

## **RESUM DEL TREBALL AMB EL QUAL OPTO AL PREMI:**

Objectiu de l'activitat presentada: l'objectiu d'aquest treball és endinsar-se dins el món de la publicitat a través del mitjà audiovisual, fent pràctiques analitzant diferents espots i posteriorment produir-ne un.

Nombre d'alumnes que hi ha participat: l'única autora d'aquest treball és l'Aina Soler, encara que hi ha col·laborat diverses persones per fer d'actrius alhora de gravar l'espots.

Context en el qual s'ha realitzat l'experiència: aquest treball s'ha anat realitzant durant el 2007, sobretot a l'estiu.

Descripció de l'experiència: El meu treball de recerca volia que fos quelcom del qual m'agradés el tema i alhora que estigués relacionat amb el món audiovisual perquè en un futur no molt llunyà m'agradaria estudiar audiovisuals o cinema. Després de mirar títols de treballs d'anys anteriors i pensar i repensar, vaig trobar que seria una bona idea investigar algun aspecte a l'entorn de la publicitat i l'ús que aquesta fa del mitjà audiovisual. Acotant més el tema del treball, dins d'aquest àmbit m'interessava tractar els anuncis de manera teòrica però alhora que hi hagués una part pràctica i vaig creure que tractar els anuncis de colònia podia ser una manera molt interessant de submergir-me en aquest món dels espots.

Per tant, aquest treball té principalment dues parts molt diferenciades: la primera és la d'analitzar diferents espots publicitaris per veure-hi més enllà del

que hom pot veure a simple vista, el simbolisme, els colors predominants, la música com pot influir en el nostre subconscient, etc. i treure'n una conclusió. Per l'altra banda, la part més pràctica, que és la de realitzar un anunci publicitari, des del guió literari, tècnic, el pla de rodatge, la gravació... fins a l'edició.

Vaig creure necessari que, abans de començar per la part pràctica, necessitava informar-me sobre els anuncis, la publicitat, cada una de les parts que té un spot, els significats del perquè col·locar una objecte d'una manera i no d'una altra, com influeix al subconscient, el màrqueting...

Posteriorment vaig iniciar la recerca d'espots publicitaris de colònia i en vaig seleccionar 10 (4 de colònia de dona, 4 d'home i 2 d'home i dona) els quals vaig mirar moltes vegades per analitzar detingudament cada pla i cada moviment. Quan vaig estar, vaig posar-ho en comú i vaig treure una conclusió general dels 10 anuncis.

Un cop em sentia preparada per començar la part pràctica, vaig iniciar petites gravacions experimentals de situacions i objectes diferents sense cap relació entre elles. Després de pensar per on encaminar el meu anunci, vaig escriure unes quantes propostes, però cap m'acabava de fer el pes, però tenia molt clar que no volia fer un spot amb unes idees semblants dels anuncis analitzats, com per exemple: no volia jugar amb la sensualitat i sexualitat dels personatges ni fer servir actrius d'una bellesa perfecte.

Vaig retocar molts cops el guió fins que em va agradar. Havia de tenir molt clar què volia anunciar i expressar en l'anunci de colònia, a qui estaria dirigida, si seria d'home o de dona... També havia de tenir molt present tots els plans que

hi volia posar, els enquadraments, els personatges, la psicologia de l'anunci i també el nom i l'envàs del perfum.

Un cop acotat tot això, vaig agafar tot el que necessitava i vaig anar gravant part per part sense seguir l'ordre del guió, sinó seguint un ordre de dies disponibles. Després de tenir-ho tot gravat, (que hi vàrem passar unes quantes hores), ja només faltava la recta final: el muntatge i l'editatge, que el vaig fer amb el programa Adobe Premiere i els efectes amb l'Adobe After Effects. Finalment faltaven les conclusions i acabar de polir petites parts del treball, posar l'spot final a un DVD i imprimir-lo.

Valoració de la percepció de l'alumnat: Fent les anàlisis de colònies, m'he adonat que: tots els anuncis hi surten personatges estereotipats: el típic home dur, amb força, la típica noia sensual, la noia innocent...

A quasi tots hi ha un toc d'erotisme o sensualitat ja sigui perquè el protagonista vagi nu, o una parella es faci un petó apassionadament, o simplement un joc de mirades.

Cada anunci té uns colors que ressalten més que altres i tots van relacionats amb el color de l'envàs de la colònia.

Per altra banda, fent tot el procés de la realització de l'spot, veure el resultat final fa que et sentis molt bé, satisfeta dels teus resultats. Jo creia que em seria més fàcil tota l'elaboració, però he vist que no. Fer un spot requereix molt de temps per pensar i tenir molta imaginació, per treure suficients idees per després fer una tria. I no només és tenir la idea, després és plasmar-la al paper, pensar tots els plans, la psicologia de l'anunci, pensar els colors, el vestuari...