



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

**Departament de Biblioteconomia,
Documentació i Comunicació Audiovisual.
Facultat de Biblioteconomia i Documentació**

**Treball de Grau en Comunicació Audiovisual.
Curs 2016-2017**

La doble cara dels colors

Queralt Puig Mas

Tutor: Jaume Duran

Barcelona, maig del 2017.

Link del vídeo a Vimeo: <https://vimeo.com/221302767>

ÍNDEX

Portada

Resum/Abstract

- 1. Introducció**
 - 1.1..... Presentació**
 - 1.2..... Objectius i motivació del treball**
 - 1.3..... Estructura i metodologia del treball**

- 2. Desenvolupament de la primera etapa**
 - 2.1.....Enquestes**
 - 2.2.....Resultats de les enquestes**

- 3. Part audiovisual**
 - 3.1.....Idea principal**
 - 3.2.....Càsting**
 - 3.3.....Atrezzo i vestuari**
 - 3.4.....Ambients i atmosferes**
 - 3.5.....Rodatge**

- 4. Conclusions**
 - 4.1.....A qui li ofereixo el meu producte**
 - 4.2.....Reflexions**

- 5. Bibliografia**
- 6. Annexos**

1.Introducció

1.1 Presentació

Sóc la Queralt Puig, alumna de 4t de Comunicació Audiovisual a la Universitat de Barcelona. He dut a terme un treball de final de grau que combina un estudi de mercat a través d'enquestes, una presa de decisions basada en els resultats obtinguts, una part audiovisual que combina l'estètica i la connotació dels colors; i finalment, saber treure-li a aquest treball empíric i audiovisual la màxima optimització possible.

1.2 Objectius i motivació del treball

Personalment, m'agrada i m'interessa molt la direcció artística, l'escenografia i la direcció de fotografia. Tanmateix, un cop realitzada la funció de productora en el curtmetratge que vam produir l'any passat, em va començar a interessar molt el món de la producció: haver de buscar els recursos necessaris per dur a terme un projecte audiovisual. Entre ells, abarquen els recursos tècnics, artístics, atrezzo, vestuari, etc. El que em va fer decidir finalment què és el que volia fer per al treball de final de grau, combinat amb aquests interessos i motivacions personals, va ser la meua atracció cap a la connotació dels colors; les emocions, els sentiments i els valors que els atribueixen una persona i no una altra.

1.3 Estructura i metodologia del treball

Partint d'aquesta motivació i objectius previs vaig decidir primerament, fer un estudi de mercat a través d'enquestes per conèixer quin color de pintallavis es posaria una noia (d'entre 20 i 25 anys, per segmentar un mercat determinat) en uns moments concrets: un sopar romàntic, un dia d'oci, una celebració familiar, per il·luminar la cara sense cap altre tipus de cosmètic i per transmetre la formalitat correcta en el treball. Posteriorment, pensava en dur a terme un anunci d'una línia de pintallavis que incorporés en un mateix lot de productes, els colors que s'havien escollit majoritàriament per a cada ocasió.

No obstant, comentant-ho amb el meu tutor, Jaume Duran, i parlant del que s'hauria de fer posteriorment a l'anunci, vaig decidir modificar-ho una mica. Envers de fer un anunci publicitari, ja que tampoc estic en un grau de publicitat, sinó de comunicació audiovisual, vaig optar per fer un estudi i un projecte audiovisual que servís de base de màrqueting a empreses dedicades als cosmètics i a revistes on es comenten les tendències i les innovacions de maquillatge. Vaig fer el mateix estudi a través de l'enquesta (vaig aconseguir unes 100 mostres) i a més, vaig contactar amb el meu cosí Aitor Cuní (maquillador de la Calvin Klein i d'Astor, entre d'altres) perquè em fes arribar, com a professional, els valors, les emocions i els sentiments que aporten els colors principals de pintallavis (vermell, rosa, morat, negre, marró i gloss transparent).

A partir de la seva formació i experiència i també de l'agència WGSN; empresa líder mundial en pronòstic en tendències de moda, vaig poder dissenyar una enquesta on arribaria a saber el color que triaria la dona en tots aquells moments i a més, què és el que l'inspira més aquell color. Dinamisme, sexualitat, alegria, entre d'altres, són els valors que s'atribueixen a aquests principals colors. En el material que em va passar l'Aitor també hi havia una definició de què és el que transmet una dona quan es posa un determinat color de pintallavis. Aquesta definició em serviria per acabar de donar-li forma i una personalitat determinada als personatges del meu projecte audiovisual

Com he comentat abans, vaig optar per no fer un anunci publicitari, sinó fer un audiovisual que servís a les empreses de publicitat, d'estètica, de màrqueting i revistes de cosmètica i moda. Un audiovisual on es plasmin les respostes més comunes de les dones a les quals he fet l'enquesta (quin color en diferents moments i quins valors i emocions els inspira) en contraposició a les menys comunes (les que acaben tenint un percentatge més baix de respostes). Tot això plasmant els ambients que els correspon a cada color i en efecte, a cada tipus de personalitat.

No transmeto com a missatge negatiu el color de pintallavis menys comú per a cada ocasió, sinó que complemento d'una mateixa escena, el que seria típic i comú d'escollir amb el que seria diferent i trencador. Les empreses es fixaran i es decantaran cap a una opció diferent.

Així doncs, hauria fet un estudi de mercat a partir d'una segmentació i en efecte, una enquesta d'11 preguntes a unes 100 dones d'entre 20 i 25 anys; observaria les respostes a partir d'una informació fidedigna prèvia i analitzaria els percentatges. Posteriorment decidiria com atribuir les virtuts i les connotacions dels colors que toquen, amb informació extra de l'agència WGSN i crearia els ambients que m'ajudessin a transmetre els sentiments, les emocions i els valors que són necessaris expressar.

Després faria el càsting, escolliria l'atrezzo, el vestuari, el maquillatge i dissenyaria el pla de rodatge. Finalment tindria, de cada ocasió (sopar romàntic, per exemple), l'audiovisual del que és més comú (amb el seu color de pintallavis i l'ambient que ha d'envoltar l'escena) i el que és menys comú partint de la mateixa base i així, veure la diferència palesa a les imatges.

He de decidir finalment on ho puc vendre, qui ho pot utilitzar com a bé propi i en efecte, poder-ho optimitzar i extreure'n el millor profit. Tinc clar que el meu projecte té molts components per aprendre i conèixer professionalment. De cada esdeveniment hi ha un atrezzo, un vestuari, unes persones i un ambient determinat que augmenta la complexitat de l'escena i l'àmbit del seu significat. Tot diu molt. Això, per tant, els servirà per reflexionar i saber què es pot englobar en cada moment i què es relaciona amb una persona o amb una situació determinada. També servirà per conèixer el que les noies han dit que no volen i per tant, no relacionen. Això, ho poden deixar de banda i anar a per el que saben que és segur i comú, o bé altres empreses faran que es converteixi en un avantatge competitiu: anar a per la innovació i a per quelcom atípic.

La informació és poder, i en aquest projecte se'n ofereix una contrastada, fidedigna i presentada a través de valors, emocions i sentiments.

2. Desenvolupament de la primera etapa

2.1 Enquestes

Adjunto les enquestes als annexos.

Com ja he esmentat a l'apartat anterior, he preparat unes enquestes per a noies d'entre 20 i 25 anys per saber quin color de pintallavis escollirien a determinats moments i per a diferents esdeveniments quin és el valor i emoció que els inspira més de cada color i quin menys.

Les he dissenyat amb 11 preguntes. Les 5 primeres per saber el color de cada ocasió i les 6 últimes per poder saber la puntuació de més a menys identificació amb el valor o emoció segons la persona que feia l'enquesta. Adjunto enquesta als annexos.

He de dir que vaig optar per fer-ho a través d'una pàgina formal. Primer vaig triar "SurveyMonkey", però no em va convèncer, ja que per distribuir l'enquesta havia de pagar una quota bastant alta. Posteriorment, vaig triar "Eval&Go", ja que no s'havia de pagar, però a l'hora d'analitzar els percentatges i veure les respostes, se'm va comunicar que només es podia analitzar amb gràfiques les 25 primeres respostes; si volia que se m'analitzés les 60 restants, ja que en tenia 80, havia de pagar una quota anual de 200€.

Finalment, vaig decidir obtenir els resultats a través de les dades que em garantia l'excel (d'Eval&Go) i calcular-ho a mà. Posteriorment, un cop sabudes les dades obtingudes i finals, fer les gràfiques amb Excel.

2.2 Resultats de les enquestes

Adjunto les gràfiques de les respostes als annexos.

Després de fer un llarg procés per obtenir les dades que necessitava per tenir les respostes que buscava he pogut concloure les següents afirmacions:

El **gloss transparent** és el pintallavis que ha triomfat més a l'hora d'escollir-ne un per passar un **dia d'oci**; ha obtingut 42 vots dels 97 participants. L'atribut que té més punts a l'hora de triar el gloss transparent és el de **senzillesa**, amb 444 punts.

En aquest dia d'oci, el **vermell** seria el color que les dones menys escollirien; tal i com remarquen els escassos 10 vots. L'atribut que l'acompanya és la **passió**.

El **pintallavis vermell** és el que les dones es posarien a l'hora de preparar-se per un **sopar romàntic**. El resultat és de 50 vots dels 97 participants. Tanmateix, l'atribut que es manifesta més d'aquest color és el de la **passió**, amb 573 punts.

El que es contrastaria amb el vermell en aquesta ocasió és el **marró**, amb només 6 vots. Aquest se li atribueix l'atribut de **rústic**: amb 346 punts.

El **gloss transparent** és també el pintallavis que més s'escolliria per a una **celebració familiar**, ja que ha obtingut 40 vots dels 97 participants. La **senzillesa** es vincula amb el color i aquesta ocasió.

Amb només 8 vots, el **morat** és el color que menys s'ha triat; i el seu atribut principal segons les respostes dels participants és el **misteri**, amb 509 punts.

Amb 34 vots, el color **vermell** es posiciona com a color de pintallavis escollit a l'hora **d'il·luminar-nos la cara** sense cap altre cosmètic; i el seu atribut, com ja hem dit abans, la **passió**.

Per altra banda, amb només 3 vots, situarem el pintallavis **marró** com el que ha tingut menys èxit, i per tant, serà el contrast del primer. Amb l'atribut **rústic** com a punt de partida.

Per últim, tornem a trobar com a més escollit el **gloss transparent**, amb 41 vots, el pintallavis escollit per transmetre certa **formalitat quan es va a treballar**. Aquí partim de la **senzillesa** com a atribut del transparent.

I amb només 8 vots, afirmem que el color **rosa** serà el que contrastarà amb el primer, tenint en compte l'atribut escollit per aquest color: la **dolçor**, amb 430 punts.

3. Part audiovisual

3.1 Idea principal

La idea principal és buscar una protagonista que sigui actriu o estigui estudiant per ser-ho, dues noies més que l'acompanyin a les escenes de passar un dia d'oci i un actor per gravar les del sopar romàntic. Un cop escollits, s'ha de pensar on rodar les escenes tenint en compte tot el que es necessita (espais, localitzacions, vestuari, atrezzo, colors, etc) i posteriorment determinar el pla de rodatge a partir de les necessitats conjuntes i de les adversitats que es presentin.

