotografia

**Tema:** Seguir les inquietuds artístiques / tenir una feina vocacional



Miki (1991) va néixer a Barcelona a una família de classe mitjana-alta. Des de petit ha estat interessat en la fotografia i el món audiovisual. Va deixar el batxillerat científic perquè no el motivava, i fa poc va tornar a l'escola per estudiar un grau superior de fotografia. Actualment està editant un *fanzine* amb les seves fotografies, i entre les seves aspiracions de futur voldria formar part d'una bona productora audiovisual, estrenar una pel·lícula al cine o treballar al sector dels videojocs.

En Miki és l'exemple clar de la contradicció en la que es troben molts joves, que encara que disposen de condicions socials i psicològics que els permeten optar per una certa autonomia, però no disposar de recursos, especialment econòmics suficients per ser realment independents dels pares i poder-se emancipar.

Els pares dels *millennials* els van dir: "dedica't al que et faci feliç". Contradient al que els van dir els seus pares: "dedica't a alguna cosa que et permeti créixer professionalment" i al seu torn ells contradient al que els deien els seus pares: "dedica't a alguna cosa que et generi estabilitat".

En Miki exemplifica el segment dels *millennials* que són estudiants pragmàtics, és a dir, que prefereixen cursar matèries o carreres que incentivin la seva inspiració, la seva motivació o la seva creativitat, a carreres que simplement els preparin per a la seva vida professional. Si no li veuen un ús pràctic al que estan aprenent ho eliminen

automàticament. Han perdut l'interès per sortir graduats d'una prestigiosa universitat i en canvi prefereixen seguir estudiant, cursar mestratges, diplomats o cursos en coses que veritablement els apassiona.

## **AITOR BIGAS**

**Nom:** Aitor Bigas

**Edat:** 28 anys

**Professió:** Editor de vídeo i repartidor en bicicleta

**Tema:** Consumisme i importància per l'estètica / Seguir les inquietuds artístiques



L'Aitor (1988) Va créixer a Torelló, un poble de l'interior de Catalunya, al si d'una família de classe mitjana. Als 14 anys va descobrir que la seva passió era la música, una passió que encara l'acompanya avui en dia, havent pogut anar de gira amb el seu grup per Espanya, Anglaterra, Estats Units, Mèxic i Europa.

L'Aitor va estudiar a l'Escola de Mitjans Audiovisuals de Barcelona (EMAV) i ha anat saltant de feina en feina: ScannerFM, atenció al client d'una gran empresa, dependent de

la botiga de discos Luchador Records, col·laborador a la revista *Vice*, a la publicació cultural online *Gent Normal*, etc.

La roba i l'estètica són molt importants per l'Aitor. Gairebé cada setmana compra alguna peça de roba o sabates, principalment per internet i des del seu telèfon mòbil, així pot comparar preus i característiques sense moure's d'on estigui. Es diu de forma recurrent que els consumidors *millennials* ja no són capaços de comprar si no és amb el mòbil en mà o que ja no ho fan si no és amb internet com a suport, i les dades i l'anàlisi de la realitat demostren que aquesta afirmació no és un clixé sinó una estimació bastant clara de com compren els *millennials*. Un estudi de Mintel sobre hàbits de compra dels *millennials* ho ha demostrat.

Aitor exemplifica el comportament dels *millennials* com a consumidors. L'Aitor té tendències de consum molt particulars -roba i discs-, és una persona que aprecia molt la ideologia i concepte de la marca, de vegades més que el mateix producte. Per a l'Aitor, el disseny, la identitat, la innovació són valors imprescindibles a l'hora de comprar.

### **3.4. Pre-guio per escenes**

**Escena 1:** Interior de la sala Sidecar (Plaça Reial, Barcelona). La introducció del documental es produeix a dintre, amb diferents plans detalls de joves *millennials* en diversos comportaments: a la barra prenent una copa, mirant el mòbil, parlant entre ells al davant del escenari, etc. Farem servir una torxa de LED per gravar els plans detalls de les persones. Una càmera estaria enfocant l'escenari, en un pla fixe. L'altra càmera es dedicaria a anar fent plans detalls dels personatges dintre de la sala. Tenim un cable àudio XLR engegat a la taula de so de la taula per poder gravar el so en directe. A l'escenari es prepara el grup que ha de oferir el concert aquesta nit, Mujeres.

**Escena 2:** Ens trobem a casa d'en Pol, al barri de Sants. La seva casa es petita, i té les parets envoltades d'estants amb discs, cd's i *fanzines*. Hem volgut rodar a casa seva perquè plasma la personalitat d'en Pol, un melòman i un apassionat de la cultura. Pla mig d'en Pol, mentre ens ensenya la seva col·lecció de música. A continuació, una càmera anirà seguint a en Pol mentre ens ensenya la seva casa, i l'altra càmera anirà buscant plans detalls per la casa. Intentarem fer servir la llum natural del dia, ja que l'entrevista es realitzarà al matí. Si no hi ha suficient llum utilitzarem el nostre equip de tres focus LED amb *softbox* per crear una il·luminació artificial. Durant el seguiment al Pol, per enregistrar



el so, farem servir un micròfon de canó amb una perxa. Comença l'entrevista, utilitzarem un pla mitjà curt del personatge i quedarà la seva col·lecció de música al darrere. Per gravar el so utilitzarem un micròfon de corbata. El pla es mantindrà estàtic durant tota l'entrevista. Per la gravació de l'entrevista utilitzarem un tipus d'il·luminació amb tres focus: un que serà la llum principal, un de farciment i l'altre de contrallum, a més d'una llum de fons amb *softbox*.

**Escena 3:** Exteriors del local d'assaig. Polígon a la Verneda. Farem un pla general dels exteriors i de l'edifici per tal de localitzar a l'espectador. Després farem diferents plans detalls dels elements que envolten la localització: cotxes, vegetació, edificis, etc. Farem servir il·luminació amb la llum natural, i per captar el so ambient utilitzarem una gravadora digital.

**Escena 4:** A l'interior, farem un pla general per captar la gravació del final de l'assaig on apareix la resta del grup Mujeres, que recull els instruments i marxa del local. Utilitzarem un micròfon de canó amb una perxa i farem servir la il·luminació del propi local (una llum *zenital*) amb el suport de un focus que il·luminarà l'escena des de darrera.

A continuació un pla mig curt d'en Pol, segut sobre el tamboret de la bateria. Comença l'entrevista, utilitzarem un pla mitjà curt del personatge i quedaran al darrere els instruments. El pla es mantindrà estàtic durant tota l'entrevista. Per la gravació de l'entrevista utilitzarem un tipus d'il·luminació amb tres focus: un que serà la llum principal, un de farciment i l'altre de contrallum, a més d'una llum de fons amb *softbox*. Per gravar el so utilitzarem un micròfon de corbata.

Piquen a la porta i apareix l'Aitor. Farem una panoràmica cap a la porta de la sala. El focus d'il·luminació es mourà, juntament amb la càmera, per il·luminar a l'Aitor i es mantindrà mentre l'Aitor i en Pol parlen. L'Aitor i en Pol mantenen una breu conversa sobre l'últim concert al que van assistir, el dia anterior. A continuació un pla mig llarg d'en Pol i l'Aitor parlant, en Pol marxa. Després un pla sencer. L'Aitor desmunta la seva bateria per endur-se-la, un focus l'il·lumina. Utilitzem un micròfon de perxa per captar la conversa. L'Aitor ens explica com va conèixer a en Pol i com és la seva relació. Ens comenta que aquesta nit té concert amb Univers, i que s'ha d'emportar la bateria.

**Escena 5:** Barri de Sant Antoni. Farem plans detalls del barri: el mercat, les terrasses, la vida al carrer. Farem servir la llum natural i no enregistrarem àudio. Habitació de l'Aitor. Comencem amb un pla americà on podem veure a l'Aitor obrint el seu armari i ensenyant-nos la seva roba mentre ens explica què es posarà al concert d'aquella nit. Utilitzem la

llum natural que entra a l'estància i un micròfon de perxa. Al moment de l'edició podem fer servir plans del barri per intercalar durant l'entrevista a l'Aitor.

Dintre de casa de l'Aitor. Pla mig de l'Aitor assegut davant de l'ordinador, al seu escriptori. Comença a parlar de la importància que té per ell la forma de vestir, i què es el que diu d'ell el seu *look*. Ens explica quants diners es gasta en comprar roba, i la forma en la que normalment ho fa. (online o mitjançant *apps* mòbils). Ens parla de la idea d'estètica i de la post-post-modernitat. Ens explica en què consisteix la seva feina, si té relació o no amb el que va estudiar i quina és la seva vocació. Ens parla del vídeo i de la fotografia. Per la gravació de l'entrevista utilitzarem un tipus d'il·luminació amb tres focus: un que serà la llum principal, un de farciment i l'altre de contrallum, a més d'una llum de fons amb *softbox*. Per gravar el so utilitzarem un micròfon de corbata.

**Escena 6:** Les Rambles. Gravarem plans detalls de les Rambles. Utilitzarem una gravadora de tres entrades d'àudio per gravar el so ambient. Llum natural. A continuació farem un pla de seguiment de l'Aitor mentre ens explica que abans del concert vol anar a una exposició de fotografia que just acaba avui a la Virreina. Utilitzarem un micròfon de perxa per enregistrar la conversa. Acaba l'escena quan l'Aitor entre a la Virreina, fem un pla de l'edifici.

