

Fecha de elaboración: 30.11.2021			
Tipo de documento	TID:	Obra creación: x	Proyecto investigación:
Título: Creación de un ‘Motion Graphics’ como herramienta de impacto social en adultos jóvenes frente al riesgo que representa el covid-19.			
Autor(es): Cristian Javier Arévalo Sánchez.			
Tutor(es): Adyel Quintero Diaz.			
Fecha de finalización: 9.11.2021			
Temática: Impacto de los Motion Graphics.			
Tipo de investigación: Estudio Obra de Creación.			
Resumen: <p>El proyecto que se realizó tuvo como objetivo crear un ‘Motion Graphics’ que fuera capaz de generar impacto en adultos jóvenes frente al riesgo de contraer Covid-19, que los motive a obedecer las medidas de bioseguridad, en particular, el uso del tapabocas y distanciamiento en sitios cerrados o con poca ventilación, debido a que el foco principal de infección se encuentra en los adultos jóvenes, que se reúnen en fiestas clandestinas o eventos privados en los que por falta de medidas se ven expuestos a contraer el virus. (Naciones Unidas, 2020) Para eso se explicó cómo funciona un cortometraje animado desde la idea, hasta el producto final, pasando por preproducción, producción y postproducción.</p>			
Palabras clave: Covid-19; Pandemia; Motion Graphics; Impacto Social.			
Planteamiento del problema: <p>El problema se genera a causa de la pandemia del COVID-19, donde los jóvenes entre 20- 29 son los más propensos a contraer la enfermedad del Coronavirus por exceso de confianza, puesto que estos se consideran inmunes, asisten a fiestas clandestinas o aglomeraciones masivas sin ningún tipo de protección contra el virus.</p> <p>Esto se evidencia claramente en las afueras de Bogotá; en la Autopista Norte, donde se vieron varias fiestas clandestinas en el pico más alto de fallecidos de la pandemia. (El Tiempo, 2021) Este tipo de situaciones son cada vez más frecuentes, lo que representa un peligro inmediato tanto para los jóvenes, como las posibles personas que podrían contagiar el virus.</p> <p>Por tal razón, el enfoque del cortometraje no sería netamente informar sobre las medidas de bioseguridad, puesto que ya existe información sobre el tema, sino mostrarles a los jóvenes un cortometraje que cuenta una historia corta sobre las consecuencias que puede</p>			

traer el virus. Puesto que los efectos que este puede dejar a largo plazo pueden ser muy peligrosos. (Mayo Clinic, 2021)

Los jóvenes pueden reaccionar de una manera positiva si se les informa bajo el marco de la comprensión y la ayuda, sin querer imponer opiniones, más bien mostrándoles que todo se debe a su propio bienestar.

Pregunta: ¿Cómo los ‘Motion Graphics’ incentivan al autocuidado en los adultos jóvenes frente al riesgo que representa el Covid-19?

Objetivos:

General

Generar mediante los Motion Graphics impacto social y motivación respecto al autocuidado y seguimiento de medias de bioseguridad en adultos jóvenes frente al riesgo que representa el Covid-19.

Específicos

- Incentivar en los jóvenes el autocuidado frente al contagio del Covid-19 a través del uso de ayudas audiovisuales.
- Explicar cómo funciona un proceso creativo en la elaboración de un ‘Motion Graphics’.
- Implementar la animación en ‘Motion Graphics’ como una herramienta de impacto en los jóvenes.

Marco teórico:

La problemática principal se basa en al menos dos argumentos por las que los bogotanos, incluyendo a los jóvenes salen de su casa sin cumplir ninguna medida de bioseguridad.

En primer lugar, por ignorancia y desinformación, los jóvenes salen de su casa sin cumplir las medidas de bioseguridad, existe la tendencia de creer que a todos les llega la información por los medios convencionales, no obstante, muchos se informan por medio de redes sociales o por fuentes poco confiables, lo que hace que se desinformen y no cumplan. (Fundación Para la Gestión de Riesgo, 2020)

En segundo lugar, por la negación o exceso de confianza, existe la tendencia a creer que se es inmune o que no se presentaran consecuencias graves si se contrae el virus. (Rozo, 2020)

Referentes teóricos:

El estilo que se usó fueron los 'Motion Graphics', los cuales son útiles para el propósito de la animación. En el documento se expresan con claridad referentes puntuales que expresan porque son la mejor herramienta y su utilidad en diversos campos, como el Marketing Educativo (Página 20), el Marketing Social (página 21), y otras campañas que usan esta técnica (página 28)

Referentes artísticos:

El proyecto se realizó tomando como referentes a varios animadores y artistas de contenido audiovisual de varias plataformas del mercado.

Entre estos artistas están, Chacho Motion (página 29), Manuel Neto (página 31), Nikolay Ivanov (página 31) y Aarón Martínez (página 32), de los cuales se tomó como base su manejo de formas, del color, de la animación, del diseño de personajes, del flujo de trabajo y entre otras cosas, que nutrieron artísticamente el cortometraje para que quedara con una calidad profesional.

Método:

Algo que influyó en la realización del cortometraje, es el tipo de estudio del que se desprende la idea original. El tipo de estudio que se desarrolló es Obra de Creación, el cual pretende encontrarse en el nivel estándar que exige un trabajo profesional generando conocimientos a través de las artes. (Cuartas, 2009)

Este método reciente resulta bastante innovador y apropiado para el tipo de trabajo hecho, debido a que permite generar artes con propósito definido para la solución de un problema. Dado que este método de trabajo es Obra de Creación, el resultado final de la investigación es el cortometraje animado. (Página 29)

No obstante, en el documento se encuentra explicado por completo todo lo que se requirió para que el cortometraje animado pudiera salir adelante. Pasando por temas como: pre producción, producción y postproducción, en los cuales se encuentran temas como: Idea inicial, storyboard, diseño de personajes, diseño de escenarios, animatic, sonido, paleta de colores, animación, efectos etc. (paginas 35-55)

Resultados, hallazgos u obra realizada:

Sinopsis:

La joven universitaria Amelia se encuentra en un problema, después de casi dos años encerrada en su casa debido a la pandemia del Covid-19 recibe una invitación a una fiesta. Pero esta, no es igual que otras ocasiones, en esta la acepta, y tiene que aprender a vivir con las consecuencias de su decisión. (página 35)

Descripción de la obra:

El cortometraje comienza en la habitación de Amelia, donde se observa su entorno y que está en clases virtuales, de repente le llega una notificación al celular la cual la invita a ir a una fiesta clandestina. En dicha fiesta por no seguir la medida de bioseguridad de usar tapabocas en un sitio cerrado, contrae Covid-19, el cual posteriormente transmite a su madre y terminan en el hospital. Seis meses más tarde Amelia reflexiona en las decisiones que ha tomado, pues ahora tiene que cuidar a su madre que ha quedado enferma de los pulmones. Finalmente se observa un mensaje de reflexión al autocuidado y acatar las medidas de bioseguridad. Para observar el cortometraje animado se puede consultar el siguiente link. <https://youtu.be/508OQP1i-eI> (Página 55)

Conclusiones:

los 'Motion Graphics' funcionan como herramienta de impacto social. Y también pueden ser un medio poderoso por el que se cultive el valor de la vida a las personas.

También fue un proceso importante para crecimiento profesional del autor, debido a que, se pudo poner a prueba todos los conocimientos aprendidos en la universidad e incluso aprender a generar nuevos conocimientos por otros medios. Además, se aprendió a gestionar un proyecto desde su idea inicial hasta el proceso final.

El motivo principal por el que se realizó el trabajo sin la ayuda de ningún compañero, fue porque se quería demostrar que el artista podía realmente gestionar un proyecto animado, además del desarrollo profesional y salir de la Universidad con un trabajo que contribuya al portafolio de animación que podría abrir puertas en distintos estudios de animación. (página 55)

Productos derivados:

Naciones Unidas. (9 de Julio de 2020). *Naciones Unidas*. Obtenido de ¿Cómo se transmite el COVID-19?: <https://news.un.org/es/story/2020/07/1477231>

Naciones Unidas. (30 de Julio de 2020). *Naciones Unidas*. Obtenido de Los efectos a largo plazo del COVID-19 aún se desconocen, pero pueden ser peligrosos: <https://news.un.org/es/story/2020/07/1478162>

Naciones Unidas. (7 de Octubre de 2020). *Naciones Unidas Noticias ONU Mirada Global Historias Humanas*. Obtenido de El COVID-19 infecta cada vez más a los niños y jóvenes de América Latina: <https://news.un.org/es/story/2020/10/1482002>

Naciones Unidas. (12 de Abril de 2021). *Naciones Unidas*. Obtenido de El COVID-19 no es una gripe y puede matar hasta jóvenes sanos, recuerda la OMS mientras aumentan los casos mundiales: <https://news.un.org/es/story/2021/04/1490722>

Organización Mundial de la Salud. (1 de Diciembre de 2020). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de Consejos para la población sobre el nuevo coronavirus (2019-CoV): Cuando y Cómo usar mascarilla:

<https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/when-and-how-to-use-masks>

Watch Tower Bible And Tract Society Of Pennsylvania. (Diciembre de 2021). *Watch Tower Bible And Tract Society Of Pennsylvania*. Obtenido de

<https://www.jw.org/es/ense%C3%B1anzas-b%C3%ADblicas/felicidad-paz-interior/ataques-virus-pizarra-animada/>

Creación de un 'Motion Graphics' como herramienta de impacto social en adultos jóvenes frente al riesgo que representa el covid-19

Cristian Javier Arévalo Sánchez

47181031

Corporación Universitaria Unitec
Escuela de Artes y Ciencias de la Comunicación
Tecnólogo en Animación Digital.

Bogotá, Distrito Capital

9 de noviembre de 2021

Creación de un 'Motion Graphics' como herramienta de impacto social en adultos jóvenes frente al riesgo que representa el covid-19

Cristian Javier Arévalo Sánchez
47181031

Adyel Quintero
Director
Corporación Universitaria Unitec

Corporación Universitaria Unitec
Escuela de Artes y Ciencias de la Comunicación
Tecnólogo en Animación Digital.

Bogotá, Distrito Capital
9 de noviembre de 2021

A mi Dios que me dio la vida y salud para realizar este trabajo.

A mis Padres por su cariño y comprensión.

A mis hermanas y cuñados por su apoyo.

A mis docentes y tutor.

Tabla de contenido

Resumen	11
Palabras Clave	11
Planteamiento del problema	12
Justificación.....	15
¿Cuál es la necesidad o problema a resolver?	15
Sus antecedentes	15
¿Por qué es importante intervenir en este momento?	16
¿Qué se lograría y qué otros efectos podrían lograrse?	16
Razón Teórica	17
Pregunta.....	18
Formulación del problema.....	18
¿Como desarrollar un video con ‘Motion Graphics’ que permita explicar a los jóvenes las consecuencias del Covid-19?.....	18
Sub preguntas.	18
Objetivos.	19
General.....	19
Específicos.....	19
Marco teórico y estado del arte	19
Referentes Teóricos:	19
Los Motion Graphics aplicados al Marketing Educativo	20
Los Motion Graphics aplicados al Marketing Social	21
Otros ejemplos de Campañas conocidas, con Motion Graphics:.....	28
Referentes artísticos.....	29
Desarrollo conceptual de la obra.....	33
Tipo de estudio	33
Idea inicial	33
Sinopsis	35
Procesos creativos.....	36
Pre Producción.....	36
Guion y Storyboard.....	36
Storyboard y Diseño de Personajes.....	37

Amelia Bullard.....	40
Animatic y Sonido	45
Producción.....	46
Paleta de Colores.....	48
Animación.....	51
Post Producción	53
Descripción de la obra.....	55
Conclusiones	55
Listado de Referencias	56
ANEXO A: Cortometraje Amelia – Escrito por: Cristian Arévalo.....	59
Carta de Cesión de Derechos.....	62

Resumen

El problema se genera a causa de la pandemia del COVID-19. La ONU explica que uno de los focos de infección más grande son los adultos jóvenes, puesto que estos se consideran inmunes, no les preocupa reunirse en fiestas clandestinas o eventos privados en los que, por falta de ventilación y mal uso del tapabocas, se ven expuestos a contraer el virus. (Naciones Unidas, 2020). Los Jóvenes tienen exceso de confianza y no cumplen con las medidas de bioseguridad, lo que representa un peligro para sus familiares y conocidos, al existir el riesgo de contraer Covid-19 y ser mortal para ellos. Por tal motivo, se optó por trabajar con una solución artística bajo Obra de Creación con la técnica de ‘Motion Graphics’, que brinde un impacto social en jóvenes, enseñándoles las consecuencias de no obedecer y la responsabilidad que tienen. (Centros para el control y la prevención de enfermedades, 2021)

Palabras Clave

Covid-19; Pandemia; Motion Graphics; Impacto Social.

Planteamiento del problema

El problema se genera a causa de la pandemia del COVID-19, donde los jóvenes entre 20-29 años (cada vez que se exprese la palabra Jóvenes, se referirá a este rango de edad) son los más propensos de contraer la enfermedad del Coronavirus por exceso de confianza según explica la ONU, (Naciones Unidas, 2021) puesto que estos se consideran inmunes, además del incremento de fiestas clandestinas, y aglomeraciones en lugares cerrados sin ningún tipo de precaución. Esto lo han evidenciado claramente los medios de comunicación. Por ejemplo, el caso de las fiestas en las afueras de Bogotá; en la Autopista Norte, realizadas en Julio de 2021, cuando se presentaba el pico más alto de fallecidos en el país hasta ese momento (El Tiempo, 2021).

Sumado a los operativos que llevan a cabo a diario las autoridades de concentraciones masivas de personas en lugares cerrados sin ninguna medida de bioseguridad. (Sanabria, 2021). El que los Jóvenes tengan exceso de confianza y no cumplan con las medidas de bioseguridad, representa un peligro para sus familiares y conocidos, al existir el riesgo de contraer Covid-19 y ser mortal para ellos. El incremento en fiestas clandestinas ha sido evidente en los últimos meses, generando noticias de jóvenes en aglomeraciones sin ningún tipo de medida de bioseguridad. (Semana, 2020).

Este tipo de situaciones que se están volviendo comunes representan un peligro inmediato en localidades cercanas. Según el Fondo de Población de Naciones Unidas, los jóvenes son tan propensos al contagio como personas de mediana o tercera edad, y de igual manera pueden contagiar a cuanta persona se les acerque. Debido a esto se ve la necesidad de que las personas jóvenes cumplan con las medidas de seguridad impuestas por los profesionales de la salud para prevenir el riesgo de contagio masivo. (Fondo de Población de Naciones Unidas, 2020).

