



Curs CEAC de Balls de Saló

Memòria de Projecte Final de Grau

Grau Multimèdia

Narrativa Visual

Autor: Xavier Morillo Peres

Consultor: Llogari Casas Torres

Professor: Antoni Marín Amatller

14-Gener-2014

Crèdits/Copyright

CEAC i el seu logotip CEAC son marques registrades de l'empresa PLANETA DE AGOSTINI FORMACION SLU

Dedicatòria

Vull dedicar aquest TFG als botejars, a tots/es i cadascun/a d'ells i elles: els fundadors, els veterans i els feliçment nousvinguts.

Abstract

En aquest treball es realitza mitjançant la combinació i integració de materials de diverses tipologies o àrees del Multimèdia, un nou element multimèdia.

Paraules clau: Memòria, Treball de Fi de Grau, Multimèdia, UOC, Stopmotion, Storyboard, Storyline, Animàtica, Adobe Premiere, Photoshop, Soundbooth

Agraïments, Notacions i Convencions

Vull agrair al consultor Llogari Casas la seva ajuda per indicar-me els camins on poder trobar llum en mig de les meves foscos i atzucacs.

Índex

1. Introducció.....	8
2. Descripció-Sinopsis.....	9
3. Storyline.....	10
4. Objectius.....	11
4.1 Principals.....	11
4.2 Secundaris.....	11
5. Marc teòric/Escenari.....	12
6. Storyboard.....	13
7. Continguts.....	14
8. Metodologia.....	16
9. Plataforma de desenvolupament.....	17
10. Planificació.....	18
11. Animàtica.....	19
12. Guió.....	20
13. Perfils d'usuari.....	22
14. Pressupost.....	23
15. Anàlisi de mercat.....	24
16. Màrqueting i Vendes.....	25
17. Conclusions.....	26
Annex 1. Lliurables del projecte.....	27
Annex 2. Captures de pantalla.....	29
Annex 3. Llibre d'estil.....	32
Annex 4. Glossari/Índex analític.....	33
Annex 5. Bibliografia.....	34
Annex 6. Vita.....	35

Figures i taules

Índex de figures

Figura 1: Storyboard de l'anunci.....	13
Figura 2: Captura de l'editor de Premiere durant el muntatge i edició de.....	29
Figura 3: Captura d'un moment de la codificació i generació del vídeo.....	29
Figura 3: Captura d'un moment de la codificació i generació del vídeo.....	30
Figura 3: Captura d'un moment de la codificació i generació del vídeo quan s'afegeix l'efecte de mareig als ànecs.....	30
Figura 3: Captura d'un moment de la codificació i generació del vídeo.....	31

1. Introducció

En aquest TFG em vaig proposar realitzar un anunci per a la televisió i/o pàgines web d'un curs de balls de saló per correspondència o a distància.

En el pla docent s'explica que el TFG és el resultat final i natural al que arriba l'estudiant després de tot el procés d'aprenentatge realitzat durant els estudis del Grau Multimèdia. Amb aquest treball jo he volgut demostrar als professors però sobre tot demostrar-me a mi mateix, que els meus coneixements i habilitats en àrees multimèdia han anat evolucionant a mida que jo anava avançant en els meus estudis del Grau.

A continuació vull explicar una mica com arribo als estudis del Grau Multimèdia. Jo treballo com a consultor informàtic de SAP, personalment considero que la meua feina no permet gaire creativitat, SAP és una solució informàtica empresarial molt potent i ben dissenyada però que no permet fer moltes coses revolucionaries, i tampoc els clients volen coses revolucionaries, volen solucions que cobreixin perfectament les seves necessitats i ajudin a millorar el rendiment de la seva empresa. A més a més, he treballat sempre en grans empreses, les anomenades Big4, on la pressió es màxima, el nivell de feina i estrès és molt alt, la metodologia de treball molt estricta, etc. Per acabar d'arrodonir la situació, sóc una persona amb moltes inquietuds, vull fer i aprendre coses noves, no m'agrada tenir la sensació d'estar fent coses rutinàries o estar estancat.

Tots els punts explicats al paràgraf anterior són els que, ja fa molts anys, m'empenyen a buscar una carrera que em permeti fer activitats totalment diferents a les que faig diàriament a la meua feina quotidiana i així 'oxigenar' el meu cervell, trencar totalment amb la meua rutina diària fent coses que m'obliguin a pensar de manera diferent a com penso durant la setmana laboral, fer activitats que em forcin a buscar la creativitat dins meu.

El Grau Multimèdia (o Graduat Multimèdia, com es deia quan vaig començar els estudis) cobreix perfectament el que buscava i per això, a ritme pausat, he estat els últims anys fent 2 o 3 assignatures per semestre fins arribar on sóc ara, enfrontant-me al final del Grau, aquest TFG.

Com he dit abans, aquest TFG pretén demostrar que he anat avançant i millorant els meus coneixements. A mida que els meus estudis al Grau anaven avançant, els meus coneixements i les meves habilitats també anaven creixent. Per aquest motiu he volgut fer en el meu TFG un treball molt semblant a algun ja realitzat al Grau, però millorat i perfeccionat. A assignatures relacionades amb edició de vídeo digital he fet treballs basats en la mateixa temàtica, però només emprant eines d'edició de vídeo, en canvi en aquest TFG em proposo demostrar-me que a més a més he adquirit coneixements prou sòlids en altres àrees del multimèdia com per a fer una nova versió de l'anunci on es vegin la combinació i perfecte integració d'altres àrees del multimèdia.

2. Descripció-Sinopsis

El meu TFG com ja ha quedat dit abans, és un anunci per a la televisió i/o planes web d'un curs per correspondència o a distància per a aprendre balls de saló, l'anunci tracta mitjançant el recurs tradicional de la publicitat de mostrar l'abans i el després de convèncer el seu públic objectiu de les excel·lències del producte i els beneficis que aporta.

Ens imaginem que ha contactat amb nosaltres l'empresa CEAC, empresa que es dedica a comercialitzar cursos a distància i cursos per correspondència de tota mena i amb temàtiques molt variades. CEAC vol llençar al mercat un nou producte que en aquest cas és un curs per aprendre a ballar correctament balls de saló.