**Escena 7:** Dintre de la Virreina, farem una ràfega de plans detall on apareixen les fotos de l'exposició. Música. Jazz a postproducció. Necessitarem una il·luminació tipus torxa per evitar possibles reflexes a l'hora de gravar l'exposició i per potenciar l'atenció i la llum cap a les obres.

**Escena 8:** Interior de la Virreina. Farem un pla mig de l'Aitor i en Miki a les escales de l'edifici, mentre parlen de la exposició que acaben de visitar junts, l'Aitor anima a en Miki a anar al concert de Univers d'aquesta nit. Mantindrem la torxa LED en cas que falti llum, encara que intentarem utilitzar només la llum de la Virreina. Farem servir un micròfon de canó amb una perxa.

**Escena 9:** Menjador de casa de Miki. Començarem amb un pla llarg de Miki mentre ens mostra una col·lecció de fotografies esteses a sobre de la taula del menjador. Ens explica que aquestes fotos formen part del llibre de fotografia que està realitzant com a projecte de final de grau. Ens comenta que està al seu últim any dels seus estudis de fotografia. Farem servir un micròfon de canó amb una perxa. L'espai no té una llum natural suficient, així que farem servir el nostre equip de focus LED.

A continuació utilitzarem un primer pla llarg. En Miki està assegut a una cadira del menjador i ens comença a parlar de com va entrar al món de la fotografia i del suport de la seva família, dels seus estudis, i dels seus projectes de futur. Ens parla de la importància del seu cercle social a la seva vida i a la seva feina, i de l'ambient gay a la ciutat. Ens parla de la relació amb la seva millor amiga, l'Ari, que també es dedica a la fotografia. De com s'influeixen. Per la gravació de l'entrevista utilitzarem un tipus d'il·luminació amb tres focus: un que serà la llum principal, un de farciment i l'altre de contrallum, a més d'una llum de fons amb *softbox*. Per gravar el so utilitzarem un micròfon de corbata.

**Escena 10:** Porta d'entrada de l'edifici on viu l'Ari. Farem un pla mig d'en Miki picant el timbre de l'Ari amb una ampolla de vi a la mà. L'Ari contesta i obre la porta. Utilitzarem la llum natural i per enregistrar el so, el micròfon de canó amb perxa.

**Escena 11:** Menjador de casa de l'Ari. Farem un pla sencer d'en Miki i l'Ari mentre parlen sobre el concert de la nit. Depenent de si és un dia assolellat o més fosc utilitzarem llum natural o artificial. Per enregistrar el so utilitzarem el micròfon de canó amb perxa.

**Escena 12:** Habitació de l'Ari. Farem un pla mig mentre l'Ari es mira al mirall i ens parla. Agafa el mòbil i es fa una *selfie*. Ens explica la seva forma d'utilitzar les xarxes socials, que signifiquen per ella i la intencionalitat amb la que ho fa. Sobretot amb l'Instagram. Al ser una escena gravada on s'inclou un mirall haurem de fer servir la menor quantitat de material possible, així que farem servir un micròfon de corbata per enregistrar el so i un focus lateral LED *softbox* que il·lumini a l'Ari, fent que no interfereixi amb el seu reflex al mateix mirall.

**Escena 13:** Plans del carrer Parlament. Plans detall. Com és fosc, utilitzarem un llum tipus torxa i per l'àudio, una gravadora de tres entrades. Bar Calders. Comencem amb un pla general de l'Andrea, que està asseguda esperant en Miki i l'Ari. Mira el mòbil. En Miki i l'Ari apareixen, la saluden i seuen amb ella. Utilitzarem un focus amb *softbox* al darrere de la càmera que il·lumini la taula. Per enregistrar el so ambient, la gravadora de tres entrades.

Primer pla llarg de l'Andrea mentre ens explica que l'endemà marxa a Berlín, durant aquest any ha estat vivint intermitentment entre Berlín i Barcelona, però aquest cop sembla que es quedarà més temps. En aquesta ocasió no té bitllet de tornada. Ens parla de que sempre ha tingut inquietud per viatjar i que mai s'ha pogut establir a un lloc. Ens explica en què consisteix la seva feina a la revista Metal i com pot adaptar-la a estar vivint a diferents ciutats. També ens explica el motiu principal per tornar a marxar: la seva

parella Dylan viu actualment a Berlín, fins ara han estat mantenint una relació a distància a través de les xarxes socials, on també es van conèixer. Per la gravació de l'entrevista utilitzarem un tipus d'il·luminació amb tres focus: un que serà la llum principal, un de farciment i l'altre de contrallum, a més d'una llum de fons amb *softbox*. Per gravar el so utilitzarem un micròfon de corbata.

**Escena 14:** Interior de la Sala Apolo. Comencem amb un pla general de la sala. Utilitzarem una gravadora de tres entrades d'àudio i il·luminació amb un focus tipus torxa. Pla mig on veiem en Miki i l'Ari fent-se un *selfie* davant de l'escenari.

Pla mig on veiem a l'Andrea mirant el mòbil entre el públic. Pla mig d'en Pol segur a la barra mirant cap a l'escenari. Pla sencer de l'Aitor segut a la bateria dalt de l'escenari. Redobla la bateria. Comença el concert. Cable XLR d'àudio connectat a la taula de so per escoltar la bateria.

### 3.5. Guió tècnic

En aquest apartat hem escrit el guió tècnic en el que plantejem les seqüències principals del documental. Cal considerar que en el moment de gravació es donarien les circumstàncies per afegir plans (principalment plans detall o plans recurs) que des de una situació prèvia no podem preveure. Així doncs, aquest és un guió provisional que podria estar subjecte a canvis en el moment de la realització.

| Escena | Localització                                 | Pla | Imatge   | So                                  | Temps |
|--------|--|-----|--|-------------------------------------|-------|
| 1      | Interior de la Sala Sidecar (Plaça Reial, 7) | 1   | Diversos plans curts i detall de l'interior de la sala. També un pla general. Es veuen molts joves bevent, ballant, fent fotos, un grup tocant, etc. | Música en viu. So ambient. Xivarri. | 10"   |

|   |   |   |   |  |             |
|---|---|---|---|--|-------------|
|   |   |   |   |  |             |
| 2 | Casa d'en Pol (Carrer Eusebi Planas, 1-3, Entl. 1a) | 1 | <p>Diversos plans detall i generals de l'exterior de la casa. Barri de Sants.</p> <p>Pla de seguiment on en Pol ens ensenya casa seva, petita i senzilla. Fem un vol pel menjador, la cuina, la seva habitació i l'habitació de la Cloe, la seva filla. Farem també plans detall.</p> | El Pol ens va explicant que fa 5 anys que viu a aquest pis, i que abans vivia per l'esquerra de l'Eixample. També ens explica que és el que li agrada del barri, on hi ha bons supermercats, i que li va bé perquè el col·legi de la Cloe està al costat, tot i que de vegades se'ls hi fa una mica petit. | <b>40''</b> |
| 2 | Casa d'en Pol (Carrer Eusebi Planas, 1-3, Entl. 1a) | 2 | <p>Pla mig d'en Pol, mentre ens ensenya la seva col·lecció de música.</p> <p>Tota una paret recoberta de vinils, cd's i cassetts i ens posa l'últim disc que s'ha</p>   | En Pol ens explica que just ahir va anar a comprar un disc que posarà a continuació. Sona música. Ens continua parlant de la seva col·lecció de música..   | <b>2'</b>   |

|   |   |   |   |   |             |
|---|---|---|---|---|-------------|
|   |   |   | comprat. Plans<br>detalls de<br>discs, llibres...   |   |             |
| 2 | Casa d'en<br>Pol (Carrer<br>Eusebi<br>Planas, 1-3,<br>Entl. 1a) | 3 | Pla mitjà curt<br>d'en Pol,<br>quedant la<br>seva col·lecció<br>de música al<br>darrere. El pla<br>es mantindrà<br>estàtic durant<br>tot el que duri<br>l'entrevista. | En Pol comença a<br>parlar-nos del seu<br>col·leccionisme,<br>col·lecciona vinils,<br><i>fanzines</i> , cassetes,<br>còmics... Però per<br>la música sent<br>especial debilitat.<br>Ens explica que fins<br>i tot una vegada va<br>arribar a demanar<br>un préstec bancari<br>per poder comprar<br>més vinils. Ens<br>explica que ha anat<br>saltant de feina en<br>feina, des de<br>telefonista fins a<br>redactor de la<br>revista <i>Vice</i> , feina<br>que manté<br>actualment. Ens<br>parla de les seves<br>prioritats i formes<br>d'invertir el seu sou,<br>i del seu grup de<br>música. | <b>4'</b>   |
| 2 | Casa d'en   | 4 | Pla de  | Pol ens comenta   | <b>10''</b> |