La ONU afirma que muchos de estos, no necesitarán una cama en la UCI, o no necesariamente se van a desplomar en la calle y fallecer, pero eso no significa que no puedan desarrollar síntomas graves del virus, como lo son: ahogo, pérdida del apetito, entre otros. Se espera a través del desarrollo de este proyecto persuadir a los jóvenes mediante el uso de ayudas

audiovisuales para que se pueda evitar que contagien a personas más propensas a generar los efectos graves de la Covid-19.

Según la Unicef, la llegada de diferentes variantes del virus -que son aún más infecciosos que el brote original- como la variante Delta, la cual representa un elevado aumento en su capacidad de transmitir el virus, y tiene la capacidad de contagiar al doble de personas que el brote original (Unicef, 2021); se hace imperativo el inicio de campañas más agresivas para evitar el relajamiento de medidas de protección.

Por tal motivo el enfoque del proyecto no será únicamente informar sobre las medidas de bioseguridad, sino que vendrá acompañado de una historia corta que logre mostrarles a las personas las consecuencias que puede tener el virus, puesto que las consecuencias a largo plazo, podrían ser muy peligrosas. (Mayo Clinic, 2021).

Estudios han comprobado que los jóvenes reaccionan de una manera más positiva, si el que transmite el mensaje, tiene cosas en común con ellos, misma edad y gustos. Los jóvenes se sienten atraídos por personajes que quieren imitar, ellos quieren vivir historias y parecerse a los personajes de las series juveniles, sentirse representados y entendidos (Rodríguez & Megias Quirós, 2014). Esto evidencia lo que los jóvenes quieren con respecto a su comportamiento social: “comprensión”. Necesitan saber que otros jóvenes pasan por lo mismo, necesitan saber que otros jóvenes tienen dificultades y les resulta difícil cumplir las normas, una vez entendido esto, les será más fácil aceptar las normas y acatarlas por decisión propia.

El objetivo es generar un producto audiovisual basado en ilustraciones en movimiento. Cabe comparar esta técnica con su competencia, como lo podrían ser propaganda con actores, que explican los efectos del Coronavirus, no obstante, los ‘Motion Graphics’ cumplen la labor de explicar de manera sencilla y contundente realidades complejas, envolviéndonos en un lenguaje sencillo y digerible. (Perdomo, 2019) Asimismo, se ha demostrado que con una imagen se puede transmitir mucho más que con varias cartillas informativas, que un video lo hace a una mayor escala al tener imágenes en movimiento complementado con audio y una estética atrayente.

Esta técnica permite transmitir conceptos de una manera visual que capta la atención, en particular del público al cual está encaminado, siendo esta una población joven, para que no vean los protocolos de bioseguridad o el virus Covid-19 (SARS 2) como una negligencia o un ataque a su libertad, sino más bien vean por medio de esta técnica amigable, los beneficios que deberían considerar con suma seriedad.

Principalmente el uso de las medidas de bioseguridad será el enfoque, incentivando el uso del tapabocas; evitar las aglomeraciones en sitios cerrados y cuidar a los demás al cumplir con el distanciamiento social. (Organización Mundial de la Salud, 2020).

La iniciativa y la labor que se debe aportar, según la “Fundación para la gestión de riesgo de Colombia”, es el apoyo a las entidades gubernamentales referente a las medidas de bioseguridad, informando al público joven con un lenguaje sencillo y fácil de entender para ellos, esto incluye una campaña de marketing social que apele al sentimiento, sin imponer criterios, haciendo que nuestra audiencia se sienta involucrada con un personaje, y se sienta motivado a imitarlo. (Fundación Para la Gestión de Riesgo, 2020).

Podría ilustrarse mediante el siguiente ejemplo; si a un niño pequeño se le dice siempre, que no debería meterse en la parte honda de una piscina porque se ahoga, seguramente hará caso, solo porque se lo dicen, y no porque esté convencido de que así es. Pero, si se implementa una ayuda visual para que el niño entienda que la piscina es honda, las cosas se tornan diferentes, suponiendo que uno de los padres pone al lado de la piscina al niño, y tira una llave a la parte honda. El niño al ver que la llave se hunde y no toca fondo rápidamente, entenderá el peligro, y el miedo a hundirse como la llave, lo motivará a obedecer, aunque este solo.

Una de las diferentes maneras de incentivar las normas de bioseguridad en los jóvenes, es imponer las normas y en caso de que se incumplan, multar o dar algún tipo de penalización. Otra manera para incentivarlas, es el entendimiento en sí, o la comprensión de las consecuencias de no obedecer los decretos, en este caso, el sufrir complicaciones de salud, o contagiar a alguien que pudiera desarrollar síntomas graves del Covid-19. (Fundación Para la Gestión de Riesgo, 2020).

Por tal motivo también se pretende demostrar que lo mejor es seguir la segunda norma, siendo esta, el que los jóvenes entiendan las consecuencias del virus, y que esto los motive a actuar, lo que llamamos sentido de compromiso o de responsabilidad. Para conseguirlo se usaron técnicas educativas por medio de los ‘Motion Graphics’, *creando* un cortometraje que no simplemente se limite a explicar lo que los jóvenes tienen que hacer, sino apelando al sentimiento mostrando las consecuencias de no hacerlo y cómo es posible cumplir con tales medidas.

Justificación.

Razones principales: Este proyecto se realizará por al menos dos Razones.

1. La preocupación que genera la “nueva realidad” en la que la exposición para adquirir el virus es más latente, por lo que se ve la necesidad de hacer uso de mecanismos educativos, informativos, y atractivos para los adultos jóvenes.
2. La preocupación por la propagación del virus a personas mayores que tienen una tasa de mortalidad más alta, en este caso, siendo los jóvenes los portadores.

¿Cuál es la necesidad o problema a resolver?

Es necesario, debido a que el virus Covid-19, representa una tasa de mortalidad alta en personas de la tercera edad, y como se ha evidenciado anteriormente, los jóvenes son potenciales portadores del mismo, ya sea presentando síntomas, o siendo asintomáticos al portarlo. La necesidad es clara, que los jóvenes se cuiden, para evitar el contagio a familiares y estos lleguen a ser víctimas mortales. Tomando como base el estudio que hizo el “Child Mind Institute”, a nivel psicológico, los jóvenes a esta altura de la pandemia, se sienten abrumados, sienten que se les está privando de su libertad y aunque entiendan el peligro, empiezan a minimizarlo con el paso del tiempo. (Miler, 2020).

Sus antecedentes

Un ejemplo claro que evidencia esta problemática ocurre en distintas partes del país, donde el aumento en fiestas clandestinas sin ningún tipo de protocolos, aglomeraciones en discotecas y el muy poco uso de los tapabocas, hace que los casos se propaguen con mayor rapidez. (Semana, 2020).

A los jóvenes en pandemia, se les hace difícil seguir protocolos como el distanciamiento social. En parte, no entienden el por qué no pueden pasar tiempo con sus amigos. Para ellos, la interacción humana es muy importante, así que evitar el contacto con sus pares contribuye a su frustración y a su deseo por no acatar las normas.

¿Por qué es importante intervenir en este momento?

Con un inminente pico de contagio en las épocas de festividades de final de año y un potencial confinamiento por los resultados manifiestos en la curva ascendente, es prioritario empezar a divulgar el cortometraje animado por todos los métodos de distribución existentes, desde festivales, redes sociales hasta entidades educativas y/o cualquier medio posible. (Cabrera, 2021).

El director Michael Ryan explicó en un artículo de la ONU, que las consecuencias a largo plazo del Covid-19 son desconocidas, y mediante el beneficio de la duda expresa, que no es necesario arriesgarse. Ciertamente se motivará a los jóvenes a no arriesgarse innecesariamente y a no afrontar peligros, de los cuales se desconocen sus consecuencias a largo plazo. (Naciones Unidas, 2020).

Lo que genera una reflexión: que el Covid-19, igual que la influenza y el H1N1, llegó para quedarse, no es aceptable permitir una exposición mayor de la próxima generación, y mucho menos que personas mayores mueran por falta de prevención a un tiempo oportuno. Debido a estos argumentos, se ve la necesidad de intervenir con prontitud, para evitar mientras va creciendo la curva de pandemia, que los jóvenes se involucren en la misma.

¿Qué se lograría y qué otros efectos podrían lograrse?

Se lograría en los jóvenes aprecio por su vida y aprecio por la vida de sus familiares y conocidos. Además de eso se expondría la evidencia de que los ‘Motion Graphics’ tienen influencia y pueden motivar al actuar, siempre y cuando se implementen de una manera correcta, motivada por una campaña con sentimiento, y no una campaña plana que se limita a explicar lo que hay que hacer. Además, se desarrollaría como Obra de Creación un cortometraje animado en ‘Motion Graphics’ que incentive al autocuidado y el seguimiento de las normas.

Razón Teórica

La problemática principal se basa al menos en 2 razones por las que los Bogotanos, incluyendo a los “jóvenes” salen de sus casas sin cumplir las medidas. En primer lugar, por ignorancia y desinformación, puesto que existe cierta tendencia a creer que a todos nos llega la información de la misma forma, pero la realidad es que muchos se informan por medios no oficiales, o no entienden la información en su totalidad. (Fundación Para la Gestión de Riesgo, 2020).

Los líderes políticos tampoco nos informan de una manera correcta, al haber muchas contradicciones respecto a las medidas de bioseguridad con los ciudadanos, en especial los jóvenes, no saben qué hacer y recurren a alternativas poco convencionales, como afrontar el Covid-19 con ajo o con jengibre. (Rozo, 2020).

En segundo lugar, por la negación o exceso de confianza, las personas suelen salir, y al volver a casa se sienten bien, entonces expresan frases como “Si yo salí y no me pasó nada, entonces ese virus no es tan peligroso”, “Eso del Covid a mí no me va a pasar, yo soy fuerte”. La realidad es que existe la tendencia a sentirse invulnerable y a minimizar la amenaza. (Rozo, 2020).

Existe la posibilidad de contagiar a alguien sin que la persona portadora lo percate y muchos jóvenes no entienden correctamente esto, lo que los lleva a no cumplir con las medidas de bioseguridad. Un ejemplo claro que evidencia esta problemática ocurre diariamente en Atlántico, medios informan como algunos jóvenes originarios de Malambo y de barrios de Soledad, no acatan las medidas de bioseguridad al ejecutar ejercicio y otras actividades en

cercanías del terminal aéreo, formando situaciones preocupantes como aglomeraciones debido a la negación del uso de tapabocas. (Sanabria, 2021).

Pregunta

Formulación del problema.

¿Como desarrollar un video con ‘Motion Graphics’ que permita explicar a los jóvenes las consecuencias del Covid-19?

Problema: Los Jóvenes no acatan las medidas de Bioseguridad

Público Objetivo: Adultos Jóvenes entre 20-29 Años. En su mayoría estudiantes.

Sub preguntas.

De la pregunta presentada en la formulación del problema se deriva una serie de sub preguntas que, al darles respuesta, en su conjunto constituirían la respuesta a la pregunta de investigación.

- ¿Cómo los ‘Motion Graphics’ incentivan al autocuidado en los adultos jóvenes frente al riesgo que representa el Covid-19?
- ¿Cuál es el proceso creativo para la elaboración de una obra en ‘Motion Graphics’?
- ¿Qué técnica de animación permite desarrollar en los jóvenes un comportamiento de autocuidado de manera efectiva?

Objetivos.

General

Generar mediante los Motion Graphics impacto social y motivación respecto al autocuidado y seguimiento de medias de bioseguridad en adultos jóvenes frente al riesgo que representa el Covid-19.

Específicos

- Incentivar en los jóvenes el autocuidado frente al contagio del Covid-19 a través del uso de ayudas audiovisuales.
- Explicar como funciona un proceso creativo en la elaboración de un ‘Motion Graphics’.
- Implementar la animación en ‘Motion Graphics’ como una herramienta de impacto en los jóvenes.

Marco teórico y estado del arte

Referentes Teóricos:

El estilo que se usará será los ‘Motion Graphics’, a continuación, como prueba de que realmente han sido útiles para campañas de marketing social y educativo, se presentarán referentes puntuales, con estos se pretende demostrar que los ‘Motion Graphics’ despiertan el sentir de los jóvenes, que los animan a actuar y que son la mejor herramienta para el tipo de público al que se pretende llegar debido a su facilidad de consumo. Las pruebas dadas a continuación también tienen como objetivo enfatizar que este estilo no se utiliza solamente para cumplir un requisito de grado, realmente tiene su razón de ser, que se expresará a continuación.

Los Motion Graphics aplicados al Marketing Educativo.

En primer lugar, el Marketing Educativo, del colegio Tajamar, de Madrid, España resumiendo todo en la generación V plantea una idea gráfica muy interesante. Realizan gráficos en movimiento sencillos de emular para un estudiante, que conllevan trabajo. El objetivo del colegio Tajamar es transmitir valores a sus alumnos a la hora de educarlos, sacando adelante una generación distinguida por el mismo.

Como se muestra en la campaña del 24 de enero del 2014, (Tajamar, 2014) realizada por la institución educativa “Tajamar”, se puede motivar a padres de familia a vincular a sus hijos a esta institución educativa mediante el uso de la herramienta de los ‘Motion Graphics’. (Colegio Tajamar, 2014)

Campaña del 24 de enero de 2014:



Grafica del cortometraje “¿Puede España ser campeona en educación?” (Colegio Tajamar, 2014)



Grafica de “Generación V” del cortometraje del colegio Tajamar.

