

ENTREVISTA A ANA ZELICH

Ana Zelich és una directora creativa que treballa en l'àmbit del disseny i la gràfica audiovisual, i està especialitzada en *branding* televisiu. Va nèixer el 3 de març del 1955 a Barcelona i és llicenciada en Història de l'Art i graduada en Disseny Gràfic. També va cursar il·lustració i pintura al *California College of the Arts* i té un màster en Comunicació Audiovisual al Pratt Institute de Nova York. Durant la seva carrera ha sigut directora d'art a Animàtica, cofundadora de Zoptic, directora d'art de Canal+ Espanya, cofundadora i directora creativa de Zeligstudio. Actualment és directora creativa de Mediapro.

CA- Perquè vas decidir fer disseny? tenia alguna cosa a veure amb la professió dels teus pares?

AZ- El meu pare tenia una empresa de tèxtil i el món del disseny i la creativitat sempre m'havia atret, però no sabia si m'interessava concretament l'empresa del meu pare i el món de la moda. El que sí que veia des de jove mentres era estudiant a l'escola, que el món del dibuix, la plàstica eren els que més m'agradaven i més em motivaven.

El que sí que et puc dir és que jo vivia de prop l'elecció d'estampats del meu pare, o quan ell encarregava alguna petita campanya fotogràfica per fer publicitat de la nova col·lecció... a algun fotògraf de Barcelona, o comprava estampats a París i li encarregava il·lustracions per algun fulletó a un il·lustrador que a mi m'encanta que es diu Gruau... no ho sé, la veritat es que tot aquell món sí que em tocava d'aprop. També la fotografia, de fet el meu pare era molt aficionat a la fotografia.

CA- Tu vas estudiat al *Lycée Français* oi?

AZ- Sí, vaig estudiat primer al *Lycée Français* i després a l'escola AULA.

CA- I després vas anar a la UB a estudiar història de l'art?

AZ- Vaig fer dues carreres a l'hora, Disseny mentre estava estudiant Història de l'Art a la UB.

CA- I després vas fer un màster oi?

AZ- Sí, vaig aconseguir una beca *Fullbright - La Caixa*, per la realització d'un màster, durant dos anys al Pratt Institute de Nova York, concretament un *Master of Science in Communications Design*.

CA- Perquè vas decidir estudiar disseny?

AZ- Vaig començar pensant, no se perquè, que m'interessava el disseny industrial, però el 1r curs era molt genèric en quan a matèries, i em vaig anar decantant més cap al disseny gràfic perquè vaig veure que temes com la

tipografia i la il·lustració m'interessaven molt, i em sentia més còmoda en aquest àmbit gràfic.

CA- Parla'm una mica d'Animàtica.

AZ - Animàtica va ser la primera empresa d'Espanya que es va dedicar a l'animació en 3D, fundada per socis amb diferents perfils, un d'ells era Xavier Berenguer, que venia de l'àmbit de la Informàtica; un altre era Jordi Amorós, expert en el camp de l'animació tradicional; després hi havien altres soci que venia del món de la producció... Ara no en recordo més, però el fet és que es van unir per crear una empresa d'animació basada en la tecnologia informàtica, utilitzant l'ordinador com a eina, que justament començaven a aparèixer en l'entorn. Llavors Xavier Berenguer em va proposar participar com a directora d'art d'Animàtica.

CA - Després vas fundar Zoptic juntament amb Neus Gabulosa i Luis Rueda, oi?

AZ- Exacte, però abans de fundar Zoptic amb ells, vaig deixar Animàtica, i vaig estar un temps, més o menys un any, treballant com a free-lance per a Ovideo (actualment també dins de Mediapro), que era una de les productores de publicitats més punteres del país en aquella època, i a Barcelona, per exemple, cal destacar la realització de l'event inaugural dels Jocs Olímpics del 92.

En aquella època a part d'Animàtica, no hi havia altres empreses de postproducció audiovisual a Barcelona, i m'enviaven a Londres a treballar en projectes on havia de dur a terme tota la part de gràfica animada dels projectes d'aquesta productora. Llavors treballava a agències de postproducció de Londres com *Frame Store*, *Rushes*, *Electric Image* i *The Mill*.

Al cap d'un any vaig decidir, juntament amb dos dissenyadors de TV3 amb qui ens havíem conegut treballant en un projecte a Animàtica (fent la imatge d'un programa/concurs de TV3 que es deia "Blanc o Negre", i amb el que vàrem guanyar un LAUS), i vàrem decidir crear el primer estudi de gràfica dedicat a l'audiovisual, especialitzat en projectes de *motion*. La idea era crear un equip de disseny capaç de crear, dissenyar i realitzar peces audiovisuals on el disseny gràfic fos l'eix principal.