La sinopsis de l'anunci és un professor de ball que es dirigeix al públic objectiu del curs apel·lant a la voluntat d'aquestes persones de deixar de ballar malament i gràcies al curs per correspondència de balls de saló, convertir-se en grans ballarins, el curs pot canviar les qualitats artístiques pel ball dels alumnes. Per a donar més força als seus arguments es mostren imatges de persones ballant de forma totalment descoordinada abans de fer el curs de ball i imatges de persones ballant de forma molt elegant i gràcil després de finalitzar el curs CEAC.

3. Storyline

Per a la primera entrega d'aquest TFG es va realitzar un Storyline, una petita síntesi de la trama de la història que es pretén explicar a l'anunci, per tal d'il·lustrar millor l'objectiu que es vol aconseguir.

L'storyline del nostre anunci consisteix a aprofitar la moda dels últims anys pels balls de saló per a vendre un curs per a aprendre a ballar correctament balls de saló a aquelles persones que els hi agrada molt però no ho saben fer adequadament.

Molta gent s'ha aficionat els últims anys a practicar tota mena de balls de saló, inclús hi ha programes de televisió a Catalunya amb uns bons índexs d'audiència on es mostren concursos internacionals de balls de saló. De totes maneres, no tothom que vol ballar ho fa bé o té la facilitat d'aprendre de forma autodidacta així que aquest anunci busca vendre un curs per a aprendre a ballar entre totes les persones interessades en aprendre a fer- ho o interessades en millorar la seva tècnica.

4. Objectius

4.1 Principals

- Demostrar als professors i consultors de l'assignatura que durant els diversos cursos del Grau Multimèdia he anat adquirint nous coneixements en multimèdia i sóc capaç de combinar-los de forma correcta i adequada per a generar un nou producte multimèdia amb qualitat professional
- Demostrar-me a mi mateix que he assimilat de forma correcta tots els coneixements adquirits durant tots aquests anys estudiant el Grau (o antic Graduat) a la UOC, i que sóc capaç de plasmar-ho en un únic treball que barregi diferents àrees de coneixement
- Tenir la satisfacció personal de veure que realment he interioritzat els coneixements estudiats i he aprofitat raonablement bé tot el temps, esforç i diners invertits. Com aquesta carrera l'he fet com a hobby o afició, el meu objectiu era aprendre i no anar passant cursos per assolir un títol universitari, realment vull al finalitzar aquest TFG tenir la sensació d'haver après moltes coses, valoro molt més aquesta sensació d'objectiu acomplert que el fet de tenir un títol (però naturalment també vull tenir aquesta titulació)

4.2 Secundaris

- Refrescar coneixements. Degut al ritme que he seguit als meus estudis del Grau (a raó de 2 o 3 assignatures per semestre) alguns dels coneixements o tècniques necessàries per a dur a terme aquest TFG els vaig adquirir ja fa alguns anys així que ha sigut imprescindible recuperar aquests coneixements i tornar a fer-los servir de forma adequada

5. Marc teòric/Escenari

CEAC és una empresa amb 67 anys d'experiència en l'àmbit de la formació a distància, disposa de més de 50 cursos a distància agrupats en 11 grans àrees o categories, en la seva llarga trajectòria ha format a més de 3 milions d'alumnes. CEAC està a punt de treure al mercat un nou producte, en aquest cas un curs a distància per a aprendre a ballar correctament balls de saló, aprofitant el boom actual d'aquesta afició.

El públic objectiu al que CEAC vol destinar el seu nou producte és gent aficionada als balls de saló que tot i dedicar moltes hores a aquesta afició, sap del cert que encara té moltes coses a aprendre per tal de ballar de forma adequada i correcte. Aquestes persones volen millorar les seves tècniques de ball, volen aprendre a ballar correctament i podrien estar interessades en realitzar un curs, però necessiten flexibilitat horària i poder seguir el curs al seu propi ritme. Un curs de balls de saló a distància reuneix totes les característiques que necessiten aquestes persones.

Per tal de maximitzar el públic objectiu hem fet l'anunci en llengua castellana. Tot i que la documentació del TFG estigui redactada en català, la versió final de l'anunci és en castellà ja que CEAC és una empresa amb influència en tota l'àrea hispanoparlant i vol anunciar els seus productes entre el màxim nombre de persones susceptibles d'estar interessades en els seus productes, els seus cursos.

A l'hora de fer aquest anunci per a CEAC ens enfrontem al repte de captar l'atenció del màxim nombre de públic objectiu, destacant la qualitat i avantatges d'aquest nou curs per a aprendre a ballar, per sobre de qualsevol acadèmia de ball on es realitzin cursos presencials i per sobre d'altres cursos a distància de temàtica diferent que també puguin interessar a possibles clients de CEAC que busquin una activitat per a ocupar les seves hores lliures o d'oci.

6. Storyboard

Per a la primera entrega d'aquest TFG es va realitzar un Storyboard, una representació il·lustrada del guió de l'anunci mitjançant una seqüència de vinyetes, per tal de servir de guia per entendre la història que es vol explicar a l'anunci.

A continuació es mostra l' storyboard o petit croquis de l'anunci per a ajudar a seguir l'estructura que té el vídeo final de l'anunci.



Figura 1: Storyboard de l'anunci

7. Continguts

Aquest TFG és un anunci que es pot emetre per televisió i a més a més es pot penjar a pàgines d'internet. En el nostre anunci es confronta la situació de partida, gent a la que li agrada molt ballar però no dominen pas les tècniques del balls de saló, en contraposició a persones que tenen gran domini dels balls de saló. El nostre anunci fa servir la típica fórmula publicitària de l'abans i el després, és a dir ensenyar com balla la gent abans de fer el curs a distància i com balla un cop acabat el curs.

Per una banda ensenyarem gent a la que es veu tractant de gaudir del ball però que no aconsegueixen ballar de forma natural i coordinada, i per altra banda ensenyarem imatges de gent un cop han finalitzat el curs ballant de forma molt harmoniosa i acurada. Les diferents imatges seran introduïdes per una locució oral d'un professor de ball que és popular per la seva participació en programes televisius dedicats al ball.

Com en aquest TFG ens hem mogut en un pla purament teòric, he orientat el TFG com si realment l'anunci el féssim finalment amb aquest professor com a locutor o presentador de l'anunci, tot i que per les lògiques restriccions que tenim la filmació de l'anunci no la he fet amb ell sinó que he fet un muntatge amb imatges seves simulant que parla a la càmera fent servir la tècnica d'stopmotion.

