

UNA PRODUCCIÓ DE



GENT DE CARRER

ALLÒ QUE T'INTERESSA, ON T'INTERESSA

© 2018 LA BOMBILLA MEDIA



CONTINGUTS

LA NOSTRA COMPANYIA	3
GENT DE CARRER	4
EQUIP	5
ESTRUCTURA PER CAPÍTOL	6
TEMÀTIQUES	8
PROJECCIÓ NACIONAL/INTERNACIONAL	9
EL FUTUR DE L'AUDIOVISUAL A SANT BOI	9
ESTRATÈGIA TRANSMÈDIA	10
ANÀLISI D'AUDIÈNCIA TRANSMÈDIA	12
ESTÈTICA	13
CRÈDITS	14



Co-productors de la websèrie "EL VIAJE DE NUESTRAS VIDAS", amb un total de 88.000 visualitzacions i més de 3.500 subscriptors fidels.

LA NOSTRA COMPANYIA

LA BOMBILLA MEDIA NEIX PER LA NECESSITAT DE CREAR CONTINGUTS AUDIOVISUALS INNOVADORS, CULTURALS I D'ENTRETENIMENT A PLATAFORMES TRANSMÈDIA DE GRAN INTERÉS ENTRE ELS I LES JOVES.

"La Bombilla Media" és una companyia que han creat diversos joves santboians pel fi de donar a conèixer els seus projectes audiovisuals. A aquesta companyia, que aposta per la producció audiovisual santboiana, amb un objectiu social i cultural, s'han anat afegint estudiants, cadascun especialitzat en el seu aspecte tècnic o artístic dins de les arts audiovisuals. Actualment la companyia està composta per joves amb edats compreses entre els 15 i els 30 anys.

La companyia, sense fi d'ànim de lucre, busca exposar els seus treballs a través de les xarxes i d'aquesta manera donar-los a conèixer, amb l'objectiu de mostrar un missatge educatiu sociocultural que defensi valors com la igualtat de gènere i la llibertat sexual, així com lluitar contra la violència masclista, el racisme i les diferències socials.

A més, "La Bombilla Media" busca ser una companyia participativa, oberta a la participació de la ciutadania en tot moment.

GENT DE CARRER

“GENT DE CARRER” CERCA APORTAR UN NOU PUNT DE VISTA DE L’ACTUALITAT SOCIAL A L’ESPECTADOR. MITJANÇANT LA DIVULGACIÓ I L’ENTRETENIMENT, EL PROGRAMA PRETÉN ANALITZAR TEMES D’INTERÈS GLOBAL, MANTENINT SEMPRE UN TO JUVENIL I DISTRET.



“Gent de Carrer” neix degut a la necessitat d’un format que informi, analitzi i en faci ressò de l’actualitat social que ens envolta, de manera objectiva, distesa i entretinguda, amb un to amable i juvenil.

Amb la ciutat de Sant Boi com a protagonista, “Gent de Carrer” cerca ser un punt de trobada per a la cultura, la informació i l’entreteniment, on el debat, la tertúlia, les entrevistes i els reportatges siguin l’eix principal del format.

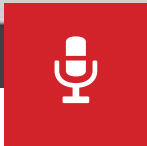
Amb continguts totalment diferents a cada lliurament, “Gent de Carrer” farà un treball de camp amb cada una de les temàtiques que es tractin, formant petits documentals temàtics que aniran de la mà de l’entreteniment.

Amb un plató exterior, “Gent de Carrer” busca donar especial protagonisme a la ciutat de Sant Boi, transformant-se en un mitjà de comunicació pels barris i una eina de promoció transmèdia fonamental per la ciutat.

“GENT DE CARRER”, ALLÒ QUE T’INTERESSA, ON T’INTERESSA



EQUIP



PRESENTADOR

A l'hora d'escollir el presentador del format, es tindran en compte: joventut, per connectar amb el target del programa; versatilitat, per la capacitat de tractar multitud de temes; rapidesa en les reaccions, per interactuar amb els tertulians i els entrevistats; i, per últim, carisma i bona dicció, imprescindibles a l'hora de conduir qualsevol tipus de format. Es valorarà positivament la capacitat de retenció d'audiència que el candidat a presentador pugui demostrar i el seu interès pels temes a tractar.