CA - Després vas ser la Directora d'Art del Canal + Espanya ?

Sí, de fet a Zoptic ja havíem treballat per a Canal+ en el primer llançament del canal, dissenyant els primer identificatius de la continuïtat. Però després, al 1995, em van proposar ser la directora d'Art del canal, i llavors es tractava de fer-me càrrec de la imatge del canal i dels seus programes, i també col.laborant amb els diferents departaments, escenografia, estilisme, esdeveniments, per crear un llenguatge comú.

Aquí és on vaig fer un dels projectes més importants de la meva carrera: juntament amb tot l'equip creatiu, vam elaborar varies sèries d'identificatius

de continuïtat per Canal +. Per elaborar-les escollíem un tema/concepte (com per exemple “la qualitat”, o “la tardor”) i treballàvem amb diferents creatius provinents de diversos àmbits com ara fotògrafs, escultors, il·lustradors... i el resultat final eren unes peces que identificaven al canal però alhora amb una vessant també molt experimental i artística, utilitzant tècniques gràfiques i audiovisuals fins aquell moment no habituals en la imatge d'un canal. Transmetien una sèrie de valors estètics, l'aposta per la innovació i la creativitat, amb la intenció de posicionar el canal com a un canal capaç de donar-li aquest “plus” als seus espectadors, més enllà de la identitat de la seva marca.

CA - Després de treballar a Canal +, vas estar treballant com a free-lance?

ZA - Sí, aquí és on vaig col·laborar molt amb “El Terrat” en diferents programes, també vaig fer la imatge de CNN+, peces de continuïtat per Disney Channel... Vaig fer també tota la imatge de la televisió de Canàries, etc..

CA - Després de treballar com a free-lance ja vas fundar Zeligstudio?

ZA - Sí, vaig fundar Zeligstudio en 2001 juntament amb el grup Mediapro. I actualment soc directora creativa de Mediapro.

CA - De tots els projectes que has realitzat quin consideres que ha sigut el més important per a tu?

ZA - El dels identificatius de continuïtat de Canal +, perquè encara que era un projecte encarregat per un canal, ha sigut el projecte que m'ha permès fer un treball menys convencional, i on he pogut fer més recerca i experimentació amb la imatge, enriquidor per la relació de treball amb molts creatius aliats al mon tv, en el que, d'alguna manera, he treballat amb molta passió, i per això aquest projecte és molt significatiu per a mi. Tot i que a Zeligstudio hem fet una gran quantitat de projectes magnífics que també han sigut molt importants, però a aquell li tinc un afecte especial perquè va ser un repte irrepetible, i va marcar una etapa especial per a Canal +.

CA - De tots els premis que has rebut, quins consideres més importants?

ZA - Jo crec que hi ha dos premis que, han sigut molt importants, primerament, l'Or de l'Art Directors Club (ADCE Europe) per Geoplaneta i després l'Or que va guanyar el projecte del canal juvenil K3 al BDA PROMAX Internacional.

I també, personalment, un premi que considero molt important va ser el primer LAUS que vaig guanyar. Va ser durant la meua etapa a Animàtica,. No existia la categoria dedicada a l'audiovisual ni al *motion graphics*, i em van donar el LAUS per tres projectes d'animació que vaig presentar: la capçalera de “Diseño España”, la de “F/DG” (una productora de Barcelona), i una altra peça per un event al Reina Sofia que es deia “PROCESOS”, projectes que vaig dissenyar i realitzar a Animàtica. L'ADG FAD em va donar aquest premi i arran d'això va decidir incorporar la categoria de Gràfica Audiovisual als premis LAUS, que fins aleshores no existia. O sigui que d'alguna manera em

sento una mica “pionera” en aquest sentit perquè en aquell moment ningú es dedicava a això.

CA- He vist que has col·laborat com a conferenciant en algunes escoles de disseny.

ZA- Sí, al màster de *motion graphics* de BAU en faig habitualment, al màster de *motion graphics* de IDEP (Escola Superior de Disseny, Bcn) també. Al màster de branding d'ELISAVA també hi col·laboro anualment... També al *Broadcat*, durant les jornades que organitzaven anualment a Barcelona, durant bastants anys, recolzades per l'ADG-FAD i TV3, i que ara ja les han deixat de fer.

El que es feia al *Broadcat* era presentar projectes de broadcast i de *motion graphics*, en un sentit ampli, per exemple, projectes que podien integrar la dansa, el mapping, etc. Jo vaig participar en una taula rodona l'any 2005, que es deia “la guerra de les mosques” i després vaig fer una conferència l'any 2006, presentant projectes de Zeligstudio.