Suposant que realment s'hagués fet una gravació especial per a l'anunci del professor de ball, la participació del professor seria enregistrada en un estudi igual que les seqüències de les diferents persones ballant, abans i després del curs, les enregistraríem amb actors actuant també en un estudi.

El professor faria les seves intervencions en un primer pla, serà un bust parlant centrat a la pantalla amb un fons d'imatge molt senzill per tal que l'atenció del públic quedi centrada en ell. En canvi les imatges de ball seran plans generals de parelles ballant, fent servir la tècnica de l'stopmotion.

Les imatges de parelles ballant malament seran amb música de fons estrident i es mostraran moviments descoordinats i poc suaus, per la seva banda les parelles que ballen bé serà amb música molt suau, moviments delicats i amb molta harmonia. Les intervencions del professor també seran amb música de fons molt suau i amb volum molt baix per que l'atenció quedi fixada en la al-locució del professor i el públic objectiu no perdi detall del que diu.

Per potenciar la imatge de marca, el logotip de CEAC sortirà a l'inici de l'anunci, i hi haurà textos sobreimpressionats per pantalla durant l'anunci per reforçar els missatges i les idees claus que l'anunci vol transmetre.

Hi haurà dues versions diferents de l'anunci, diferents bàsicament en la durada. Una versió de l'anunci dura aproximadament 1 minut i mig (aquesta versió és la que es presenta com a lliurable del TFG) per a emetre en algunes ocasions per televisió i sobre tot per a emetre en planes web (on la publicitat té un

cost molt més reduït) i una altre versió de l'anunci més reduïda d'uns 20 segons que serà la que més sovint serà emesa per televisió (per qüestió de l'alt cost de cada segon de publicitat a la televisió).

8. Metodologia

La metodologia seguida a l'hora de fer aquest TFG va ser, en primer lloc, rumiar de forma molt detallada totes les característiques que m'hagués agradat que tingués l'anunci i amb quins recursos multimèdia tractaria de cobrir cadascuna d'aquestes característiques que volia mostrar. És a dir, a on voldria fer servir imatge real i a on imatge fotogràfica, quins retocs afegir a les imatges, quins fragments de l'anunci fer emprant la tècnica de l'stopmotion, quines cançons o àudio afegir a les imatges, quins efectes visuals o sons afegir per a donar major força al relat, etc.

Com era d'esperar, la meua idea inicial a anat patint molts canvis al llarg dels diferents lliuraments del TFG fins a arribar a la versió definitiva que presento. Tot i que la idea inicial va ser molt meditada i treballada tractant de no imaginar impossibles, hi ha hagut detalls que vaig planificar fer inicialment que finalment no ha sigut possible portar a la realitat i he hagut d'anar preparant la introducció de canvis per a cobrir de manera alternativa algunes parts del treball.

A còpia d'anar meditant i treballant en el meu projecte, vaig anar tenint cada cop més clar quins recursos i programari faria servir per a aconseguir fer la combinació i unificació dels diferents material amb diferents orígens que necessitava fer servir. Durant el Grau hem treballat amb diferents programes, uns més complexos que altres, uns més senzills i intuïtius de fer servir o amb millors ajudes a l'usuari des del meu punt de vista.

Un punt important que crec cal esmentar i tenir molt present és en el cas del programari, verificar que encara es tenen les claus de registre i aquestes són vàlides per a poder treballar. Durant el Grau la UOC ens ha proporcionat diferents programes i diverses versions dels mateixos que poden haver quedat obsolets o poden haver caducat les seves claus. Crec bàsic fer la verificació del programari disponible a l'hora que es planifica què es farà i com es farà.

Una vegada vaig recopilar tot el material necessari per muntar el treball final (àudio, vídeo, imatge fixa, efectes sonors, etc), ja sigui material propi o material aliè, vaig anar important aquest material a un projecte creat amb Premiere, el software escollit per a fer la generació del vídeo. El següent pas va ser posar els vídeos en la seqüència correcta i fer el muntatge, afegir la música i l'àudio, intercalar textos i transicions entre imatges, modificar la durada dels textos i dels vídeos, afegir efectes i transformacions que incorpora Premiere que ajuden a donar un aspecte més professional al lliurable final, etc.

9. Plataforma de desenvolupament

Els recursos tecnològics que he fet servir per a realitzar el meu TFG han estat:

- Adobe Photoshop → programa per a editar fotografies, gràfics i imatges
- Adobe Premiere → programa d'edició de vídeo
- Adobe After Effects → programa per a afegir efectes visuals a imatges de vídeo i per a fer animació digital
- Adobe Soundbooth → programa d'edició digital d'àudio
- Internet Explorer → navegador web de Microsoft
- Microsoft Outlook → client de correu electrònic
- Microsoft Word → programa processador de text
- Microsoft Powerpoint → programa per a fer presentacions pràctiques amb text, àudio, animacions i imatges
- Google → cercador de la Internet
- Videocàmera Samsung VP-HMX 10A
- Ordinador personal HP EliteBook 8460p
- Càmera de fotos Olympus VR-310

10. Planificació

Les principals dates clau del projecte son les dates de lliurement de les quatre PACs de que consta aquest TFG. A continuació s'indiquen les dates clau així com els diferents objectes o lliurables inclosos en cada PAC:

- 1 d'octubre, lliurament de la PAC1
 - Primera versió de la Memòria del projecte que inclou entre d'altres punts
 - Sinopsis
 - Storyline
 - Storyboard

- 27 d'octubre, lliurament de la PAC2
 - Segona versió de la Memòria del projecte amb més detall, capítols i informació addicionals
 - Animàtica

- 2 de desembre, lliurament de la PAC3
 - Tercera versió de la Memòria del projecte amb més detall, capítols i informació addicionals
 - Primera versió o versió esborrany de l'anunci objecte d'aquest TFG. Treball molt semblant a la versió definitiva del TFG però encara amb petits detalls pendents d'ajustar i perfeccionar

- 14 de gener, lliurament de la PAC final del TFG
 - Versió definitiva de l'anunci objecte d'aquest projecte
 - Versió definitiva de la Memòria del projecte
 - Autoinforme d'avaluació sobre l'ús de les competències transversals
 - Presentació en vídeo del projecte com a defensa davant del tribunal d'avaluació
 - Presentació del projecte per al públic en general
 - Recursos de tercers utilitzats en la realització de l'anunci
 - Presentació del projecte en versió publicable a Mosaic

11. Animàtica

Per a la segona entrega d'aquest TFG es va realitzar una Animàtica que no és més que una composició audiovisual a la que es mostra amb imatges i amb àudio (que no tenen per què ser les definitives) una primera versió esborrany del projecte.