TERTULIANS

Amb l'objectiu de tractar els temes amb la rigurositat necessària, es convidaran experts en la matèria setmanal a tractar, ja siguin autors de llibres que tracten el tema a debatre, professors universitaris especialitzats en la matèria o creadors de contingut a les xarxes socials que parlin sobre qüestions relacionades als seus perfils digitals.



ENTREVISTATS

“Gent de Carrer” convidarà al seu plató exterior qualsevol persona relacionada amb la matèria setmanal que, degut a la seva trajectòria, gaudeixi de reconeixement popular. Es valorarà positivament la seva popularitat entre el públic adolescent, però també s'aproparan figures no tan conegudes pels espectadors més joves.



ESTRUCTURA PER CAPÍTOL

EL CAPÍTOL ESTÀ DIVIDIT EN DIVERSES PARTS QUE A CONTINUACIÓ S'EXPLIQUEN.

INTRODUCCIÓ DOCUMENTAL

Un video dinàmic de curta durada (1 o 2 minuts) reafirma el plantejament del presentador i introdueix la temàtica principal des de la qual s'anirà desgranant el programa. Tot sovint són videos explicatius del tema a tractar de forma dinàmica gràcies a la mescla d'informació amb opinions de la gent, casos concrets passats, i fins i tot zapping curt de moments televisius relacionats amb el tema de l'episodi.



**L'INTERACCIÓ DEL PÚBLIC ÉS UNA DE
LES CLAUS DIFERENCIADORES DE "GENT DE
CARRER"**

SPEECH INICIAL

El presentador introdueix el programa amb un monòleg que planteja amb poc més de 3 minuts les qüestions principals del capítol. Aquesta part pretén enganxar a l'espectador amb diferents "ganxos" que faran que es quedi a veure tot el programa sencer.

Els "ganxos" són sempre elements diferents, creatius i sorprenents que es resoldran al final del programa.

PRESENTACIÓ DEL CONVIDAT I ENTREVISTA

El presentador es dirigeix al públic i dóna la benvinguda al convidat del capítol. Arrel del video demana la seva opinió i l'entrevista sobre la seva relació amb el tema a tractar. L'entrevista té una durada aproximada de 10 minuts i conté un especial component dinàmic que fa que pugui passar de tot.

TERTÚLIA

Entren els tertulians a la taula i intercanvien impressions amb el convidat. Juntament amb ell discuteixen sobre el tema tractat buscant la discordància amb la seva opinió. Finalment els tertulians completen l'entrevista amb diferents seccions concretes que busquen jugar amb el convidat i, de vegades, també amb el públic.

VÍDEOS EXPLICATIUS

Els tertulians marxen i es dóna pas a diferents videos que conclouen amb les diferents temàtiques tractades.

INTERACCIÓ A LES XARXES

Un col.laborador entra a plató per comentar amb el convidat els comentaris de la gent a xarxes. Algun dels "ganxos" pot ser en alguna ocasió que el convidat haurà de respondre o fer allò que el públic demani en una enquesta a twitter. O en altres ocasions pot tenir a veure amb si el convidat seria capaç o no de penjar quelcom al seu compte personal de twitter o facebook. Sempre guardant una relació amb el tema tractat.

INTERACCIÓ AL CARRER

El micròfon el té la gent del carrer i poden preguntar el que vulguin en directe. Amb això es busca crear el clima d'esdeveniment que cada capítol representa per a la ciutat de Sant Boi.

TANCAMENT I AVANÇ DEL PROPER PROGRAMA

El presentador despedeix al convidat i explica les primeres pinzellades del que serà el tema principal del proper "Gent De Carrer".



TEMÀTIQUES

UN TOTAL DE 8 TEMÀTIQUES FORMEN ELS 8 PROGRAMES
DE LA PRIMERA TEMPORADA DE "GENT DE CARRER"



LA TELEVISIÓ

Ens deixem influenciar pel que surt per la televisió? Son les cadenes objectives i plurals?



