

ANNEX 4

Briefing per a la producció de continguts audiovisuals

L'objectiu d'aquest document és oferir tota la informació rellevant per a poder dur a terme la producció de continguts audiovisuals que es mostraran a l'estand de Barcelona durant Fitur 2025.

Introducció i objectius del projecte

- **Context**

L'objectiu de l'estand del pròxim any és mostrar al món "l'experiència Barcelona" d'una manera única i immersiva. La proposta creativa guanyadora s'enfoca a presentar la ciutat a través dels ulls i les veus dels seus propis habitants. Grans pantalles oferiran una perspectiva renovada i autèntica de Barcelona, allunyant-se dels estereotips habituals, mentre que diversos dispositius de so reproduiran històries i relats de la gent que viu a la ciutat.

- **Enfocament estratègic**

Aquest espai, més que un estand comercial, es presenta com una experiència que transcendeix la comunicació turística, proposant una nova manera d'explicar Barcelona que reflecteix el seu caràcter i identitat a través de l'arquitectura, el disseny de l'espai, l'experiència i, per descomptat, la producció audiovisual.

Aquesta proposta passa per qüestionar els formats, missatges i imaginari visual que se sol utilitzar en aquesta mena d'esdeveniments, i planteja una proposta que posa en valor la identitat pròpia del territori, des d'una perspectiva contemporània que busca connectar emocionalment amb els visitants.

- **Objectius**

L'objectiu d'aquestes peces audiovisuals és transmetre aquesta nova mirada sobre la ciutat. Crear un mosaic divers d'escenes que defineixi la identitat de Barcelona, la seva cultura i el seu caràcter. Una nova imatge de Barcelona que va més enllà de la imatge icònica que tothom reconeix, desplaçant l'enfocament tradicional i apel·lant emocionalment no sols a allò més material (la Sagrada Família, la platja...) o allò més ocasional (esdeveniments, esports...), sinó a una cosa més intrínseca, emocional, transformador, intangible, durador (la quotidianitat, la creativitat, el sentir-se acollit...).

Es tracta de crear una sèrie de peces que mostrin una ciutat més atractiva per als qui arribin cercant aquestes coses pròpies, senzilles i extraordinàries, que cada vegada es veuen menys a causa de la globalització o el turisme massiu.

- **L'estand:**

L'estand funciona com una peça integral, un relat que es desenvolupa a través de tres experiències o moments:

- 1. L'exterior:**

L'espai exterior fuig d'una estètica cridanera i evident, apostant per una càrrega simbòlica forta i subtil. El disseny emfatitza la dualitat entre allò superficial i allò profund, allò intern i allò extern, evitant els clixés. La façana, blanca i senzilla, elegant i minimalista, disposa de diversos accessos que conviden a l'exploració.

- 2. Les pantalles:**

La visita a l'estand hauria de convertir-se en una visita a Barcelona, però a través d'un imaginari visual inèdit en aquest tipus d'esdeveniments. Les parets de l'interior del stand estaran equipades amb 6 pantalles verticals de gran format (1,25 x 2,2m) que crearan una experiència immersiva. A través d'aquestes pantalles, presentarem una visió de Barcelona actualitzada, més pròpia, més quotidiana i real.

- 3. Els àudios del relat coral:**

Una instal·lació sonora amb 20 dispositius col·locats a la sala, a través dels quals serà possible escoltar petites píndoles d'àudio amb experiències, memòries i pensaments sobre Barcelona de la gent que la viu. Històries i reflexions que busquen retrobar la identitat de la ciutat, donant veu a ciutadans anònims.

Briefing per a la producció dels vídeos que es mostraran en les 6 pantalles

1. To i estil

- **To**

Les peces de contingut audiovisual han de mantenir un to:

- Humà

Presentar Barcelona com una ciutat humana, un lloc habitable, definit per la seva escala, el seu ritme i la seva gent. No es tracta d'explicar què és Barcelona sinó com es viu. Destacar les experiències reals i la vida quotidiana dels seus habitants per sobre dels estereotips turístics.

- Autèntic

Mostrar una ciutat rica en cultura local, tradicions i vivències genuïnes, on cada racó explica una història única. Ressaltar l'ADN de la ciutat i com la

seva vida quotidiana es fusiona amb el patrimoni cultural ric i dinàmic.

