



edu
CAC

ANUNCIEM VALORS
PROJECTE D'AULA | PUBLICITAT

OBJECTIUS.....	3
MATERIALS NECESSARIS	4
ÀMBITS COMPETENCIALS	4
PROPOSTA DE TEMPORITZACIÓ	4
ESTRUCTURA DEL PROJECTE D'AULA	5
AVALUACIÓ	8
GUIA PER AL PROFESSORAT	9
INTRODUCCIÓ I MARC CONCEPTUAL.....	10
SESSIÓ 1. PREPRODUCCIÓ!	12
SESSIÓ 2. EL RODATGE	17
SESSIÓ 3. POSTPRODUCCIÓ!.....	19
MATERIALS COMPLEMENTARIS	23
ACTIVITATS RELACIONADES	24

OBJECTIUS

- Utilitzar amb autonomia i esperit crític els mitjans de comunicació i les TIC per obtenir, interpretar i elaborar informacions i opinions.
- Saber explicar, amb les seves pròpies paraules, les característiques principals del llenguatge publicitari, i ser capaços d'identificar-lo i de posar-lo en pràctica.
- Expressar-se oralment i audiovisualment de manera coherent i adequada per a l'elaboració d'un projecte audiovisual.
- Experimentar els diferents passos del procés d'elaboració d'un producte audiovisual, des de la preproducció fins a la postproducció.
- Saber transmetre i defensar al grup una opinió o posicionament personal respecte d'un tema proposat i aprendre a consensuar una idea.
- Mobilitzar els continguts apresos, així com la creativitat i les habilitats socials, per a l'elaboració d'un anunci de sensibilització.
- Potenciar els valors de respecte, diàleg, responsabilitat i cooperació a través dels debats i el treball en equip.

MATERIALS NECESSARIS

- Guia per al professorat
- Projector a l'aula per a la visualització dels vídeos
- Pissarra o suport digital
- Ordinadors o dispositius amb accés a internet i programari d'edició de vídeo
- Dispositiu mòbil que permeti l'enregistrament de vídeo i de so (càmera, telèfon intel·ligent, tauleta, etc.)
- Cable de transmissió d'arxius (USB)

ÀMBITS COMPETENCIALS

- Àmbit lingüístic
- Àmbit tecnològic
- Àmbit social
- Àmbit de cultura i valors
- Àmbit artístic
- Àmbit digital
- Acció tutorial

PROPOSTA DE TEMPORITZACIÓ

3 sessions d'1 hora

ESTRUCTURA DEL PROJECTE D'AULA

PREPRODUCCIÓ!

Sessió 1 / Durada orientativa: 1 hora

PROPOSTA D'ACTIVITATS				
DESCRIPCIÓ DE LES ACTIVITATS		MATERIALS I RECURSOS	ORGANITZACIÓ A L'AULA	DURADA ORIENTATIVA
Activitat inicial	Activitat 1: Per començar... Contextualització de l'activitat, introducció al llenguatge publicitari i debat per consensuar la temàtica a tractar. Visualització del vídeo d'eduCAC sobre la preproducció.	<ul style="list-style-type: none"> Guia per al professorat Projector a l'aula Accés a internet 	Disposició habitual	15'
	Activitat 2: Primer, la idea Per grups, gestació de la idea de l'anunci a realitzar.	<ul style="list-style-type: none"> Guia per al professorat 	Disposició en funció dels grups	10'
Activitats de desenvolupament	Activitat 3: Després, la desenvolupem Desenvolupament de la idea a través de l'elaboració del guió i l' <i>storyboard</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Guia per al professorat 	Disposició en funció dels grups	20'
	Activitat 4: Finalment, preparem el rodatge A partir del treball realitzat en l'activitat anterior, preparació de la sessió de rodatge a través del desenvolupament d'un pla de rodatge.	<ul style="list-style-type: none"> Guia per al professorat 	Disposició en funció dels grups	15'

EL RODATGE!

Sessió 2 / Durada orientativa: 1 hora

PROPOSTA D'ACTIVITATS				
DESCRIPCIÓ DE LES ACTIVITATS		MATERIALS I RECURSOS	ORGANITZACIÓ A L'AULA	DURADA ORIENTATIVA
Activitat inicial	Activitat 5: Per començar... Visualització del vídeo d'eduCAC sobre el procés de gravació.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Guia per al professorat ▪ Projector a l'aula ▪ Accés a internet 	Disposició habitual	5'
Activitats de desenvolupament	Activitat 6: Primer, tenir-ho tot a punt Reunió d'equip per preparar tot allò necessari per a la gravació.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Guia per al professorat ▪ Material generat a la sessió anterior 	Disposició en funció dels grups	5'
Proposta de síntesi	Activitat 7: Després, gravem! Rodatge de les imatges i del so del nostre projecte audiovisual.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Guia per al professorat ▪ Dispositiu amb capacitat d'enregistrament 	Disposició en funció de les necessitats l'enregistrament	40'
	Activitat 8: Finalment, guardem el material Importació del material a l'ordinador o pujada dels arxius al núvol, en funció d'on realitzarem l'edició.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Guia per al professorat ▪ Ordinador o dispositiu mòbil ▪ Cable de transmissió d'arxius 	Disposició en funció del dispositiu d'emmagatzematge dels vídeos	10'

POSTPRODUCCIÓ!