ELS INFLUENCERS

Som el que publiquem? Publicar continguts a la xarxa és una feina?



L'ALIMENTACIÓ

Què mengem? La joventut catalana és sana? Quins són els problemes alimentaris que són més freqüents entre la població?



L'AMOR I LA SEXUALITAT

Sentiments o sexe? Pot ser una relació tòxica? Hem superat l'homofòbia? Què és el poliamor?



LA CULTURA

On és? Cal actualitzar-la? Interessa els més joves? Com pot resultar atractiva?



LA POLÍTICA

És sinònim de corrupció? Què en perceben els adolescents? Cal netejar la imatge de la política?



L'INSTITUT

Infern o paradís? L'escola del segle XXI: quins són els mètodes d'ensenyament?

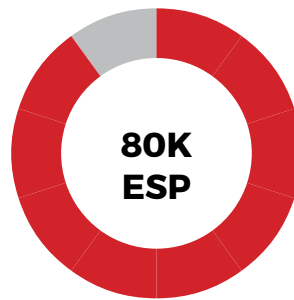
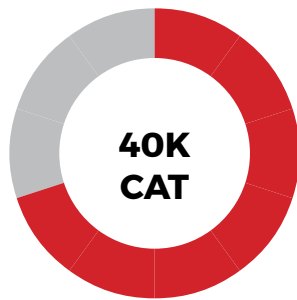


FIEBRE DEL SÁBADO NOCHE

Demà recordaràs de tot el que facis aquesta nit? Les discoteques són masculistes? Cal beure per passar-ho bé?

PROJECCIÓ NACIONAL/INTERNACIONAL

“GENT DE CARRER” TÉ UNS ESTÀNDARDS CLÀSSICS I A L’HORA INNOVADORS QUE FAN QUE GENERI UNES PERSPECTIVES QUE SUBSTENTIN LA POSSIBILITAT D’OFERTAR-SE EN EL CONTEXT NACIONAL. EL FORMAT BUSCA DONAR VISIBILITAT A VALORS UNIVERSALS, PER AQUEST MOTIU, MÉS ENLLÀ DE L’IDIOMA DEL PROGRAMA, “GENT DE CARRER” ES POT VEURE SENSE MAJORS DIFICULTATS FORA DEL NOSTRE PAÍS.



EL FUTUR DE L’AUDIOVISUAL A SANT BOI

LA NARRATIVA AUDIOVISUAL ESTÀ SOBREPASANT EL TEXT. EL REAL TIME FA REFERÈNCIA A LA DISMINUCIÓ DEL TEXT I EL PODER EXPLOSIU DEL AUDIO I EL VÍDEO. MEMES, VÍDEOS CURTS, LIVE STREAMING I UN LARG ETCÈTERA DE FORMATS QUE ES DESENVOLUPEN EN UNA NOVA MANERA D’EXPLICAR I VEURE EL MÓN.

LA TRANSMISIÓ EN VIU I ELS EVENTS AUDIOVISUALS URBANS GENERARAN MÉS DE 545 MIL MILIONS DE DOLARS EN INGRESSOS DIRECTOS EN 2018 SEGONS L’ESTUDI PUBLICAT PER DELOITTE.

A MÉS, DELOITTE AFIRMA QUE L’AUDIÈNCIA TELEVISIVA TRADICIONAL ENTRE PERSONES D’ENTRE 18 I 24 ANYS DISMINUIRÀ EN UN 15%, AUGMENTANT EL CONSUM DE TELEVISIÓ ONLINE DURANT EL 2018 I EL 2019.



2018 SERÀ L’ANY EN EL QUAL FINALMENT ELS VÍDEOS EN STREAMING CONQUEREIXIN A MÉS MARQUES I USUARIS QUE MAI

ESTRATÈGIA TRANSMÈDIA

UNA DE LES CLAUS DE LA PUBLICITAT, VISIBILITZACIÓ I DIFUSIÓ DEL PROJECTE ÉS QUE AQUEST ES DESENVOLUPA A LES XARXES. AMB L'AJUT DE LES XARXES SOCIALS I LES CAMPANYES DISSENYADES A MIDA PER AL PROJECTE, "GENT DE CARRER" BUSCA ARRIBAR A UNA GRAN PART EXPONENCIAL DE L'AUDIÈNCIA JOVE DE CATALUNYA.