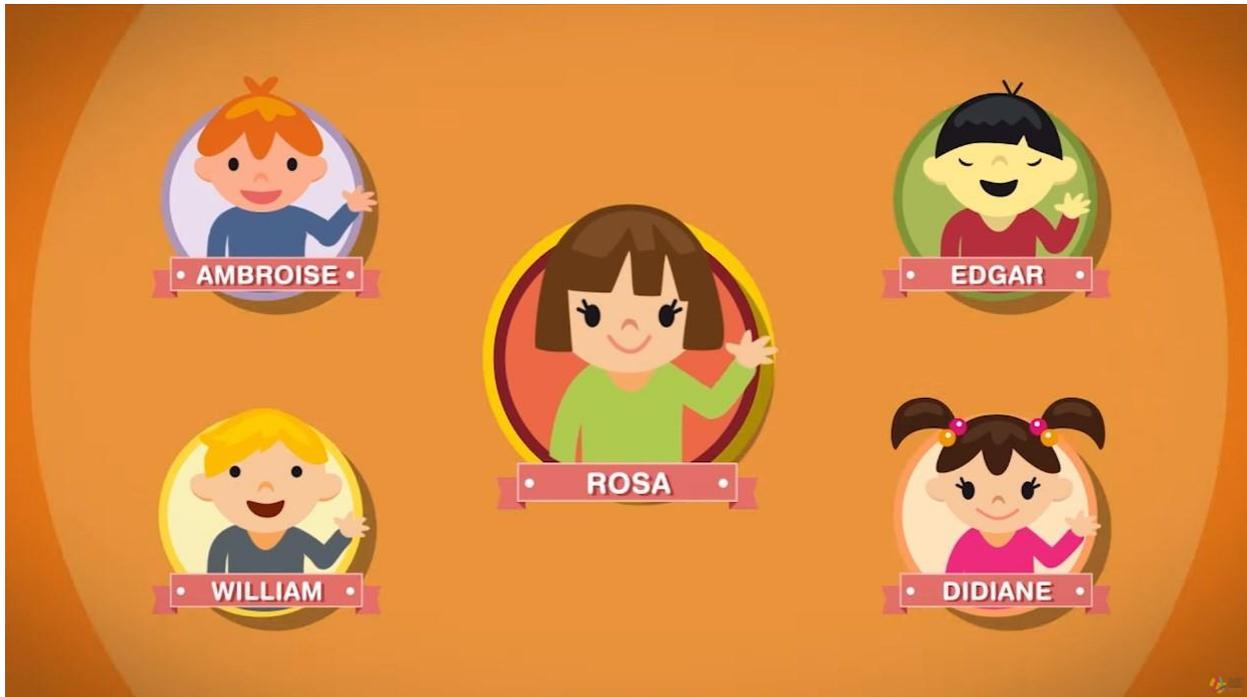
Los Motion Graphics aplicados al Marketing Social

En Segundo lugar, como una campaña de: Marketing Social, la organización “Jóvenes y Desarrollo” apeló bajo el valor de la amistad, el apoyar una entidad que daba educación a jóvenes que no tenían recursos. Esta entidad pide una donación de un euro al mes, para proporcionar educación estable. (Jovenes y desarrollo ong Salesiana , 2014) Este emprendimiento sin ánimo de lucro, tiene como objetivo educar y ayudar a las poblaciones que sufren de vulnerabilidad en el mundo. Y con un empleo magistral de los ‘Motion Graphics’ demostraron todo lo que ofrecían e incentivaron a la audiencia a actuar. (Jóvenes y Desarrollo, 2014)

Campaña del 7 de enero 2014:



Grafica del cortometraje “Yo ya soy amigo de jóvenes y desarrollo, ¿y tú?” (Jóvenes y Desarrollo, 2014)



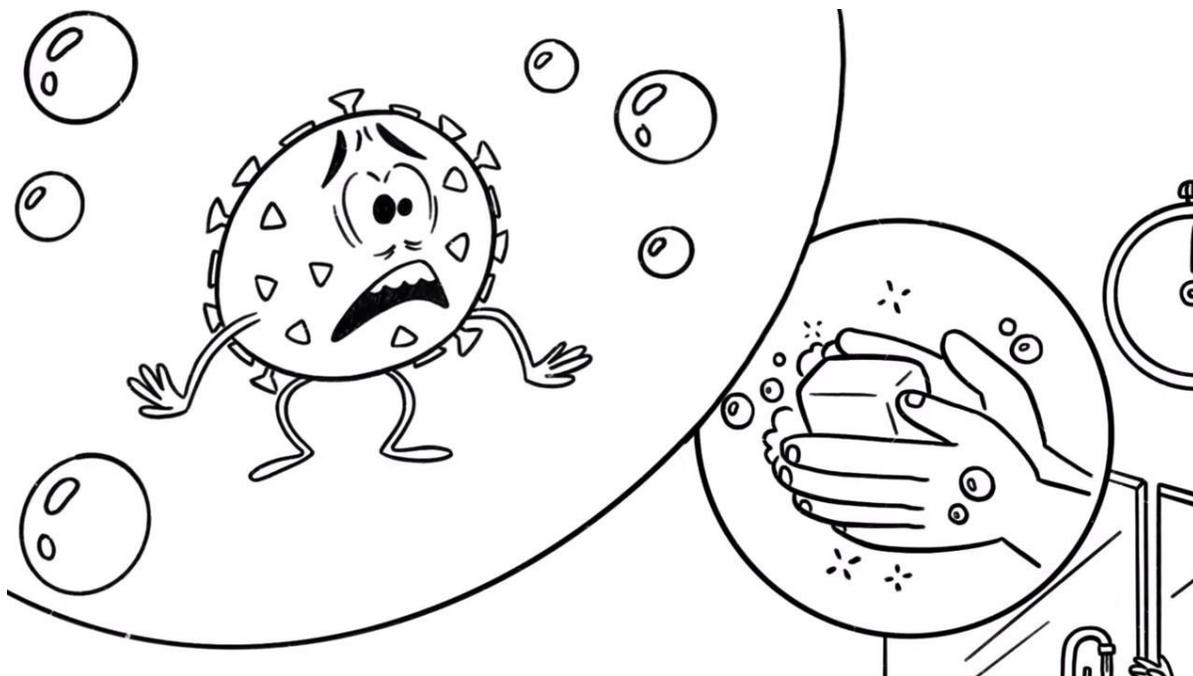
Grafica del cortometraje “Yo ya soy amigo de jóvenes y desarrollo, ¿y tú?” (Jóvenes y Desarrollo, 2014)

En tercer lugar, la pizarra animada. La corporación sin ánimo de lucro de “Los Testigos de Jehová” usa otro aspecto de la animación ‘Motion Graphics’, combinada con 2D cuadro a cuadro, como Marketing Social de ayuda en sentido espiritual, resaltando valores prácticos para un público adolescente, evidenciando grandes resultados. (Watch Tower Bible And Tract Society Of Pennsylvania., 2021)

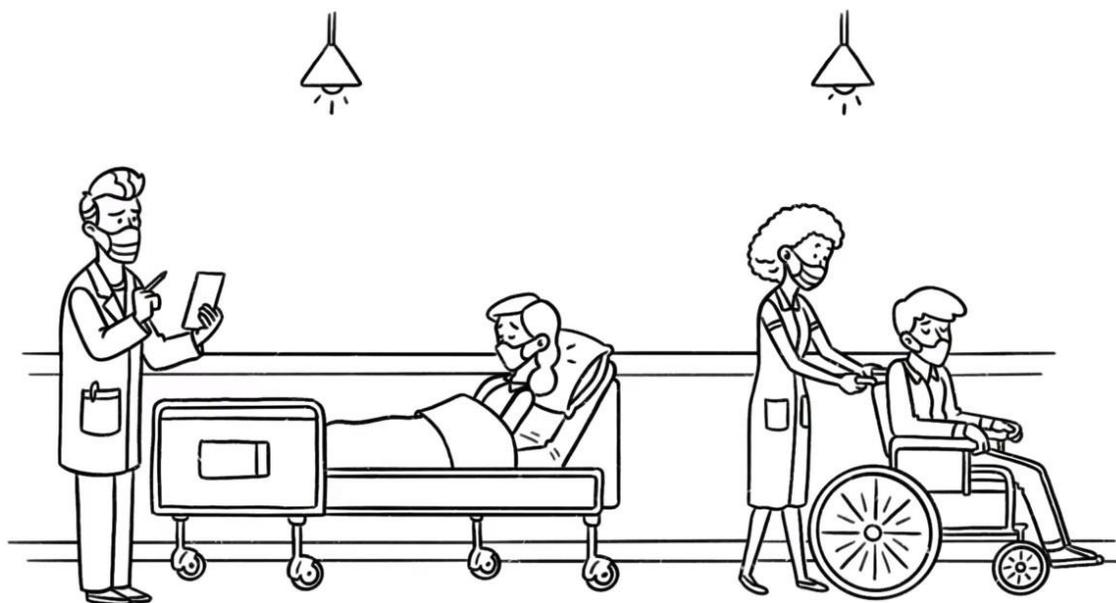
Por ejemplo, SOO-JEONG orientadora vocacional de educación secundaria de Corea del Sur, ha utilizado esta técnica para enseñar valores prácticos a sus estudiantes. Por su parte, una profesora universitaria que trabaja para la fundación de la prevención de la violencia juvenil expresó como los videos captan la atención, son prácticos y realmente causan impacto positivo. Posteriormente se utilizaron para video conferencias en muchas escuelas de primaria y secundaria. (Watch Tower Bible And Tract Society Of Pennsylvania., 2016)

Los Testigos de Jehová, no solo han dado el ejemplo referente a las medidas de bioseguridad, sino que también sacaron una animación en 2D cuadro a cuadro bajo la sección “La pizarra animada” explicando en un lenguaje fácil de entender las medidas de precaución que los jóvenes deben tener con el virus. (Watch Tower Bible And Tract Society Of Pennsylvania., 2021)

Campaña de diciembre de 2020:



Grafica del cortometraje “Cuando un virus ataca, aprende a defenderte” (Watch Tower Bible And Tract Society Of Pennsylvania, 2020)



Grafica del cortometraje “Cuando un virus ataca, aprende a defenderte” (Watch Tower Bible And Tract Society Of Pennsylvania, 2020)

En cuarto lugar, la Organización Mundial de la Salud usó los ‘Motion Graphics’ como medio para informar sobre el uso de medidas de bioseguridad, explicando temas muy importantes como la “Colocación correcta de la mascarilla” el “Cuando ponerse mascarilla en interiores” y “Utilice sistemáticamente gel hidroalcohólico junto con la mascarilla”; explicando de una manera sencilla y fácil de entender cada proceso. (Organización Mundial de la Salud, 2020)



Grafica del cortometraje “Utilice sistemáticamente gel hidroalcohólico con la mascarilla”
(World Health Organization , 2021)



Grafica del cortometraje “Cuando ponerse mascarilla en interiores” (World Health Organization , 2021)



Grafica del cortometraje “Colocación correcta de la mascarilla” (World Health Organization , 2021)

Campaña de febrero de 2021

Otros ejemplos de Campañas conocidas, con Motion Graphics:

La productora “Red Frame” especializada en la realización de videos corporativos y explicativos en Motion Graphics, también demuestran lo atrayente que pueden resultar el uso de esta técnica. (Red Frame, 2021).

Teniendo al menos dos campañas de Marketing Social:

1. Campaña de marketing para estudiantes. (Redframe - Productora audiovisual, 2018).

Campaña de junio de 2018:



Grafica del cortometraje “Video Marketing ejemplos con animación” (Redframe - Productora audiovisual, 2018).

2. Campaña de marketing para un producto innovador. (Redframe - Productora audiovisual, 2019).

Campaña de julio de 2019:



Grafica del cortometraje “Productora Audiovisual en Alicante” (Redframe - Productora audiovisual, 2019)

Una vez sustentando que los ‘Motion Graphics’ funcionan, se pretende emplear esta técnica audiovisual para, inculcar el valor y el respeto hacia la vida que fundamentan a la sociedad y que se ve desdibujado en la actualidad debido a los individualismos y la mal sana idea de competitividad desligada a la empatía.

Referentes artísticos:

El proyecto se realizó tomando como referentes a varios animadores y artistas de contenido audiovisual de varias plataformas del mercado. En primer lugar, tomando como referente al animador “Chacho Motion”, el cual tiene un estilo gráfico bastante particular, su minimalismo contribuye a una explicación sencilla de algo más complejo.

De “Chacho Motion” se tomó como referencia su estilo con relación a las sombras y a la textura, debido a que con herramientas sencillas de After Effects y el Adobe Illustrator, se pueden

conseguir resultados profesionales y prácticos. También, se tuvo en cuenta su estilo de animación y flujo de trabajo: siendo el manejo completo de las formas en adobe Illustrator, para posteriormente animar lo hecho en Illustrator en After Effects. Cabe mencionar que a la hora de procedimientos más técnicos como el “sombreado” y el “rigg” de los personajes y fondos, se utilizaron varias ayudas que este animador suministró en su canal de YouTube.

De Chacho también se tomo en cuenta el efecto de “bordes rotos”, el cual hace que la animación final no tenga formas planas, más bien formas con textura, que mejoran la calidad del producto final.

Contacto de Chacho Motion: Redes sociales:

Facebook (Facebook Inc, 2021)

You Tube (You Tube, 2021)

Instagram (Instagram Inc, 2021)

Vimeo (Vimeo Inc, 2021)



Grafica del video “Cómo poner y animar texturas en After Effects” (Chacho Motion, 2020)

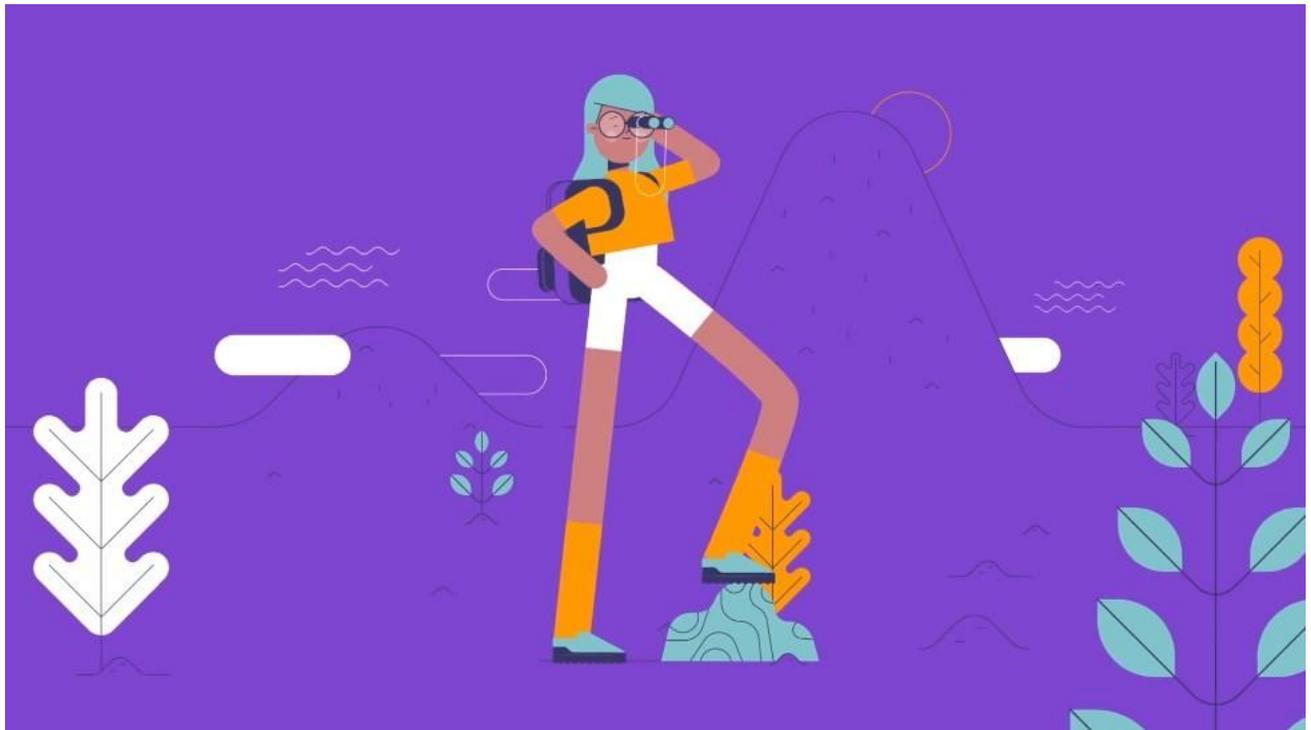
En segundo lugar, de Manuel Neto, Ilustrador y director Creativo de una de las empresas más grande de ‘Motion Graphics’ en Brasil llamada “Casulo”, se tomó como referencia su estilo gráfico basado en formas y su manejo del degradado, con el cual logra que cobren vida sus animaciones, acompañado de su paleta de colores que lo hacen tener un estilo perfecto para el proyecto.