Ja determinat el pla de rodatge, es comunica a tots els actors el pla final i es truca o es demanen permisos formals o informals per tal de poder accedir als exteriors que necessitem.

Un cop sabudes les localitzacions i els horaris de cada escena es determina l'ambient i les atmosferes de cadascuna. A partir d'aquí, se sabrà quin tipus de vestuari, atrezzo i maquillatge busquem.

Finalment, s'ha de tenir tot ben pensat i organitzat per tal de portar a terme el rodatge de la millor manera possible i que sorgeixin pocs imprevistos i complicacions. Després del rodatge, la postproducció. S'ha d'ajustar a la idea principal que tenia i a més, s'ha de poder fusionar tot el material que tinc en el més bo i rellevant per transmetre audiovisualment la meua idea com a guionista, directora i productora del projecte.

3.2 Càsting

Vaig publicar un anunci a Càsting Actores en Barcelona, una pàgina de Facebook.

Buscava a 1 noia d'entre 20 i 25 anys per ser la protagonista i dues altres noies de la mateixa edat per fer dues escenes (les del dia d'oci) acompanyant a la protagonista. Per últim, un noi d'entre 20 i 25 anys per fer de parella a les escenes del sopar romàntic. Especificava quin tipus de projecte era i durant quins dies seria el rodatge, en termes generals. Finalment deia que la gravació seria a Calella de la Costa, el meu poble.

El que demanava era que m'enviessin el link d'algun vídeobook o canal amb representacions teatrals o curtmetratges en els que haguessin actuat i el seu currículum amb algunes fotos; així podia dur a terme un càsting virtual des de casa meva i no havia de citar als actors i actrius participants.

Es van interessar moltes actrius i algun actor. La persona que em va sorprendre i agradar més va ser una noia que es diu Marta Closas, estudiant d'Eòlia, concretament a l'especialització de musical. Vaig enviar-li un correu i li vaig comentar que estava interessada en ella, encara no sabia el paper que interpretaria, però per a mi, ja estava dins l'equip artístic.

Em va dir que tenia unes amigues i algun amic, companys d'Eòlia també estudiants de musical, excepte els nois, que estarien també interessats en participar en el projecte. Em va entusiasmar la idea, ja que el fet de que es coneguin dotaria les escenes de més complicitat i molta química. Així doncs, les interessades i els interessats coneguts d'ella, em van enviar fotos, currículums i algun curtmetratge on havien participat i vaig seleccionar els que volia finalment.

La protagonista

Núria Llausí



Em va entusiasmarm primerament la seva carrera. Amb només 24 anys ja havia estat de gira a Barcelona i a Madrid, durant un any, representant *Les bruixes de Salem* del director Andrés Lima, compartint escena amb actors com Lluís Homar, Nora Navas, Nausicaa Bonnín i Anna Moliner entre d'altres. Ha actuat també en musicals com *Nit de Musicals*, d'Elisenda Roca i Andreu Gallén i fins i tot en el Teatre Poliorama ha participat en una de les representacions més professionals dels *Pastorets*, del director Paco Mir.

Tenint en compte el físic i l'aparença que havia de tenir la protagonista, la Núria Golla s'adaptava perfectament al que buscava. Cabell llarg i ondulat, ulls marrons, cara fina i llavis molsuts. Quan la vaig conèixer en persona encara em va agradar més, és encantadora.

Era molt important que sabés expressar-se sense paraules, ja que les escenes serien sense diàlegs. Només la situació, els personatges o la protagonista sola, l'ambient, el color i les connotacions, les emocions i els sentiments. Però sense veu. Com a molt alguna frase per contextualitzar el moment, però poc més. Una música de fons diferent per a cada escena i cada actitud.

Amiga de la protagonista

Marta Closas

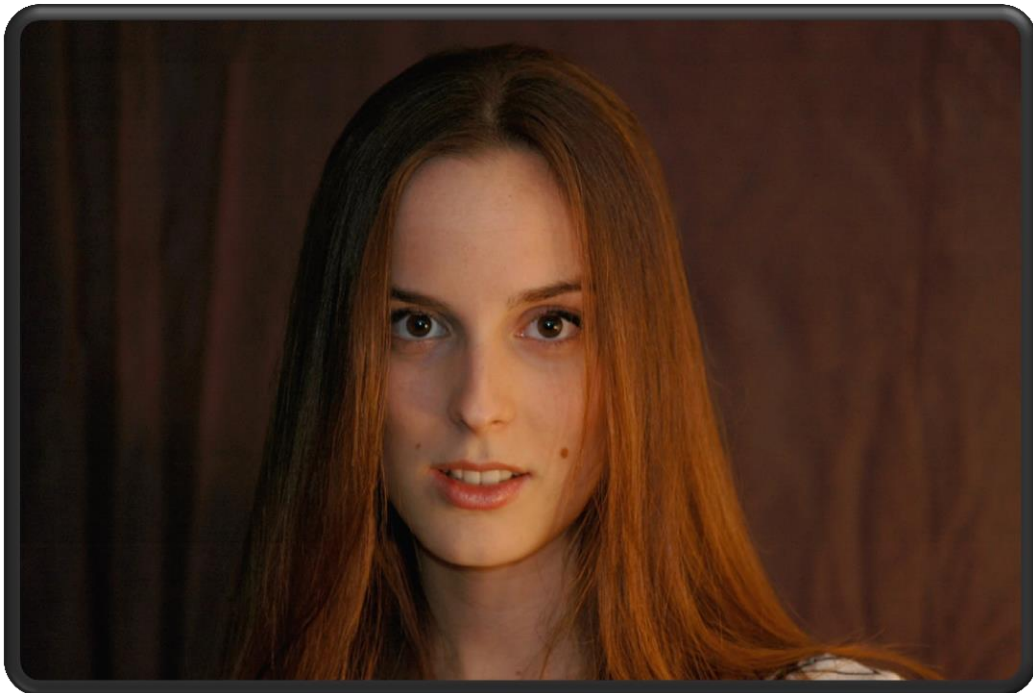


La Marta Closas va ser la primera amb la qual vaig tenir contacte. Em va sorprendre la seva empenta i la seva carrera docent i professional. Ella també va representar *Les bruixes de Salem* a Barcelona i a Madrid. Pel que fa als musicals també va actuar amb la Núria a *Nit de Musical* i ha actuat en alguns curtmetratges de l'ESCAC com a *Escribir y otras desgracias*, d'Albert Aynes i *Lars Von Trier*, de Marta Schmidt.

Em va agradar molt la capacitat que té per posar-se a la pell de qualsevol personatge ràpidament i fer-ho amb gran versemblança. Una persona molt humil i amb ganes de treballar i passar-s'ho bé.

Amiga de la protagonista

Agnès Muñoz



L'Agnès Muñoz ha participat en el Canal Taronja, ha estat en el programa *Set d'Art* com a guionista i presentadora i ha fet un capítol pilot, interpretant a una gòtica, de la sèrie *Tu, jo i l'hipoteca*, pensada per emetre a Tv3, però de moment no. També ha compartit escena amb la Núria i la Marta en el musical *Run like a girl* del mateix teatre Eòlia, on estudien. En el món dels curtmetratges, va participar en *Kim amb K*, d'Oriol Cervera, a Blanquerna.

L'Agnès és una actriu molt divertida i creativa. Durant el rodatge opinava sobre com podíem fer la posada en escena en determinades situacions, com fer que la llum arribés de la manera adequada, etc. Actuar li agrada però també dirigir l'escena i la fotografia. Tot i que jo ja tenia l'estructura pensada i sabia com ho repartia i col·locaria tot, ella em va ajudar molt i se li acudien idees molt bones i originals.

Parella de la protagonista

Eduard Mañes



L'Eduard Mañes, estudiant d'Eòlia, ha realitzat diversos cursos de cinema. Va interpretar fa 3 anys *Estrellas de Papel*, dirigida per l'escola ITES. Pel que fa a l'àmbit audiovisual ha realitzat curtsmetratges per l'ESCAC com ara *El hombre que vino de Atlantis*, dirigit per Álvaro González i *Sleepers*, per Mario Sánchez, entre d'altres.

Vaig escollir molt bé l'Eduard per al tipus de personatge que volia. Necessitava un actor que tingués química amb la protagonista per tal de fer dues escenes de sopars romàntics. Una rústica, més humil i de casa (color marró) i una passional i sexual (color vermell). La complicitat de la Núria i l'Eduard es va notar des del primer moment que vam quedar. També havien actuat junts i són molt amics.

Ell es va posar a la pell dels dos tipus de personatges en molt poc temps i va fer que la Núria es sentís molt còmode en els moments més íntims.

3.3 Atrezzo i vestuari

L'atrezzo i el vestuari està dissenyat i pensat per al tipus d'escena que toca. He volgut diferenciar molt el tipus de roba que porta la protagonista, per exemple, en una escena on l'atribut és passió i una altra on és la senzillesa. Als annexos adjunto els tres documents que els vaig passar dies abans de la gravació. Separava dies de rodatge, horaris, personatges i què és el que es necessita en cadascuna de les escenes.

Primer els vaig preguntar què tenien de vestuari, així m'estalviava comprar o deixar alguna cosa meva si ells ja ho podien portar. No obstant, l'atrezzo era tot responsabilitat meva.

3.4 Rodatge

Després d'haver parlat amb tots i saber quan podia venir a Calella cadascú, vaig estipular l'horari amb les escenes que tocarien cada dia. Vam rodar durant 3 dies (1,2 i 3 de maig) i es va fer de la següent manera:

El dilluns 1 de maig vam quedar a les 11:00h a l'estació de tren de Calella amb la Núria i l'Agnès, i la Marta va venir en cotxe. Van ser totes molt puntuals: ja va començar bé el rodatge. Venien amb el vestuari que havíem quedat que portarien.

Vam anar a casa meva i allà ens vam preparar per anar a gravar a la platja. Amb elles tres tocaven les escenes del dia d'oci.



Després de gravar les escenes dins del cotxe, a la guingueta de la platja i a casa meva, les vaig convidar a dinar a un restaurant d'aprop de casa meva. L'Agnès i la Marta van marxar després i la Núria es va quedar per gravar les escenes de la formalitat en el treball. Com que era el dia del treballador, vam poder aprofitar les dues oficines que té la meva mare, la de casa nostra i la del carrer Balmes, també de Calella. La primera era per al color rosa (dolçor) i la segona per al gloss transparent (senzillesa, ja que són dos tipus d'oficines diferents).



El dia següent, 2 de maig, vam quedar a les 16:00 amb la Núria per rodar les dues escenes d'il·luminar la cara. Havia preparat els dos fons (vermell i marró) en el meu pati. La meva mare ens va ajudar a l'hora de tirar-li els pètals de rosa a la Núria i en fer-li voleiar el cabell amb el secador mentre jo gravava. Va ser una gran ajuda.

A les 19:00 va arribar l'Eduard. Havia tingut una mica de temps prèviament per preparar una mica els dos ambients (el sopar romàntic i el rústic), mentre la Núria es canviava i es posava a la pell de les dues noies diferents que li tocava representar. Van ser molt professionals i vam acabar més aviat del que ens pensàvem.