|   |  |   |   |   |            |
|---|--|---|---|---|------------|
|   | Pol (Carrer Eusebi Planas, 1-3, Entl. 1a)  |   | seguiment. Pol agafa el seu instrument, el baix.  | que avui té assaig amb el seu grup, Mujeres, i que ha d'anar al local d'assaig.   |            |
| 3 | Sala d'assaig. Polígon a la Verneda. Carrer de Jovellanos, 11. Sant Adrià del Besós. | 1 | Pla general i plans detalls dels exteriors i de l'edifici.<br><br>A l'interior pla general. Breu gravació del final de l'assaig. Plans detalls de diversos elements de la sala. La resta del grup va recollint els instruments i marxa del local. | Soroll de la bateria tancant l'assaig. Després xivarri general dels components de grup, que es acomiaden d'en Pol.                              | <b>5''</b> |
| 3 | Sala d'assaig. Polígon a la Verneda. Carrer de Jovellanos, 11. Sant                  | 2 | Pla mig curt d'en Pol, segut sobre el tamboret de la bateria.   | En Pol ens parla dels inicis del grup i de la seva història. Ens parla de què és el que significa per ell el grup i sortir de gira gairebé cada | <b>3'</b>  |

|   |  |   |  |  |             |
|---|--|---|--|--|-------------|
|   | Adrià del Besós.   |   |  | cap de setmana.<br>Ens parla del temps que inverteix en la banda i de les seves perspectives de futur amb la música.     |             |
| 3 | Sala d'assaig.<br>Polígon a la Verneda.<br>Carrer de Jovellanos, 11. Sant Adrià del Besós. | 3 | Panoràmica cap a la porta de la sala.<br>Apareix l'Aitor.                      | Piquen a la porta.   | <b>3''</b>  |
| 3 | Sala d'assaig.<br>Polígon a la Verneda.<br>Carrer de Jovellanos, 11. Sant Adrià del Besós. | 4 | Pla mig llarg d'en Pol i l'Aitor parlant, en Pol marxa.                        | L'Aitor i en Pol mantenen una breu conversa sobre l'últim concert al que van assistir, el dia anterior. En Pol diu adéu. | <b>10''</b> |
| 3 | Sala d'assaig.<br>Polígon a la Verneda.<br>Carrer de Jovellanos, 11. Sant                  | 5 | Pla sencer.<br>L'Aitor desmunta la seva bateria per endur-se-la. Plans detall. | L'Aitor ens explica com va conèixer a en Pol i com és la seva relació. Ens comenta que aquesta nit té concert amb        | <b>30''</b> |



|   |   |   |  |  |           |
|---|---|---|--|--|-----------|
|   | Adrià del Besós.  |   |  | Univers, i que s'ha d'emportar la bateria.   |           |
| 4 | Habitació de l'Aitor (Carrer Compte d'Urgell, 1. 1er 2na) | 1 | Diferents plans detall que ens indiquen que estem al barri de Sant Antoni.<br><br>Pla americà on podem veure a l'Aitor obrint el seu armari i ensenyant-nos la seva roba. Plans detalls de l'interior de l'habitació | L'Aitor ens explica quina roba es posarà al concert d'aquella nit.   | <b>2'</b> |
| 4 | Habitació de l'Aitor (Carrer Compte d'Urgell, 1. 1er 2na) | 2 | Pla mig de l'Aitor assegut davant de l'ordinador, al seu escriptori.   | Comença a parlar de la importància que té per ell la forma de vestir, i què es el que diu d'ell el seu 'look'. Ens explica quants diners es gasta en comprar roba, i la forma en la que normalment ho fa. (online o mitjançant | <b>3'</b> |

|   |   |   |  |  |             |
|---|---|---|--|--|-------------|
|   |   |   |  | <p>apps mòbils) Ens parla de la idea d'estètica i de la post-post-modernitat. Ens explica en què consisteix la seva feina, si té relació o no amb el que va estudiar i quina és la seva vocació. Ens parla del vídeo i de la fotografia.</p> |             |
| 5 | <p>Pel carrer. Baixant les Rambles.</p> | 1 | <p>Plans detall que ens mostren que ens trobem a les Rambles. Pla de seguiment de l'Aitor.</p> | <p>Ens explica que abans del concert vol anar a una exposició de fotografia que just acaba avui a la Virreina.</p>   | <b>45''</b> |
| 6 | <p>Dintre de la Virreina</p>            | 1 | <p>Plans detalls on apareixen les fotos de l'exposició</p>                                     | <p>Música. Jazz.</p>   | <b>30''</b> |
| 7 | <p>Dintre de la Virreina</p>            | 2 | <p>Pla mig de l'Aitor i en Miki.</p>   | <p>Parlen de la exposició que acaben de visitar junts, l'Aitor anima a</p>   | <b>1'</b>   |

|   |   |   |   |   |           |
|---|---|---|---|---|-----------|
|   |   |   |   | en Miki a anar al concert de Univers d'aquesta nit.   |           |
| 8 | Menjador de casa de Miki. (Carrer Provença 65, Entresol 2na.) | 1 | Pla llarg. En Miki ens mostra una col·lecció de fotografies esteses a sobre de la taula del menjador. Plans detalls de les fotografies. | Ens explica que aquestes fotos formen part del llibre de fotografia que està realitzant com a projecte de final de grau. Ens comenta que està al seu últim any dels seus estudis de fotografia.   | <b>2'</b> |
| 8 | Menjador de casa de Miki. (Carrer Provença 65, Entresol 2na.) | 2 | Primer pla llarg. En Miki assegut a una cadira del menjador.  | En Miki ens comença a parlar de com va entrar al món de la fotografia i del suport de la seva família, dels seus estudis, i dels seus projectes de futur. Ens parla de la importància del seu cercle social a la seva vida i a la seva feina, i de l'ambient gay a la ciutat. Ens parla de la relació amb la seva millor amiga, | <b>3'</b> |

|    |   |   |   |  |                |
|----|---|---|---|--|----------------|
|    |   |   |   | l'Ari, que també es dedica a la fotografia. De com s'influeixen.   |                |
| 9  | Carrer. Porta d'entrada de l'edifici on viu l'Ari. Carrer de Villarroel, 198. | 1 | Pla mig d'en Miki picant el timbre de l'Ari amb una ampolla de vi a la mà.                | So del timbre. Intèrfon. L'Ari contesta i obre la porta.   | <b>8''</b>     |
| 10 | Menjador de casa de l'Ari.  | 1 | Pla sencer d'en Miki i l'Ari al menjador.   | L'Ari i en Miki parlen sobre el concert d'aquest vespre, al que assistiran.  | <b>1' 30''</b> |
| 11 | Habitació de l'Ari  | 2 | Pla mig. L'Ari ens mira al mirall i ens parla. Agafa el mòbil i es fa una <i>selfie</i> . | L'Ari es explica la seva forma d'utilitzar les xarxes socials, que signifiquen per ella i la intencionalitat amb la que ho fa. Sobretot amb l'Instagram. | <b>3'</b>      |
| 12 | Bar Calders (Carrer Parlament   | 1 | Plans detall que ens mostren que  | So ambient, del carrer, xivarri de la terrassa del bar.  | <b>10''</b>    |

|    |                                   |   |   |  |           |
|----|-----------------------------------|---|---|--|-----------|
|    | 25)                               |   | <p>estem al carrer Parlament.</p> <p>Pla general.<br/>L'Andrea està asseguda esperant en Miki i l'Ari. Mira el mòbil. En Miki i l'Ari apareixen, la saluden i seuen amb ella.</p> |  |           |
| 12 | Bar Calders (Carrer Parlament 25) | 2 | Primer pla llarg de l'Andrea.   | <p>L'Andrea ens explica que l'endemà marxa a Berlín, durant aquest any ha estat vivint intermitentment entre Berlín i Barcelona, però aquest cop sembla que es quedarà més temps. En aquesta ocasió no té bitllet de tornada. Ens parla de que sempre ha tingut inquietud per viatjar i que mai s'ha pogut establir a un lloc.</p> | <b>3'</b> |

|    |  |   |   |   |            |
|----|--|---|---|---|------------|
|    |  |   |   | <p>Ens explica en què consisteix la seva feina a la revista <i>Metal</i> i com pot adaptar-la a estar vivint a diferents ciutats. També ens explica el motiu principal per tornar a marxar: la seva parella Dylan viu actualment a Berlín, fins ara han estat mantenint una relació a distància a través de les xarxes socials, on també es van conèixer.</p> |            |
| 13 | Interior de la Sala Apolo. Carrer Nou de la Rambla, 113. | 1 | Pla general de la sala.   | So ambient  | <b>4''</b> |
| 13 | Interior de la Sala Apolo. Carrer Nou de la Rambla, 113. | 2 | Pla mig on veiem en Miki i l'Ari fent-se un <i>selfie</i> davant de l'escenari. | So ambient  | <b>5''</b> |
| 13 | Interior de la   | 3 | Pla mig on  | So ambient  | <b>5''</b> |

|    |   |   |   |  |            |
|----|---|---|---|--|------------|
|    | Sala Apolo.<br>Carrer Nou<br>de la<br>Rambla,<br>113.                   |   | veiem a<br>l'Andrea mirant<br>el mòbil entre<br>el públic.                                      |  |            |
| 13 | Interior de la<br>Sala Apolo.<br>Carrer Nou<br>de la<br>Rambla,<br>113. | 4 | Pla mig d'en<br>Pol segur a la<br>barra mirant<br>cap a<br>l'escenari.                          | So ambient   | <b>5''</b> |
| 13 | Interior de la<br>Sala Apolo.<br>Carrer Nou<br>de la<br>Rambla,<br>113. | 5 | Pla sencer de<br>l'Aitor segut a<br>la bateria dalt<br>de l'escenari.<br>Comença el<br>concert. | So ambient.<br>Redobla la bateria.<br>Comença el<br>concert. | <b>5''</b> |

### 3.6. Localitzacions

La feina de decidir quins són els espais on volem gravar i veure'n les condicions va lligada a la de documentació. L'anàlisi de les rutines quotidianes dels personatges ens ha fet veure quines són les ubicacions que hem de tenir presents. El nostre objectiu és que cada localització sigui representativa per poder ajudar a retratar les personalitats dels nostres protagonistes. Diferenciem 3 tipus de localitzacions diferents: localitzacions actives- on es desenvolupa l'acció; localitzacions inactives- on es fan les entrevistes amb els personatges- i localitzacions contextuais- presentació dels espais sense un avenç argumental.