En aquest apartat es presenta en el fitxer adjunt l'animàtica realitzada. A partir del Storyline s'ha construït un primer esbós de com serà el treball final, per tal de transmetre millor què es pretén fer i com es pretén fer. S'han afegit explicacions en les seqüències (textos en moviment de color blau) per tal d'afegir més informació a qui vegi aquest esbós de l'anunci.

En aquesta animàtica, la durada de les diferents seqüències no coincideix amb la durada a l'anunci definitiu, amb l'objectiu d'ajustar les durades al temps necessari per a llegir les explicacions de les diferents seqüències que té l'animàtica.



AnimaticaXMorillo_TF
G

12. Guió

La primera imatge que mostra el nostre anunci és una pantalla negra amb el nom del curs sobreimpressionat així com el logotip de CEAC, de tal forma que el públic identifiqui clarament quina empresa està al darrera d'aquest producte, ja que aquesta empresa és molt important i pertany a una multinacional molt coneguda. Aquesta imatge durarà aproximadament uns 5 segons, per tal que l'espectador pugui llegir tranquil·lament el nom del curs i identificar el logotip de l'empresa. De fons sonarà una música molt suau, tranquil·la i harmoniosa.

Es realitza una transició de tall directe per a passar a la següent seqüència de l'anunci.

A la següent seqüència apareix el presentador de l'anunci, un ballarí famós per participar com a professor i jurat en un concurs televisiu per aprendre a ballar.

La imatge del professor és un primer pla, es veu bàsicament la cara del professor sobre un fons molt senzill per tal que l'atenció del públic objectiu es centri només en el professor i no es distregui amb altres detalls. Hem editat i alterat la fotografia del professor per una banda per a que sembli més una caricatura que una fotografia real i per altra banda per simular que el professor parla en stopmotion fent la presentació de l'anunci. Sobreimpressionat a un cantó de la pantalla es mostra el logotip de CEAC per tal que el públic el pugui identificar i retenir.

El professor explica l'objectiu del curs. Adreça el missatge a aquelles persones que dediquen hores i esforç a ballar però són conscients de fer-ho molt malament i per això volen aprendre fàcilment a fer-ho correctament. La veu del professor serà de l'estil de la Darth Vader, el fet de canviar la veu és només per que no volia que fos la meua pròpia veu la que sortís a l'anunci i així també per a poder practicar amb el programari d'edició d'àudio i recordar el que vaig aprendre d'aquesta matèria al Grau. De fons es va escoltant la mateixa música suau i tranquil·la de la seqüència anterior. Aquesta seqüència dura uns 9 segons.

Es fa una transició de tall per a passar a la següent seqüència d'imatges i àudio de l'anunci.

A la següent seqüència s'observa una gravació en stopmotion de ballarins que no domina les tècniques dels balls de saló, són personatges que ballen de forma descoordinada, grotesca i amb moviments molt bruscos i espasmòdics. Es mostra sense miraments com és la manera de ballar de la gent abans de fer el curs objecte de l'anunci. Per a donar més força a les paraules del presentador que indicava que l'anunci es dirigia a gent farta de ballar com a ànecs marejats, es mostren ànecs ballant malament i s'han afegit a les imatges uns reflexes de llum que simulen que estan marejats com a sopes. De fons s'escolta una música molt estrident i descompassada, fet que remarca encara més la sensació d'estar veient ballarins molt dolents. Durant aquestes imatges dels ballarins ballant malament es sentirà una

veu en off amb reverberació o eco que indica que aquesta és la manera de ballar quan encara no s'ha fet el curs CEAC. Aquesta seqüència dura uns 18 segons.

Es realitza un fos a negre per a passar a la següent seqüència d'imatges, mentre que per a canviar la música de fons de forma subtil es fa un fos exponencial.

A la següent seqüència es pot veure un altre cop al presentador de l'anunci, sense canvis respecte a la presentació inicial, és a dir un primer pla amb un fons d'imatge senzill que no distregui al públic i el logotip de CEAC, que reafirma que la solució per a deixar de ballar així és fer el curs a distància de CEAC. De fons es torna a sentir la mateixa música suau i tranquil·la del principi de l'anunci. Aquesta seqüència dura uns 6 segons.

Es torna a fer un fos a negre per a passar a la següent seqüència d'imatges de l'anunci, mentre que per a canviar la música de fons de forma subtil es fa un fos exponencial.

A la següent seqüència es pot veure imatges de ballarins que ja dominen a la perfecció les tècniques dels balls de saló, ara aquests personatges ballen de forma gràcil, compassada i harmoniosa. És el després. Es sentirà de fons música clàssica molt suau estil vals vienès. Durant el vídeo es sentirà una veu en off amb reverberació o eco indicant que després de fer el curs CEAC és així com ballen tots els alumnes. Aquesta seqüència dura uns 40 segons, una mica més del doble que les imatges dels ballarins que ballava malament per a poder transmetre durant més temps els grans progressos i canvis positius que es poden aconseguir amb el curs de ball.

Es torna a fer un fos a negre per a passar a la següent seqüència d'imatges i per a canviar la música de fons de forma subtil es torna a fer un fos exponencial.

La última seqüència de l'anunci torna a ser una intervenció del presentador que anima al públic a trucar al número de telèfon de CEAC que es mostra per pantalla per informar-se del curs i apuntar-se. De fons sona la mateixa música suau i tranquil·la de l'inici de l'anunci. Aquesta seqüència dura uns 6 segons.

Es torna a fer un fos a negre i un fos exponencial per a finalitzar l'anunci.

13. Perfils d'usuari

En el nostre cas podem distingir tres grans tipologies d'usuari amb els seus perfils particulars cada un d'aquests tipus.