Finalment, dimecres 3 de maig, la Núria va venir a les 10:30 a casa meva per gravar les últimes escenes: les de la celebració familiar. Dies abans vaig buscar a les persones que podien venir a fer de familiars de la protagonista i li vaig proposar als meus avis, a la meva tia i a la meva cosina. A tots els va agradar molt la idea i van acceptar venir. Vam gravar les escenes al meu menjador i al pati (primer el gloss transparent, senzillesa i finalment morat, misteri). Van congeniar molt bé des del primer moment i vam fer una feina ben feta i divertida.



3.5 Ambients i atmosferes

Un cop tenia el vestuari i l'atrezzo decidit vaig procedir a crear els ambients i les atmosferes de cada escena. Als annexos adjunto el document que vaig crear i posteriorment vaig enviar als actors per tal de que s'estudiessin les accions que havien de portar a terme, com havien de fer-ho i a quines localitzacions.

Vaig decidir no escriure diàlegs, ja que el que importava era la posada en escena i la imatge en sí. Per tant, vaig optar per posar música de fons que simbolitzés el caràcter i l'actitud principal de cada seqüència. En alguns moments, per dotar-ho de més realisme, vaig optar per deixar la veu de les actrius i de la família (a les escenes d'oci i de celebració).

Tenint en compte els drets d'autor de les cançons, vaig decidir escollir les músiques a partir de la funció de "Youtube", la qual et garanteix melodies per poder posar sense complicacions en els teus projectes.

4. Conclusions

4.1 A qui li ofereixo el meu projecte

Vull oferir el meu estudi i el meu projecte audiovisual a diverses franquícies d'Espanya d'estètica i cosmètica i a revistes de tendències de moda i que parlin sobretot de pintallavis.

Una de les franquícies més importants en la que oferiré la meva investigació i projecte final és Yves Rocher, creador de la "Cosmétique Végétale". Fabricant i distribuïdor de productes cosmètics a base de plantes. Controla al 100% el cycle de vida dels seus productes per arribar a més de 30 milions de clients en més de 90 països.



Una altra de les grans és Flormar Professional Make up, fundada l'any 1970. Actualment és líder mundial en el sector de la cosmètica, present en més de 80 països. A Espanya ven només en els seus punts exclusius de venda. La constant inversió en innovació i l'èmfasi en la qualitat dels productes diferencien la oferta de Flormar.

També ho oferiré a Beautik Make-Up, una gran franquícia que es dirigeix a un ampli target de consumidors dins del públic femení. Novetat, gran gamma de referències, exclusivitat de les marques i qualitat dels seus productes són unes de les característiques més rellevants d'aquesta franquícia.

Una gran oportunitat també serà oferir-li a la franquícia Del Pueblo Make Up. Últimament ha aconseguit molta reputació. Ofereix maquillatge, cosmètica corporal i facial, fragàncies, etc. Transmet glamour a través de noves tecnologies.

Enma's Gang és una magnífica franquícia amb tota una gamma completa de referències realitzada a Espanya, amb l'ús de matèries primes seleccionades per garantir la qualitat més alta.

Gio de Giovanni és també una fantàstica opció. És una cadena especialitzada en cosmètica de qualitat al preu més adequat. La marca està contínuament pendent de totes les novetats i innovacions que hi ha dins d'aquest mercat.

Pel que fa a les revistes d'estètica i cosmètica, ho vendria a Industria Cosmética, una revista molt completa de notícies d'estètica i novetats d'aquest sector.

Una altra revista molt important a tenir en compte és Nueva Estética, un dels medis de comunicació professional de major lideratge. Aposten per una cultura global de l'estètica professional en la que es mostren totes les especialitats i innovacions. És un medi de referència i de consulta del sector.

M'interessa moltíssim la revista BeautyProf, ja que és la primera revista organitzadora d'actes per captar les necessitats del sector cosmètic i posar en connexió als seus professionals. Dur a terme fòrums, taules rodones i els premis Perfumeria de l'Any, esdeveniments considerats com a referents dins del mercat cosmètic.

Per últim, seria molt rellevant oferir-li a Vida Estética. Una revista configurada per prestigiosos especialistes de l'estètica espanyola i internacional. Aquests aporten als professionals totes les innovacions que sorgeixen en el sector. És un medi de qualitat el qual no li falten ni imatges de bellesa de tendència ni l'assessorament tècnic-professional que garantitza l'èxit.

El resultat final de tot aquest procés pot ser molt útil per aquestes empreses, ja que els garanteixo l'estudi que he realitzat plasmat en un audiovisual original i complet on poden extreure les tendències més i menys comunes i poden desenvolupar campanyes publicitàries basant-se en la psicologia general d'aquest mercat que he segmentat.

4.2 Reflexions

Estic orgullosa del treball que he dut a terme. Crec que la idea en sí és molt original i creativa. L'evolució que ha fet el treball és favorable i m'ha fet aprendre i corregir aspectes per dotar-lo de més professionalitat i cohesió.

Quan l'Aitor Cuní em va passar la informació dels colors que necessitava per enriquir l'audiovisual de valors, sentiments i emocions coherents i reals, vaig veure que aquest treball començava a agafar un cos digne i bonic.

Encara que la part de les enquestes em portés molta feina, prèviament a l'hora d'aconseguir informació i posteriorment, formar-les i analitzar els resultats, m'ha interessat molt els resultats que he obtingut i en algunes ocasions m'ha sorprès. Com per exemple, el fet de que ningú escollís el color negre per a cap ocasió.

El procés de producció: aconseguir tots els recursos necessaris, preparar-los i gestionar-los per tal de dur a terme el projecte audiovisual, ha estat complexe i s'havia de construir amb meticulositat per tal de que durant el rodatge estigués tot ben preparat i no fallés quasivé res. No obstant, ja he comentat que aquesta feina la vaig fer l'any passat durant el curtmetratge que vam produir i també durant les pràctiques a Benecé Produccions i gràcies a aquesta experiència ho he pogut fer amb més professionalitat i un ampli bagatge.

La fase final: el rodatge, el muntatge i escollir per a què servirà el meu projecte. Estic contenta d'haver organitzat el rodatge individualment i que hagi sortit tot tant bé. He estat varis dies amb el muntatge (imatge i so) tenint en compte que tot s'adaqués al que jo volia transmetre. A l'hora d'escollir on el voldria vendre he vist que tindria moltes oportunitats, ja que el que es valora en el mercat de la cosmètica i l'estètica és la innovació, i aquest treball parteix d'aquesta arrel.

Creatiu, original, innovador, meticulós, rellevant, ambiciós i valuós. Per a mí, aquests adjectius són els més addients per descriure el treball de final de grau que he dut a terme.

Agraeixo la col·laboració de la meua família, ja que ha aparegut en una de les escenes del projecte i m'ha ajudat a aconseguir recursos necessaris i indispensables. També agraeixo el suport del Jaume Duran, el meu tutor del treball, ja que quan l'he necessitat per qualsevol dubte, ell m'ha ajudat i m'ha donat el seu punt de vista que a mi m'ha servit molt.

Així doncs, gràcies a molts factors com ara la constància, el recolzament, la professionalitat, la rigurositat i la creativitat, he obtingut el que realment volia crear.

5. Bibliografia

- LINKEDIN, 27 de febrer, 2017
<https://www.linkedin.com/in/aitor-cuni-cruz-79a227121>
- HOLACUORE, 27 de febrer, 2017
<http://www.holacuore.com/red-edition-calvin-klein/>
- WGSN, 28 de febrer, 2017
<https://www.wgsn.com/es/>
- La mentes es maravillosa, 7 de març, 2017
<https://lamenteesmaravillosa.com/los-colores-influyen-en-el-estado-de-animo/>
- Eval&Go. 12 de març, 2017
<http://www.evalandgo.es/>
- Facebook. 20 de març, 2017. Càsting Actores de Barcelona.
<https://www.facebook.com/groups/443476049164958/>
- NúriaGollaWixsite, 8 de maig, 2017
<http://nuriagolla.wixsite.com/nuriiallausi>

- MartaClosasWixsite, 8 de maig, 2017
<https://www.martaclosas.com/>
- Youtube. Biblioteca de Audio, 10 de maig, 2017.
<https://www.youtube.com/audiolibrary/music>
- Franquicia.net. 15 de maig, 2017,
<http://www.franquicia.net/franquicias-de-cosmetica/>
- YvesRocher. 17 de maig, 2017. Yves Rocher España, 2012.
<http://www.yves-rocher.es/control/maquillaje/labios/>
- Flormar Professional Make-up. 17 de maig, 2017. 1998-2014 Flormar.com
<http://www.flormar.com/Spanish/makeup.asp?markaid=9&bolumid=3>
- Beautik. 17 de maig, 2017. Beautik Retail Concept S.L. 2017.
<https://www.beautik.es/55-labios>
- Franquicia Del Pueblo Make up. 17 de maig, 2017. Franquicia.net.
<http://www.franquicia.net/franquicias-de-cosmetica/del-pueblo-makeup/view-details>
- Enma's Gang Make up. 17 de maig, 2017. Enm'as Gang Make up 2017.
<http://www.enmasgang.com/>
- Gio de Giovanni Cosmetics. 17 de maig, 2017.
<http://giodegiovanni.com/es/140119-lips>
- Industria Cosmética, 17 de maig, 2017.
<http://www.industriacosmetica.net/suscripcion-revista>
- Nueva Estética. 17 de maig, 2017.
<http://www.nuevaestetica.com/>

- BeautyProf. 17 de maig, 2017. Actualizació: 12 de maig, 2017. Digital Newspapers S.L.
<http://www.revistabeautyprof.com/>
- Vida Estética. 17 de maig, 2017. Cosmo Belleza.
<http://vidaestetica.es/>

6. Annexos

L'enquesta

Página 1 / 1 (100%)

Moltes gràcies per fer l'enquesta!

1. Quin color de pintallavis escolliries a l'hora d'arreglar-te per un sopar romàntic? *

Escollir només una opció

Morat

Rosa

Vermell

Marró

Negre

Gloss Transparent

2. Quin color de pintallavis escolliries per passar un dia d'oci? *

(prendre alguna cosa, cinema, compres, etc).

Escollir només una opció

Morat

Rosa

Vermell

Marró

Negre

Gloss Transparent

3. Quin color de pintallavis escolliries per una celebració familiar? *

Escollir només una opció

- Morat
- Rosa
- Vermell
- Marró
- Negre
- Glass Transparent

4. Quin color de pintallavis escolliries per il·luminar la cara sense cap altre cosmètic? *

- Morat
- Rosa
- Vermell
- Marró
- Negre
- Glass Transparent

5. Quin color de pintallavis escolliries per accentuar la formalitat a l'hora d'anar a treballar? *

Escollir només una opció

- Morat
- Rosa
- Vermell
- Marró
- Negre
- Glass Transparent

6. Puntua de l'1 al 6 (de menys a més) els atributs que t'inspirin el color morat. *

SENCE REPETIR LA PUNTAJACIÓ 1- MOLT POC 2- POC 3- EN PART, SÍ 4- BASTANT 5- MOLT 6- EL QUE MÉS M'INSPIRA

	Riquesa	Misteri	Espiritualitat	Luxe	Dignitat	Sabiesa
1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Puntua de l'1 al 6 (de menys a més) els atributs que t'inspirin el color rosa. *

color rosa.