## Llistat de localitzacions:

**Sala Sidecar** (Plaça Reial nº 7): Una de les principals sales de concerts de la ciutat, cada cap de setmana es plena de joves que venen a veure música en directe, per aquest motiu, decidim utilitzar aquesta localització, ja que ens és molt fàcil trobar millenials en comportaments que ens interessa per al documental. Ens serveix de presentació del primer personatge -Pol-, que toca juntament amb el seu grup, Mujeres. Per aquesta localització s'hauria de demanar un permís de rodatge a la Sala.

**Casa d'en Pol Rodellar** (Carrer Eusebi Planes 1-3 Entl. 1a. Barcelona): Una casa és el reflex del seu propietari. En el cas d'en Pol, no podria ser més encertat. La casa d'en Pol no és molt gran; consta de un menjador-habitació replet d'estants plens de música i *fanzines*, un equip de so amb altaveus, un sofà i el llit on el propi Pol hi dorm. Literalment, dorm envoltat de música. També hi ha l'habitació de la Cloe, la cuina i un bany.

**Sala d'assaig Banda Sonora Polígon La Verneda** (Carrer Jovellanos nº 11 Sant Adrià del Besòs): Banda Sonora és un edifici que acull sales d'assaig de tot tipus de grup. Es tracta d'una localització que serveix com a punt de connexió entre dos dels nostres personatges: En Pol i l'Aitor. La sala d'assaig és petita, d'uns 15 metres quadrats, tot i que sembla molt més petita, ja que està atapeïda d'instruments i de material sonor.

**Casa Aitor Bigas** (Carrer Compte d'Urgell nº 1, 1r 2a): L'habitació de l'Aitor diu molt d'ell, endreçada, plena de música i amb moltes fotografies. És important, a més, perquè ens interessava que aquest personatge ens mostrés el seu armari i també el seu lloc de treball -l'ordinador-, que és on habitualment fa les compres. L'habitació és àmplia, té un llit doble, un armari -doble també, on hi guarda tota la seva col·lecció de roba-, un lloc on deixar les sabates, i un escriptori amb un ordinador de taula, a més d'un petit balcó que dona molta llum a l'estància.

**Les Rambles:** Es tracta d'una localització secundària, simplement és el teló de fons que acompanya al nostre personatge -Aitor- en el tram final del seu camí cap a la Virreina. Per gravar al carrer, col·locant trípod s'ha de demanar un permís a l'Ajuntament.

**La Virreina.** Les Rambles, 99: Aquesta localització juga un paper important com a nexa d'unió entre Aitor i Miki. Els uneix la fotografia i l'exposició que els dos van a veure. Demanar un permís a la Virreina.



**Casa Miki Hernández** (Carrer Provença 65, Entl. 2a): A casa d'en Miki tenim la oportunitat de veure el seu treball fotogràfic, per això es tracta d'una localització rellevant. A més, les parets repletes de fotografies, quadres i art ja revelen com és el nostre personatge.

**Casa Ariana Toscano** (Carrer Villarroel, 198): De casa de l'Ari, és molt important haver aconseguit tenir una imatge a la seva habitació, mirant-se al mirall. La intimitat que li proporciona casa seva fa que el personatge actui amb molta naturalesa, tal i com ho faria si no hi fos una càmera al davant.

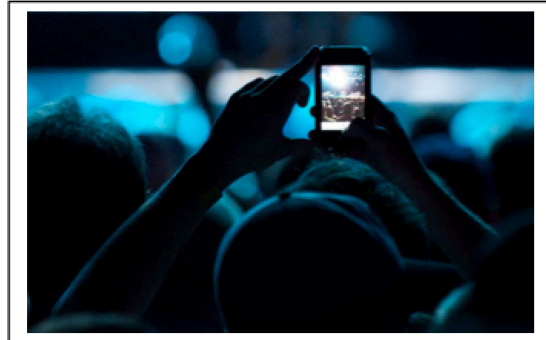
**Bar Calders** (Carrer Parlament, nº 25): Sant Antoni és, actualment, un barri molt de moda, on s'acumulen bona part dels joves artistes i de la cultura underground de la ciutat. Els seus espais i locals, doncs, acompanyen a aquesta realitat. El Calders és un bar on molts dels personatges acudeixen assíduament; a fer un vermut, unes copes o menjar. A més, estèticament ens semblava adequat, i el fet de tenir una terrassa relativament tranquil·la ens proporcionava facilitats a l'hora de gravar. En aquest espai és on ubiquem al nostre últim personatge -Andrea-. Aquesta decisió, però, no ha estat a l'atzar; l'Andrea viu -temporalment- a casa dels seus pares un altre cop, i no consideràvem que aquest espai fos identificatiu de la seva personalitat, ja que, a més, ella no passa molt temps allà. Demanar un permís als amos del local.

**Sala Apolo** (Carrer Nou de la Rambla, 113): La Sala Apolo és el lloc de referència quan es parla d'oci i música underground a Barcelona. Es tracta d'un punt clau del documental, ja que és l'espai on tots els nostres personatges concorren a la mateixa escena. Cadascú per una banda, i amb uns hàbits, units sota el sostre de la sala i envoltats per la música del concert d'Univers. Demanar un permís per gravar a l'interior de la sala.

### 3.7. Storyboard



**Escena 1:** Pla general Sala Sidecar  
Font fotografia: plandegira.es



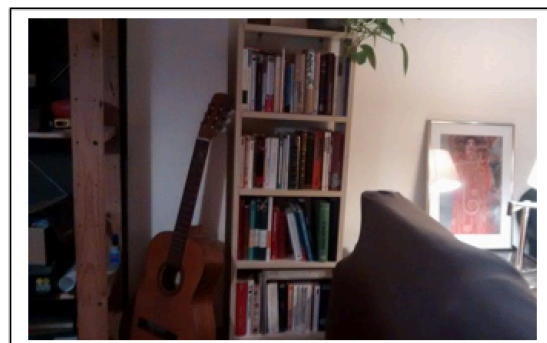
**Escena 1:** Figurants. Algú fa foto a l'escenari amb el mòbil. Font fotografia: nuipas.com



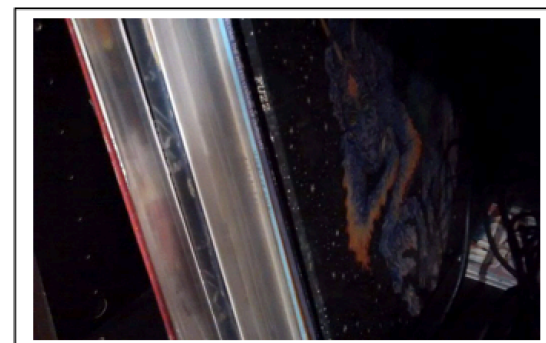
**Escena 1:** Figurants. Joves millennials entre el públic.



**Escena 1:** Pol Rodellar a l'escenari tocant amb Mujeres. Font: rtve.es



**Escena 2:** Plans generals del pis. Pla general del menjador de casa en Pol.



**Escena 2:** Plans detall del pis. Vinils del Pol



**Escena 2:** Primer pla llarg del Pol per fer l'entrevista



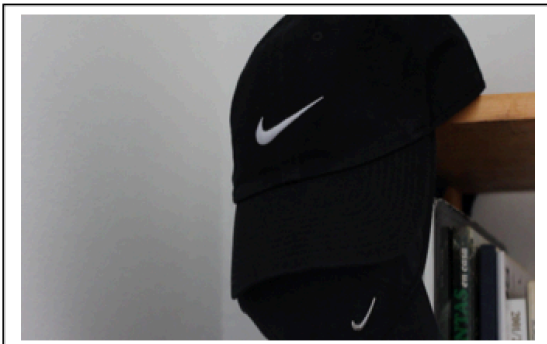
**Escena 3:** Pla general de l'exterior de l'edifici Banda Sonora



**Escena 4:** Pla general de la Sala d'assaig amb el grup Mujeres marxant



**Escena 4:** Pla mig d'en Pol assegut a davant la bateria per fer l'entrevista



**Escena 5:** Plans de l'habitació de l'Aitor i la seva roba



**Escena 5:** Primer pla llarg de l'Aitor per l'entrevista



**Escena 6:** L'Aitor baixa les Rambles



**Escena 6:** Plans de contextualització de les Rambles mentre Aitor parla



**Escena 6:** L'Aitor entra a la Virreina. Panoràmica de l'edifici de baix a dalt



**Escena 7:** Imatges de l'exposició de la Virreina



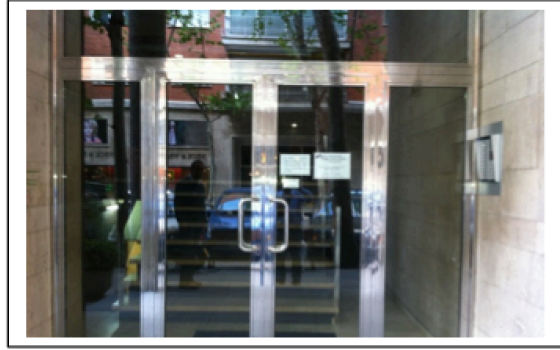
**Escena 8:** Pla de l'Aitor i el Miki comentant l'exposició a les escales de la Virreina