- Inspirador
Des de la seva arquitectura i disseny, fins a l'artesania, les festes, les associacions i els col·lectius, la cultura i la innovació tecnològica, Barcelona ofereix, als seus habitants i visitants una varietat de propostes genuïnes i autèntiques. Un marc on conviuen de manera natural la història i la cultura local amb el futur i la innovació global.

- **Estil fotogràfic i audiovisual**

S'ha d'aconseguir un estil el més autèntic possible, un enfocament minimalista, net i rigorosament curat que mantingui les següents característiques:

- Estètica neta i ordenada:
Imatges i composicions que busquin la simplicitat i l'equilibri. Evitant l'excés d'elements en pantalla i centrant-se en la qualitat sobre la quantitat. Enquadraments que ressaltin detalls de manera subtil.
- Ús de llum natural:
Es busca una il·luminació suau i natural (sempre que sigui possible), evitant l'ús de llums artificials dures, per a aconseguir una atmosfera acollidora i realista. Afavorir la claredat i la nitidesa sense recórrer a efectes dramàtics o innecessaris.
- Tons neutres i colors sobris:
Una paleta de colors moderada i sòbria. Quan s'utilitzin colors més vius, han de ser seleccionats acuradament per a crear un contrast que atregui l'atenció sense ser aclaparador.
- Fotografia documental i de reportatge:
Es busca capturar moments quotidians o escenes de la vida urbana i el paisatge, mantenint un enfocament realista i autèntic. Un estil editorial que sembla gairebé espontani, però està molt pensat.
- Detalls acuradament seleccionats:
Cal posar molt d'èmfasi en els detalls, com el disseny d'interiors, la moda, l'arquitectura i els productes, presentats de manera que ressalten la seva qualitat i disseny.
- Ritme i edició tranquil·la:
Es busca un ritme pausat, permetent a l'espectador absorbir la informació i els detalls visuals. L'edició ha d'evitar els talls ràpids o els efectes de transició cridaners, optant per transicions suaus i un flux narratiu que se senti natural i relaxat.

Ref. Monocle magazine

[Ref. Vídeo exemple d'estil de punt de sortida](#)

2. Especificacions tècniques

- **Durada dels vídeos:**
Cada píndola ha de durar 2 minuts
- **Format:**
Els vídeos es mostraran en 6 pantalles LED de 1,25 x 2,2m per tant tindran un format vertical de 9.16
Els vídeos hauran de presentar-se en 1080p
- **Àudio:**
Cada peça ha d'anar acompanyada d'una banda d'àudio que, sense tenir massa presència, ajudi a traslladar-nos a aquest lloc (per exemple, si veiem la mar, s'escolten les ones, o l'aire entre les vinyes, o el trànsit i la gent pels carrers...).
- **Idiomes i subtítols:**
La llengua utilitzada per als missatges dels materials gràfics i/o audiovisuals, i per tot allò que es produeixi per a FITUR, serà el castellà (adaptable al català i anglès).
- **Fotografia:**
Serà necessari recopilar també 8 imatges per cada temàtica.
- **Coordinació:**
Aquestes pantalles tindran diferents estats:
 - Cadascuna mostra un contingut diferent seguint diferents categories com ara:
 - Arquitectura
 - Cultura
 - ...
 - Les 6 pantalles mostren un mateix contingut dividit en pantalles:
 - La Barcelona del dia a dia
 - Barcelona més enllà de la ciutat.
 - ...
 - Les 6 pantalles es sincronitzen per a mostrar un contingut panoràmic:
 - La costa de Barcelona
 - Les vinyes del Penedès
 - ...

3. Contingut i temàtiques

- **5 temes de ciutat**
Com per exemple
 - Arquitectura
 - Cultura - 50^o aniversari Fundació Joan Miró
 - Gastronomia (mercats, pesca...)

- Innovació
- **5 temes de territori/provincia**
Com per exemple
 - Mil·lenari Montserrat
 - Costes de Barcelona
 - Enoturisme
- **1 vídeo genèric amb material ja existent**
 - Vídeo genèric Turisme + Diputació de Barcelona
- **6 vídeos panoràmics**
 - 6 peces horitzontals de 30" de durada que funcionin com una única peça immersiva. En combinar les 6 pantalles obtenim un format gairebé panoràmic de 54:16. *Pendent de confirmar que temàtiques ens agradaria explorar en aquest format: la mar, les vinyes, vistes panoràmiques de la ciutat...
- **2 vídeos d'acompanyament per a la dinàmica de públic general**
 - Durant el cap de setmana se celebraran dos moments de dinàmica/celebració amb el públic. S'hauran de crear dues peces audiovisuals que recopilin visuals d'aquests moments tradicionals de Barcelona. Podrien muntar-se fins i tot amb imatges d'arxiu, imatges antigues, etc.