Sessió 3 / Durada orientativa: 1 hora

PROPOSTA D'ACTIVITATS				
DESCRIPCIÓ DE LES ACTIVITATS		MATERIALS I RECURSOS	ORGANITZACIÓ A L'AULA	DURADA ORIENTATIVA
Activitat inicial	Activitat 9: Per començar... Visualització del vídeo d'eduCAC sobre com editar.	<ul style="list-style-type: none"> Guia per al professorat Projector a l'aula Accés a internet 	Disposició habitual	5'
Activitats de desenvolupament	Activitat 10: Editem Muntatge del vídeo final.	<ul style="list-style-type: none"> Guia per al professorat Ordinadors o dispositius amb programari d'edició de vídeo. 	Disposició en funció del dispositiu amb programari d'edició de vídeo	40'
	Activitat 11: Després, mirem-ho Visualització dels anuncis i, conjuntament, compartida de comentaris sobre ells.	<ul style="list-style-type: none"> Guia per al professorat Projector a l'aula 	Disposició habitual	10'
Proposta de síntesi	Activitat 12: Compartim-ho! A decisió de la classe, pujada a les xarxes socials dels resultats.	<ul style="list-style-type: none"> Guia per al professorat Accés a internet 	Disposició habitual	5'

AVALUACIÓ

Objecte a avaluar		Excel·lent	Bé	Correcte	Just
Participació	Ha col·laborat activament en el debat inicial?				
	Ha mostrat predisposició per preparar la gravació de la següent sessió, prendre decisions en equip i assumir responsabilitats?				
Assoliment de continguts	Ha estat capaç d'identificar les idees clau dels vídeos per assolir els coneixements necessaris per a la sessió?				
	En el procés d'edició, ha estat capaç d'utilitzar les eines d'edició i alhora dialogar amb els companys i companyes per assolir el millor resultat possible?				
Treball en equip	Ha treballat de manera activa a l'hora d'idear el projecte en grup, tot fent ús del respecte i el diàleg per al treball en equip?				
	Ha gestionat el procés de gravació amb ordre, responsabilitat, qualitat i tot desenvolupant habilitats socials per al treball en equip?				
Atenció i escolta activa	En la visualització dels projectes dels companys, s'ha mostrat participatiu/va i ha fet ús de la seva capacitat d'anàlisi?				
Autoavaluació	Ha estat capaç d'elaborar una proposta creativa i treballar per assolir el millor resultat possible?				



edu
CAC

ANUNCIEM VALORS

PROJECTE D'AULA 3 | PUBLICITAT

GUIA PER AL PROFESSORAT

PROJECTE D'AULA | ANUNCIEM VALORS

Fem un anunci! Però no un anunci qualsevol, fem-ne un lliure d'estereotips i que transmeti idees i valors que creiem important fer visibles! En aquest projecte d'aula ens endinsarem en la realització d'un **anunci o campanya de sensibilització** per tal de descobrir les característiques del llenguatge publicitari i posar-lo al servei de la causa o els valors que vulguem fer visibles.

Els anuncis

Abans de començar, hem de saber que un anunci és un missatge o un producte audiovisual que té com a objectiu **informar, difondre i, finalment, convèncer el públic**. Per fer-ho, utilitza un **llenguatge persuasiu** que pot ser tan adient per **promocionar un producte o una marca** com per **transmetre i divulgar idees o valors**.

Tot i que l'objectiu últim sigui diferent, ambdós tipus de publicitat fan ús de **tècniques de comunicació que estimulen l'espectador amb l'objectiu d'incitar-los a l'acció**: a comprar, a connectar amb la marca o valorar un producte, a reflexionar o actuar d'acord amb uns valors determinats, etc.

El públic objectiu

En publicitat, el més important és tenir present a qui volem dirigir el nostre missatge. És a dir, **quin és el nostre públic objectiu**. El públic objectiu el forma el conjunt de persones que reuneixen una sèrie de característiques que les converteixen en potencials clients o compradors d'una marca. En el nostre cas, seran les persones a qui volem convèncer del nostre missatge, o entre les quals vulguem fer visibles les idees, valors o problemàtiques que reflectirem en el nostre anunci.