També vaig ser conferenciant a l'Art futura del 2002, i fa temps vaig impartir un seminari al Palazzo Fortuny, de Venècia, l'any 1993. Durant les jornades de vídeo i disseny organitzades. Eren workshops on hi convidaven professionals de diferents llocs del món per a fer seminaris sobre animació, i *motion graphics*.

Després he estat professora a la UPF, al grau de Comunicació Audiovisual en temes de disseny gràfic aplicat a la pantalla. També a ELISAVA he sigut professora durant bastants anys en el Grau de Disseny Gràfic i al Postgrau de Noves Tecnologies i Multimèdia, però no recordo ben bé quins van ser els anys exactes. Ara només faig una *masterclass* sobre branding televisiu anualment.

CA - Al llibre de Joan Costa (*Identidad televisiva en 4D*) parla de la metodologia de treball de Zeligstudio, on hi treballen persones amb diferents perfils i es fomenta un treball en equip. Perquè heu triat aquesta metodologia i no una altra?

AZ - Bé, jo crec molt en el treball en equip, penso que especialment en aquest àmbit es necessiten molts perfils que sumin, perquè no només intervé la direcció d'art i el disseny, sinó que també és fonamental el coneixement de moltes tecnologies, com ara els softwares d'animació, el llenguatge i les tècniques de realització d'imatge real, etc. És imprescindible la suma de coneixements transversals.

A part, no tots els dissenyadors tenen les mateixes qualitats, per exemple; un pot tenir més aptituds per enfocar el *branding* i el disseny de marca, i un altre tindrà la capacitat d'agafar tots els elements gràfics i crear una identitat en el propi moviment. Per tant el diàleg entre les diferents persones abans de començar el projecte i la seva col·laboració en conjunt durant la producció d'aquest fa que el resultat sigui molt millor.

Els projectes que el·laborem per a les televisions són molt grans, s'han de produir moltes peces diferents que estan relacionades i juntes conformen tota la imatge d'una marca, i per tant, es necessita un equip, ja que la producció és molt complexa, hi ha aplicacions en print, en pantalla i també online. I al llarg del procés de treball també es van produint variacions, ajustos, i aleshores el diàleg és imprescindible, una anada i tornada...

Penso que cap dels projectes pot atribuir-se a una sola persona, sinó que l'autoria és per tot l'equip. No m'interessa el fet de que una idea surti d'una persona, sinó que el diàleg entre tots i la suma de tots els comentaris porta a les decisions òptimes pel projecte.

CA - En un projecte de disseny, quines són les etapes que aneu seguint per el·laborar-lo?

ZA - Primerament ve l'anàlisi del *briefing* que ens ha fet el client, i si aquest no és molt complet, nosaltres el·laborem un qüestionari per ajudar-lo/nos en enfocar el projecte i això ens permet acotar més les seves aspiracions i necessitats, i què és el que vol exactament.

A partir d'aquí, primer hi ha una etapa de creativitat i disseny, de diàleg sobre les idees, una etapa de recerca per avaluar projectes similars, i també de test de diferents tècniques.

Després, si es tracta d'un disseny de marca, hi ha un procés de definició de la tipografia, del color, és a dir dels elements bàsics de la identitat. Però de vegades el projecte comença quan tot això ja està creat i és inamovible. Partim d'una identitat pre-establerta i cerquem un nou posicionament, o comunicar alguna cosa nova, concret.

Aleshores abordem l'etapa de desenvolupament creatiu de la proposta, mitjançant *storyboards* i també, de vegades, mitjançant algunes proves animades. I en paral·lel a aquesta proposta creativa, també treballem amb un músic fent una proposta d'àudio, per aconseguir que vagi totalment vinculada a la proposta visual. Perquè tant important és l'àudio com la imatge, no és un element que s'afegeix al final... Han de crear una unitat.

Després hi ha la presentació al client i també es presenta un pla amb totes les etapes de producció i el pressupost i s'espera l'aprovació del client. Un cop es tira endavant el projecte hi ha les etapes de producció, post producció... fins que s'arriba al "Màster Final" i s'entreguen les peces.

Quan el client ho rep apart de la validació de tots els ítems, ell també fa uns tests per a una correcta visualització en els seus sistemes, ja que de vegades en la implementació hi han petits desajustos. La fase de prova és important perquè el projecte tingui una bona visualització en el suport final.

A part, juntament amb el projecte, al client també se li entrega un Manual d'Estil, on es contempla el desenvolupament del *branding* i les possibilitats que tenen les diferents peces, amb tota la casuística d'aplicacions possibles. Així després el client, de manera autònoma, sap com pot utilitzar tots els elements gràfics de forma autònoma.

Carla Elias Torras

Entrevista a Ana Zelich
Edifici IMAGINA Centre Audiovisual
Avinguda Diagonal, 177
Barcelona
12 de Maig del 2014