Per una banda està l'usuari o client que ens encomana crear un anunci pel seu producte (com a hipotètica agència de publicitat que som), per a aquest TFG en concret el client és el Grupo Planeta o la seva divisió CEAC. En aquest cas el perfil d'usuari és una empresa que tingui un producte a publicitar i que desitja anunciar-ho mitjançant un spot per televisió i internet que sigui modern i que combini varies àrees multimèdia.

Per altra banda està l'usuari que visualitzarà l'anunci, ja sigui per televisió o internet. En aquest cas crec que no hi ha un perfil concret d'usuari, bàsicament qualsevol persona que vegi la televisió a les hores d'emissió de l'anunci o que navegui per internet per les planes on inserirem l'anunci. Aquestes persones tot i que no estiguin gens interessades en el curs que s'anuncia i no parin gens d'atenció, el veuran i crec que es poden considerar 'usuaris' de l'anunci.

Finalment està l'usuari o client potencial del producte, el client potencial del curs a distància de balls de saló. En aquest últim tipus d'usuari, el perfil pot ser molt heterogeni ja que interessats en els balls de saló hi ha persones de tota mena d'edat i condició social, però considero que principalment l'anunci ha d'anar dirigit a persones de mitjana edat i classe mitja, que els hi agradi molt el ball i ballar, que vulguin millorar la seva tècnica i coneixements a la vegada que es diverteixen i fan una activitat saludable, però amb la particularitat que no poden o no volen seguir un horari estricte de classes presencials i prefereixen l'opció del curs a distància (ja que poden seguir el curs al seu propi ritme d'aprenentatge i en les hores que li convenen). Ara ja fa anys que està molt de moda els balls de saló i no faltarà gent interessada a fer aquest curs de CEAC.

Per tal de maximitzar el nombre de persones que poden arribar a ser clients potencials hem fet l'anunci en llengua castellana. Tot i que la documentació del TFG estigui redactada en català, la versió final de l'anunci és en castellà ja que CEAC és una empresa amb influència en tota l'àrea hispanoparlant.

14. Pressupost

Com ja hem dit abans, farem el pressupost imaginant que realment filmarem imatges amb el professor de ball i els actors, tot i que a l'anunci no surten ni actors ni el professor sinó que aquestes imatges amb persones reals han sigut substituïdes per imatges generades per mi amb alguna de les tècniques multimèdia apreses al Grau.

A continuació mostrem les taques a realitzar per crear l'anunci i el cost aproximat d'aquestes tasques:

- Guió → 1600 €
- Maquillatge i perruqueria → 430 €
- Lloguer d'un plató → 320 €
- Contractació del director i del realitzador de l'anunci → 975 €
- Contractació de l'editor de l'anunci → 2900 €
- Contractació del professor de ball/presentador → 5500 €
- Contractació dels actors que fan de ballarins → 1200 €
- Lloguer de l'equip de gravació de imatge i so → 375 €
- Lloguer del vestuari → 270 €
- Contractació d'un operari de càmera → 975 €
- Contractació d'un operari de so → 975 €
- Càtering → 275 €
- Lloguer de l'equip d'edició de imatge i so → 375 €
- Drets d'autor de les imatges de ball de l'anunci → 0 €, producció pròpia
- Drets d'autor de les músiques de l'anunci → 0 €, banc de sons sense royalties
- Composició musical de fons per a l'anunci → 0 €, banc de sons sense royalties

Total → 16.170 €

15. Anàlisi de mercat

Com a hipotètica agència de publicitat que ens dediquem a fer anuncis, el nostre client potencial són persones o empreses que vulguin o necessitin publicitar un producte i ho vulguin fer mitjançant anuncis multimèdia.

Ara per ara hi ha molta competència per vendre productes ja que hi ha oferta abundant però malauradament la demanda es molt baixa degut a la crisi econòmica. Així doncs com hi ha una forta competència per a aconseguir vendre productes/serveis això fa pujar la necessitat de publicitar-se buscant assolir un forat significatiu al mercat. Una via per aconseguir-ho és apostar per fer publicitat poc convencional i força actual i una manera és utilitzant recursos multimèdia.

La competència que podem tenir són altres agències de publicitat de la mateixa àrea d'acció que la nostra, i per àrea d'acció em refereixo tant a nivell de zona geogràfica com de mitjans que fa servir per donar-se a conèixer pels seus clients objectiu. Aquestes empreses en molts casos ja estan consolidades així que ja tenen un nom i una cartera de clients que nosaltres no tenim.

Per a 'lluitar' amb aquesta competència nosaltres farem productes molt innovadors, aprofitant al màxim tots els recursos i coneixements multimèdia que tenim i naturalment ajustant els preus al màxim per a anar guanyant clients i fent-nos un nom. El món de la publicitat està constantment canviant, cal fer anuncis cada cop més sorprenents per a captar l'atenció dels clients potencials del producte o servei que s'anuncia i es vol vendre, afortunadament la tecnologia també fa grans avenços i actualment es poden fer treballs o anuncis multimèdia cada cop més innovadors i trencadors, amb grans possibilitats de trobar idees originals per a vendre productes o serveis.

16. Màrqueting i Vendes

CEAC es el centre d'ensenyament privat pioner a l'estat espanyol en l'àmbit de la formació a distància.

CEAC forma part del important grup de comunicació Grupo Planeta DeAgostini, líder del sector editorial a l'estat espanyol, fet que constitueix una gran garantia de professionalitat, serietat i qualitat del producte que ofereixen, cursos a distància. CEAC als seus anuncis remarca que pertany a aquest important grup així com la seva col·laboració amb altres empreses o entitats de prestigi (Microsoft, Bayer, Generalitat de Catalunya) per a transmetre als seus potencials clients la professionalitat de la seva oferta.



El logotip de CEAC és un quadrat blau, color que s'associa a la responsabilitat i credibilitat, inspira confiança i seguretat, valors tots ells que vol transmetre el nostre client als seus potencials compradors o clients. El logotip té en lletres blanques la marca, amb una tipografia molt senzilla, amb el que es vol transmetre una idea de simplicitat, els cursos CEAC no són complicats y faran molt fàcil als usuaris la tasca d'aprendre i assolir els seus objectius.