**Escena 9:** El Miki ens ensenya les seves fotografies. Plans detall i plans més generals



**Escena 9:** Primer pla llarg del Miki per l'entrevista.



**Escena 10:** Pla mig d'en Miki picant al timbre de l'Ari des del portal



**Escena 11:** Ari i Miki al menjador mantenen una conversa



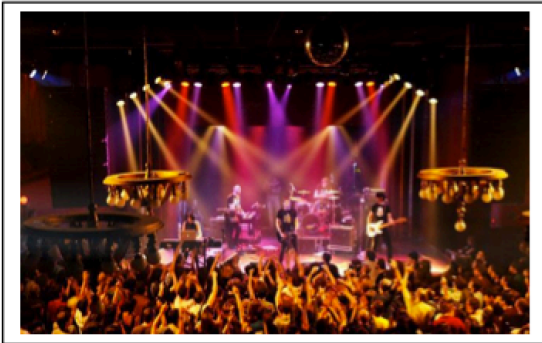
**Escena 12:** Pla mig del reflex de l'Ari al mirall de la seva habitació mentre fa l'entrevista



**Escena 13:** Plans bar Calders amb Ari, Miki i Andrea. Font foto: [barcelones.com](http://barcelones.com)



**Escena 13:** Pla mig llarg de l'Andrea asseguda a la Terrassa per fer l'entrevista



**Escena 14:** Interior de la Sala Apolo amb el grup Univers tocant. Font: [blog.only-apartments.es](http://blog.only-apartments.es)



**Escena 14:** Seguit de plans de cadascun dels nostres protagonistes dins la Sala Apolo



**Escena 14:** Pla del concert i de l'Aitor tocant el redobla de bateria final

### 3.8. Equip humà

En aquest apartat fem revisió de quina és la nostra situació actual pel que fa a les tasques que voldríem i podríem fer nosaltres i, posteriorment, revisem, etapa per etapa, quins serien els professionals que ens faria falta contractar per un projecte de l'envergadura del nostre.

#### *Equip de producció*

La tasca de guió ha estat compartida ja que l'hem treballat en equip mitjançant hores de reunions entre les dues en que posàvem en pràctica la nostra creativitat per desenvolupar la nostra idea de forma estructurada. Creiem que les tasques de producció i direcció

també haurien de ser compartides ja que en algunes situacions una de nosaltres tindrà les idees més clares dirigint i en altres aquesta mateixa persona no estarà tant inspirada en aquest sentit i s'haurà d'encarregar de temes més logístics i d'organització.

Com portem dient des del principi, no volem una gran producció sinó que preferim que el nostre film tingui algunes característiques *low cost* ja que d'aquesta manera ens serà més fàcil complir les expectatives quan estem buscant finançament.

Nosaltres no disposem del capital suficient per dur a terme el projecte sense ajuda econòmica externa, per tant, seria necessària la participació d'un productor executiu que fes aquest paper. És per aquest motiu que, dins d'aquest treball, ens plantejem les diferents productores a les que podríem presentar el nostre projecte (apartats finançament/ venda del producte).

#### *Equip de realització*

Si bé creiem convenient encarregar-nos nosaltres mateixes de les tasques de producció, pel que fa a la realització ens veiem menys capacitades d'ocupar-nos de tot si volem un documental professional.

El més òptim seria poder subcontractar un càmera. No descartem col·laborar amb algun estudiant de cinema que ens pogués oferir una feina de qualitat sense excedir-nos del pressupost. Hem decidit només fer servir una càmera per la gravació del documental ja que si se'n fan servir dues, la producció doble el seu cost. També seria necessari un il·luminador que s'encarregués de que poguéssim gravar en qualsevol espai.

Per últim necessitaríem un tècnic de so. El so és una tasca molt important, tot i que a vegades menyspreada, ja que diferencia un documental ben produït d'un *amateur*. Necessitaríem que aquest tècnic de so s'encarregués de comprovar el so en directe per cada escena ja que en un documental molts cops només tens una oportunitat per gravar una escena i si el so falla, l'escena està perduda.

Per últim, hauríem de contractar una persona que s'encarregués del maquillatge perquè no apareguessin reflexes amb els focus. Aquesta persona però, no ens acompanyaria durant totes les hores de rodatge sinó que només vindria a l'inici de cada jornada de gravació.

### *Equip de postproducció*

Pel que fa a aquesta etapa, necessitaríem un editor de vídeo que tingués els coneixements necessaris d'imatge per, no només muntar el vídeo amb ritme i cohesió, sinó també per retocar el color i les imatges i els efectes necessaris de postproducció. Nosaltres li exposaríem la nostra idea i el seguit de seqüències que volem però permetríem que es prengués les llicències d'estil que cregués necessàries perquè el documental tingués ritme i fos atractiu. Pel que fa a l'edició de so, se'n encarregaria el tècnic de so qui prèviament havia enregistrat el so en directe.

#### **Llistat de professionals:**

- Sara Valdés (guió/ producció/ direcció)
- Laura Carpena (guió/ producció/ direcció)
- 1 càmera
- Tècnic de so
- Il·luminador
- Maquillador
- Editor de vídeo

### **3.9. Equip tècnic**

Pel que fa als materials i programes informàtics que necessitaríem per dur a terme el nostre projecte hem calculat el que ens costaria el lloguer del material de rodatge durant una setmana- el temps calculat que ens ocuparia la gravació de totes les escenes. Per altra banda, també hem tingut en compte els programes informàtics d'edició que ens caldrien en el procés de post-producció. Per últim, també hem inclòs el lloguer del que seria el nostre mitjà de transport, tant del material com dels propis treballadors.

#### Llistat de materials:

- Videocàmera (amb bateries i targetes de memòria)
- Objectiu 24-70mm
- Objectiu 35mm
- Objectiu 70-200mm
- Trípod
- Micròfon de corbata



- Micròfon de canó
- Perxa
- Gravadora digital
- 2 auriculars
- Cable àudio XLR
- Torxa LED
- 4 focus LED
- Adobe Premiere
- Adobe Aftereffects
- Furgoneta

### 3.10. Pressupost

A continuació presentem un llistat dels materials mínims que necessitaríem per dur a terme el nostre documental, així com els salaris que calculem pels treballadors subcontractats i nosaltres.

|  | PRODUCTE   | PREU             |
|--|--|------------------|
| Material de rodatge tangible /<br>lloguer per una setmana (7 dies)<br><br>Avisual Pro (Maig 2016)<br><a href="http://www.avisualpro.es/">(http://www.avisualpro.es/)</a> |  |                  |
|  | Càmera Sony PXW-FS7 x<br>1<br><br>(Inclou 2 bateries + targeta<br>de memòria 64 GB +<br>motxilla de transport) | 560€ (80€/dia)   |
|  | Objectiu Sony Vario-<br>Tessar T* FE 24-70mm f/4<br>ZA OSS x 1   | 112€ (16€/dia)   |
|  | Objectiu Sony Sonnar T*<br>FE 35mm f/2.8 ZA x1   | 95€ (13,57€/dia) |
|  | Objectiu Sony FE 70-<br>200mm f/4 G OSS  | 112€ (16€/dia)   |

|                          |   |                   |
|--------------------------|---|-------------------|
|                          | Trípode Manfrotto 190X<br>MH804 - 3W x1               | 56€ (8€/dia)      |
|                          | Micròfon de corbata AKG-<br>C-417PP x1                | 56€ (8€/dia)      |
|                          | Micròfon de canó<br>unidireccional RODE NTG-<br>4+ x1 | 77€ (11€/dia)     |
|                          | Perxa de fibra de carboni<br>Rycote G5 x1             | 56€ (8€/dia)      |
|                          | Gravadora digital Tascam<br>DR-40 x1                  | 56€ (8€/dia)      |
|                          | Auriculars Sennheiser<br><br>HD 202 x1                | 16€ (2,29€/dia)   |
|                          | Cable Audio XLR (M) -<br>XLR (H) 5M x1                | 7€ (1€/dia)       |
|                          | Torxa LED bicolor<br>Fotodiox 312 DS                  | 56€ (8€/dia)      |
|                          | Kit 3 Focus LED 1000W<br><br>x1                       | 150€ (21,43€/dia) |
|                          | Focus Led 1000 con<br>Softbox x1                      | 98€ (14€/dia)     |
|                          | Subtotal brut   | 1.507€            |
|                          | IVA (21%)   | 316.47€           |
|                          | Assegurança (6%)                                      | 90,42€            |
|                          | Subtotal  | 1.913,89 €        |
| Programa edició / compra |   |                   |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | Adobe Premiere  | 737,85€                                     |
|  | Adobe After effects   | 737,85€                                     |
|  | Subtotal  | 1.475,70€                                   |
|  |   |   |
| Sous i dietes  | Sou per l'equip de rodatge / 1 setmana (42 hores/ setmana a 25€/ hora) per 3 treballadors (1 càmeres + 1 il·luminador + 1 tècnic de so) | 42 x 25€ = 1.050€<br><br>1050€ x 3 = 3.150€ |
|  | Sou maquilladora (6 hores/ setmana a 20€/ hora)   | 6x20 = 120€                                 |
|  | Dietes per tot l'equip de rodatge / 1 setmana (dinar a 12€ / àpat per 3 persones)   | 12€ x 7 = 84€<br><br>84€ x 3 = 252€         |
|  | Sou editor de vídeo (20 hores / 20€ per hora)   | 20€ x 20 = 400€                             |
|  | Sou edició de so (10 hores / 20€ per hora)  | 20€ x 10 = 200€                             |
|  | Subtotal  | 4.206€                                      |
|  |   |   |
| Transport / lloguer per una setmana<br><br>Sixt (Maig 2016) ( <a href="http://www.sixt.es">www.sixt.es</a> ) | Furgoneta Peugeot Expert  | 220,97 € (31,57€/dia)                       |
|  | Taxis pels personatges del documental (7 trajectes per un preu aproximant de 12€ cadascun)  | 7 x 12€ = 84 €                              |
|  | Subtotal  | 304,97€                                     |