SENSE REPETIR LA PUNTUACIÓ 1- MOLT POC 2- POC 3- EN PART, SI 4- BASTANT 5- MOLT 6- EL QUE MÉS M'INSPIRA

	Alegria	Dolçor	Romanticisme	Inocència	Diversió	Presumida
1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Puntua de l'1 al 6 (de menys a més) els atributs que t'inspirin el color vermell. *

color vermell.

SENSE REPETIR LA PUNTUACIÓ 1- MOLT POC 2- POC 3- EN PART, SI 4- BASTANT 5- MOLT 6- EL QUE MÉS M'INSPIRA

	Sexualitat	Passió	Dinamisme	Calidesa	Agressivitat	Energia
1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Puntua de l'1 al 6 (de menys a més) els atributs que t'inspirin el color marró. *

SENSE REPETIR LA PUNTAUCCIÓ 1- MOLT POC 2- POC 3- EN PART, SI 4- BASTANT 5- MOLT 6- EL QUE MÉS M'INSPIRA

	Rústic	Calidesa	Natura	Seguretat	Simplicitat	Terra
1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Puntua de l'1 al 6 (de menys a més) els atributs que t'inspirin el color negre. *

SENSE REPETIR LA PUNTAUCCIÓ 1- MOLT POC 2- POC 3- EN PART, SI 4- BASTANT 5- MOLT 6- EL QUE MÉS M'INSPIRA

	Poder	Elegància	Sofisticació	Estil	Valor	Atemporalitat
1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

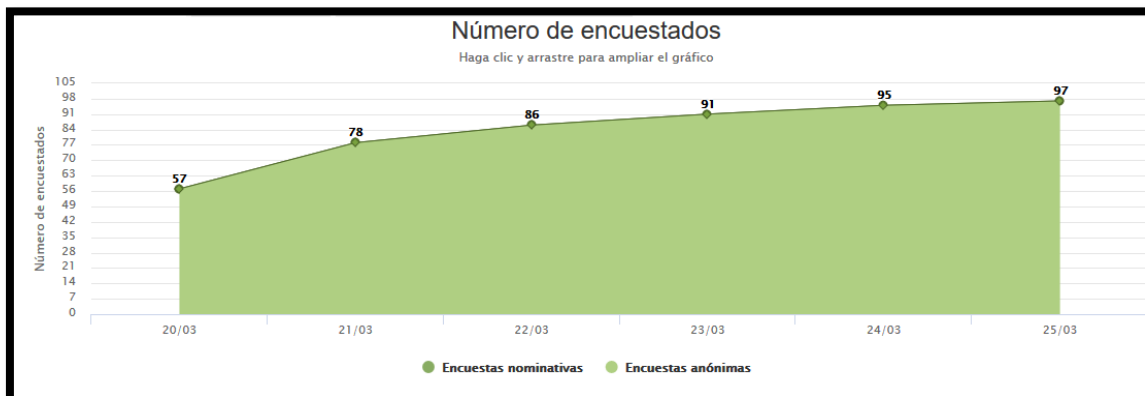
11. Puntua de l'1 al 6 (de menys a més) els atributs que t'inspiri més el gloss transparent. *

SENSE REPETIR LA PUNTAUCCIÓ 1- MOLT POC 2- POC 3- EN PART, SI 4- BASTANT 5- MOLT 6- EL QUE MÉS M'INSPIRA

	Sencillesa	Voluminositat	Puresa	Transparència	Quotidianitat	Neutralitat
1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Fin