17. Conclusions

Durant la realització del meu TFG he comprovat que tal i com em pensava i temia, no he pogut dur a terme tot el que em vaig plantejar a l'inici. Al meu cap l'anunci tenia unes característiques que finalment no ha sigut possible fer realitat al 100% ja sigui per limitacions tècniques o dels meus propis coneixements.

Si vull remarcar que amb l'exercici teòric que he fet d'un primer anàlisi dels costos que pot portar associats la gravació d'un anunci, he començat a fer-me una idea de tot el que cal tenir en compte a l'hora de fer un anunci (i segurament m'he descuidat algunes coses al meu recull de despeses) i el cost elevat que pot suposar. A part del cost de fer l'anunci, cal tenir en compte que després cal publicitar-ho, és a dir, contractar espais a la televisió i a pàgines web on reproduir el nostre anunci.

Annex 1. Lliurables del projecte

Per a crear l'animàtica i les diferents versions que he fet i presentat del meu treball, he fet servir els següents fitxers:

- BallAbans.jpg -> imatge de persones ballant malament, abans de fer el curs



BallAbans.jpg

- BallDespres.jpg -> imatge de persones ballant molt bé, després de fer el curs



BallDespres.jpg

- LogoCEAC_G.gif -> logotip de mida gran de CEAC



LogoCEAC_G.gif

- LogoCEAC_P.bmp -> logotip de mida petita de CEAC



LogoCEAC_P.bmp

- Presentador.jpg -> imatge del presentador de l'anunci



Presentador.jpg

- MusicaAbans.mp3 -> música de fons que s'escolta amb la imatge de gent ballant malament



MusicaAbans.mp3

- MusicaDespres.mp3 -> música de fons que s'escolta amb la imatge de gent ballant molt bé



MusicaDespres.mp3

- MusicaPresentar.mp3 -> música de fons que s'escolta en la presentació del curs



MusicaPresentar.mp3

- VeuOff.zip -> al·locucions del presentador i veu en off a les imatges de ball



VeuOff.zip

- abans.zip -> mostra d'algunes de les fotografies utilitzades per a muntar amb stopmotion l'exemple de ball abans de fer el curs CEAC



abans.zip

- despres.zip -> mostra d'algunes de les fotografies utilitzades per a muntar amb stopmotion l'exemple de ball després de fer el curs CEAC



despres.zip

Annex 2. Captures de pantalla

A continuació es mostren unes captures de pantalla durant el procés de treball:

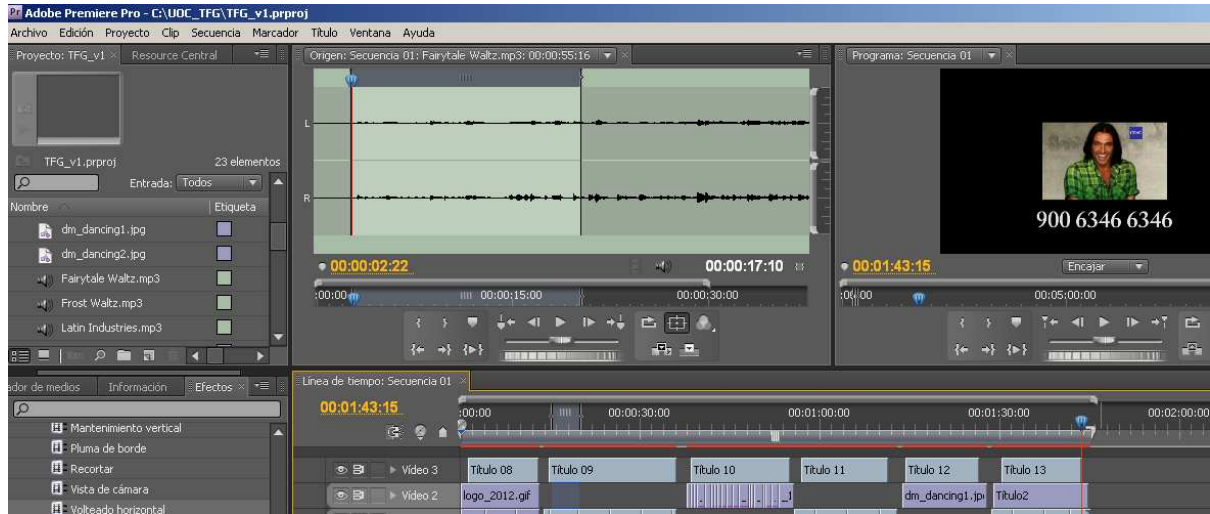


Figura 2: Captura de l'editor de Premiere durant el muntatge i edició del vídeo

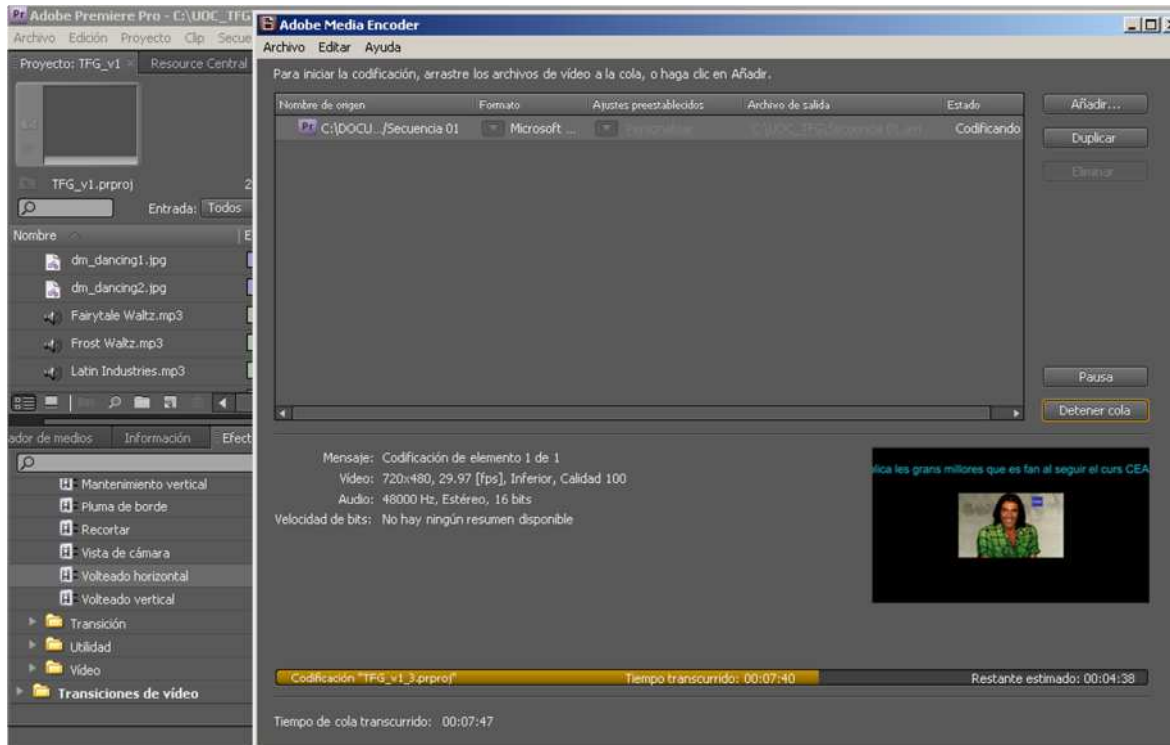


Figura 3: Captura d'un moment de la codificació i generació del vídeo

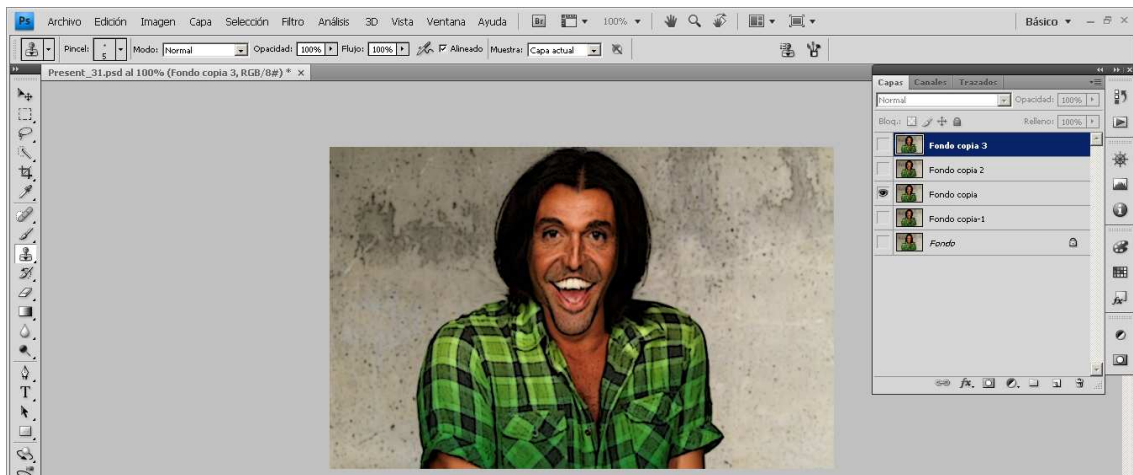


Figura 4: Captura de l'editor de Photoshop durant l'edició de les fotos del presentador

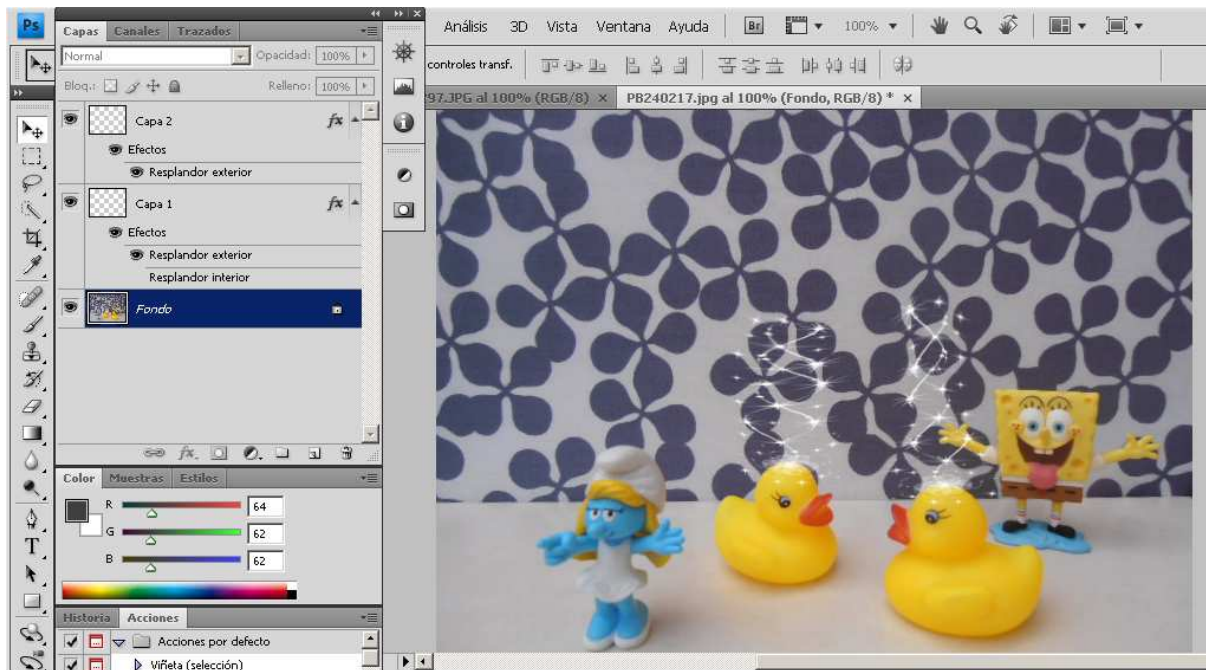


Figura 5: Captura de l'editor de Photoshop quan s'afegeix l'efecte de mareig als ànecs