|       |  |            |
|-------|--|------------|
| TOTAL |  | 7.900,56 € |
|-------|--|------------|

### 3. 11. Planificació, documentació i preproducció del teaser

| Data                | Fet   |
|---------------------|---|
| 12/1/15             | Tria dels personatges que protagonitzaran el nostre documental.   |
| 30/1/16             | Primer contacte amb el Pol Rodellar   |
| 31/1/16             | Trobada formal amb el Pol per explicar-li amb deteniment el projecte  |
| 15/02/16            | Trobada formal amb la resta de personatges per explica'ls-hi el projecte i per prendre un contacte personal amb cadascun. |
| 26/02/16 – 15/03/16 | Fase d'observació dels diferents espais per on es mouen els protagonistes.  |
| 17/03/16            | Entrevista amb en Pol Rodellar  |
| 24/03/16            | Entrevista amb l'Andrea Servert   |
| 14/04/16            | Entrevista amb l'Ari Toscano  |
| 28/04/16            | Entrevista amb en Miki Hernández  |
| 05/05/16            | Entrevista amb l'Aitor Bigas  |
| 07/05/16            | Entrevista amb l'Adrià Aldomà   |

#### Pla de rodatge

| Data | Fet |
|------|-----|
|------|-----|

|          |  |
|----------|--|
| 17/03/16 | Gravació de l'entrevista d'en Pol Rodellar                 |
| 24/03/16 | Gravació de l'entrevista i les imatges de l'Andrea Servert |
| 14/04/16 | Gravació de l'entrevista i les imatges de l'Ari Toscano    |
| 28/04/16 | Gravació de l'entrevista amb en Miki Hernández             |
| 05/05/16 | Gravació de l'entrevista i les imatges de l'Aitor Bigas    |
| 07/05/16 | Gravació de l'entrevista i les imatges de l'Adrià Aldomà   |

## 2.12. Calendari de treball

Per a la realització d'aquest Treball de Fi de Grau hem hagut de seguir un calendari estipulat que s'ha vist variat pels imprevistos que han anat sorgint al llarg del procés d'elaboració. Per dividir aquest calendari de manera ordenada i entenedora el volem presentar fragmentat per tasques. Marcant-ne les dates i la funció i les especificacions de cadascuna.

### REUNIONS AMB EL TUTOR:

| Data     | Trobada | Funció   |
|----------|---------|--|
| 14/12/15 | 1.      | Acabar concretant el tema escollit, d'entre els dos inicials, i marcar-ne les pautes a seguir al llarg del curs. |
| 21/12/15 | 2.      | Perfilar més la idea inicial, pluja d'idees amb el tutor, documentació.  |

|         |     |   |
|---------|-----|---|
| 25/1/16 | 3.  | Planificar properes tutories, pensar la intencionalitat del treball, treballar la documentació.   |
| 15/2/16 | 4.  | Seguiment del treball.  |
| 13/3/15 | 5.  | Seguiment del treball. Canvi en l'enfocament, ja no tractarem un tema psicològic, sinó sociològic |
| 4/4/16  | 6.  | Establir els personatges. Acabar l'estructura del treball.  |
| 13/5/16 | 7.  | Revisar les correccions que ens ha fet el tutor. Entregar el perfil dels personatges finalitzat.  |
| 23/5/16 | 8.  | Revisió de correccions.   |
| 26/5/16 | 9.  | Revisió de correccions  |
| 30/5/16 | 10. | Dubtes i revisió de correccions   |
| 1/6/16  | 11. | Última tutoria abans de l'entrega. Revisió general del treball.                                   |

### 3.13. Pla de finançament i de venda

#### Fons de finançament

Les fonts de finançament externes per dur a terme el projecte han estat nul·les: no hem necessitat recórrer a ningú per poder fer front a les despeses del projecte, que corren de la nostra butxaca.

Aquí veiem, però, quines seran les estratègies de finançament adequades per tal d'assolir un pressupost que ens permeti afrontar el projecte amb els recursos tan materials com immaterials.

**Subvenció de la Generalitat de Catalunya:** Una de les perspectives més optimistes a la que podríem aspirar per poder dur a terme un projecte de l'envergadura del nostre seria optar a una subvenció per part del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya. Si obtinguéssim els recursos d'aquesta subvenció, que ens podria ser atorgada, podríem tenir-ho molt més fàcil, ja que tindríem una llibertat ara mateix inimaginable per triar els recursos que creguéssim convenientes i per accedir a ells. Amb tota seguretat, comptar amb una subvenció d'aquestes dimensions faria que el resultat final del nostre projecte fos millor en termes de qualitat.

**Subvenció de l'Ajuntament de Barcelona:** Si bé és cert que les subvencions del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya serien les més desitjables de cara a fer possible el projecte, faríem bé de considerar les ajudes que ens puguin arribar des del propi Ajuntament de Barcelona. Malgrat que en els temps que corren els ajuntaments vagin molt justos, sovint disposen de partides per subvencions culturals. Unes partides que, també sovint, no troben destinataris. Aquesta podria ser una bona opció, si més no, per donar una petita empenta a la rendibilitat del documental.

· **Patrocini:** És una de les opcions que menys atrau a l'equip tècnic del projecte, però és una de les altres alternatives que hi ha sobre la taula per al finançament del nostre documental: permetre a algunes marques molt concretes de begudes, roba o locals, aparèixer al documental a canvi que ens ajudessin a finançar el projecte.

Dèiem que es tracta de l'opció que menys ens convenç perquè d'entrada ja implica donar lloc a agents externs dins del documental, i per tant, esbiaixar la planificació del rodatge, sigui amb més o amb menys intensitat.. Haver de contaminar el documental amb publicitat encoberta no ens sembla la manera més ètica de finançar-lo. La dificultat dels temps que corren, però, fa que no puguem estalviar en opcions.

· **Verkami:** Una de les fórmules més i millor vistes en els últims temps és la del finançament públic comú, la recollida de diners per Internet. Hauríem de plantejar-nos si és viable finançar el projecte per aquesta via: la majoria de projectes que es financen mitjançant Verkami incentiven la donació a canvi de donatius, sovint materials. Nosaltres, però, probablement no tinguem gaires armes per incentivar aquesta donació més enllà de l'explicació i la promesa d'un bon producte audiovisual.

De totes formes, si que ens sembla una opció més ètica que la del patrocini. El que sí que hauríem d'estudiar és si ens llancem a obrir un Verkami que pretengui aconseguir cobrir el finançament total del projecte (l'estipulat al quadre anterior on s'hi retallaven materials i preus) o si ens conformem amb cobrir-lo en part.

**Col·laboració de TV3:** Una possibilitat feta bona en diversos documentals i llargmetratges és la col·laboració de la Televisió Pública de Catalunya. Sovint no cal arribar a co-dirigir els films ni és possible rebre ajudes econòmiques, però la cessió de material (com càmeres o il·luminació) o de mà d'obra seria molt positiva pel nostre projecte. TVC, com a entitat promotora de la cultura catalana, hauria de veure amb bons ulls el nostre projecte i bolcar-s'hi en la mesura del possible. En cas que no se'ns pogués aportar capital econòmic en concepte de promoció cultural, l'assistència de professionals del sector seria una aportació que també veuríem amb molt bons ulls.

### **Venda del producte**

Un cop visionat en diferents ambients i amb l'expectativa posada en que haurà agradat suficient com per comercialitzar-lo, tocarà moure'l. Portant la mostra a diferents productores i a televisions del país, presentarem el projecte i deixarem clares les intencions de fer-ne un documental més llarg i amb més pressupost. De totes maneres, el finançament no serà fixa, en funció d'on anem, adaptarem les xifres.