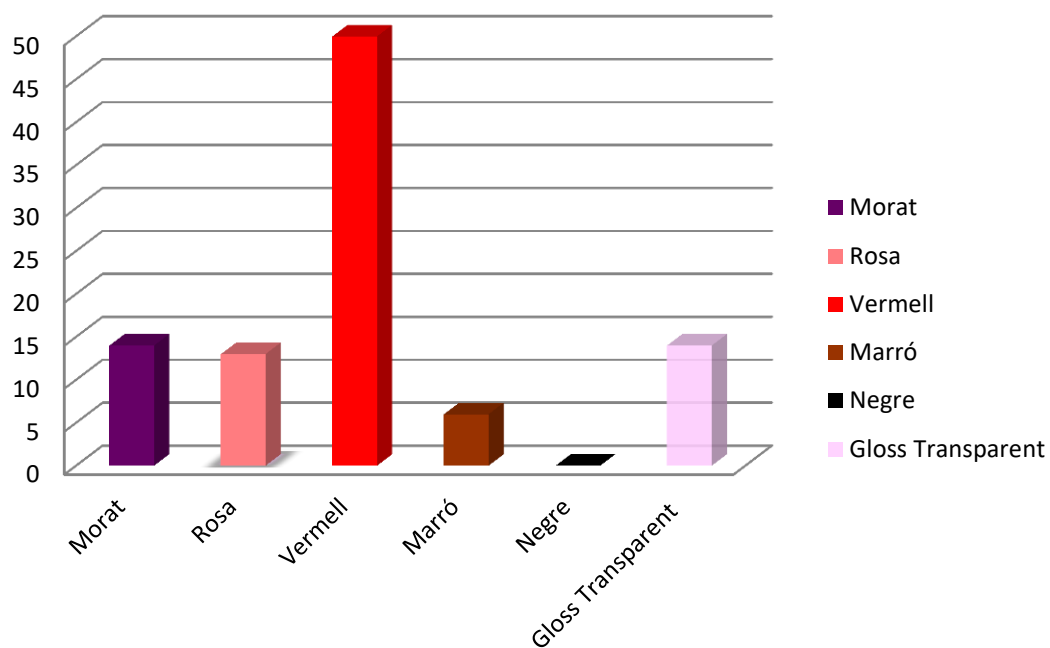
Respostes de l'enquesta



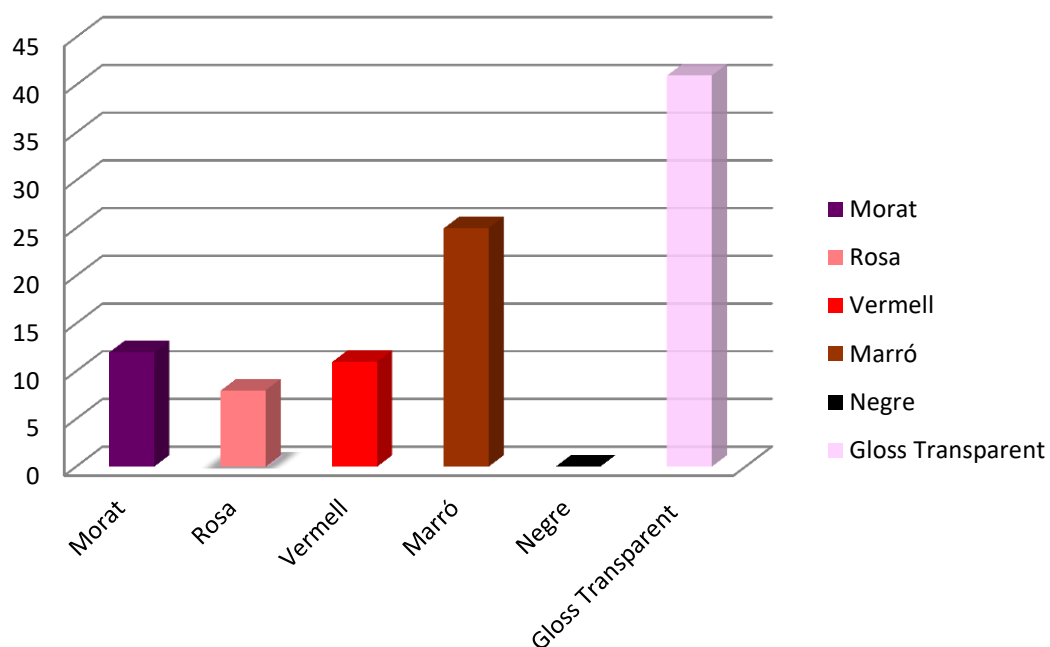
Gràfiques

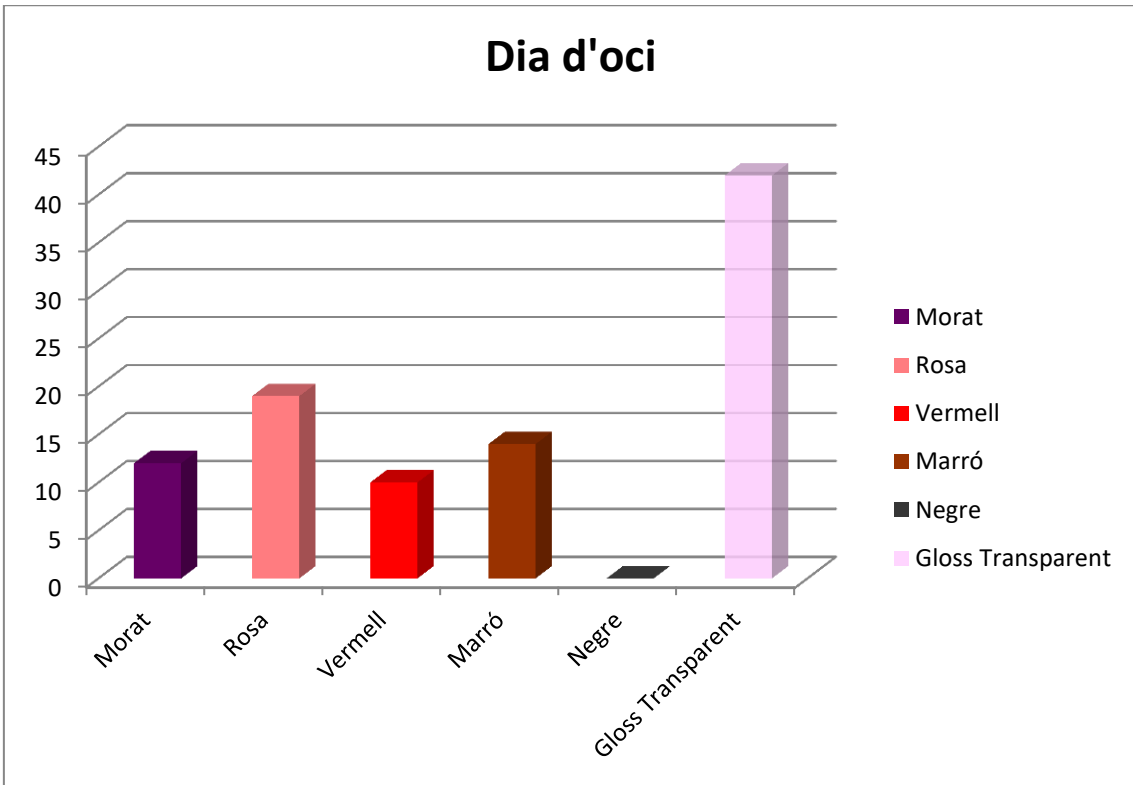
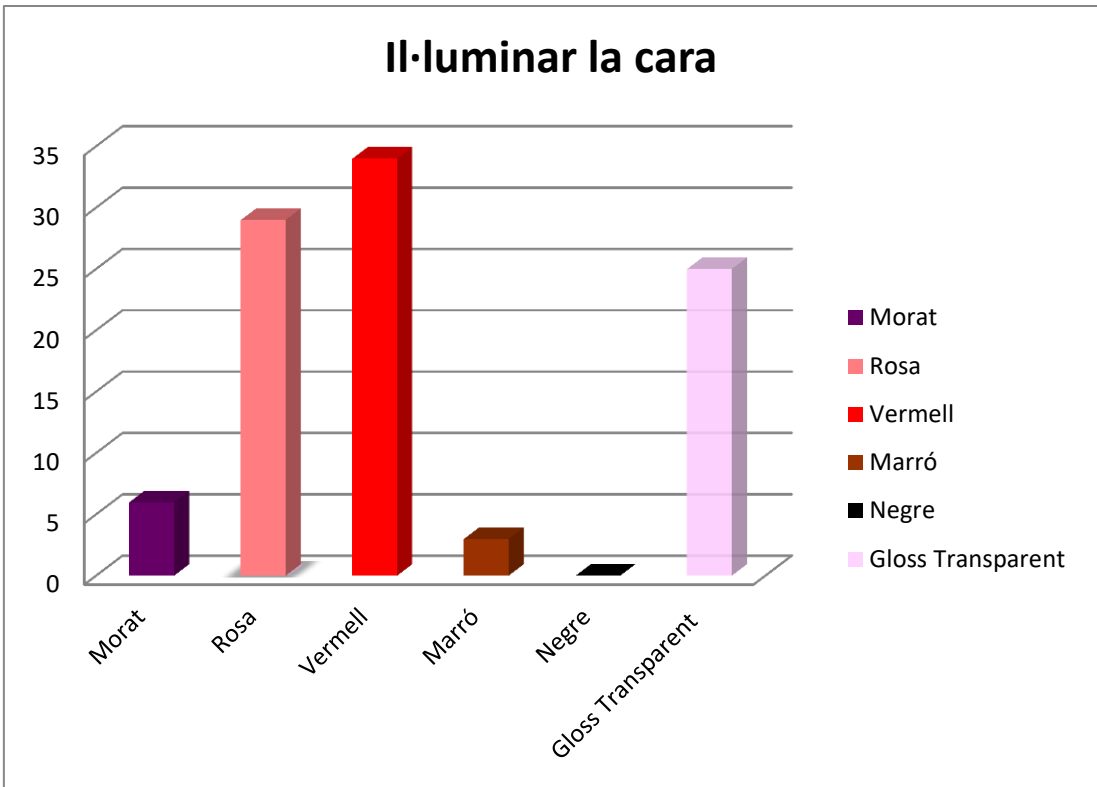
	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
1	Campo4	Quin color di	Quin color di	Quin color di	Quin color di	Quin color di	Puntua de l'	Puntua de l'	Puntua de l'	Puntua de l'	Puntua de l'	Puntua de l'	Puntua de l'	Puntua de l'	Puntua de l'	Puntua de l'	Puntua de l'
2		Vermell	Morat	Rosa	Vermell	Morat	Riquesa	Luxe	Dignitat	Espiritualitat	Misteri	Sabiesa	Romanticism	Dolçor	Inocència	Diversió	Presumida
3		Marró	Marró	Gloss Transp	Gloss Transp	Vermell	Dignitat	Sabiesa	Misteri	Espiritualitat	Riquesa	Luxe	Inocència	Alegria	Diversió	Romanticism	Dolçor
4		Vermell	Gloss Transp	Rosa	Gloss Transp	Marró	Sabiesa	Dignitat	Riquesa	Luxe	Misteri	Espiritualitat	Diversió	Inocència	Romanticism	Presumida	Alegria
5		Marró	Gloss Transp	Rosa	Vermell	Gloss Transp	Riquesa	Dignitat	Sabiesa	Espiritualitat	Misteri	Luxe	Diversió	Inocència	Romanticism	Alegria	Dolçor
6		Vermell	Rosa	Rosa	Morat	Vermell	Gloss Transp	Espiritualitat	Dignitat	Sabiesa	Riquesa	Luxe	Misteri	Diversió	Inocència	Romanticism	Presumida
7		Rosa	Morat	Gloss Transp	Vermell	Marró	Sabiesa	Espiritualitat	Riquesa	Dignitat	Misteri	Luxe	Presumida	Romanticism	Diversió	Alegria	Inocència
8		Marró	Gloss Transp	Vermell	Rosa	Gloss Transp	Espiritualitat	Riquesa	Luxe	Misteri	Dignitat	Sabiesa	Dolçor	Alegria	Romanticism	Inocència	Diversió
9		Marró	Rosa	Vermell	Gloss Transp	Marró	Espiritualitat	Sabiesa	Riquesa	Dignitat	Luxe	Sabiesa	Diversió	Presumida	Alegria	Inocència	Romanticism
10		Morat	Vermell	Rosa	Rosa	Marró	Riquesa	Luxe	Dignitat	Sabiesa	Misteri	Espiritualitat	Alegria	Diversió	Inocència	Presumida	Romanticism
11		Morat	Gloss Transp	Morat	Morat	Morat	Espiritualitat	Misteri	Dignitat	Riquesa	Luxe	Sabiesa	Inocència	Diversió	Presumida	Dolçor	Romanticism
12		Morat	Gloss Transp	Gloss Transp	Rosa	Gloss Transp	Sabiesa	Riquesa	Misteri	Sabiesa	Dignitat	Luxe	Presumida	Dolçor	Romanticism	Alegria	Diversió
13		Morat	Vermell	Gloss Transp	Vermell	Gloss Transp	Riquesa	Luxe	Sabiesa	Dignitat	Espiritualitat	Misteri	Dolçor	Diversió	Presumida	Inocència	Dolçor
14		Vermell	Morat	Gloss Transp	Vermell	Morat	Riquesa	Espiritualitat	Sabiesa	Misteri	Luxe	Dignitat	Alegria	Dolçor	Romanticism	Inocència	Diversió
15		Vermell	Gloss Transp	Rosa	Rosa	Marró	Dignitat	Sabiesa	Misteri	Riquesa	Misteri	Luxe	Diversió	Alegria	Dolçor	Inocència	Presumida
16		Vermell	Gloss Transp	Gloss Transp	Gloss Transp	Gloss Transp	Dignitat	Sabiesa	Luxe	Espiritualitat	Riquesa	Misteri	Inocència	Romanticism	Diversió	Presumida	Alegria
17		Gloss Transp	Gloss Transp	Gloss Transp	Gloss Transp	Gloss Transp	Riquesa	Misteri	Espiritualitat	Luxe	Dignitat	Luxe	Diversió	Romanticism	Inocència	Alegria	Dolçor
18		Vermell	Gloss Transp	Marró	Gloss Transp	Gloss Transp	Riquesa	Misteri	Espiritualitat	Sabiesa	Dignitat	Luxe	Diversió	Romanticism	Presumida	Alegria	Inocència
19		Vermell	Gloss Transp	Vermell	Rosa	Gloss Transp	Sabiesa	Luxe	Dignitat	Espiritualitat	Riquesa	Misteri	Diversió	Alegria	Romanticism	Presumida	Inocència
20		Gloss Transp	Gloss Transp	Rosa	Gloss Transp	Gloss Transp	Misteri	Dignitat	Luxe	Espiritualitat	Riquesa	Misteri	Romanticism	Dolçor	Romanticism	Alegria	Presumida
21		Vermell	Rosa	Gloss Transp	Vermell	Gloss Transp	Dignitat	Sabiesa	Riquesa	Luxe	Espiritualitat	Misteri	Romanticism	Inocència	Diversió	Alegria	Dolçor
22		Gloss Transp	Marró	Morat	Vermell	Marró	Espiritualitat	Sabiesa	Riquesa	Misteri	Luxe	Dignitat	Diversió	Alegria	Romanticism	Dolçor	Inocència
23		Rosa	Gloss Transp	Rosa	Vermell	Rosa	Riquesa	Luxe	Sabiesa	Dignitat	Misteri	Espiritualitat	Alegria	Presumida	Diversió	Romanticism	Inocència

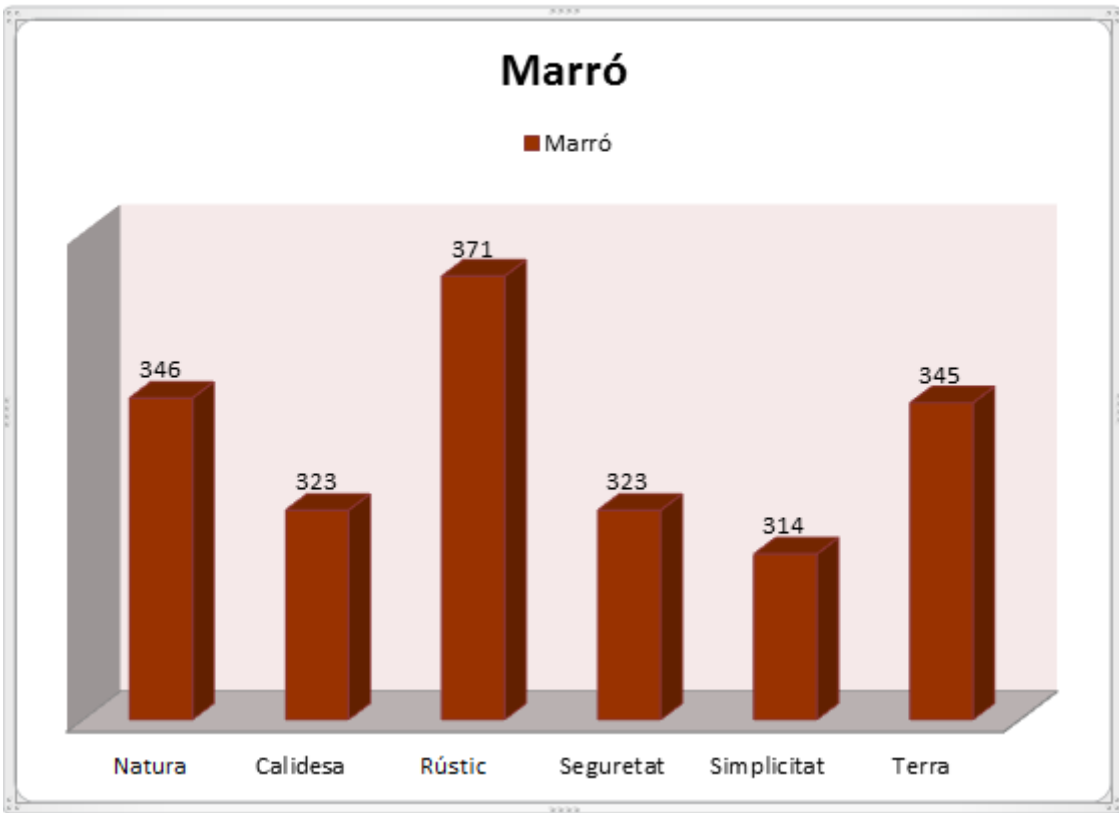
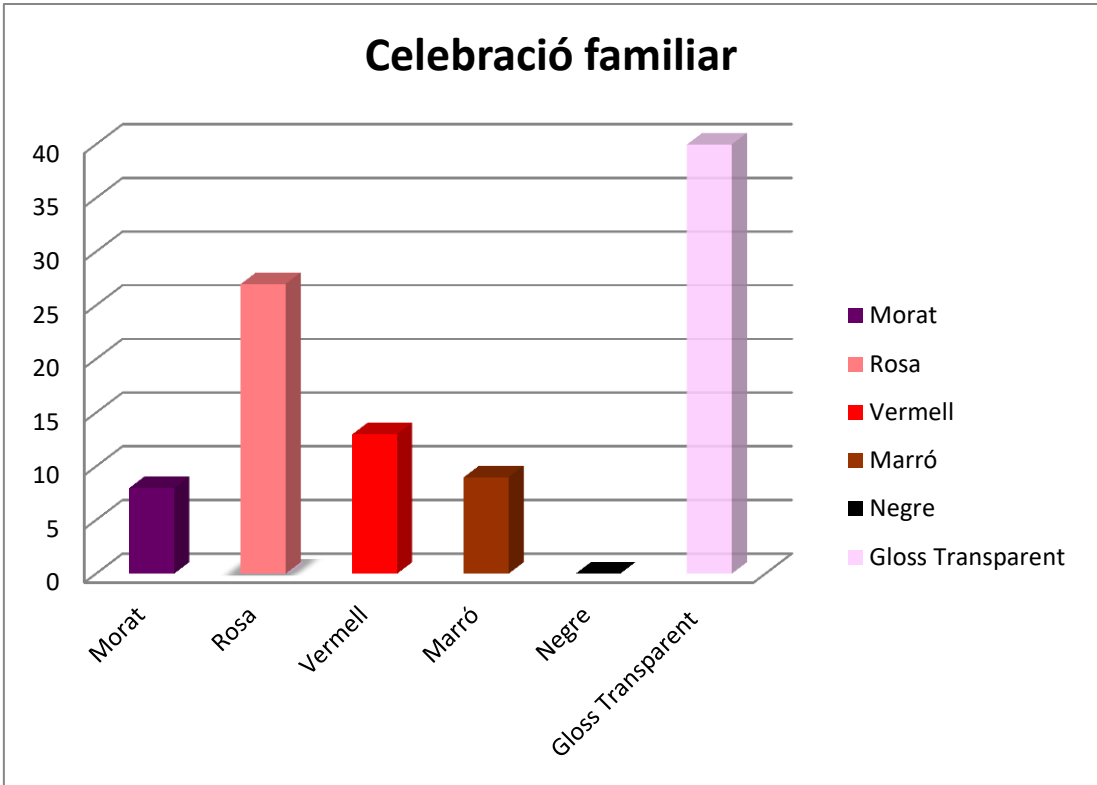
Sopar romàntic

