

DEL CINEMA A LA PUBLICITAT

Montserrat Planella

El treball *Del Cinema a la Publicitat* és una proposta educativa per incorporar en l'educació primària i secundària el treball de la publicitat a l'aula però fent-ho a partir de les múltiples relacions que aquesta estableix o ha establert amb el cinema. Aquest enfocament ens permet acostar-nos al funcionament dels dos mitjans de comunicació de masses alhora, entenent que, un i altre s'han dedicat, ja des del naixement del cinema, a crear els signes que han modelat gran part de l'imaginari i de la manera d'entendre la societat del segle XX, i que continuen contribuint a la construcció de l'imaginari contemporani a través dels diferents canals que ofereixen les TIC.

El treball consta d'una sèrie de materials i propostes d'activitats acompanyades dels resultats d'alguns dels treballs desenvolupats a partir d'elles en el context escolar i en el context de formació del professorat. El material, que s'ha recollit en un bloc, té com a objectiu principal proporcionar els coneixements i les eines que permetin entendre els lligams entre cinema i publicitat i facilitin posar en pràctica les potencialitats didàctiques que se'n desprenen, a fi i a efecte de poder desenvolupar activitats d'aula concretes integrades a les diferents matèries del currículum i a cada tipologia d'alumnat.

Objectius

- Entendre que tant el cinema com la publicitat han modelat gran part de l'imaginari i de la manera d'entendre la societat del segle XX, i que continuen contribuint a la construcció de l'imaginari contemporani.
- Proporcionar els coneixements i les eines que permetin entendre els lligams entre cinema i publicitat i facilitin posar en pràctica les potencialitats didàctiques que se'n desprenen.
- Desenvolupar activitats d'aula concretes integrades a les diferents matèries del currículum i a cada tipologia d'alumnat per a treballar la publicitat.
- Ajudar-nos del cinema per a fer una lectura interpretativa i crítica de la publicitat en la mesura que aquesta ens fa veure la vàlua de la creació cinematogràfica.
- Conèixer les estratègies bàsiques utilitzades conjuntament per la publicitat i el cinema i veure com la publicitat utilitza referents cinematogràfics.
- Explorar alguns recursos del llenguatge cinematogràfic aplicats a la publicitat.
- Realitzar recerca d'informació per veure com circula la creativitat entre els dos mitjans.
- Veure alguns dels mecanismes que utilitzen els mitjans audiovisuals per donar forma a les necessitats, els desitjos i els valors.
- Entendre el funcionament d'algunes tècniques publicitàries (product placement, testimonial, etc.)
- Aproximar-nos a les capacitats creatives i significatives del retrat fotogràfic.
- Conèixer alguns dels grans referents del cinema clàssic.
- Treballar la competència comunicativa lingüística a través del comentari, anàlisi i discussió de productes audiovisual i la competència comunicativa audiovisual.
- Treballar la competència artística i cultural pel que fa a conèixer, comprendre, apreciar i valorar críticament les manifestacions artístiques provinents del camp del cinema, la fotografia i la publicitat.

Desenvolupament

El treball ha estat desenvolupat en dos contextos: a l'aula amb els alumnes de secundària i en l'àmbit de la formació del professorat per poder comprovar la seva eficàcia i viabilitat en diferents realitats escolars. La idea del treball es gesta amb la inauguració el juny del 2011 de l'exposició *Estrelles en venda* al Museu del Cinema de Girona, i es formalitza amb propostes de treball per al meu alumnat i finalment amb una proposta de formació del professorat¹ que pretén, treballar les potencialitats didàctiques que es desprenen de les múltiples relacions entre cinema i publicitat.

El material preparat per a dur a terme el treball es pot trobar recollit en una bloc, que s'estructura en unitats temàtiques en cada una de les quals hi ha explicacions i il·lustrades amb material gràfic o vídeo gràfic, acompanyades de propostes didàctiques. El treball el completen exemples de treballs desenvolupats pels alumnes i també s'hi incorporen les propostes didàctiques realitzades pels professors que han participat en la formació.