Normalment, aquest públic acostuma a definir-se en relació al sexe, l'edat, la professió, la nacionalitat, el poder adquisitiu, les creences o els estils de vida, entre d'altres factors. La definició del nostre receptor ens permet tenir més clar quina és la millor manera de transmetre el nostre missatge i, per tant, ens ajudarà a definir el nostre anunci perquè sigui el més efectiu possible.

El missatge publicitari

Un cop sabem a qui ens dirigim és molt més fàcil pensar en **com cridar l'atenció del nostre públic** per tal de despertar el seu **interès**, provocar la **reflexió** i incitar a **l'acció**. Per fer-ho, és fonamental aconseguir connectar amb el públic, activar la seva empatia i aconseguir la seva identificació envers el nostre missatge. Així, què hem de tenir en compte quan pensem el nostre anunci de sensibilització?

- Qualsevol anunci ha de transmetre el seu missatge de manera **clara i entenedora**.
- Les **paraules, les imatges i el so** són iguals d'importants, i la seva combinació ens ajuda a arribar al nostre públic objectiu i a transmetre el nostre missatge.
- El **text** pot ser una eina de suport d'allò que comuniquen les imatges. També pot ser l'element que, per ell mateix, transmeti el missatge en qüestió, com és el cas dels **eslògans**: frases breus, expressives i fàcils de recordar que reflecteixen una idea.

- El **llenguatge**, sigui escrit o a través de la veu, juga un paper fonamental, ja que les paraules que utilitzem ens poden ajudar a donar sentit o significat a allò que volem difondre. Els jocs de paraules, l'ús d'imperatius, l'humor i la ironia, i la relació entre les imatges i les paraules són alguns dels recursos amb què podem captar l'atenció del públic.
- Pel que fa a la **imatge**, és important pensar quin tipus d'objectes, personatges i escenaris s'hi veuran, ja que tots els elements presents a l'anunci ens han d'ajudar a generar un significat i remarcar el nostre missatge.
- **L'acció** que es mostra a l'anunci i com la tractem a nivell audiovisual marca les sensacions i el missatge que rebrà el públic. Per aquest motiu, ha de ser coherent amb allò que volem transmetre. Així, per definir què volem que passi i com ho gravarem ens hem de plantejar què volem generar al nostre espectador: impacte, emoció, atracció, identificació, sorpresa, complicitat, llàstima, indignació, alegria, etc.
- El **so i la música** tenen un paper molt rellevant en els anuncis, ja que ens ajuden a transmetre emocions i emfatitzar el missatge que volem transmetre.
- El **muntatge** és un dels elements clau dels anuncis. Normalment es caracteritza pel dinamisme, per tal que la velocitat s'uneixi als efectes especials i sons amb l'objectiu de captar la nostra atenció.
- En tots els seus elements, la publicitat es caracteritza per la **cerca de les emocions** per connectar amb el públic objectiu.

El nostre anunci

Com veiem, fer un bon anunci és tot un art. És, bàsicament, explicar una història de forma molt breu i amb un objectiu molt clar: convèncer o atreure l'espectador respecte del missatge que volem transmetre. Si anunciar productes és un exercici de creativitat, anunciar valors i idees és tot un repte que, tanmateix, val la pena prendre. Experimentar amb la publicitat ens ajuda a ser capaços d'identificar i d'entendre les característiques principals d'aquest llenguatge tan present en el món audiovisual i contribueix a fer-nos espectadors més lliures i crítics envers les pantalles. Un llenguatge que pot posar-se al servei de la difusió de valors, de causes i de problemàtiques socials per contribuir a la construcció d'una societat millor.

SESSIÓ 1. PREPRODUCCIÓ!

1. Per començar...

Abans de desenvolupar el nostre anunci, contextualitzarem el projecte i parlarem de la publicitat i dels anuncis, però posarem el focus en la publicitat social i en les campanyes de sensibilització.

A més dels conceptes i continguts aportats a la **introducció i marc conceptual** de la unitat didàctica, engegarem una reflexió conjunta al voltant de les preguntes següents:

- Què sabem de la publicitat i dels anuncis?
- Algun cop ens ha impactat especialment un anunci?
- Què creiem que és la publicitat social?
- Ens ve al cap alguna campanya de sensibilització que haguem vist?