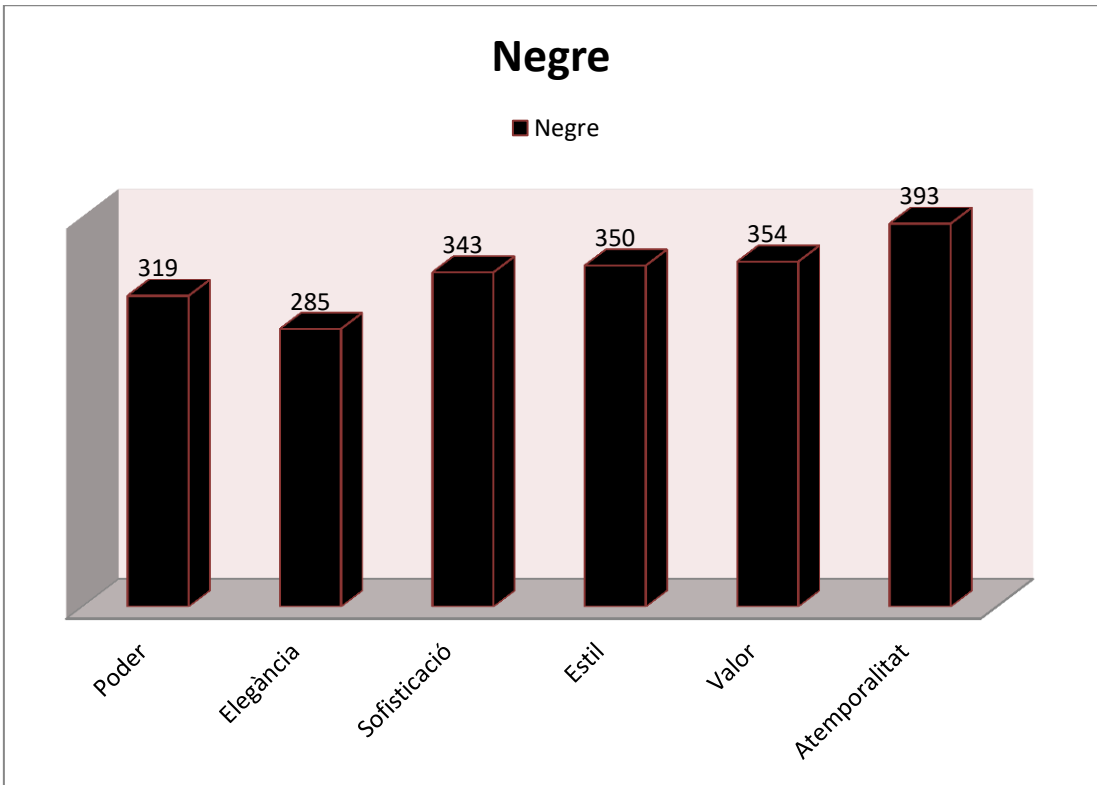
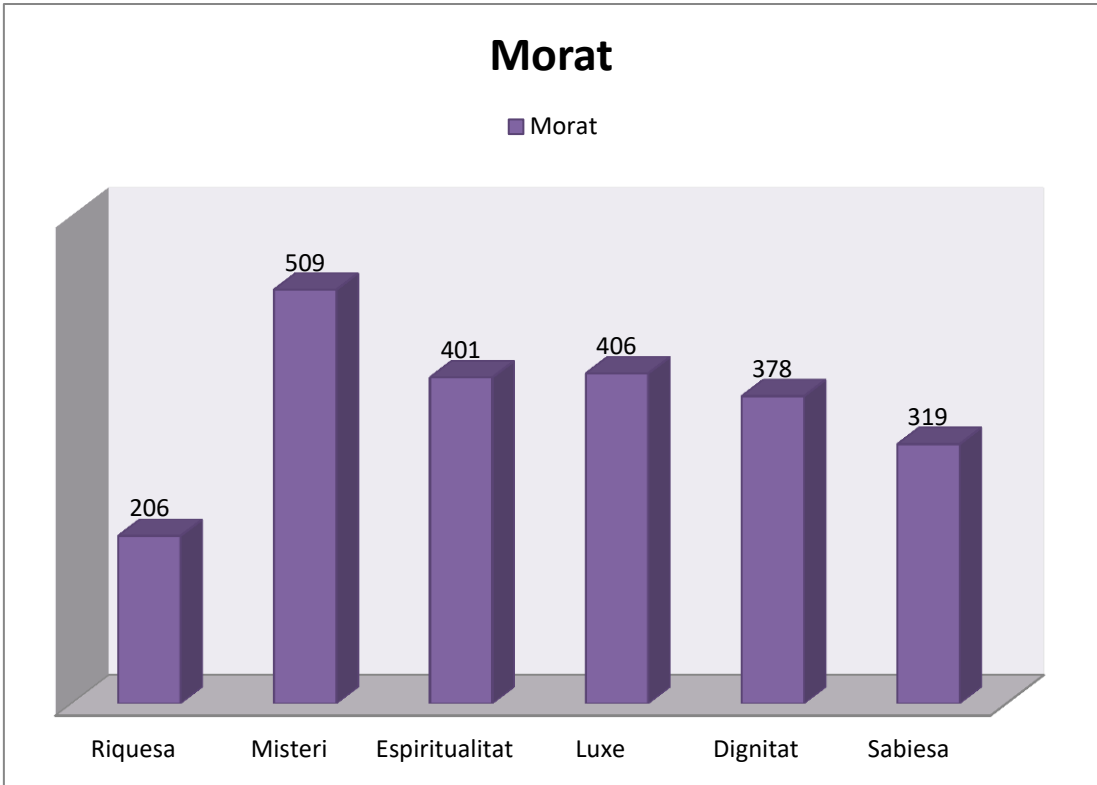