Contacto de Manuel Neto-Casulo: Redes Sociales:

Vimeo (Vimeo, 2021)

Instagram (Instagram Inc, 2021)

Domestika (Domestika, 2021)



Grafica de cortometraje “Unit carreiras III” (Casulo, 2018)

En tercer lugar, Nikolay Ivanov es un claro referente respecto al minimalismo y variado estilo gráfico en sus animaciones, haciendo ilustraciones animadas para publicidad poniendo a prueba la creatividad e innovación. Su minimalismo en ilustraciones y clara animación fluida, es un referente muy profundo para el cortometraje animado. De tal manera que, a partir de estilos

como el minimalista, el manejo de formas y animaciones, a través de programas de diseño y una amplia paleta de color, el presente proyecto cambie la perspectiva de los jóvenes frente a una problemática actual.

Contacto de Nikolay Ivanov: Redes Sociales:

Behance (Behance, 2021)

Facebook (Facebook Inc, 2021)

Vimeo (Vimeo, 2021)

Instagram (Instagram Inc, 2021)



Grafica del cortometraje Hunters or gatherers (Vimeo, 2019)

En último lugar, un referente importante para la realización del cortometraje fue el curso de Domestika “Ilustración vectorial para principiantes” impartido por Aaron Martínez. Del curso se aprendió el uso de Adobe Illustrator de una forma más amplia, y el diseño de personajes y objetos completos a partir de formas vectoriales simples.

Redes Sociales Aarón Martínez:

Domestika (Domestika, 2021)

Instagram (Instagram Inc, 2021)

Facebook (Facebook Inc, 2021)



Grafica de diseño de Aarón Martínez (Aarón Martínez, 2018)

Desarrollo conceptual de la obra

Tipo de estudio

Algo que influyó en la realización del cortometraje, es el tipo de estudio del que se desprende la idea original. El tipo de estudio que se desarrolló es *Obra de Creación*, el cual pretende encontrarse en el nivel estándar que exige un trabajo profesional generando *conocimientos* a través de las artes. (Cuartas, 2009)

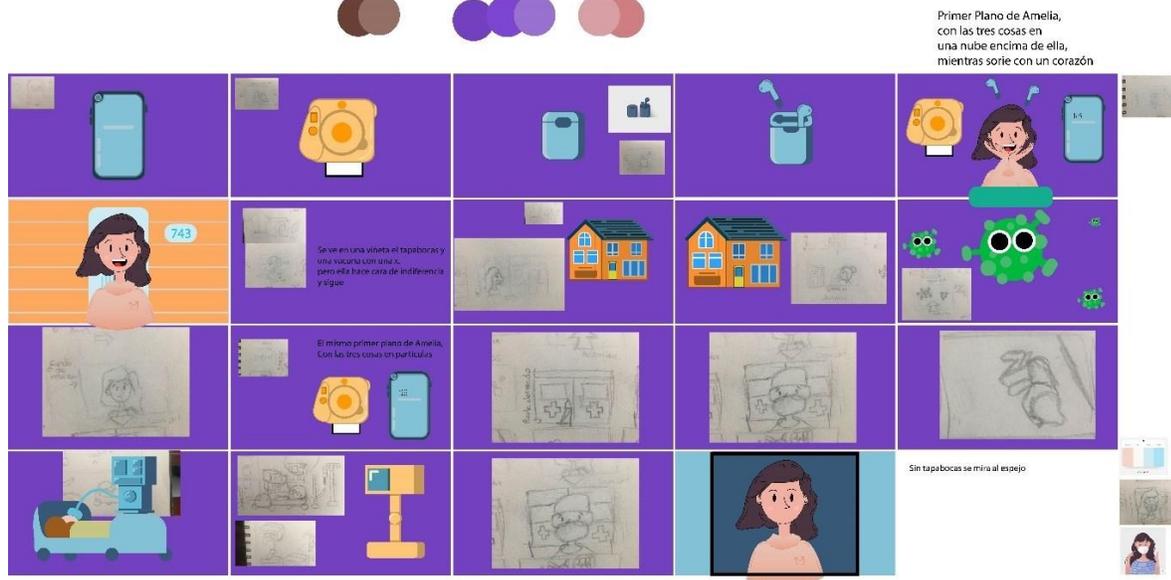
Idea inicial

La idea surgió de la problemática actual del COVID-19. El artista meditó en cómo podría ayudar a las personas por medio de la herramienta de los ‘Motion Graphics’, con el paso del tiempo

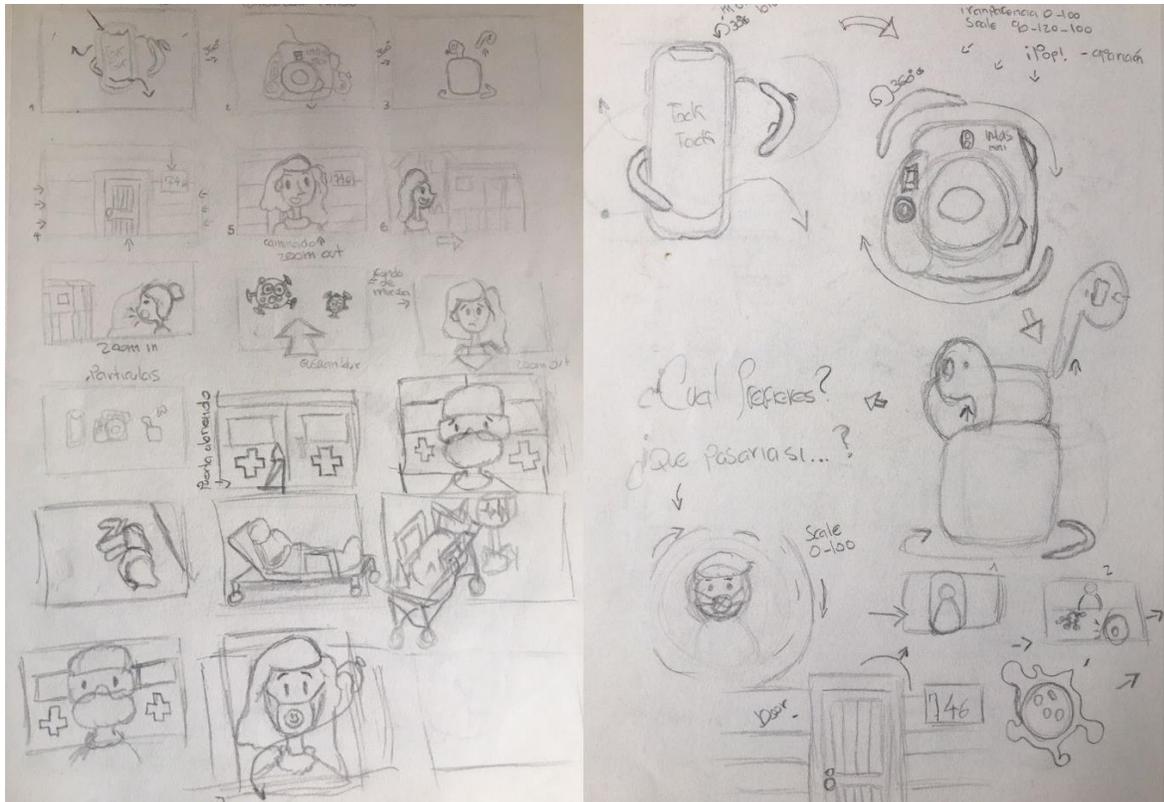
y tras investigar en diversos medios confiables, se percató de la practicidad de la herramienta y su utilidad en el campo del Marketing: la misma es atrayente al público y tiene la particularidad de retener la atención.

La idea inicial era realizar una serie de tres cortometrajes animados, en los cuales se explicará la historia de una chica que aprendía a pensar por sí misma, a no dejarse influir por la desinformación de las redes sociales, a aceptar la nueva realidad, en la que tenía que protegerse por el peligro que puede representar contraer COVID-19 y contagiar a su familia. En esta idea se trabajó hasta el punto de crear un Storyboard en Adobe Illustrator como se representa a continuación.

Paleta de colores



Grafica de Storyboard de idea original en Adobe Illustrator, Idea descartada.



Grafica de bocetos iniciales, idea descartada.

No obstante, una vez aprobado el proyecto, con la ayuda del tutor se tomó la decisión de dejar a un lado este concepto, debido a que tenía bastantes incoherencias y no estaba del todo definido. Se empezó a pensar en una idea más sólida, en la que, en vez de enfocarse en una serie de cortometrajes, todas las ideas se colapsaran en uno solo. Se buscó que se mezclaran los mejores conceptos de la idea inicial y se empezó a trabajar sobre la base de una idea nueva.

Sinopsis

La joven universitaria Amelia se encuentra en un problema, después de casi dos años encerrada en su casa debido a la pandemia del Covid-19 recibe una invitación a una fiesta. Pero esta, no es igual que otras ocasiones, en esta la acepta, y tiene que aprender a vivir con las consecuencias de su decisión.

Procesos creativos

Pre Producción

El equipo específico junto con sus programas para la realización de este cortometraje fue:

Hardware

- Computador Intel Core i5-7400. Con 8,00 GB de RAM, Junto con una tarjeta gráfica GeForce GT 730.
- Tablet Digitalizadora Wacom Intuos.

Software

- Adobe After Effects
- Adobe Photoshop
- Adobe Premier Pro
- Adobe Illustrator
- Adobe Media Encoder
- Microsoft Word.