L'ajuda que ens puguin alguna d'aquestes empreses anirà acompanyada pel coixí que suposarà tenir la plataforma Verkami com a font de finançament. A partir d'aquest portal de micra mecenatge volem superar uns mínims econòmics que suposin, aproximadament, un 25% del pressupost total. Amb el suport d'un conjunt de persones que ens financin podrem vendre millor el producte, al·legant que ja s'ha posat en marxa el procés de finançament i que la productora o la televisió no hauran de posar-se tot el pes a sobre.

| <b>Productores</b> |
|--------------------|
| Minifilms TV       |
| Paral·lel 40       |
| Inicia Films       |



|                          |
|--------------------------|
| Attika                   |
| 15-L                     |
| Inicia Films             |
| Bausan Films             |
| Alea                     |
| Doble Banda              |
| O Productora Audiovisual |

|                           |
|---------------------------|
| <b>Televisions</b>        |
| TV3                       |
| El Punt Avui<br>Televisió |

### 3.14. Pla de rodatge

#### Jornada nº 1

| Horari                     | Migdia  | Vespre   |
|----------------------------|---|--|
| <b>Nº Escena</b>           | 5   | 13   |
| <b>Llum</b>                | Dia   | Nit  |
| <b>Interior o exterior</b> | Interior  | Exterior   |
| <b>Localització</b>        | Casa Aitor Bigas. Carrer<br>Compte d'Urgell nº 1, 1r 2a   | Terrassa. Bar Calders:<br>Carrer Parlament, nº 25  |
| <b>Personatges</b>         | Aitor Bigas   | Miki Hernández, Ariana<br>Toscano, Andrea Servert.<br>Figurants  |
| <b>Material tècnic</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Càmera</li> <li>- Objectiu</li> <li>- Trípod</li> <li>- Kit 3 focus LED</li> <li>- Micròfon de canó</li> <li>- Perxa</li> <li>- Micròfon de corbata</li> <li>- Auriculars</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Càmera</li> <li>- Objectius</li> <li>- Trípod</li> <li>- Kit 3 focus LED + 1<br/>focus LED amb Softbox</li> <li>- Micròfon de canó</li> <li>- Perxa</li> <li>- Micròfon de corbata</li> <li>- Auriculars</li> </ul> |

Jornada nº 2

| Horari                     | Matí   | Migdia  | Tarda  |
|----------------------------|--|---|--|
| <b>Nº Escena</b>           | 6  | 8   | 7  |
| <b>Llum</b>                | Dia  | Dia   | Dia  |
| <b>Interior o exterior</b> | Exterior   | Interior  | Interior   |
| <b>Localització</b>        | Les Rambles  | La Virreina. Les Rambles, 99  | La Virreina. Les Rambles, 99                       |
| <b>Personatges</b>         | Aitor Bigas  | Aitor Bigas<br>Miki Hernández   | Figurants  |
| <b>Material tècnic</b>     | - Càmera<br>- Objectius<br>- Trípod<br>- Micròfon de canó<br>- Perxa<br>- Auriculars | - Càmera<br>- Objectius<br>- Trípod<br>- Micròfon de canó<br>- Perxa<br>- Torxa LED<br>- Auriculars | - Càmera<br>- Objectius<br>- Trípod<br>- Torxa LED |

Jornada nº 3

| Horari                     | Matí   | Tarda  |
|----------------------------|--|--|
| <b>Nº Escena</b>           | 2  | 9  |
| <b>Llum</b>                | Dia  | Dia  |
| <b>Interior o exterior</b> | Interior   | Interior   |
| <b>Localització</b>        | Casa d'en Pol Rodellar:<br>Carrer Eusebi Planes 1-3<br>Entl. 1a  | Casa Miki Hernández<br>Carrer Provença 65, Entl.<br>2a   |
| <b>Personatges</b>         | Pol Rodellar   | Miki Hernández   |
| <b>Material tècnic</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Càmera</li> <li>- Objectius</li> <li>- Trípod</li> <li>- Kit 3 focus LED + 1 focus LED amb Softbox</li> <li>- Micròfon de canó</li> <li>- Perxa</li> <li>- Micròfon de corbata</li> <li>- Auriculars</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Càmera</li> <li>- Objectius</li> <li>- Trípod</li> <li>- Kit 3 focus LED + 1 focus LED amb Softbox</li> <li>- Micròfon de canó</li> <li>- Perxa</li> <li>- Micròfon de corbata</li> <li>- Auriculars</li> </ul> |

Jornada nº 4

| Horari                     | Matí   | Matí/Migdia  | Migdia/Tarda  |
|----------------------------|--|--|---|
| <b>Nº Escena</b>           | 10   | 11   | 12  |
| <b>Llum</b>                | Dia  | Dia  | Dia   |
| <b>Interior o exterior</b> | Exterior   | Interior   | Interior  |
| <b>Localització</b>        | Portal Casa Ariana<br>Toscano. Carrer<br>Villarroel, 198   | Casa Ariana<br>Toscano. Menjador.<br>Carrer Villarroel,<br>198   | Casa Ariana<br>Toscano. Dormitori.<br>Carrer Villarroel,<br>198   |
| <b>Personatges</b>         | Miki Hernández;<br>Ariana Toscano  | Miki Hernández;<br>Ariana Toscano  | Ariana Toscano  |
| <b>Material tècnic</b>     | - Càmera<br><br>- Objectius<br><br>- Trípod<br><br>- Micròfon de canó<br><br>- Perxa<br><br>- Auriculars | - Càmera<br><br>- Objectius<br><br>- Trípod<br><br>Micròfon de canó<br><br>- Perxa<br><br>- Kit de focus LED<br><br>- Auriculars | - Càmera<br><br>- Objectius<br><br>- Trípod<br><br>- 1 focus LED amb<br>Softbox<br><br>- Micròfon de<br>corbata<br><br>- Auriculars |

Jornada nº 5

|                            |  |  |
|----------------------------|--|--|
| <b>Horari</b>              | Migdia/Tarda   | Tarda  |
| <b>Nº Escena</b>           | 3  | 4  |
| <b>Llum</b>                | Dia  | Dia  |
| <b>Interior o exterior</b> | Exterior   | Interior   |
| <b>Localització</b>        | Local d'assaig Banda Sonora Polígon La Verneda : Carrer Jovellanos nº 11 Sant Adrià del Besòs                                  | Sala. Local d'assaig Banda Sonora Polígon La Verneda : Carrer Jovellanos nº 11 Sant Adrià del Besòs  |
| <b>Personatges</b>         | Figurants  | Pol Rodellar i Aitor Bigas.<br>Grup Mujeres: Yago Alcover, Arnau Sanz, Martí Gallén  |
| <b>Material tècnic</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Càmera</li> <li>- Objectius</li> <li>- Trípod</li> <li>- Gravadora digital</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Càmera</li> <li>- Trípod</li> <li>- Objectius</li> <li>- Kit 3 focus LED + 1 focus LED amb Softbox</li> <li>- Micròfon de canó</li> <li>- Perxa</li> <li>- Micròfon de corbata</li> <li>- Auriculars</li> </ul> |

Jornada nº6

|                            |   |
|----------------------------|---|
| <b>Horari</b>              | Nit   |
| <b>Nº Escena</b>           | 14  |
| <b>Llum</b>                | Nit   |
| <b>Interior o exterior</b> | Interior  |
| <b>Localització</b>        | Sala Apolo: Carrer Nou de la Rambla,<br>113   |
| <b>Personatges</b>         | Miki Hernández, Pol Rodellar, Ariana<br>Toscano, Andrea Servert, Aitor Bigas.<br>Figurants  |
| <b>Material tècnic</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Càmera</li> <li>- Objectius</li> <li>- Trípode</li> <li>- 1 Torxa LED</li> <li>- Cable d'àudio XLR</li> <li>- Auriculars</li> <li>- Gravadora digital</li> </ul> |

**Jornada nº 7**

|                     |  |
|---------------------|--|
| Horari              | Nit  |
| Nº Escena           | 1  |
| Llum                | Nit  |
| Interior o exterior | Interior   |
| Localització        | Sala Sidecar: Plaça Reial nº 7   |
| Personatges         | Pol Rodellar amb el seu grup de música,<br>Mujeres: Yago Alcover, Arnau Sanz, Martí Gallén.<br><br>Figurants                               |
| Material tècnic     | - Càmera<br><br>- Objectius<br><br>- Trípod<br><br>- 1 Torxa LED<br><br>- Cable d'àudio XLR<br><br>- Auriculars<br><br>- Gravadora digital |



## **4. Conclusions**

El títol que dóna nom a aquest projecte és l'estendard que ens ha acompanyat durant el llarg treball de fons que ens ha suposat realitzar aquest treball els últims mesos. Intentar plasmar què és el que defineix una generació és molt difícil, però creiem que cada part que hem mostrat dels nostres personatges és una peça d'un trencaclosques que, un cop finalitzat, ens dóna una visió general del que seria el tarannà d'un sector d'aquesta generació, que vol ser sempre jove. Creiem que el que hem mostrat és conseqüent amb allò que intentem explicar i que no ens hem desviat del nostre objectiu. Disposar del temps necessari per fer una bona planificació de tasques i també una bona gestió dels temps, dels espais i dels recursos ha estat clau per la bona realització del projecte. Sense aquesta feina prèvia, res hauria estat possible. Estem satisfetes d'haver pogut realitzar un projecte que considerem que té unes qualitats especials, sobretot a l'hora de mostrar els personatges, que compten amb una espontaneïtat i naturalitat que, al final, és el que ha donat la màgia al projecte. A més, creiem que el fet d'agafar un tema tan tòpic i utilitzat com és la joventut, però presentar-lo d'una manera nova i fresca, aporta originalitat al treball. Hem aconseguit construir un discurs que retrata un sector de la societat a través de la diversitat d'uns quants personatges, que guarden relació entre si, sense renunciar a la nostra pròpia manera d'explicar-la, i per això ens sentim, per sobre de tot, realitzades. Finalment, cal esmentar que ha estat molt important la bona predisposició i el bon ambient que ens han transmès els nostres protagonistes en tots els moments dels processos. Ens han deixat endinsar-nos a la seva vida privada i també explicar la seva realitat, posant tot el que podien de la seva part i creant un compromís per fer que el resultat final fos el més sincer i natural possible.