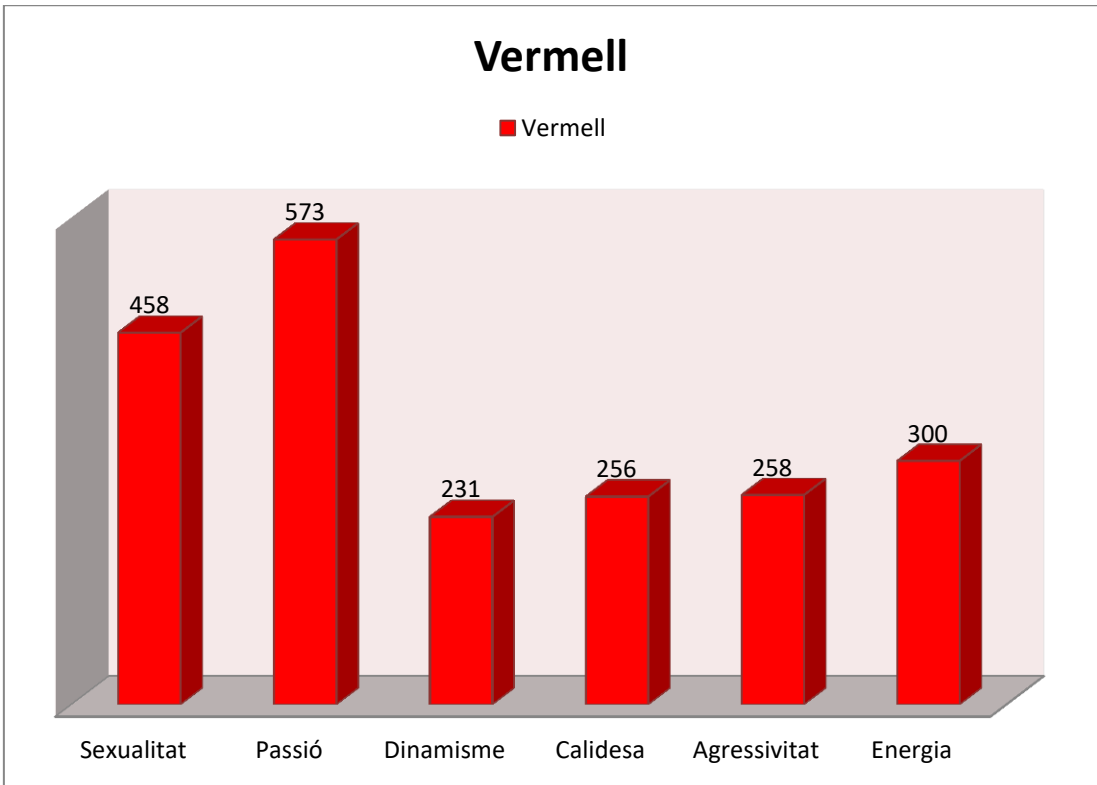
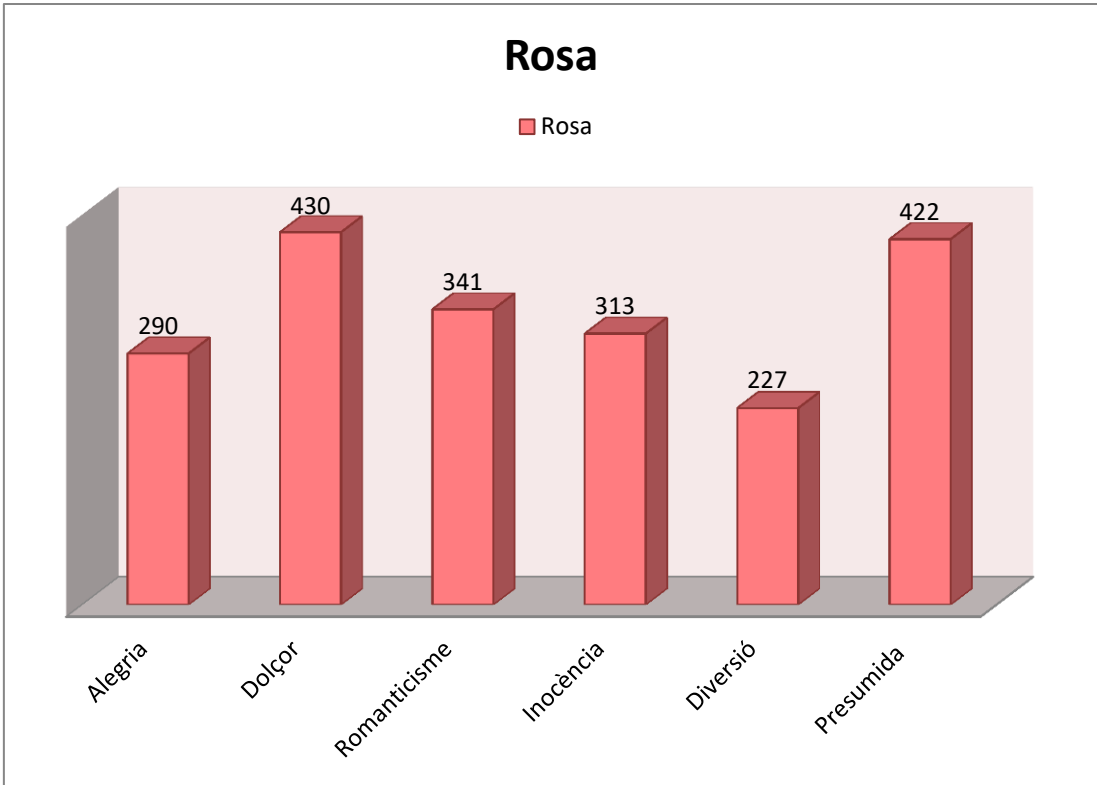
Transmetre formalitat en el treball





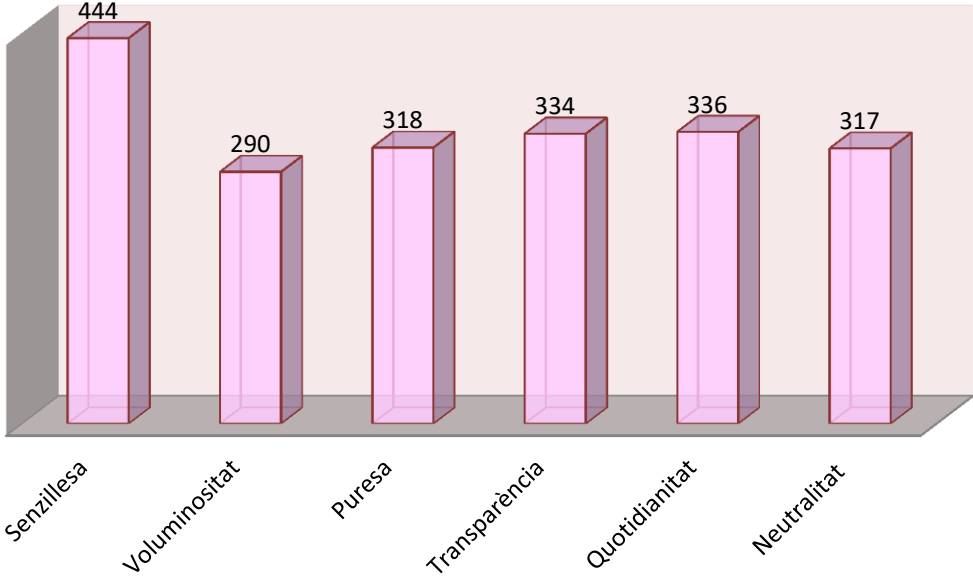






Gloss Transparent

□ Gloss Transparent



LLISTA DE VESTUARI I ATREZZO

Dilluns 1 de maig

11:30

DIA D'OCI

Núria Llausí, Marta Closas i Agnès Muñoz.

LOCALITZACIÓ: quedariem a casa meva, agafariem el cotxe i aniríem al passeig de la platja de Calella. Gravaríem la part del cotxe primerament, després aniríem a la guingueta de la platja i rodariem. DINAR. Després de dinar, gravariem el tornar a casa després de fer les compres. Ens canviarem la roba dins del cotxe, a la guingueta en el lavabo i a casa meva, per fer les dues versions a les mateixes localitzacions.

ATREZZO:

- Pendrive amb cançó I don't want to miss a thing i una altra de'n Justin Bieber.
- Bosses de paper de diferents botigues i roba.
- Vestit vermell que s'ha comprat i vestit blanc que s'ha comprat (aquest ha de ser bastant senzill).
- Crema hidratant.

VESTUARI

Protagonista (Núria):

- Gloss Transparent
- Goma de cabell
- Arrecades senzilles
- Semarreta blanca de tires
- Pantalons curts negres o malles negres (depèn del temps)
- Sabates d'estiu destapades
- Pintallavis vermell
- Top vermell
- Pantalons curts blancs o llargs (depèn del temps)
- Ulleres de sol
- Vestit vermell o de flors
- Vestit blanc

Agnès i Marta:

- Goma de cabell
- Arrecades senzilles
- Arrecades llargues
- Semarretes blanques de tires
- Semarretes vermelles de tires o màniga curta
- Pantalons curts
- Malles
- Ulleres de sol

Dinar a Calella**Tarda: FORMALITAT EN EL TREBALL**

Núria Llausí

LOCALITZACIÓ: després de dinar, tocaria gravar amb la Núria. Primer gravaríem a casa meva com es prepara i es vesteix (les dues versions), després l'escena de la oficina de casa meva i posteriorment l'escena de l'oficina del carrer Balmes (Calella també).

ATREZZO

- Flors
- Taula i cadires
- Diplomes
- Marcs de fotos
- Dos dissenys de roba impresos
- Post-its
- Bolígrafs
- Telèfon
- Papers
- Ordinador
- Teclat

VESTUARI

- Camisa blanca
- Gloss Transparent
- Pintallavis rosa
- Sabates de mig taló
- Samarreta rosa
- Faldilla curta
- Ulleres
- Pantalons foscos

Dimarts 2 de maig

15:00

IL·LUMINAR LA CARA

Núria Llausí

LOCALITZACIÓ: gravarem a casa meva (Calella). Gravarem al meu pati i amb els dos colors de fons preparats.

ATREZZO

- Fons vermell
- Secador
- Pètals de rosa
- Fons marró

VESTUARI

- Pintallavis vermell
- Pintallavis marró
- Goma de cabell
- Arrecades marrons

18:30 – 19:00

SOPAR ROMÀNTIC

Núria Llausí i Eduardo Mañes

LOCALITZACIÓ: gravarem primerament al menjador de casa meva (escena on hi ha el sofà i la taula) i posteriorment, l'escena del color vermell al pati de la mateixa casa (Calella).

ATREZZO

- Taula allargada
- Sofà
- Dues copes de cava i una ampolla de cava
- Coberts i tovallons per a dues persones
- Diferents tapes de menjar
- Espelmes marrons
- Estovalles marrons
- Coixins verds

- Taula del pati
- Copa de cava i copa de vi per a dues persones
- Plats i coberts per a dues persones
- Espelmes vermelles
- Ampolla de vi i cava
- Maduixes

VESTUARI Núria

- Pintallavis marró
- Brusa marró
- Pantalons blau marí o texans blau marí
- Sabates de mig taló
- Arrecades d'ambar
- Goma de cabell
- Pintallavis vermell
- Vestit vermell
- Arrecades brillants
- Rissador
- Sabates de taló negres

VESTUARI Eduard

- Semarreta blau marí
- Texans
- Sabates negres
- Camisa negra
- Gomina
- Pantalons foscos

Dimecres 3 de maig

CELEBRACIÓ FAMILIAR

LOCALITZACIÓ: menjador de casa meva (Calella). Primer gravaríem l'escena del menjador i posteriorment la del pati. Núria i familiars meus.

ATREZZO

- Plats
- Gots
- Vi blanc
- Pastís
- Espelmes normals
- Espelmes liles
- Càmera digital
- Globus liles

VESTUARI

- Gloss transparent
- Goma de cabell
- Brusa blanca
- Texans
- Sabates de mig taló
- Pintallavis morat
- Arrecades llargues (lila, rosa o violeta)
- Semarreta o vestit lila
- Roba lila o morada per als familiars
- Sabates de taló

ACCIONS, AMBIENTS, PERSONATGES i VALORS i EMOCIONS DELS PERSONATGES I ELS COLORS.

1. SOPAR ROMÀNTIC *Eduardo Mañes i Núria Llausí*

Més comú: Vermell – Passió 20 segons

S'ha de transmetre elegància i refinament. Persona intensa, culta i madura. Es relaciona amb la passió, els impulsos i el perill. Vitalitat i acció.

PERSONATGES: La protagonista i la seva parella. La protagonista és elegant i madura. El noi també ha de ser elegant, però ella condueix la situació.

LOCALITZACIÓ: Casa meva. Taula en el pati.

AMBIENT i ATREZZO: Taula parada amb copa de cava i copa de vi per a dues persones. Plats i coberts per a dues persones. Dues espelmes vermelles, una ampolla de vi i una de cava i maduixes . Un sofà. Ambient càlid i amb les espelmes enceses.

VESTUARI: La protagonista tindrà els llavis pintats de color vermell, portarà un vestit vermell i cabell deixat anar i ondulat. Les sabates seran negres i de taló.

ACCIÓ: La protagonista beurà de la copa de vi i la seva parella la mirarà encantat. Ella també mossegarà una maduixa i se la menjarà. La noia li insinuarà sensualment que vol marxar i l'agafarà de la mà. Ell l'agafarà i li farà un petó passional.

RESULTAT OBTINGUT



SOPAR ROMÀNTIC - Menys comú: Marró – Rústic *Eduardo Mañes i Núria Llausí*

Persona amb gust exquisit, però també és el color de quelcom corrent, simple i humil.