1.1 Proposem el projecte

Un cop submergits en el llenguatge publicitari, proposarem el projecte a realitzar: **un anunci audiovisual per promoure valors!** La temàtica concreta pot estar vinculada als projectes del centre educatiu o als interessos del grup classe. També es pot vincular al treball previ de les [unitats didàctiques d'eduCAC](#) o dels [itineraris transversals](#), per centrar el nostre anunci en el foment de l'esperit crític envers els mitjans de comunicació. Igualtat, sostenibilitat, prevenció del consum de drogues, lluita contra l'assetjament escolar... Són algunes de les moltes qüestions on podem posar el focus amb el nostre anunci.

Per començar, proposarem **el tema a desenvolupar** o realitzarem un petit **debat** per decidir-ho entre tots i totes. A través del diàleg i la reflexió conjunta, pensarem per què creiem que aquest tema és important i definirem quin serà el **públic objectiu** del nostre anunci, que durarà **entre 30 segons i 1 minut**.

Si la nostra classe és de 5è o 6è de primària...

Amb tot el grup classe, farem una **pluja d'idees** per trobar una frase breu que sintetitzi el missatge que volem transmetre. És a dir, el nostre **eslògan com a grup classe**. A continuació, dividirem la classe en **grups de 5**.

Si la nostra classe és de 1r o 2n d'ESO...

Amb tot el grup classe, farem una **pluja d'idees** per elaborar una **llista de valors relacionats**. Després, dividirem la classe en **grups de 5** i cada grup escollirà un valor diferent. A partir del valor escollit, cada grup realitzarà un **eslògan** per a l'anunci.

Si la nostra classe és de 3r o 4t d'ESO...

Dividirem la classe en **grups de 5**. Cada grup realitzarà una **pluja d'idees** per consensuar els **valors a transmetre** i pensarà un **eslògan** per a l'anunci.

1.2 Primer, la idea

En els mateixos grups i a partir dels valors i l'eslògan treballats, pensarem com volem que sigui el nostre anunci. Abans d'endinsar-nos en la **preproducció** del nostre projecte audiovisual, visualitzarem el vídeo següent i prendrem nota dels aspectes clau que s'hi indiquen:

Títol	Duració
<u>Preproducció. Preparem el projecte</u>	4:10

Un cop visualitzat el vídeo, ens disposarem a seguir els passos proposats per a la creació del nostre projecte audiovisual. Per fer-ho, començarem per desenvolupar la idea del nostre anunci. Com hem vist al vídeo, haurem de tenir en compte els aspectes següents:



Pluja d'idees

- Quin tipus de vídeo volem fer? Volem que sigui seriós o còmic?
- Com podem transmetre els valors que ens hem proposat?
- Com podem plantejar l'anunci?



Públic objectiu

- Qui volem que vegi el nostre anunci? A qui volem convèncer?
- Quines són les seves característiques? Què li agrada? Què l'interessa? Què li pot emocionar?
- Quines emocions li volem transmetre? Complicitat, alegria, valors positius, indignació, tristesa, impacte, emoció, atracció, identificació...
- Tot això ens ha d'ajudar a desenvolupar la nostra idea d'anunci.



Gènere

- Com volem que sigui el nostre anunci? Ens pot ajudar pensar en els gèneres següents per decidir quina és la millor manera d'explicar el que volem transmetre:
 - **Ficció.** Podem utilitzar una història inventada i podem decidir si volem que sigui divertida, seriosa, animada, etc.
 - **No ficció.** Ens podem basar en fets reals en relació al tema per desenvolupar la nostra idea d'anunci.
 - **Animació.** Podem explicar a través de l'animació, com ara animant objectes a través de l'*stop-motion*.



Duració

- En el nostre cas, l'anunci haurà de durar entre 30 segons i 1 minut.
- En funció del temps de què disposem, haurem de desenvolupar idees més complexes o haurem d'apostar per idees més directes i concises.

Tenint en compte tots aquests elements, podrem decidir entre tots i totes quina és la nostra idea per a l'anunci:



La nostra idea

- Quina és la que més ens agrada?
- Quina pensem que és la més efectiva per arribar al públic objectiu definit anteriorment?

1.3 La sinopsi

Un cop tenim clara la idea, treballarem en la sinopsi del nostre anunci: el resum de la història que volem explicar. Es tracta d'una síntesi de la nostra idea en dues o tres línies, que ens permeti concretar i orientar què farem exactament.

2. Després, la desenvolupem

A continuació, seguirem treballant per desenvolupar la nostra idea en format audiovisual. Per convertir la nostra idea en un projecte audiovisual haurem de fer el **guió literari** i l'**storyboard**.

Si la nostra classe és de 5è o 6è de primària...

Realitzarem un guió esquemàtic amb els textos i idees clau i ens centrarem en l'activitat 2.2 per a l'elaboració de l'*storyboard*.