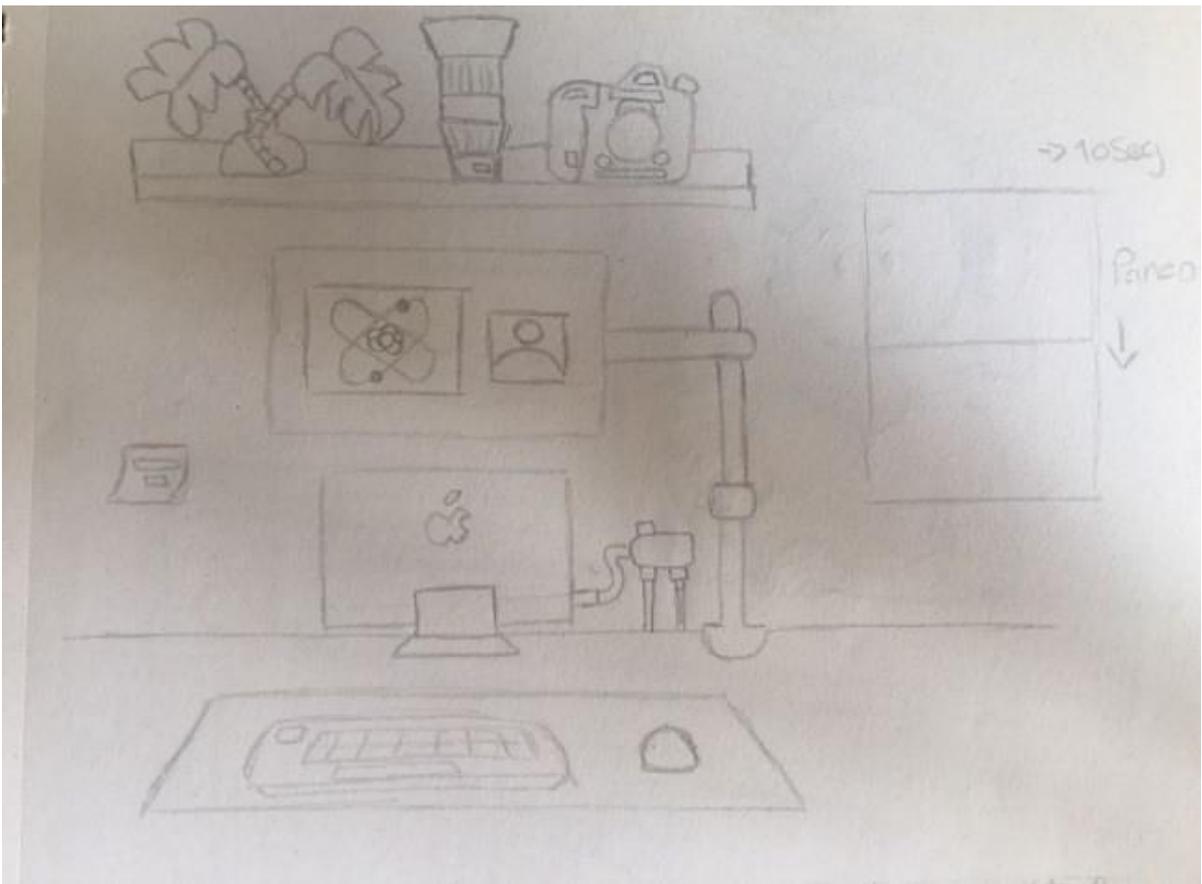
Guion y Storyboard

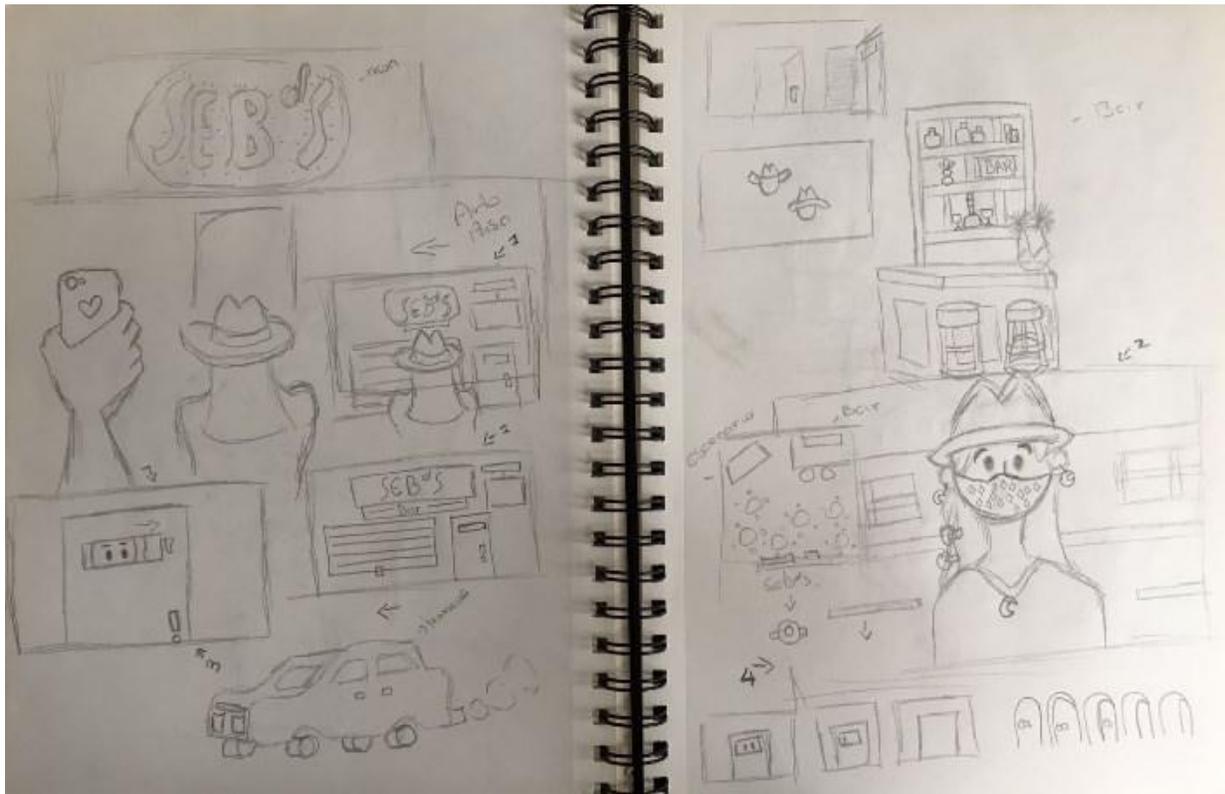
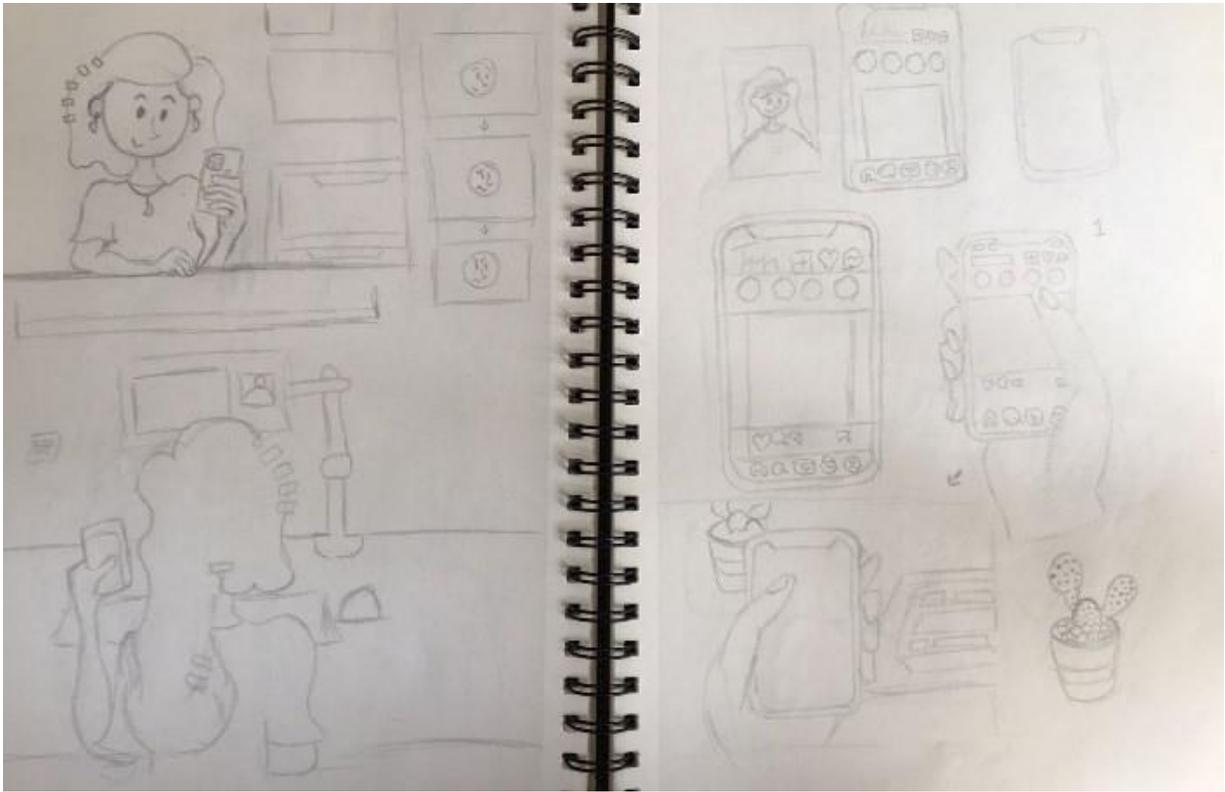
Debido a que los tres guiones que se habían realizado ya no funcionaban, entonces se empezó a trabajar en la idea de uno nuevo que pusiera a prueba todas las técnicas creativas adquiridas en la universidad, sumado a todos los estudios empíricos y cursos realizados en línea. Por tal motivo se inició la redacción del guion junto a la ayuda del tutor, el cual aportó ideas sólidas que fueron construyendo una mejor historia. No obstante, debido a la evolución natural del proyecto, muchas de estas ideas cambiaron en la elaboración del Storyboard. ***Ver Anexo A***

Storyboard y Diseño de Personajes

Para la estética del cortometraje se usó una mezcla entre creatividad y referencias artísticas que proporcionaron una base sólida a la estética y el diseño. Todas estas referencias se juntaron en un ‘moodboard’ en la aplicación Pinterest, en la que se mezclaron los artistas mencionados en “Referentes artísticos”. (Pinterest , 2021) https://co.pinterest.com/crisjarevalo/proyecto-amelia/?invite_code=406d875995b04ccaa3c3e0c863eee08e&sender=683280712123594782

Una vez realizado un guión con una idea clara y concisa, junto a las ideas que podían aportar el moodboard, en un cuaderno de dibujo se empezó a diseñar todo tipo de escenarios, formas, objetos, personajes y ayudas que pudieran dar una idea gráfica inicial. Como ya había transcurrido aproximadamente un mes en los diseños de la anterior idea que finalmente se desechó, entonces se procedió a dibujar de ceros cada uno de los escenarios que quedarían en la obra final, todo desde una libreta de dibujos, que básicamente contiene el cortometraje animado en ideas.

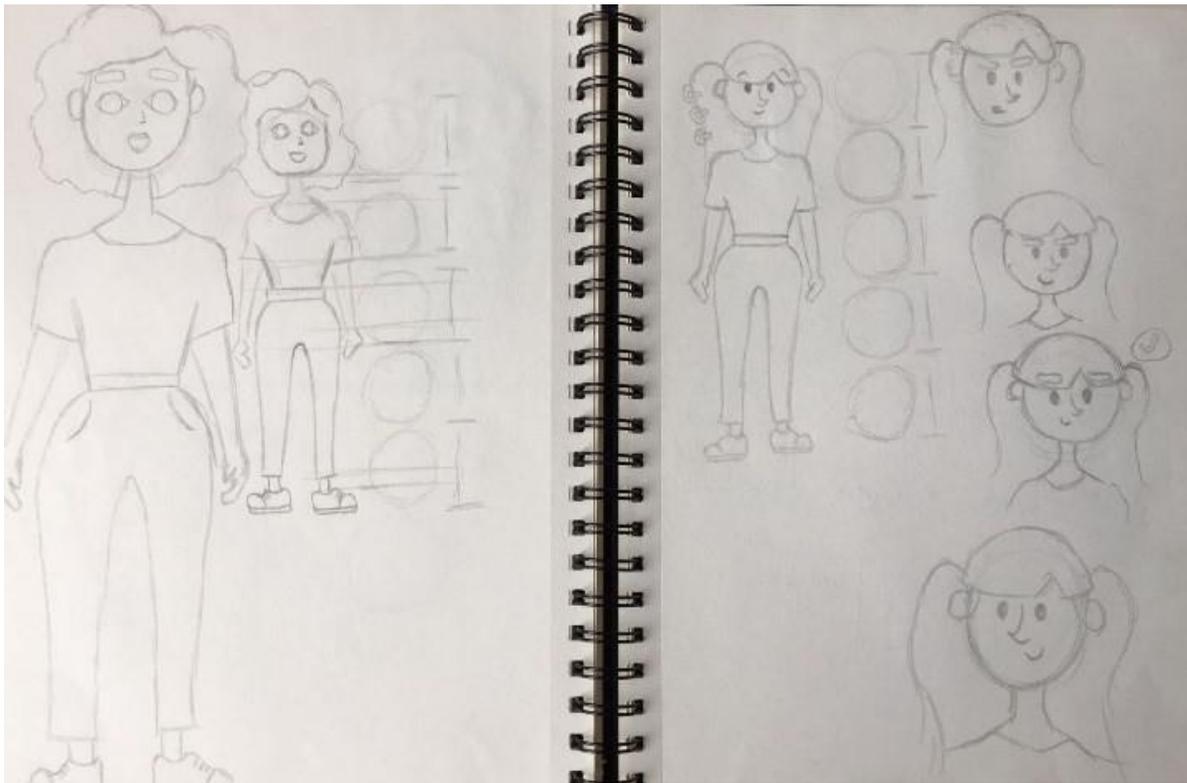




Grafica de conceptos iniciales que se realizaron a lápiz.

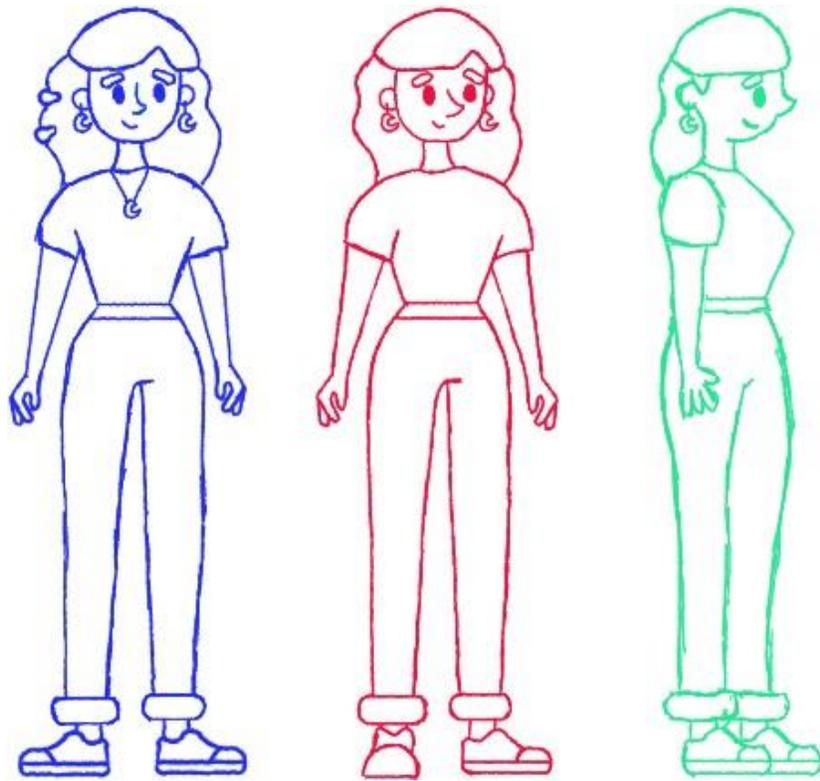
Amelia Bullard

Amelia es una estudiante universitaria de 21 años de la carrera de fotografía que vive en Bogotá, tiene una personalidad extrovertida y sociable. Es hija de inmigrantes franceses que montaron una franquicia de restaurantes en Colombia. Su padre falleció cuando ella era más chica y desde entonces vive con su Madre tratando de sacar adelante sus estudios. Amelia es una chica responsable, ordenada y bastante pudiente. Además, por ser adinerada puede permitirse tener lo último en tecnología, viajar al lugar del mundo donde ella quiera con su madre y no tiene problemas en tener la entrada en los clubes más exclusivos. Es una chica decidida que no se deja intimidar fácilmente, ama a su madre y se esfuerza por apoyarla en todo. No obstante, después de casi dos años de pandemia, pierde los estribos y acepta asistir a una fiesta clandestina. Ella no es una muchacha rebelde, pero el aislamiento hace que tome decisiones de las que después tendrá que pagar consecuencias. Respecto a su físico es una joven simpática, pelirroja con flequillo y le gusta usar siempre el collar de luna, que le regaló su padre. Usa ropa con una tonalidad pastel. No le da miedo expresar lo que siente con una mirada fría, con un gesto de tristeza o con una sonrisa elocuente. Para realizar el diseño de personaje de Amelia, se hicieron varios dibujos con todo tipo de estilos para representar su personalidad. Se dibujó con el cabello encrespado, con pecas, con capul, con un moño en el cabello, con gafas, y se exploraron otras ideas. El diseño final se determinó en el programa Photoshop.





Grafica de ideas iniciales de Amelia en papel y lápiz.



Grafica de diseño final de la protagonista Amelia.

Una vez diseñada la protagonista principal, los personajes secundarios, los objetos y todos los escenarios, entonces se empezó a digitalizar todo con la tableta Wacom Intuos. (Wacom, 2021) Se empezó a diseñar el primer Storyboard digital. Básicamente se tomó esta decisión, porque se tenía experiencia con el flujo de trabajo con la ‘Suite de Adobe’. Una vez diseñados los más de sesenta y ocho planos diferentes en Photoshop, ya se tenía una idea inicial de cómo sería todo el cortometraje animado, por lo que se empezó a exportar todo a Adobe Premier, un programa de edición de video, y se empezó a hacer la primera versión del ‘animatic’. Todo el proceso de digitalización fue en el transcurso del mes de abril y mayo, que incluyó también bastantes correcciones. Hasta este punto todo estaba en blanco y negro.



Grafica de diseño de personaje de la madre.



Grafica de diseño de personajes vectorizados.

Animatic y Sonido

Algo indispensable para la elaboración del animatic fue el aspecto musical. Debido a que el proceso de digitalización de dibujos duró aproximadamente dos meses, se escuchó todo tipo de música y todo tipo de sonidos que pudieran darle una identidad única al cortometraje. Cuando se encontró la obra de Antonio Vivaldi “Las cuatro estaciones (Four Seasons)” se supo de manera inmediata al llegar al primer movimiento del invierno, que esa sería la canción que tendría como base inicial el cortometraje. (Vivaldi, 1723).