PERSONATGES: La protagonista i la seva parella. La protagonista és madura però simple i corrent. El noi és alegre i simple.

LOCALITZACIÓ: Casa meva. Taula parada, però davant del sofà. S'assemblarà a:

AMBIENT I ATREZZO: Taula parada amb dues copes de cava, coberts per a dues persones i plats amb diferent tipus de menjar. Espelmes de color marró i taula marró. No hi ha cadires, hi ha sofà. Els coixins seran verds. Ambient tènue.

VESTUARI: La protagonista tindrà els llavis pintats de color marró, portarà una brusa fina marró i uns pantalons de color blau marí, unes arrecades d'àmbar (marrons i grogues). El cabell recollit i unes sabates de mig taló. El noi vesteix una semarreta blau marí de màniga curta, texans i sabates negres.

ACCIÓ: Els dos mengen mentre de tant en tant es miren somrient. Acaben, recolliran la taula entre els dos i la noia li dirà a la seva parella que s'assegui al sofà i li apretarà les cervicals per relaxar-lo. Li agradarà i somriuran.

RESULTAT OBTINGUT



2. PASSAR UN DIA D'OCI *Núria Llausí, Marta Closas i Agnès Muñoz.*

Més comú: Gloss Transparent – Senzillesa

Una persona pulcre. Persones innocents però que saben el que volen. Aporta una influència positiva a les persones que estan al seu voltant.

PERSONATGES: La protagonista és alegre i transmet positivitat, però també senzillesa. Dues amigues: semblants a la protagonista.

LOCALITZACIÓ: Cotxe (la protagonista condueix) i les altres dues de copilot i al darrere. Una guingueta de la platja de Calella i tornant a casa de fer compres (casa meva).

AMBIENT I ATREZZO: En el cotxe, música senzilla i gens estrident. A la guingueta, en una taula de fora amb 3 cadires (prenent alguna cosa senzilla, com un refresc). Tornant a casa, amb unes 3 bosses de compra cadascuna i ella s'emprova un vestit que s'ha comprat.

VESTUARI: La protagonista portarà els llavis pintats de gloss transparent, anirà amb el cabell recollit i portarà unes arrecades senzilles. Semarreta blanca de tires i pantalons curts negres o llargs. Sabates destapades sense taló. Les amigues aniran vestides semblant a ella. El vestit que es provarà finalment, serà blanc, però informal.

ACCIÓ: Les tres amigues van en cotxe, amb les finestres tancades i música senzilla i gens estrident. Després van a una guingueta a la platja i prenen un refresc, fa molt bon dia i intenten que els toqui el sol. Finalment, arriben a casa amb bosses de compra i la protagonista s'emprova un vestit blanc que s'ha comprat: a les amigues no els agrada però ella està convençuda que li encanta. Riuen molt.

RESULTAT OBTINGUT



PASSAR UN DIA D'OCI - Menys comú: Vermell – Passió Núria Llausí, Marta Closas i Agnès Muñoz

S'ha de transmetre elegància i refinament. Persona intensa, culta i madura. Es relaciona amb la passió, els impulsos i el perill. Vitalitat i acció.

PERSONATGES: La protagonista és intensa i passional. És impulsiva i té molta vitalitat. Les seves amigues s'assemblen a ella però és la protagonista qui porta la situació.

LOCALITZACIÓ: Cotxe (la protagonista condueix) i les altres dues, de copilot i al darrere. Guingueta de la platja de Calella i tornant a casa de fer compres (casa meva).

AMBIENT I ATREZZO: En el cotxe, la cançó "I don't want to miss a thing" d' Aerosmith. Estaran a la guingueta bebent vi. Tornant a casa, la protagonista amb 5 bosses de compra i les amigues menys, s'emprova un vestit amb flors vermelles. Estan més morenes, ja que els ha tocat més el sol. Li posen crema hidratant a la protagonista.

VESTUARI: La protagonista porta els llavis pintats de color vermell, el cabell deixat anar, un top vermell i uns pantalons curts. Porta sabates destapades sense taló. En el cotxe, porta ulleres de sol. Les amigues van també amb tons vermells.

ACCIÓ: Primer, en el cotxe porten les finestres obertes i la música alta escoltant *I don't want to miss a thing* (que serà la música diegètica de l'escena); entra molt de vent dins del cotxe. A la guingueta de la platja prenen vi i gaudeixen. Després arriben a casa les tres i la protagonista porta moltes bosses de compra, més que les amigues, finalment li posen crema hidratant en el bany.

RESULTAT OBTINGUT



3. CELEBRACIÓ FAMILIAR *Núria Llausí*

Més comú: Gloss Transparent – Senzillesa

Una persona pulcre. Persones innocents però que saben el que volen. Aporta una influència positiva a les persones que estan al seu voltant.

PERSONATGES: La protagonista és alegre i transmet positivitat, però també senzillesa. Els avis, la mare i la cosina.

LOCALITZACIÓ: Menjador de casa (casa meva).

AMBIENT I ATREZZO: plats i gots per menjar el pastís de l'aniversari de la protagonista; en fa 22. Un ambient agradable.

VESTUARI: la protagonista portarà els llavis pintats de gloss transparent, un recollit, una brusa blanca i texans. Sabates de mig taló. Els familiars van amb roba normal i corrent.

ACCIÓ : estarà la família de la protagonista al menjador de casa seva per celebrar els seus 22 anys. Li portaran el pastís, ella bufarà les espelmes i aplaudiran. Capturaré els moments de fer fotografies amb cadascú de la família, i en efecte, relacions diferents amb cada membre.

RESULTAT OBTINGUT



CELEBRACIÓ FAMILIAR- Menys comú: Morat – Misteri Núria Llausí

S'associa amb la intuïció i la espiritualitat. També és un color melancòlic. Influencia humors i emocions.

PERSONATGES: La protagonista és una mica melancòlica i emocional. Els avis, la mare i la cosina.

LOCALITZACIÓ: pati de casa meva.

AMBIENT I ATREZZO: hi haurà alguns globus liles i prendran vi blanc. Ells aniran vestits amb tons morats i liles. El pastís anirà amb unes espelmes de color lila. Ambient més carregat que abans.

VESTUARI: la protagonista portarà els llavis pintats de color morat, cabell deixat anar, unes arrecades llargues, un vestit lila o morat o una semarreta lila i sabates de taló. La família anirà amb roba lila o morada.

ACCIÓ : la família estarà dreta al pati de casa de la protagonista i seguidament li portaran el pastís de la celebració dels seus 22 anys. Abans de bufar ella dirà que ha de demanar un desig i commoguda, bufarà les espelmes. S'abraçarà a la seva família i s'emocionaran una mica tots. Donarà molta importància a les espelmes i al desig que ha demanat. Els familiars ho trobaran misteriós, però a la vegada positiu i melancòlic.

RESULTAT OBTINGUT



4. IL·LUMINAR LA CARA *Núria Llausí* .

Més comú: Vermell – Passió

S'ha de transmetre elegància i refinament. Persona intensa, culta i madura. Es relaciona amb la passió, els impulsos i el perill. Vitalitat i acció.

PERSONATGES: la protagonista és elegant, intensa i transmet passió.

LOCALITZACIÓ: primer pla amb fons vermell. En el meu pati.

AMBIENT I ATREZZO: faré un fons vermell i gravaré a la noia només a primer pla, i en alguns moments, primeríssim primer pla. Faré servir un secador per fer moure i volar el cabell.

VESTUARI: la noia portarà els llavis pintats de color vermell. Anirà amb els cabells deixats anar.

ACCIÓ : primer es veurà d'esquenes, es girarà i apareixerà amb els ulls tancats, els obrirà ràpidament i amb una mirada fixe i penetrant, es posarà un dit al llavi inferior, se'l mossegarà, farà el gest d'un petó i somriurà d'una manera sensual i finalment clavarà la mirada a la càmera.

RESULTAT OBTINGUT



IL·LUMINAR LA CARA - Menys comú: Marró – Rústic *Núria Llausí*

Persona amb gust exquisit, però també és el color de quelcom corrent, simple i humil.

PERSONATGES: la protagonista té estil però a la vegada és simple i humil.

LOCALITZACIÓ: primer pla amb fons marró. En el meu pati.

AMBIENT I ATREZZO: faré un fons marró i gravaré a la noia només a primer pla, i en alguns moments primeríssim primer pla.

VESTUARI: la noia portarà els llavis pintats de color marró i cap altre cosmètic. Anirà amb un recollit i unes arrecades de color marró.

ACCIÓ: la veurem directament de cara amb els ulls oberts, després els tancarà, somriurà amb els ulls tancats. Seguidament els obrirà, creuarà els dits de les mans i les posarà a sota del mentó. Les deixarà caure i mirarà directament a càmera però d'una manera innocent i finalment somriurà mirant a càmera.

RESULTAT OBTINGUT



5. TRANSMETRE FORMALITAT AL TREBALL

Més comú: Gloss Transparent - Senzillesa *Núria Llausí*

Una persona pulcre. Persones innocents però que saben el que volen. Aporta una influència positiva a les persones que estan al seu voltant.

PERSONATGES: la protagonista és pulcre, senzilla però sap el que vol.

LOCALITZACIÓ: despatx d'oficina (nostre de Calella, al carrer Balmes).

AMBIENT I ATREZZO: ambient neutre d'oficina, bastant senzill. Taules, cadires, diplomes, bolígrafs, ordinador, teclat, telèfon, etc.

VESTUARI la protagonista portarà els llavis pintats de gloss transparent, el cabell recollit, arrecades petites de brillant, camisa blanca, pantalons negres i sabates de mig taló.

ACCIÓ : es veurà com la protagonista es vesteix (amb plans detall i primers plans), com es pinta els llavis i se'n va a treballar. Arriba a l'oficina i porta a terme accions pròpies d'oficinista. És molt responsable.

RESULTAT OBTINGUT



TRANSMETRE FORMALITAT EN EL TREBALL - Menys comú: Rosa – Dolçor Núria Llausí.

Una persona romàntica, dolça i delicada. És també molt franca. Aquesta persona té molta sensibilitat i una alta relació amb el que és sutil i abstracte, però agradable.

PERSONATGES: la protagonista és dolça, sensible i sutil.

LOCALITZACIÓ: despatx d'oficina de casa meva (Calella).

AMBIENT I ATREZZO: ambient lila i rosa, amb taula rodona, cadires estiloses, un mirall blanc, diplomes amb marcs de diferents colors, etc. Ambient dolç i agradable. Una ampolla petita de desinfectant de mans perquè després se les renti.

VESTUARI: la protagonista portarà els llavis pintats de rosa, el cabell deixat anar i ondulat, un collaret, ulleres, arrecades petites, brusa o semarreta rosa, faldilla curta i sabates de taló.

ACCIÓ: es veurà com la protagonista es vesteix (amb plans detall i primers plans), com es pinta els llavis de color rosa i se'n va a treballar. Arriba al despatx, deixa les coses i es disposa a mirar un disseny de roba que té sobre la taula. Trucarà al seu company i li dirà que li encanten els dissenys. Li deixarà una nota al costat d'una flor que posarà: hem triomfat, són els millors. Es netejarà les mans amb el desinfectant i marxarà.

RESULTAT OBTINGUT



Creative Commons