2.1 El guió literari

Partim de la sinopsi que hem elaborat per extreure les diferents escenes del nostre anunci. Això implica que haurem de descriure totes les accions que veurem, incloent les converses dels nostres personatges –en el cas que vulguem que hi hagi diàlegs. D'aquesta feina se'n diu fer el guió literari.

A continuació trobareu un exemple d'un guió professional, però en el nostre cas ens podem limitar a descriure l'escena i els diàlegs.

ESC 1.

CLASSE DE 1RB / INTERIOR / DIA

La professora està explicant una activitat sobre el bon ús del mòbil davant d'un grup de 30 alumnes de 12 anys. Sona un mòbil.

PROFESSOR

De qui és aquest mòbil que sona?

2.2 L'*storyboard*

Un cop tenim la idea desenvolupada, cal que ens imaginem com es visualitzarà el nostre anunci. En un projecte audiovisual és molt important fer un **storyboard** o **guió il·lustrat**. Es tracta d'un document on, com en un còmic, es dibuixa en ordre cronològic cada pla que volem que es vegi en el nostre vídeo.

Per exemple, si volem contextualitzar la història en una classe plena d'alumnes, gravarem la classe sencera (pla general) i si volem centrar l'atenció en una mà que escriu, gravarem la mà de molt a prop (pla detall). Per recollir tot això a l'*storyboard*, dibuixarem la classe plena d'alumnes en una vinyeta, una mà que escriu en la següent... I així amb cadascun dels plans que volem que formin el nostre anunci, tal i com volem que es vegi a càmera. A sota de cada dibuix podem escriure el diàleg entre els personatges i les anotacions que creguem necessàries (què ha de sonar, què ha de passar, etc.).

Escena:



Acció:

Diàleg:

Escena:



Acció:

Diàleg:

Escena:



Acció:

Diàleg:

Recordem que...

Per elaborar l'*storyboard*, podem tornar a veure el [vídeo d'eduCAC sobre la preproducció](#) i la preparació d'un projecte audiovisual, parant atenció a l'apartat en què es mostren els tipus de plans que existeixen i perquè els podem utilitzar.

Com es pot veure al vídeo, els plans principals amb què podem comptar són els següents:

- Pla general
- Pla mig
- Primer pla
- Pla de detall

3. Finalment, preparem el rodatge

Un cop tinguem la nostra proposta ben desenvolupada, ens prepararem per a l'acció, és a dir, planificarem el rodatge.

- Pensarem **en quin ordre gravarem cada pla** per tal de facilitar la feina de la propera sessió. Per exemple, si tenim previst que hi hagi diferents plans dins de l'aula i d'altres al pati o en un altre espai del centre, no cal que gravem els plans en l'ordre previst al nostre guió i *storyboard*: podem gravar tots els plans de l'aula primer, i tots els del pati després. D'aquesta manera, estalviem temps i viatges!

- Ens apuntarem tot allò necessari per al rodatge per tal de repartir-nos les tasques entre els membres de l'equip i, així, poder preparar-ho i tenir-ho tot llest per a la sessió següent en la que ja començarem a rodar:
 - **Atrezzo.** Haurem de pensar el material que volem utilitzar com a decoració i vestuari. Què tenim ja al centre educatiu? Què hem de portar de casa?
 - **Personatges.** Un cop tenim clar quins personatges sortiran al nostre anunci, pensarem qui els representarà i si necessitem comptar amb alguna persona que no és del nostre equip. En aquest cas, haurem de demanar-li a aquesta persona que participi en el projecte i acordar on i quan realitzarem el rodatge.
 - **Lloc.** És important decidir el lloc gravarem el nostre vídeo i demanar el permís corresponent per tal de saber si està disponible i si ens deixen anar-hi. Podem escollir més d'una localització, però haurem d'anar amb compte, ja que si volem gravar a molts espais diferents potser no ens donarà temps d'acabar la feina quan toca.

Així, traslladarem tots aquests elements a un document anomenat **pla de rodatge**. Podeu utilitzar la taula que trobareu a continuació, que recull aquests elements bàsics necessaris per desenvolupar el nostre anunci. En les grans produccions audiovisuals professionals són molt més complexos!

Ordre de gravació	Pla	Descripció de l'acció	Tipus de pla	Localització	Atrezzo	Actors i/o actrius
	1					
	2					
	3					
	4					
	5					

SESSIÓ 2. EL RODATGE

Si la nostra classe és de 1r a 4t d'ESO...

En funció de la temàtica escollida, podem apostar per realitzar el rodatge fora del centre educatiu i fora de l'horari lectiu, per tal d'ubicar els projectes en espais diferents a l'institut i potenciar les relacions i vincles entre els adolescents al voltant d'un repte educatiu.