"La Bombilla Media" porta les seves produccions a un altre nivell, creant un món transmèdia totalment innovador, en busca de millorar l'experiència del consumidor.

L'estratègia transmèdia del projecte es basa en les dades que proporciona l'estudi del Cisco sobre analítiques i assegurament DNA a Espanya:

– EL FENÒMEN "VIDEO FIRST"

En primer lloc, ens agafem al terme "Video First", un fenomen en creixement en el qual els consumidors prefereixen rebre informació i expressar-se en vídeo i no en text com es feia, de manera tradicional, fins ara.

– LIVE STREAM, EL FUTUR DE L'AUDIOVISUAL

A més, "Gent de Carrer" es diferencia per ser un dels primers formats d'emissió en directe enfocat a plataformes de streaming, i és que, més del 13% de continguts en vídeo que es consumiran l'any 2018 seran lives streaming (vídeos en directe). Aquesta nova tendència ha anat agafant força en els últims anys i ara ja es consolida entre les opcions que tenen els consumidors.

– AVANTATGES PER A LES MARQUES I L'USUARI

A més, per a les marques, aquesta tendència de video màrqueting presenta clars avantatges, com per exemple que els vídeos en directe són més econòmics, són més atractius pels usuaris, ja que transmeten espontaneïtat i autenticitat i incrementa la qualitat dels visionaments. Els usuaris passen tres vegades més temps veient vídeos en directe si ho comparem amb els vídeos pregravats.



INTERACCIÓ

UNA DE LES CLAUS

Buscarem sempre la interacció amb l'audiència durant el programa.



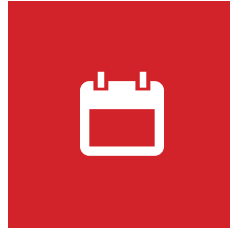
ESTRATÈGIA TRANSMÈDIA

- Gairebé el **50% dels usuaris d'internet** busca vídeos relacionats amb productes, institucions o serveis abans de consumir-los, així com a l'hora de documentar-se sobre temàtiques o successos. (Font: ThinkWithGoogle)
- El **48% dels marqueters, institucions i productores es planteja afegir YouTube a la seva estratègia de continguts** durant el 2018 (Font: Hubspot).
- Una persona passa una mitjana de **40 minuts al dia** en YouTube
- Les persones **menors de 44 anys són els que més veuen vídeos** a YouTube.

Tenint en compte l'estudi de mercat anteriorment resumit, "Gent de Carrer" s'emetrà simultàniament (simulcast) a YouTube, Facebook Live i Periscope, amb l'objectiu d'arribar al màxim nombre d'espectadors possible.

A més, el programa tindrà presència a altres xarxes socials com Twitter, Facebook i Instagram, on s'interactuarà amb els espectadors durant l'emissió en directe, es compartiran fragments del programa, i es publicaran continguts exclusius.