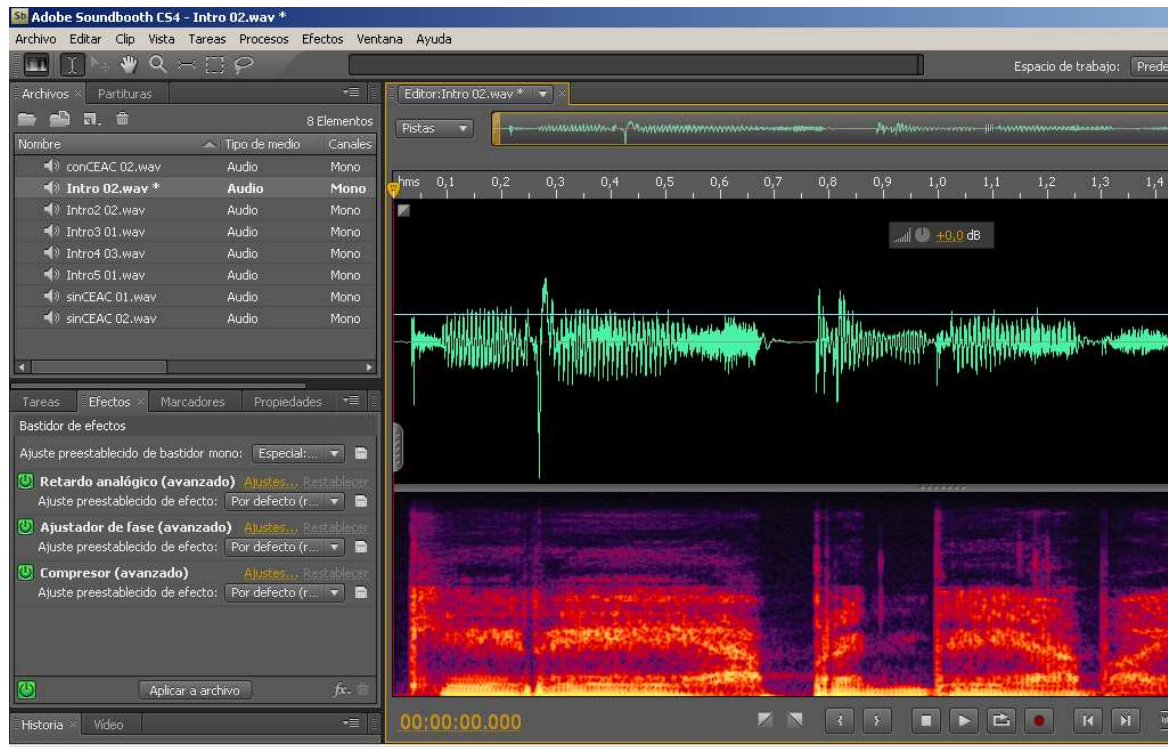


Figura 6: Captura de l'editor de Soundbooth durant la modificació d'una al·locució

Annex 3. Llibre d'estil



El logotip de CEAC és un quadrat blau, color que s'associa a la responsabilitat i credibilitat, inspira confiança i seguretat, valors tots ells que vol transmetre el nostre client al seus potencials compradors. El logotip té en lletres blanques la marca, amb una tipografia molt senzilla, amb el que es vol transmetre una idea de simplicitat, els cursos CEAC no són complicats y faran molt fàcil als usuaris la tasca d'aprendre i assolir els seus objectius.

Tots els textos que es sobreimpressionen a l'anunci tenen una paleta de colors, tipografia i mida de fonts semblants a la del logotip de CEAC per tal de maximitzar l'impacte en l'espectador de la marca. Si els textos que llegeix per pantalla són tots com el del logotip, se li quedarà més gravada a la memòria la imatge i marca del nostre client.

Annex 4. Glossari/Índex analític

- Sinopsis: resum general d'una obra o un tema en particular
- Storyline: designa l'embolic o la trama de la història, es tracta de la síntesi de la història
- Storyboard: un guió il·lustrat o storyboard és la representació il·lustrada d'una pel·lícula abans de la seva realització
- Animàtica: seqüència de imatges amb àudio afegit per a verificar si les imatges i el so junts aconseguixen l'efecte desitjat

Annex 5. Bibliografia

- Materials de l'assignatura: Llibre "Diseño Audiovisual". Autors Rafael Ràfols i Antoni Colomer. Editorial Gustavo Gili SL
- Materials de l'assignatura: Dvd "Composició digital" Autor Albert Criado. Universitat Oberta de Catalunya
- CEAC – Cursos a distància
<http://www.ceac.es/>
- La Cuineta – Menjars per emportar elaborats i semielaborats
<http://www.lacuineta.es/>
- Escena Digital Locutores
http://www.locutory.es/descargas_gratuitas_radio.htm
- Incompetech – Royalty-Free Music
<http://incompetech.com/music/royalty-free/index.html>
- Free play music
<http://www.freeplaymusic.com/>
- Adarve Producciones SL
http://www.bancoaudiovisual.es/clips_gratuitos.php
- Viquipèdia, enciclopèdia de contingut lliure
<http://ca.wikipedia.org>
- Diccionari de l'Enciclopèdia Catalana
<http://www.diccionari.cat/>

Annex 6. Vita

Xavier Morillo és titulat en Estadística per la Universitat Politècnica de Catalunya. A més a més té un postgrau de Direcció General de la Universitat Oberta de Catalunya i està finalitzant el seu Treball Final de Grau del Grau en Multimèdia de la Universitat Oberta de Catalunya.

Tot i els estudis assenyalats al paràgraf anterior, la seva trajectòria professional no ha tingut res a veure amb els seus estudis ja que ha treballat com a consultor informàtic del software empresarial SAP durant 15 anys.

Ha treballat 2 anys en l'àrea de logística i cadenes de subministrament. Ha desenvolupat la seva feina 1 any a la seu del mateix fabricant del software, SAP AG (Alemanya) com a consultor, participant en diversos projectes. Ha treballat 6 mesos en un projecte als Estats Units. Té coneixement avançats de programació ABAP i BSP, els llenguatges que utilitza SAP. Ha treballat 7 mesos com a consultor de Business Intelligence a un projecte per a un client australià, desenvolupant la seva feina 4 mesos des de Madrid i 3 mesos a Melbourne. Ha treballat durant 7 mesos com a cap de projecte tècnic per a un projecte a Houston (EEUU) desenvolupant part de la feina a Houston i part a Barcelona. Ha participat durant 3 mesos a un projecte a Londres com a Solution Architect. Actualment porta 24 mesos treballant a un projecte a França com a manager.

Té certificació en TEP10- SAP Enterprise Portal Implementation & Operation i en ABAP.