4. Planificació i cronograma

Hi ha 9-10 setmanes per a crear tot el material, revisions i postproducció, que haurien de repartir-se de la manera següent.

- **Fase 1: Preproducció**
 - Planificació de continguts
 - Localitzacions
 - Gestió de permisos i drets
 - Revisió amb client
- **Fase 2 i 3: Gravació bloc 1 (6 píndoles)**
 - Gravació de les primeres 6 píndoles
 - Revisió amb client del material gravat
- **Fase 4: Edició bloc 1**
 - Edició de les primeres 6 píndoles
 - Revisió i ajustos
- **Fase 5 i 6: Gravació bloc 2 (6 píndoles)**
 - Gravació de les primeres 6 píndoles
 - Revisió amb client del material gravat

- **Fase 7: Edició bloc 2**
 - Edició de les primeres 6 píndoles
 - Revisió i ajustos

- **Fase 8: Revisió final**
 - Revisió integral de totes les píndoles per a assegurar consistència en l'estil, qualitat i missatge
 - Edició de les variants
 - Correcció de color i so

- **Fase 9: Contingència**
 - Utilitzar aquests dies com a marge per a qualsevol eventualitat

5. Recursos i logística

- **Material d'arxiu:**
L'oficina de Turisme podrà oferir molt de material que caldrà valorar i considerar, però tenint en compte el format vertical de les pantalles, potser serà necessari plantejar el rodatge de nou material en les diferents localitzacions.

- **Drets i propietat intel·lectual:**
S'han de gestionar i cedir els drets de tot aquest contingut no sols per a Fitur, sinó per a possibles futurs esdeveniments o necessitats.

Briefing per a la producció d'àudios del relat coral

- **La instal·lació**
En el centre de l'estand disposarem una instal·lació sonora que convida als visitants a descobrir un nou relat de Barcelona a través de les veus dels seus habitants.

Aquest relat coral s'escolta mitjançant una instal·lació d'auriculars col·locada a la sala, a través dels quals serà possible escoltar petites píndoles d'àudio amb experiències, memòries i pensaments sobre Barcelona de la gent que la viu.

- **Detalls de producció:**
 1. **Nombre de Peces d'àudio:** 20 (mínim)
 2. **Durada per peça:** 2 minuts máx
 3. **Format:** Alta qualitat, estèreo, format WAV o MP3
 4. **Llenguatge:** Castellà i català.

5. **Contingut:** Les històries han de respondre a algunes de les següents preguntes (la idea és recopilar diferents pensaments i després editar els més interessants):
- Què creus que fa única Barcelona?
 - Com descriuries la seva identitat i la seva cultura?
 - Què et fa sentir orgull de la ciutat?
 - Com ha canviat la ciutat des que la coneixes?
 - Quin lloc o racó de Barcelona té un significat especial per a tu i per què?
 - Què t'agradaria que la gent sabés sobre Barcelona que potser no saben?
6. **To:** Ha de ser relaxat, divertit, que no sigui avorrit.

● **Requisits tècnics:**

- Les gravacions han de realitzar-se en un entorn amb bona acústica per a garantir la claredat de l'àudio.
- S'ha de prestar especial atenció a la qualitat de la veu i l'eliminació de sorolls de fons. Però serà interessant donar context a les peces, si parlem amb algú que treballa en el mercat, podem escoltar el principi l'enrenou del mercat, o si parlem amb un pescador, el so de la mar i de l'ambient a la Barceloneta.
- L'edició ha d'incloure l'eliminació de pauses innecessàries, però mantenir la naturalitat de la conversa.

● **Lliurables:**

- 20 arxius d'àudio finalitzats en format *WAV o MP3.
- Una breu descripció escrita de cada participant (nom, edat, professió, barri...) i el contingut del seu relat.

● **Pressupost:** Proveir un desglossament de costos per a:

- Gravació en diferents ubicacions de Barcelona
- Honoraris per als participants
- Edició i postproducció dels àudios
- Revisió final i lliurament de materials