Les relacions entre cinema i publicitat són moltes i els exemples a treballar a l'aula són innumbrables, és per això que l'experiència es limita a tractar algunes d'aquestes relacions que queden clarament reflectides en el llistat d'unitats dels materials:

- UNITAT 1 – Del cinema a la publicitat
- UNITAT 2 – Estrelles que es venen
- UNITAT 3 – L'estratègia del testimonial
- UNITAT 4 – Atraure consumidors
- UNITAT 5 – L'emplaçament del producte al cinema
- UNITAT 6 – Els gèneres cinematogràfics a la publicitat
- UNITAT 7 – Els rostres del cinema a la publicitat
- UNITAT 8 – Aprofundim en els recursos cinematogràfics
- TREBALLS – Treballs dels alumnes
- PROPOSTES – Propostes de professors i mestres

Context escolar. Amb els alumnes de secundària de l'INS Castell d'Estela d'Amer s'han experimentat els materials i s'han portat a terme algunes de les activitats. Sempre s'ha realitzat en el marc de la matèria d'Educació visual i plàstica de l'ESO o de Cultura Audiovisual del Batxillerat. No s'han portat a terme totes les activitats amb un sol grup sinó que s'han treballat parts parcials amb cada un d'ells. Els exemples aportats a nivell d'il·lustració són:

- *I tu, quantes marques anuncies?* 2n d'ESO
- *Emmascarant-nos d'estrelles per a desemmascarar les estrelles.* 1r de batxillerat
- *La llum i el rostre. Sessió fotogràfica d'il·luminació.* 4t d'ESO i 1r de batxillerat
- *Estètiques del retrat fotogràfic.* Treball de recerca 1r de Batxillerat
- *Els dos extrems del retoc fotogràfic en el retrat.* Treball de recerca 1r de Batxillerat
- *Moure la càmera. Realització d'un spot.* 1r de Batxillerat

Context de formació del professorat. En l'àmbit de la formació del professorat s'ha pogut formar i treballar presencialment amb un grup heterogeni de 25 professors i mestres de diferents matèries del currículum (Música, Ciències Socials, Llengua Catalana, Llengua Anglesa, Educació Visual i Plàstica). Paral·lelament el material també ha estat utilitzat de forma telemàtica per d'altres professors ja que aquest treball parteix de poder difondre uns recursos i

¹ *Del cinema a la publicitat*, oct-nov 2011, ICE UdG-Museu del Cinema de Girona.

una manera de treballar el cinema i la publicitat de forma integrada, per tant tot el que ha estat desenvolupat en ambdós contextos anteriorment citats s'ha anat presentat en un bloc digital perquè pugui servir tant al professorat com a l'alumnat.

Portada del bloc **Del cinema a la Publicitat**



<http://blocs.xtec.cat/cinemaipublicitat/>

Avaluació

Pel que fa a les activitats desenvolupades en el context escolar amb alumnes de secundària cada una ha estat avaluada seguint procediments diferenciats. En tots ells però s'havia de realitzar un treball concret i per tant s'avaluava el procés (capacitat d'organització, capacitat d'experimentació...), així com el resultat final seguint criteris específics segons el que s'estava treballant. Pel que fa a la valoració de l'activitat formativa amb professors i mestres, dos elements guien l'avaluació de la proposta: les valoracions anònimes i personals dels assistents i la qualitat de les propostes didàctiques que aquests van desenvolupar a partir dels continguts del curs.

Conclusions

La formació desenvolupada en el marc del Museu del Cinema de Girona, ha permès poder desplegar la idea de treballar de forma integrada cinema i publicitat a l'aula i comprovar si la proposta es podia adaptar a diferents nivells educatius (Cicle mitjà, Cicle superior, ESO i Batxillerat). La proposta partia de l'exposició *Estrelles en Venda* fet que permetia també fer una aproximació important a referents del cinema clàssic. Satisfactòriament la formació ha donat peu a desenvolupar activitats concretes per a ser portades a terme en diferents contextos escolars que també poden ser compartides per d'altres professors i mestres.

Bibliografia

- Autora de la comunicació. (2012). *Del cinema a la publicitat*. <http://blocs.xtec.cat/cinemaipublicitat/>