En aquest cas, dedicarem aquesta segona sessió a repassar o aprofundir en els punts treballats durant la sessió anterior i a introduir l'alumnat en la fase de producció i rodatge, partint del vídeo proposat a continuació i repassant conjuntament els passos i recomanacions que s'hi indiquen tot seguit. Així, l'alumnat ho podrà tenir en compte durant la gravació fora del centre educatiu.

4. Per començar...

Visualitzarem el vídeo següent i prendrem nota dels aspectes clau que haurem de tenir en compte en aquesta fase del procés: el rodatge.

Títol	Duració
<u>Producció. Gravem!</u>	3:15

Un cop visualitzat el vídeo, ens disposarem a seguir els passos proposats per a la gravació del nostre projecte audiovisual.

5. Primer, tenir-ho tot a punt

Per comprovar que ho tinguem tot a punt, farem una reunió d'equip per repassar la feina feta durant la sessió anterior:

- Repassarem el **guió**, l'**storyboard** i el **pla de rodatge** per recordar què hem de fer i en quin ordre. Recordem que hem de portar a sobre aquests documents durant tota la sessió de rodatge per tal de no oblidar-nos de res!
- Recordarem els **rols** de cadascú. Qui agafa la càmera? Qui s'encarrega de portar els guions per controlar que ho gravem tot? Qui vol dirigir l'acció? Qui hi actuarà?
- Mirarem si tenim tot el material que necessitem a punt, des de l'atrezzo fins el més important: **el dispositiu amb què gravarem** (càmera, mòbil, tauleta, etc.).

6. Després, gravem!

6.1 Gravem les imatges

Sense perdre de vista el nostre guió, gravarem totes aquelles imatges previstes, tenint en compte que:

- Hem de **ser endreçats** per tal de no oblidar-nos de cap imatge.
- Hem de mirar bé el lloc que tenim davant per tal de **decidir què gravem** exactament. Pot ser que quan ens trobem en situació ens agradi més un altre tipus de pla que ens ajuda a mostrar millor el que volem explicar. Ens pot anar bé mirar pel visor del dispositiu per tal de veure com és el resultat final. Recordem que és necessari **gravar en format horitzontal!**
- Podem utilitzar **trípode** per ajudar a estabilitzar la imatge.
- Per tal d'obtenir un bon resultat amb tota la nostra feina, hem d'intentar **no fer zoom** per no perdre qualitat de la imatge. De la mateixa manera, hem d'intentar gravar amb **bona llum** per tal que la imatge no quedi ni massa fosca ni massa clara. Sobretot, evitar gravar a contrallum!
- En cas que vulguem que hi hagi veus, és important que procurem que se senti bé. Podem utilitzar micròfons o, si no en tenim o no sabem utilitzar-los, situar el dispositiu a prop de la persona que parla per tal que se senti bé. Si gravem sense micròfons, recordem **comprovar si el que hem gravat se sent bé** abans de donar el pla per acabat!
- Hem d'intentar **no aturar-nos a visualitzar cadascun dels vídeos que fem**. Si no estem segurs de si ens ha quedat del tot bé, podem gravar un mateix pla més d'un cop. Les comprovacions de si ens agraden o no les farem en la fase de postproducció i edició del vídeo.

6.2 Gravem el so

En qualsevol projecte audiovisual, el so és tan important com la imatge. Si en el nostre anunci hem previst que hi hagi una veu en *off* o algun efecte sonor, haurem de gravar també aquests elements sonors. Podem fer-ho amb dispositius mòbils o amb una gravadora. És molt important que en aquell moment hi hagi molt silenci, que el dispositiu estigui ben a prop de la boca (sense passar-nos!) i que la persona que parli vocalitzi molt.

7. Finalment, guardem el material

Un cop tinguem tot el material gravat, l'haurem de guardar bé per tenir-ho tot a punt per a la pròxima sessió, que dedicarem a l'edició del nostre vídeo.

Necessitarem, doncs, un cable USB que ens permeti passar tot el material del dispositiu a un ordinador. També podem utilitzar una memòria externa o guardar-ho en alguna carpeta compartida al núvol, com ara Dropbox o Drive. En cas que vulguem editar en un dispositiu mòbil, recomanem pujar-ho al núvol per garantir que ho tindrem endreçat en la següent sessió. En qualsevol dels casos, és recomanable posar-ho tot a una carpeta i, si tenim temps, ordenar els arxius i indicar-hi el nom del projecte.

SESSIÓ 3. POSTPRODUCCIÓ!