Antonio Vivaldi quería transmitir el frío del invierno. Haciendo referencia a un castañeteo de dientes debido al frío, antes de refugiarse en una chimenea, y finalmente la música hace referencia a la llegada de una tormenta.

El movimiento de invierno de las cuatro estaciones, además de transmitir el frío propio de la época, transmite la incomodidad del mismo cuando no se está cubierto y era perfecto para la idea del cortometraje.

Como ya se mencionó, Amelia no es una mala chica, pero las circunstancias la llevan a incumplir las normas de bioseguridad, contraer Covid-19 y contagiárselo a su madre. El cortometraje tiene muchos momentos en los cuales está en el pico máximo de tensión y después disminuye a casi ceros, por lo que las variaciones de la canción de Vivaldi sintonizaban a la perfección con el ‘animatic’. (TED-Ed, 2016)

Cuando se empezó a editar el video, lo que dictaminó los tiempos de la animación y dictó la duración de cada escena animada seguida de su acción fue la pieza de Vivaldi. De otro lado, se cayó en cuenta que había varios planos que sobaban y otros que podían narrarse de una mejor forma, por lo que se procedió a las correcciones pertinentes. Y a inicios de junio, se obtuvo el primer ‘animatic’ final, a blanco y negro que auguraba como sería el resto del filme. Así que, una vez diseñada toda la estética del cortometraje, diseñados los personajes y también teniendo en video como sería el resultado de la historia; se procedió a empezar con la producción. (Cristian Arévalo, 2021) <https://youtu.be/uykKDaGFbmU>

Producción

Se empezó con una exploración a qué tipo de animación sería, si funcionaba más una animación cuadro a cuadro, con marionetas en After Effects u otras opciones. Por lo que se procedió a explorar en animación 2D cuadro a cuadro. No obstante, el resultado carecía de fluidez, de principios animados y de personalidad, por lo que la idea se descartó y se empezó a trabajar en una animación estilo marioneta en ‘After Effects’.

Era importante antes de empezar a diseñar en ‘Adobe Illustrator’ los personajes que saldrían en la animación final definir bien qué tipo de animación sería. Debido a que al hacer el diseño de personaje hay que tener en cuenta cómo se va a mover, y no hacerle los brazos rígidos, o en otro caso los ojos o boca difíciles de animar en el programa, entonces se empezó el proceso de diseño

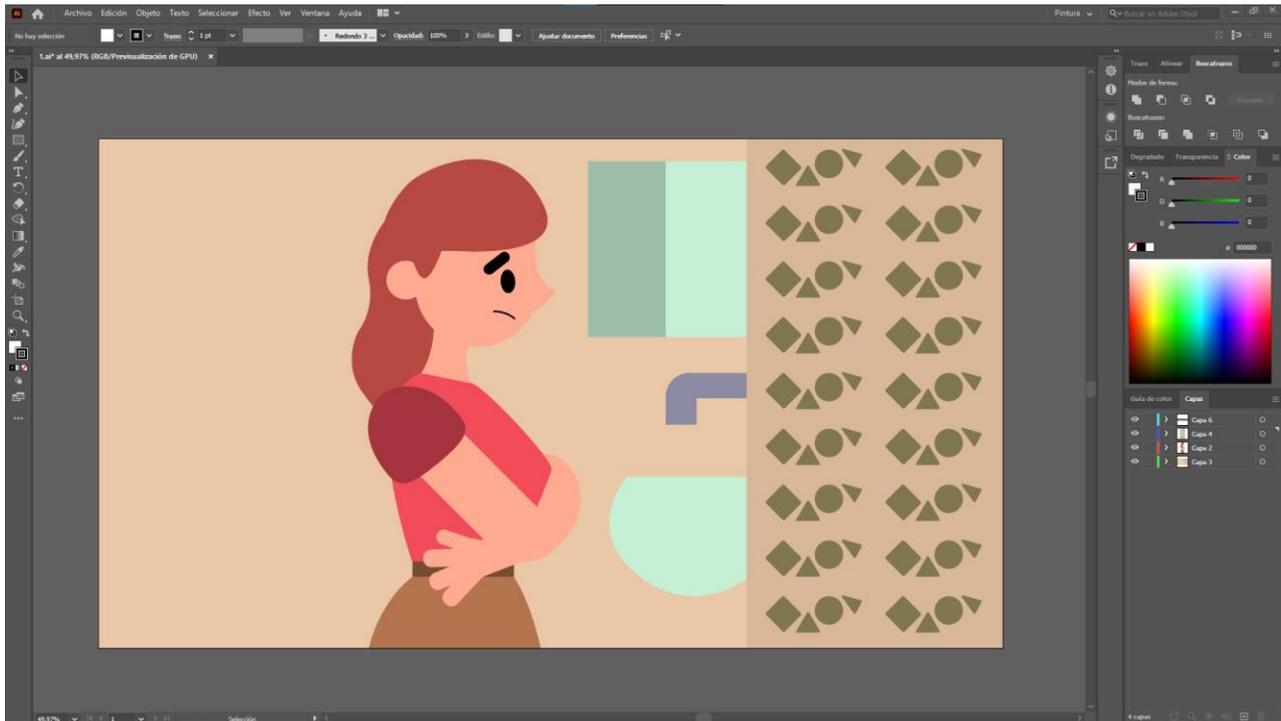
en ‘Adobe Illustrator’ a final del mes de junio. Se inició con los diseños de los personajes finales y posteriormente con el primer escenario. El flujo de trabajo fue por un sistema de notas y metas que se compartirá a continuación.

<p>Escenarios:</p> <p>1 Escena.</p> <p>1 Fondo con Cuadros. 2 Ukelele 3 Computador 4 Plano Medio Amelia 5 Vuelta al Computador 6 Primer plano de Amelia Mirar mal. 7 Celular. 7.1 Instagram 7.2 Album de Fotos. 7.3 Fotos. 7.4 Alerta de Covid y Feed Reloj. 7.5 Invitación Covid. 8 Primer Plano de Amelia. 9 Transición Salida- Reloj, Saco y llaves.</p> <p><u>Lista a mitad de Julio.</u></p> <p>2 Escena.</p> <p>1 Transición de Carro. Entrada de Bar. 2 Plano medio de Amelia con tapabocas. 3 La puerta con un señor abriendo una rejilla. 4 Señor abriendo la puerta. 5 Imagen con cantante, Parlantes de sonido y musica. 6 Personas sentadas hablando. 7 personas de pie hablando. 8 Amelia Sentada con un muchacho. 9 Plano medio del muchacho tociendo. 10 Coronavirus 11 Amelia recibiendo el Covid.</p> <p><u>Se planea tenerla lista para la ultima Semana de Julio.</u></p> <p>3 Escena</p> <p>1 Transición con un Covid. Amelia en cama. 2 Amelia en cama. Madre dandole la medicina. 3 Amelia tociendo. 4 Madre recibiendo el virus. 5 Plano de Madre llamando a urgencias. 6 Amelia cerrando los ojos viendo a su Madre.</p> <p><u>Se planea tenerla lista para la Primera semana de Agosto.</u></p>	<p>4 Escena.</p> <p>1 Monitor de pulso 2 Jarron con flores 3 Primer plano de Amelia en cama. 4 Plano de ventana y maquina de Pulso. 5 Vuelta a Amelia. 6 Persona en cama sin mirar rostro. 7 Primer plano de Madre de Amelia en cama. 8 Primer plano de Amelia. Efectos de Glich.</p> <p><u>Se planea tenerla lista para la segunda Semana de Agosto</u></p> <p>5 Escena</p> <p>1 Amelia de lado viendo un espejo. Agua corriendo. 2 Primer plano de Amelia con medicamentos. Cierra la puerta. 3 Mano con jarra 4 Jarron en fogon. 5 Amelia con medicamentos en Mano. 6 Madre tomando te. Listo. 7 Primer plano de Amelia. Fade out a rostro como imaginación.</p> <p><u>Se planea tenerla listo para la tercera semana de Agosto.</u></p> <p>6 FlashBack</p> <p>1 Cara de amelia 2 Acepta Invitación 3 Amelia en la entrada de la fiesta 4 Chico Tociendo 5 Madre en Cama 6 Amelia viendose al espejo 7 Madre Tociendo en casa 8 Y si - Amelia con cara de intriga. 9 Amelia rechazando la invitación - Sale un aviso de No al lado derecho de la pantalla. 10 Reunión de zoom de Amelia 11 Amelia se abraza con su Madre</p> <p><u>Se planea tenerlo listo para la ultima semana de Agosto. Y se tuvo listo para esa fecha.</u></p>
--	--

Gráfico Flujo de trabajo

Con esto se finalizó la elaboración de cada uno de los escenarios del cortometraje animado. Todos estos se hicieron en ‘Adobe Illustrator’, no obstante, durante el transcurso del proyecto surgieron muchos interrogantes de cómo usar la herramienta. Por lo que se aprovecharon los conocimientos obtenidos y se reforzó bastante con el curso de ‘Domestika’ de Ilustración vectorial para principiantes. De este curso se usaron bastantes funciones especiales. (Domestika, 2020) Explicando un poco el flujo de trabajo en ilustrador, básicamente se colocaba el dibujo que se había

exportado de Photoshop, y se empezaba a construir la escena en distintas capas usando los disímiles tipos de pluma que tiene el programa, las formas, las herramientas de edición de formas y todo lo que se permitiese moldear el dibujo final. después se procedió a poner una paleta de colores acorde a cada uno de los Escenarios.



Grafica de proceso de ilustración vectorial con Adobe Illustrator.

Paleta de Colores

Para abordar los colores en la animación, sería prudente primero hablar de qué transmiten cada tipo de colores, tanto en las emociones de las personas, como en el interior del filme. Lo cierto es que los colores influyen profundamente en cada persona, esto llega a ser a tal punto, que incluso se han impuesto modas por cierta gama cromática. Por ejemplo, los colores vivos, dan un toque de alegría y de emoción. (GCFA Aprende Libre, 2019)

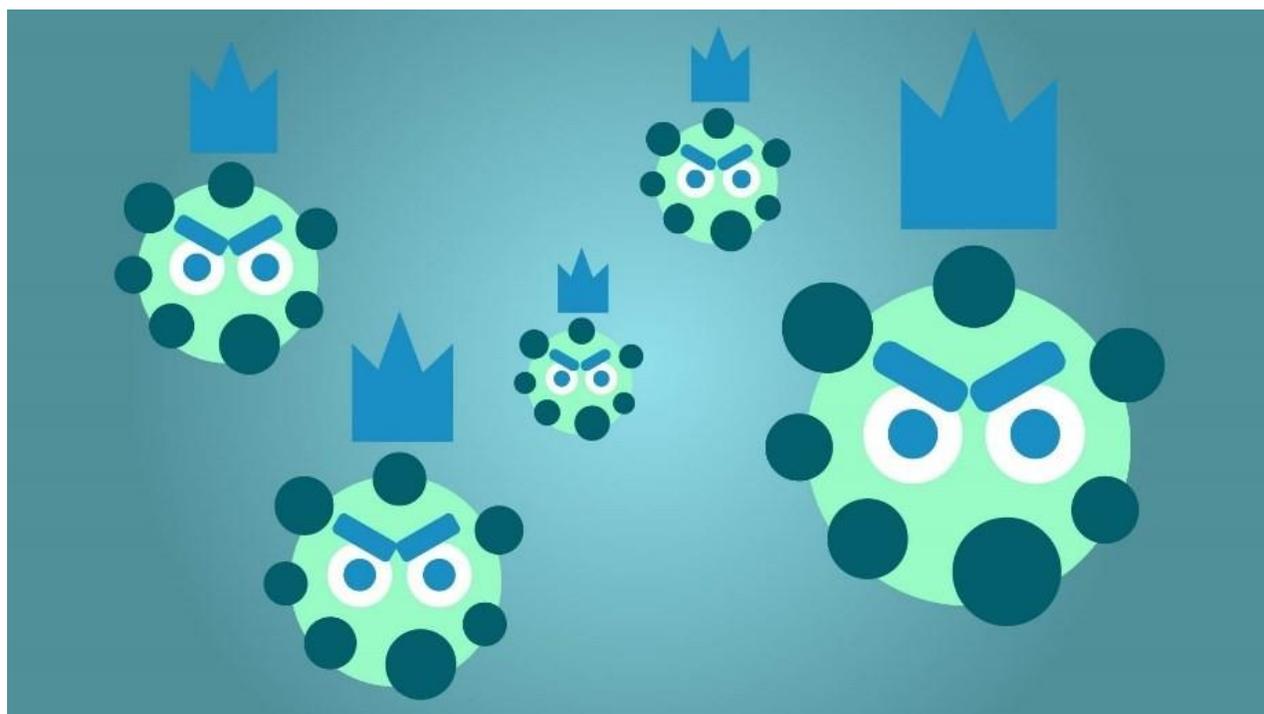
Para la paleta de colores se tenía claro algo. Y es que lo que más podía funcionar era una paleta de colores pastel, puesto que esta empatizaba bastante con la protagonista, esta decisión se tomó porque los colores pasteles transmiten una sensación de calma y tranquilidad, con lo que se juega mucho en diversas partes del corto. Por ejemplo, cuando Amelia se encuentra en su casa, la paleta denota que está tranquila y en un ambiente donde se siente segura. Al entrar en el bar la paleta un poco saturada hace ver que está en un lugar diferente, y el rojo chillón que tiene cada tapabocas transmite al espectador que algo anda mal.