## 5. Bibliografia

### VICE (documentals socials):

VICE, *Rule Britannia* Chapt: *Young Reoffenders - Full Length*. Disponible a:

[http://www.vice.com/en\\_uk/video/young-reoffenders-full-length-311](http://www.vice.com/en_uk/video/young-reoffenders-full-length-311)

VICE, *BIG NIGHT OUT*, *Youth culture, distilled then drunk*. Serie de documents disponibles a:

[http://www.vice.com/en\\_uk/series/big-night-out](http://www.vice.com/en_uk/series/big-night-out)

VICE, *Digital Industries: Digital love industry*. Disponible a:

[http://www.vice.com/en\\_uk/video/love-industries-digital-sex-669](http://www.vice.com/en_uk/video/love-industries-digital-sex-669)

VICE: *The Struggles of LGBT People in One of Europe's Most Homophobic Countries*.

Disponible a:

[http://www.vice.com/en\\_uk/video/the-growing-lgbt-movement-in-one-of-europes-most-homophobic-countries](http://www.vice.com/en_uk/video/the-growing-lgbt-movement-in-one-of-europes-most-homophobic-countries)

VICE: *Spice Boys*. Disponible a:

[http://www.vice.com/en\\_uk/video/spice-boys](http://www.vice.com/en_uk/video/spice-boys)

VICE: *Young and gay in Putin's Russia*. Disponible a:

[http://www.vice.com/en\\_uk/video/young-and-gay-in-putins-russia-full-length](http://www.vice.com/en_uk/video/young-and-gay-in-putins-russia-full-length)

### Apartats teòrics (psicologia, sociologia, articles):

Harry Cheadle, "Así de negro será el futuro laboral de los *millenials*" Vice US (en línia). 30 Març. 2016. Disponible a:

[http://www.vice.com/es/read/millenials-futuro-trabajo-3003?utm\\_source=vicefbes](http://www.vice.com/es/read/millenials-futuro-trabajo-3003?utm_source=vicefbes)

(Consulta 31-5-16)

Kiley, Dan. *The Peter Pan Syndrome: Men Who Have Never Grown up*. 1996

Polaino Lorente, Aquilino. *Síndrome de Peter Pan: Los hijos que no se marchan de casa*. España: Desclee de Brouwer, 1999. ISBN 9788433014320

Polaino Lorente, Aquilino. *El complejo de Peter Pan y el problema del infantilismo* (en línea). España: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, 1999. Disponible a: <[http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/6030/1/73\\_6.pdf](http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/6030/1/73_6.pdf)> (Consulta: 4 de gener de 2016)

Martin, Clive. "This Sad British Generation Doesn't Know When the Party Stops". *Vice UK* (en línea). 27 Nov. 2014. Disponible a: <[http://www.vice.com/en\\_uk/read/when-does-the-party-stop](http://www.vice.com/en_uk/read/when-does-the-party-stop)> (Consulta: 22 de desembre 2015)

D.K. "End of the baby boom". *The Economist* (en línea). 16 Jul. 2014. Disponible a: <<http://www.economist.com/blogs/blighty/2014/07/britains-birth-rate>> (Consulta: 15 de desembre 2015)

Health. "Mid-life crisis begins in mid-30s, Relate survey says". *BBC News* (en línea). 29 Set. 2010. Disponible a: <<http://www.bbc.com/news/health-11429993>> (Consulta: 22 de desembre 2015)

Marty Nemko. "The Peter Pan Syndrome. Why Smart People Fail?". *Marty Nemko* (blog). Maig 2011. Disponible a: <<http://martynemko.blogspot.com.es/2011/05/peter-pan-syndrome-why-smart-people.html>> (Consulta: 10 de novembre 2015)

University of Granada. "Overprotecting Parents Can Lead Children To Develop 'Peter Pan Syndrome'." *ScienceDaily*. ScienceDaily, 3 Maig 2007. Disponible a: <[www.sciencedaily.com/releases/2007/05/070501112023.htm](http://www.sciencedaily.com/releases/2007/05/070501112023.htm)> (Consulta 9 de febrer 2016)

Houghton, Kristen. "Peter Pan Syndrome". *Huffington Post* (blog). 11 Oct, 2014. Disponible a: <[http://www.huffingtonpost.com/kristen-houghton/the-peter-pan-syndrome\\_b\\_6127308.html](http://www.huffingtonpost.com/kristen-houghton/the-peter-pan-syndrome_b_6127308.html)> (Consulta: 10 de novembre 2015)

"FOBO, el nuevo síndrome que atenaza a los adolescentes de todo el mundo". *Puro Marketing*. 2015. Disponible a: <<http://www.puromarketing.com/12/23609/fobo-nuevo-sindrom-atenaza-adolescentes-todo-mundo.html>> (Consulta: 23 de gener 2016)

Arellano, Gabriela. "Retrato de una generación: los Milenarios". *100 grados celsius. El punto de ebullición de las noticias* (blog). 27 maig. 2015. Disponible a:

<<http://100gradoscelsius.blogspot.com.es/2015/05/retrato-de-una-generacion-los-milenarios.html>> (Consulta el: 3 de febrer 2016)

Heimans, Jeremy; Timms, Henry. "Understanding New Power". *Harvard Business Review*. Dec. 2014. Disponible a: <<https://hbr.org/2014/12/understanding-new-power>> (Consulta el: 28 de desembre 2015)

"Millenials in Adulthood". *Pew Research Center*. Mar. 2014. Disponible a: <<http://www.pewsocialtrends.org/2014/03/07/millennials-in-adulthood/>> (Consulta el: 28 de desembre 2015)

Lusk, Brittani. "Study finds kids take longer to reach adulthood". *Daily Herald*. Dec. 2007. Disponible a: <<http://www.pewsocialtrends.org/2014/03/07/millennials-in-adulthood/>> (Consulta el: 3 de gener 2016)

VICE Staff: "Qué piensan los jóvenes del mundo sobre el dinero, el trabajo precario y el futuro". VICE. 17 Març 2016. Disponible a:

[http://www.vice.com/es/read/jovenes-futuro-precariedad-1703?utm\\_source=vicefbes](http://www.vice.com/es/read/jovenes-futuro-precariedad-1703?utm_source=vicefbes)  
(Consulta 18 Març 2016)

Vice UK "Generatiun fucked update". Llista d'articles. Febrer-Maig 2016. Disponible a:

[https://www.vice.com/en\\_uk/series/generation-fucked-update](https://www.vice.com/en_uk/series/generation-fucked-update) (Consulta 20-5-16)

The Guardian: "Generation Y: a guide to a much maligned demographic" Marzo 2016. Disponible a :

<http://www.theguardian.com/world/2016/mar/07/millennials-generation-y-guide-to-much-maligned-demographic> (Consulta 15-5-16)

Forbes "6 rasgos clave sobre los millenials" 22 Des 2014. Disponible a:

<http://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/>  
(Consulta 31-5-16)

**Apartats tècnics (teoria i pràctica del documental):**

Mosangini, Giorgio. *Documentales para la transformación. Guía para la elaboración de documentales sociales participativos*. España: Acsur, 2010. Disponible a: <http://www.psicosocial.net/grupo-accion-comunitaria/centro-de-documentacion-gac/trabajo-psicosocial-y-comunitario/herramientas-investigacion-accion-participante/715-documentales-para-la-transformacion-guia-para-la-elaboracion-de-documentales-sociales/file> > (Consulta 31-5-16)

Barroso Garcia, Jaime. *Realización de documentales y reportajes*. Síntesis, 2009.

Gomez Segarra, Manuel. *Quiero hacer un documental*. Rialp, 2008.

Lindenmuth, Kevin J. *Como hacer documentales*. Acanto, 2011.

Barnouw, Erik. *El documental: historia y estilo*. Gedisa, 2009.

Frances, Miquel. *La producción de documentales en la era digital: modalidades historia y multidifusión*. Catedra, 2012

Bill Nichols. *Introduction to Documentary*. Indiana University Press, 2010.

### **Estudis:**

William Strauss, Neil Howe (2000). [Millennials Rising: The Next Great Generation](#). p. 370. ISBN 0-375-70719-0. (Consulta 18 Març 2016)

University of Southern California and the London Business School (2013). ["PwC's NextGen: A global generational study"](#) (Consulta 18 Març 2016)

Stein, Joel (20 May 2013). ["The Me Me Me Generation"](#). *Time*. p. 30. (Consulta 18 Març 2016)

Shaputis Kathleen. *El síndrome del nido lleno: Sobreviviendo el retorno de los hijos adultos*. 2004. (Consulta 18 Març 2016)