8. Per començar...

Visualitzarem el vídeo següent i prendrem nota dels aspectes clau que haurem de tenir en compte en aquesta fase del procés: l'edició.

Títol	Duració
<u>Postproducció. Editem!</u>	3:44

9. Editem

Per editar les nostres imatges, necessitarem un programa o aplicació que ens permeti fer-ho. A continuació, us proposem algunes opcions gratuïtes:

- Si tenim un ordinador amb sistema operatiu **Windows**, podem utilitzar el programa **Windows Movie Maker**.
- Si tenim un ordinador amb sistema operatiu **Mac Os**, podem utilitzar l'**iMovie**.
- En cas d'utilitzar dispositius mòbils amb un sistema operatiu **Android**, podem fer servir l'aplicació **VideoPad** o **FilmoraGo**.
- En cas de fer servir dispositius mòbils amb un sistema operatiu **iOS**, podem utilitzar l'aplicació **Splice** de GoPro o **FilmoraGo**.

9.1 Escollim els vídeos

En primer lloc, hem de **seleccionar els clips de vídeo**. Durant la gravació és habitual repetir alguns plans per assegurar-nos que quedi tot bé, o perquè alguna cosa no ha sortit com volíem. En aquesta fase, és important **visualitzar-ho tot i fer una selecció** dels plans que ens agraden més.

9.2 Tallem-los

Un cop seleccionats els clips, **els haurem de tallar**. Què significa això? Tallar vol dir eliminar del clip original les parts que no ens interessin: un moment en què se sent un so que no volem, una part on ens hem equivocat, algun moment que es veu borrós o mogut, moments previs o posteriors del que volíem gravar, etc.

9.3 Ordenem els clips

Un cop escollits i tallats els clips, haurem d'ordenar-los perquè el nostre vídeo tingui el sentit que li volem donar. És important ser conscients que **l'ordre que escollim determina el significat de la imatge**, és a dir, el que mostrem davant i darrere de cada pla pot canviar totalment el significat de la història. A més, recordem que la duració total del vídeo ha de ser d'entre 30 segons i 1 un minut.

9.4 Posem-hi transicions

Una transició és el **recurs que utilitzem per enllaçar dos clips** i, en funció del tipus de transició que triem, pot donar-li un efecte o un altre al nostre vídeo. Per exemple, posar una imatge darrere de l'altra sense cap mena d'unió (transició per tall) pot quedar una mica brusc, però abusar de foses a negre o efectes de fusió de dues imatges pot acabar cansant l'espectador. És important pensar i decidir quina és la transició més convenient en cada cas, en funció del que volem transmetre.

Recordem que...

Per veure quin tipus de transicions hi ha i com es visualitzen, podem tornar a veure el [vídeo d'eduCAC sobre la postproducció](#), parant atenció a l'apartat en què es mostren les diferents opcions. Com es pot veure al vídeo, les transicions principals amb què podem comptar són les següents:

- Transició per tall
- Transició per fosa
- Transició per dissolució

9.5 Introduïm el so

Ja tenim la imatge, ara ens falta el so! Pot ser que les nostres imatges ja tinguin so ambient i els diàlegs dels actors. Tot i així, hi ha sons que s'han d'introduir en el moment del muntatge. Partint de les imatges que hem escollit i ordenat, introduïrem tot el material extra que té a veure amb l'àudio:

- La **veu en off** és un recurs narratiu en què escoltem la veu d'algú sense que aparegui en pantalla. Si vam preveure i enregistrar una veu en off que se sentís per sobre de les imatges, caldrà introduir-la de manera que es compenetri amb les imatges que hem escollit.
- [La música és un element clau d'un projecte audiovisual](#) ja que ens serveix per transmetre i remarcar sensacions i emocions, tot reforçant el missatge que volem transmetre. Així, la música ens serà molt útil per determinar l'estil del nostre vídeo i ens pot servir per generar o ressaltar les sensacions que cerquem, marcar moments importants de la nostra història o, fins i tot, ajudar-nos a fer de transició cap a una altra part de l'audiovisual.
- Els **efectes de so** són tots aquells sons que no podem captar durant el rodatge i que afegim durant la fase de postproducció. En els bancs de so gratuïts que hi ha a la xarxa podem trobar sons de tots tipus que ens poden ajudar a recrear algun so que no tenim i que necessitem.

9.6 I posem els títols

Com a toc final, posem els títols. Els programes d'edició ens permeten posar text per tal de **complementar les imatges i el so**. Ens pot ser útil per escriure el títol, per deixar per escrit el missatge final, per reforçar algun concepte o per posar-hi els crèdits, per exemple.