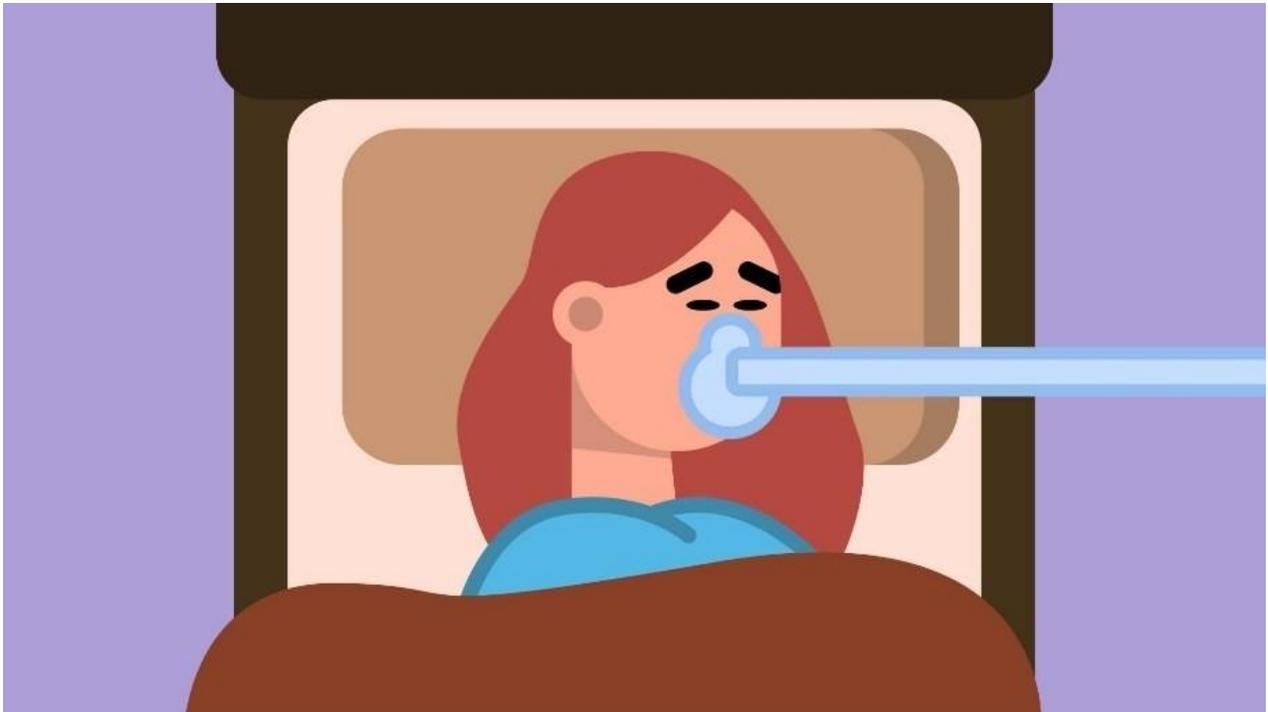
Grafica de Amelia en su hogar. Tonos pasteles claros.



Grafica de Amelia en el bar. Colores oscuros.



Grafica de Coronavirus. Tonos fríos y saturados.

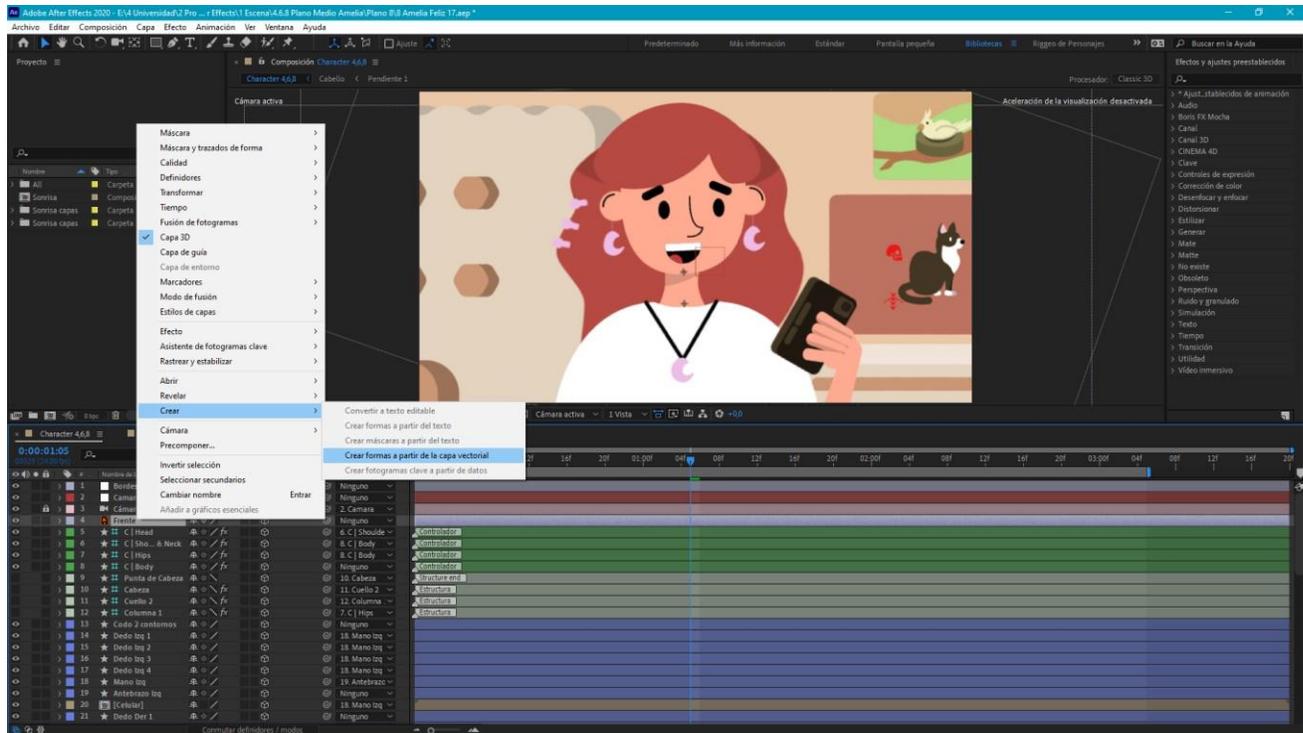


Grafica de colores en la escena del hospital. Colores fríos tirando a pastel.

Animación

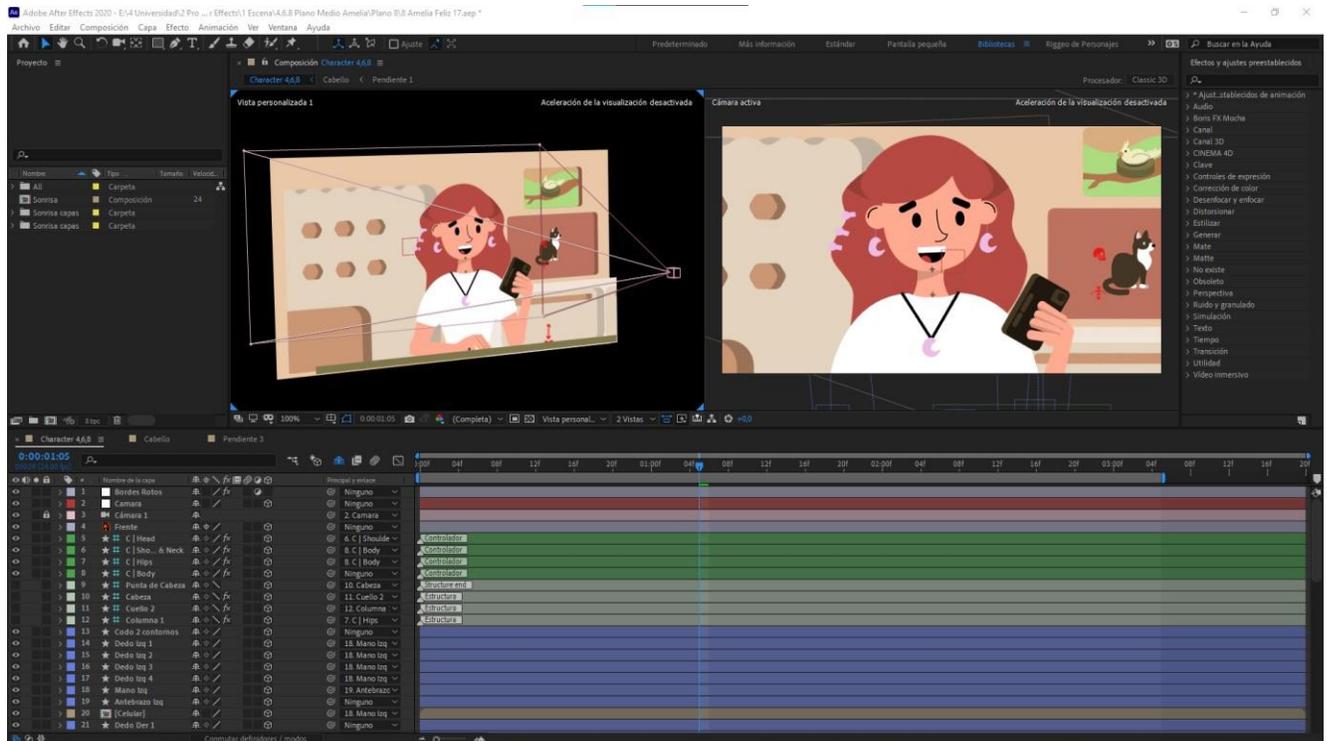
El programa que se usó para animar fue ‘Adobe After Effects’, hasta este punto, ya se había investigado mucho repasando los ejercicios de animación de la universidad, complementándolo con bastantes tutoriales de You Tube y todas las referencias de Vimeo y Pinterest.

Para iniciar con el proceso de animación, en primer lugar, se empezó importando todos los archivos de los diseños de ‘Adobe Illustrator’. Posteriormente, con la opción “Crear formas a partir de la capa vectorial” se logró que los diseños se pudieran controlar de una mejor manera dentro del programa.



Grafica de Función contorneo trasado.

También se utilizó la herramienta de “Cámaras” que tiene integrada el programa que permite separar las capas para hacer un efecto de parallax, es decir, un efecto que diferencia los objetos que están al frente de los que están del fondo cuando se mueve la cámara.



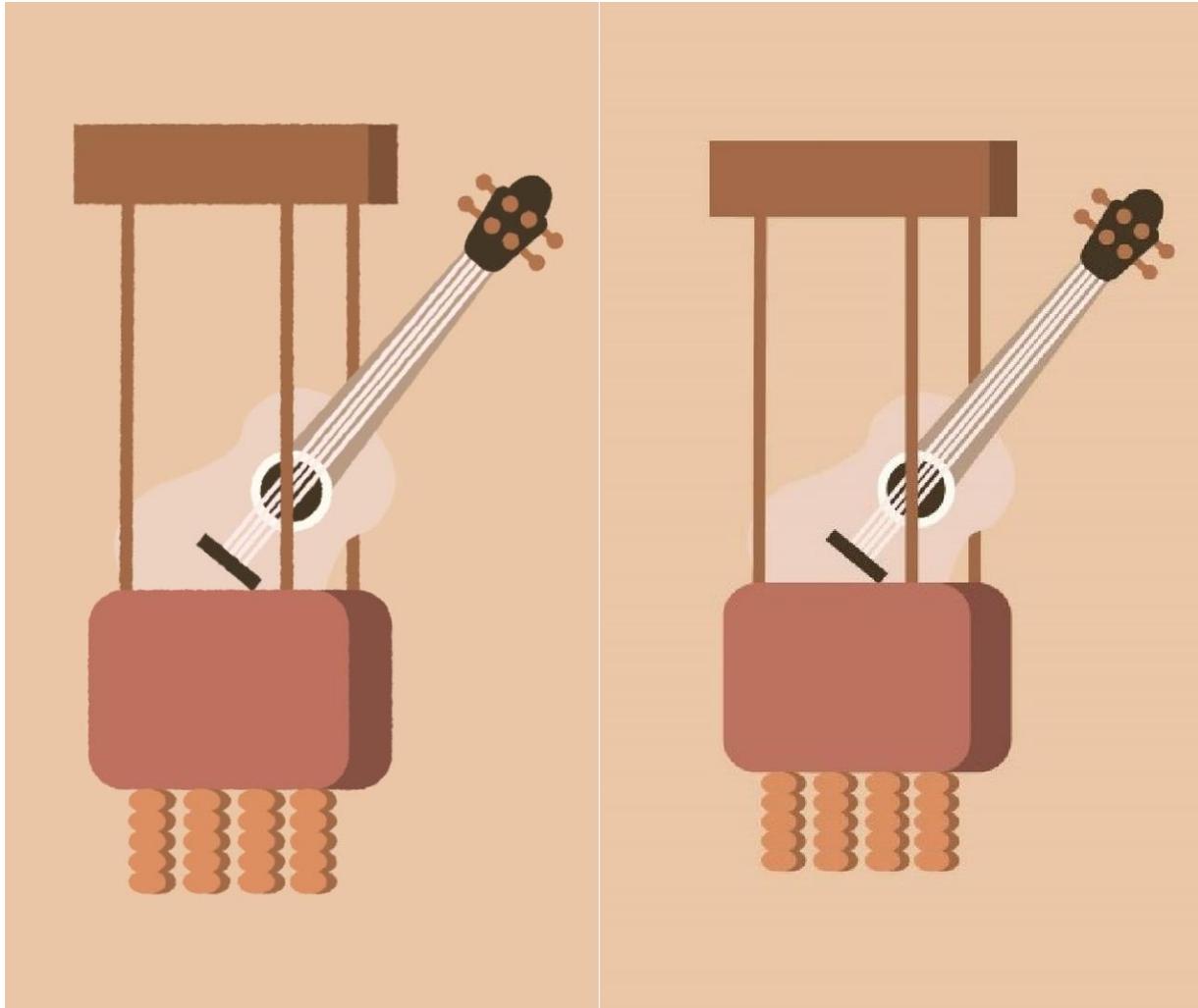
Grafica de función de cámaras.

Para el proceso de animación se intentaron varias opciones, como usar el ‘Plugg In Duik’, el cual me permite hacerle un esqueleto a los personajes animados para que su animación sea más fácil. No obstante, debido a que la computadora con la que se realizó el cortometraje no soportaba mucho tener tantas capas en el ‘After Effects’ y el manejo de la herramienta, se optó por buscar otra opción, por lo que se modificaron los puntos de anclaje de cada una de las formas y se animó manualmente cada uno de los movimientos de los personajes. En esta animación se usaron todos los recursos que se enseñaron en la Universidad, desde el uso de curvas, hasta el renderizado final. Después de un proceso muy largo en el que hubo un esfuerzo por aplicar los diez principios de la animación, se finalizó. El proceso se extendió entre septiembre y octubre.