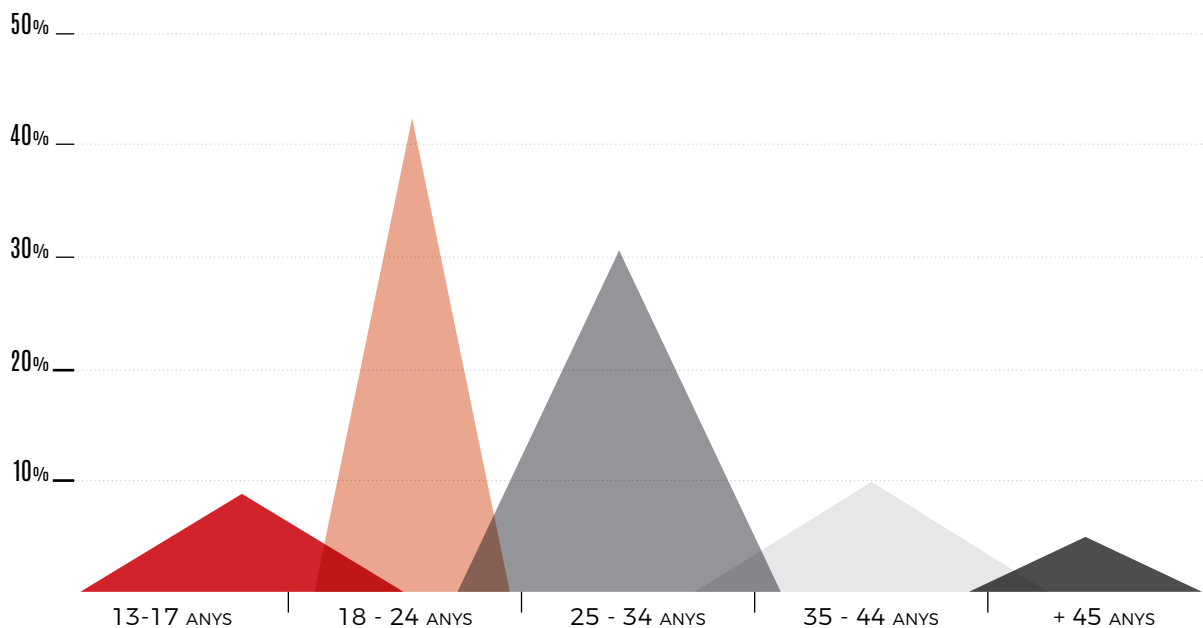
La pàgina web de Gent de Carrer inclourà un servei a la carta que oferirà els programes emesos i, amb la intenció de reforçar la interacció amb els espectadors, publicarà les impressions del conductor del format després de cada emissió a El blog del presentador.



ANÀLISI D'AUDIÈNCIES TRANSMÈDIA

YOUTUBE OFEREIX DIFERENTS ESTUDIS D'ANÀLISI D'AUDIÈNCIA I TARGET D'USUARIS QUE CONSUMEIXEN CONTINGUTS DIGITALS A LA PLATAFORMA.

AUDIÈNCIA MITJANA SEGONS RANG D'EDAT



EL 70% DELS USUARIS A YOUTUBE SÓN HOMES

Segons les dades, Youtube segueix estant dominat pels homes, constituint el 70% de l'audiència global. Amb "Gent de Carrer" busquem crear continguts igualitaris que engresquin a tota la població, buscant augmentar el percentatge de dones consumidores de vídeo sota demanda.

ELS JOVES REGNEN YOUTUBE

En quant a grups d'edat, el major nombre d'usuaris de YouTube es troba comprès entre els 18 i el 24 anys (43,6%), en ambdós sexes.

Continguts culturals i d'entreteniment potenciaran el consum d'aquests usuaris a la plataforma.

ESTÈTICA

“GENT DE CARRER” SERÀ REALITZAT EN DIRECTE AL CARRER, ÉSSENT UN PUNT DIFERENCIAL I IMPORTANTÍSSIM PER AL FORMAT. PROPOSEM ALGUNES OPCIONS DE LOCALITZACIONS PER A LA REALITZACIÓ DEL PROGRAMA:



PLAÇA MOSSÈN JAUME OLIVARES



PARC MUNICIPAL TORRE DEL SOL



PARC DEL PALAU MARIANAO



PLAÇA DE LA VILA



CRÈDITS

Un equip de joves amants de la televisió

Una producció de La Bombilla Media amb la col·laboració d'Olidoliva Digital

Idea Original: **La Bombilla Media**

Direcció: **Nil Codina, Marc Gabernet, Sergi Cano**

Ajudant de direcció: **Alba Surrallés**

Producció: **Marc Gabernet**

Realització i postproducció de vídeo: **Sergi Cano**

Ajudant de realització: **Aleix Manzano**

Tècnics: **Alba Surrallés, Marcos Marín**

Coordinació de Guió: **Nil Codina**

Guió: **Nil Codina, Marc Gabernet, Sergi Cano, Iván Prieto, Dani Cejas**

Grafisme: **Sergi Cano, Víctor Figueroa**

Comunicació: **Alba Surrallés, Marc Gabernet, Sergi Cano**





CONTACTE
gabernetmarc@gmail.com
+34 647972148