Hem de tenir en compte que el tipus de lletra, la seva mida i els colors que fem servir són un element més de l'audiovisual. Si posem text sobre les imatges, és important que pugui llegir-se bé: que no sigui massa petit, que el color ressalti prou sobre la imatge... I vigilem amb les faltes d'ortografia!

En un anunci, per exemple, es recomana utilitzar un disseny que cridi l'atenció i que impacti per tal de reforçar l'estil i el missatge que es vol transmetre.

9.7 Per acabar, exportem

Exportar vol dir guardar el vídeo que hem fet de de manera que ja no es pugui editar, i que el puguem veure i compartir sense problemes. Els millors formats són:

- .avi
- .mpeg
- .mov
- .mp4

Per fer-ho, hem de clicar a **Arxiu > Exportar** i seleccionar el format que volem. Un cop fem clic a acceptar, haurem de ser pacients i esperar l'estona que triga el vídeo en estar a punt.

10. Després, mirem-ho!

Un cop tinguem tots els vídeos llestos, mirarem els resultats de la feina que hem fet tots i totes! Així, visualitzarem els anuncis i els comentarem conjuntament en un debat final amb el grup classe. Per dinamitzar-ho, podem llançar al grup les preguntes següents:

- Com s'han tractat els valors o el missatge que es volia transmetre? Ens agrada el punt de vista que ha mostrat l'anunci?
- Les imatges gravades estan ben escollides per explicar el tema?
- L'ordre, les transicions, el so... reforcen el missatge a transmetre?
- Ens ha impactat o generat alguna reflexió? Quina?
- Què és el que més ens ha agradat?
- Què milloraríem?

12. Compartim-ho!

Per compartir els resultats de la nostra feina amb el món, podem penjar els vídeos als canals del centre educatiu: la web, el vostre canal de Youtube o de Vimeo, xarxes socials com Facebook, Twitter o Instagram. I, en tot cas, no dubteu a fer-nos arribar els vostres vídeos a eduCAC!

MATERIALS COMPLEMENTARIS

- **Recurs educatiu:** [La publicitat](#)
Descripció: Recurs didàctic publicat al web [edu365.cat](#) amb pautes per treballar la publicitat a l'aula.
Aplicació: Documentació per al professorat.
Nivell educatiu: Cicle superior d'Educació primària i tots els nivells d'ESO.
- **Recurs educatiu:** [La publicitat](#)
Descripció: Fitxa pedagògica sobre la publicitat del projecte [Consumópolis](#), un espai amb informació i activitats al voltant del consum responsable.
Aplicació: Documentació per al professorat.
Nivell educatiu: Cicle superior d'Educació primària i tots els nivells d'ESO.
- **Document:** [Un dia qualsevol. Preproducció, producció i postproducció d'un curtmetratge](#)
Descripció: Treball de 2n de Batxillerat de l'IES Les Corts (Barcelona) guanyador dels Premis el CAC a l'Escola 2014, que recull tot el procés de creació d'un curtmetratge.
Aplicació: La lectura d'aquest treball pot ser un bon recurs de documentació per al professorat i una manera de mostrar a l'alumnat el procés de desenvolupament d'un projecte audiovisual des d'una experiència concreta realitzada en un entorn escolar.
Nivell educatiu: Tots els nivells d'ESO.
- **Recurs educatiu:** [Quan es vol fer promoció](#)
Descripció: Recurs educatiu de TV3 dins del seu web [Aquí TV3](#), que conté diversos continguts educatius en relació al llenguatge audiovisual i, en aquest cas, a la publicitat.
Aplicació: Documentació per al professorat.
Nivell educatiu: Cicle superior d'Educació primària i tots els nivells d'ESO.
- **Recurs educatiu:** [Media-Publicidad](#)
Descripció: Web del Ministeri d'Educació que facilita recursos didàctics per treballar la publicitat a l'aula.
Aplicació: Documentació per al professorat.
Nivell educatiu: Cicle superior d'Educació primària i tots els nivells d'ESO.

ACTIVITATS RELACIONADES

- Això també és publicitat
Publicitat
- Saben el que volem?
Publicitat
- La meva finestra al món
Bones pràctiques
- El mòbil, jo i els altres
Bones pràctiques
- Dins i fora de la xarxa
Projecte d'aula
- Perspectiva de gènere
Itinerari transversal
- Diversitat cultural
Itinerari transversal
- 'Preproducció', 'Producció' i 'Postproducció'
Mòduls instrumentals

edu
CAC

The image features the text 'edu' and 'CAC' in a bold, black, sans-serif font. The word 'edu' is positioned above 'CAC'. Two orange L-shaped brackets are placed around the text: one to the left of 'edu' and one to the right of 'CAC', with their corners pointing towards the text.