Post Producción

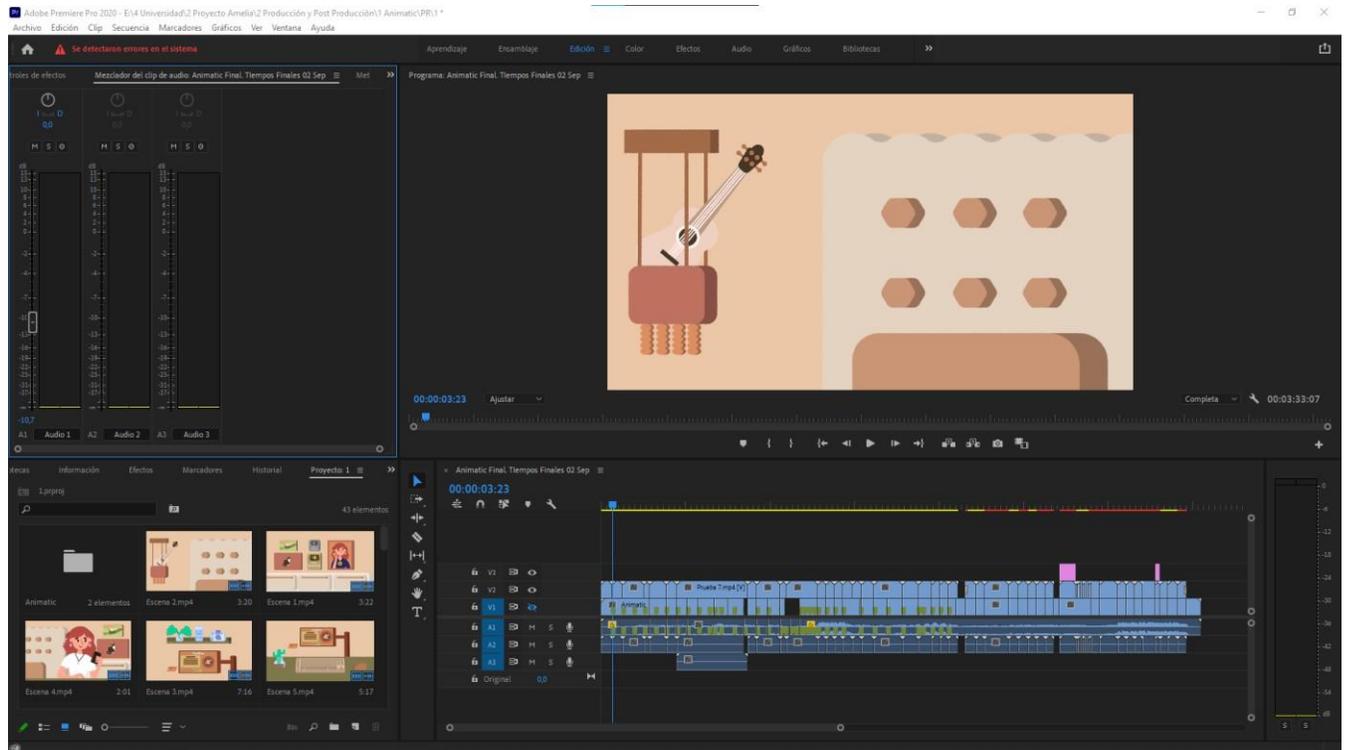
Para finalizar la animación, era necesario que tuviera una estética especial, que la diferenciase de cualquier otro proyecto animado y que permitiera que los colores no fueran tan planos. Entonces, se usó el efecto “Desplazamiento turbulento” que permitía tener una sensación de bordes rotos, y

hacía que pareciese un dibujo hecho con pinceles especiales; además de animar texto, logotipos finales y pulir la estética final del cortometraje con efectos de color.



Grafica de imagen con y sin bordes rotos.

Finalmente, el proceso de renderizado fue con 'Adobe Media Encoder', y una vez teniendo todas las secuencias renderizadas, se procedió a importarlas al programa 'Adobe Premier Pro', que es un editor de video. En este se editó todo el cortometraje, y se hizo el proceso de los tiempos para que quedaran completamente acorde con la música que se colocó. Posteriormente se animó el texto final con 'After Effects' y luego de unos retoques la animación quedó lista para subir a redes sociales y para enviar a los festivales de animación en los cuales calificara.



Grafica de proceso de edición en Adobe Premier Pro.

Descripción de la obra

El cortometraje comienza en la habitación de Amelia, donde se observa su entorno y que esta en clases virtuales, de repente le llega una notificación al celular la cual la invita a ir a una fiesta clandestina. En dicha fiesta por no seguir la medida de bioseguridad de usar tapabocas en un sitio cerrado, contrae Covid-19, el cual posteriormente transmite a su madre y terminan en el hospital. Seis meses más tarde Amelia reflexiona en las decisiones que ha tomado, pues ahora tiene que cuidar a su madre que ha quedado enferma de los pulmones. Finalmente se observa un mensaje de reflexión al autocuidado y acatar las medidas de bioseguridad. Para observar el cortometraje animado se puede consultar el siguiente link.

<https://www.youtube.com/watch?v=RCoOhN4aTLU&t=3s>

Conclusiones

Esta investigación y desarrollo de cortometraje nos da varias conclusiones.

Los ‘Motion Graphics’ funcionan como herramienta de impacto social. Y también pueden ser un medio poderoso por el que se cultive el valor de la vida a las personas. No simplemente para hacer publicidad, o para hacer entretenimiento convencional, sino más bien, para desarrollar un sentido de lo correcto con base en las pruebas.

Se aprendió a gestionar un proyecto de manera personal, desde no tener absolutamente nada, una idea difusa, hasta pensar en los aspectos finales. También fue un proceso muy importante para crecer a nivel profesional, debido que, a pesar de tener bastantes trabajos grupales y personales en la Universidad, ninguno había tenido la magnitud y calidad que realmente se podría aportar. En este proyecto también se sumaron todos los conocimientos obtenidos en la Universidad, desde cómo gestionar una idea inicial, hasta los métodos de exportación y renderizado.

El motivo principal por el que se realizó el trabajo sin la ayuda de ningún compañero, fue porque se quería demostrar que podía realmente gestionar un proyecto animado, además del desarrollo profesional y salir de la Universidad con un trabajo que contribuya al portafolio de animación que podría abrir puertas en distintos estudios de animación. Finalmente se aprendió que un proyecto ambicioso no toma unos cuantos días, si no que puede durar meses y años. Hay que realizar bastantes dibujos, conceptos, ilustraciones, pruebas de animación, pruebas de edición de video y todo tipo de aspecto creativo para obtener un cortometraje de calidad.

Listado de Referencias

- Aarón Martínez. (27 de Junio de 2018). *Instagram*. Obtenido de <https://www.instagram.com/p/BkhcLsCH2K6/>
- Behance. (2021). *Behance*. Obtenido de Nikolay Ivanov: <https://www.behance.net/nikolaymotion>
- Cabrera, D. (30 de Julio de 2021). *RCN Radio*. Obtenido de Habrá un cuarto pico de pandemia en Colombia si no se controlan relajamientos de medidas.: <https://www.rcnradio.com/colombia/habra-un-cuarto-pico-de-pandemia-en-colombia-si-no-se-controlan-relajamientos-de-medidas>
- Casulo. (2018). *Vimeo*. Obtenido de Unit Carreiras III: <https://vimeo.com/casulocc>
- Centros para el control y la prevención de enfermedades. (14 de Julio de 2021). *Centros para el control y la prevención de enfermedades*. Obtenido de Cómo se propaga el COVID-19: <https://espanol.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/prevent-getting-sick/how-covid-spreads.html>

- Chacho Motion. (7 de Marzo de 2020). *You Tube*. Obtenido de Cómo PONER y ANIMAR TEXTURAS en AFTER EFFECTS | Ruido, Efecto Grano, Overlays...:
<https://www.youtube.com/watch?v=ydup-V44Xfc>
- Colegio Tajamar. (24 de Enero de 2014). *You Tube*. Obtenido de ¿Puede España ser campeona en educación?: <https://www.youtube.com/watch?v=ZMNx2GdVdO4>
- Colegio Tajamar. (24 de Enero de 2014). *You Tube*. Obtenido de ¿Puede España ser campeona en educación?: <https://www.youtube.com/watch?v=ZMNx2GdVdO4>
- Cristian Arévalo. (9 de Noviembre de 2021). *You Tube*. Obtenido de Aminatic inicial del cortometraje Amelia.: <https://youtu.be/uykKDaGFbmU>
- Cuartas, S. L. (Septiembre de 2009). *Iberoamericana Institución Universitaria*. Obtenido de Investigación - Creación Un Acercamiento A La Investigación En Las Artes.:
<https://horizontespedagogicos.ibero.edu.co/article/view/339/303>
- Domestika. (09 de Diciembre de 2020). *Domestika*. Obtenido de Ilustración vectorial para principiantes: <https://www.domestika.org/es/courses/312-ilustracion-vectorial-para-principiantes>
- Domestika. (2021). *Domestika*. Obtenido de Manuel Neto @Manuelneto_co:
https://www.domestika.org/es/manuelneto_co
- Domestika. (2021). *Domestika*. Obtenido de Aarón Martínez @aaronmartinez:
<https://www.domestika.org/es/aaronmartinez>
- El Tiempo. (19 de Abril de 2021). *El Tiempo*. Obtenido de ¿Y la cuarentena?: Desmantelan dos fiestas clandestinas en Bogotá: <https://www.eltiempo.com/bogota/fiestas-clandestinas-en-bogota-este-fin-de-semana-durante-la-cuarentena-581915>
- Fundación Para la Gestión de Riesgo. (Abril de 2020). *Fundación para la gestión de riesgo*. Obtenido de ¿Por qué siguen saliendo a la calle? Cuarentena Covid 19:
<https://www.gestiondelriesgo.org/por-que-siguen-saliendo-a-la-calle-cuarentena-covid-19/>
- GCFA Aprende Libre. (23 de Abril de 2019). *Goodwill Community Foundation*. Obtenido de Cómo combinar colores (qué hacer y qué no con el color) | Conceptos básicos de diseño gráfico: <https://www.youtube.com/watch?v=gS0EljqGxU0>
- Instagram Inc. (2021). *Instagram*. Obtenido de Casulocc: <https://www.instagram.com/casulocc/>
- Instagram Inc. (2021). *Instagram*. Obtenido de nikolaymotion:
<https://www.instagram.com/nikolaymotion/>
- Instagram Inc. (2021). *Instagram*. Obtenido de Aarón Martínez:
<https://www.instagram.com/aaronmartnz/?hl=es-la>
- Instagram Inc. (2021). *Instagram Inc*. Obtenido de chachomotion:
<https://www.instagram.com/chachomotion/?hl=es>
- Jóvenes y Desarrollo. (7 de Enero de 2014). *You Tube*. Obtenido de Yo ya soy amigo de Jóvenes y Desarrollo, y ¿Tú?: <https://www.youtube.com/watch?v=hhUwlYyj1D0>
- Jóvenes y Desarrollo. (7 de Enero de 2014). *You Tube*. Obtenido de YO YA SOY AMIGO DE JÓVENES Y DESARROLLO, ¿Y TÚ?:
<https://www.youtube.com/watch?v=hhUwlYyj1D0>
- Jovenes y desarrollo ong Salesiana . (2014). *Jovenes y desarrollo ong Salesiana* . Obtenido de <https://jovenesydesarrollo.org/>
- Mayo Clinic. (21 de Octubre de 2021). *Mayo Clinic* . Obtenido de COVID-19 (Coronavirus): Efectos a largo plazo: <https://www.mayoclinic.org/es-es/diseases-conditions/coronavirus/in-depth/coronavirus-long-term-effects/art-20490351>

- Miler, C. (2020). *Child Mind Institute*. Obtenido de Coronavirus, confinamiento y adolescentes: <https://childmind.org/es/articulo/coronavirus-confinamiento-y-adolescentes/>
- Naciones Unidas. (9 de Julio de 2020). *Naciones Unidas*. Obtenido de ¿Cómo se transmite el COVID-19?: <https://news.un.org/es/story/2020/07/1477231>
- Naciones Unidas. (30 de Julio de 2020). *Naciones Unidas*. Obtenido de Los efectos a largo plazo del COVID-19 aún se desconocen, pero pueden ser peligrosos: <https://news.un.org/es/story/2020/07/1478162>
- Naciones Unidas. (7 de Octubre de 2020). *Naciones Unidas Noticias ONU Mirada Global Historias Humanas*. Obtenido de El COVID-19 infecta cada vez más a los niños y jóvenes de América Latina: <https://news.un.org/es/story/2020/10/1482002>
- Naciones Unidas. (12 de Abril de 2021). *Naciones Unidas*. Obtenido de El COVID-19 no es una gripe y puede matar hasta jóvenes sanos, recuerda la OMS mientras aumentan los casos mundiales: <https://news.un.org/es/story/2021/04/1490722>
- Organización Mundial de la Salud. (1 de Diciembre de 2020). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de Consejos para la población sobre el nuevo coronavirus (2019-CoV): Cuando y Cómo usar mascarilla: <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/when-and-how-to-use-masks>
- Perdomo, S. (12 de Febrero de 2019). *Deusto Formación*. Obtenido de Beneficios de hacer vídeos con motion graphics: <https://www.deustoformacion.com/blog/disenio-produccion-audiovisual/beneficios-hacer-videos-con-motion-graphics>
- Pinterest . (2021). *Pinterest* . Obtenido de Proyecto Amelia: https://co.pinterest.com/crisjarevalo/proyecto-amelia/?invite_code=406d875995b04ccea3c3e0c863eee08e&sender=683280712123594782
- Red Frame. (4 de Enero de 2021). *Red Frame*. Obtenido de Motion Graphics: Qué es, cómo hacerlos y ejemplos: <https://productoravideomarketing.es/motion-graphics>
- Redframe - Productora audiovisual. (6 de Junio de 2018). *You Tube*. Obtenido de Video Marketing ejemplos con animación #REDFRAME: <https://www.youtube.com/watch?v=H5apialGCKs>
- Redframe - Productora audiovisual. (15 de Julio de 2019). *You Tube*. Obtenido de Productora Audiovisual en Alicante #REDFRAME: <https://www.youtube.com/watch?v=JTs4O4VIH8Y>
- Rodriguez, E., & Megias Quirós, I. (07 de Julio de 2014). <https://dialnet.unirioja.es>. Obtenido de Jóvenes y medios de comunicación: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=699931>
- Rozo, M. X. (26 de Junio de 2020). *Pontificia Universidad Javeriana Colombia*. Obtenido de ¿Por qué los colombianos incumplen las normas en la cuarentena?: <https://www.javeriana.edu.co/pesquisa/por-que-los-colombianos-incumplen-las-normas-en-la-cuarentena/>
- Sanabria, C. (1 de Marzo de 2021). *Bogota.gov.co*. Obtenido de Continúan operativos para el control de fiestas clandestinas en Bogotá: <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/localidades/chapinero/fiestas-clandestinas-bogota>
- Semana. (14 de Julio de 2020). *Semana*. Obtenido de "Rumba covid" sin protocolos, en el peor pico de la pandemia.: <https://www.semana.com/nacion/articulo/rumba-covid-sin-protocolos-en-el-peor-pico-de-la-pandemia/202113/>
- Tajamar. (2014). *Tajamar*. Obtenido de <https://www.tajamar.es/que-es-tajamar/>

- TED-Ed. (24 de Octubre de 2016). *You Tube*. Obtenido de Why should you listen to Vivaldi's "Four Seasons"? - Betsy Schwarm: <https://www.youtube.com/watch?v=Xcpc8VDsv3c>
- Unicef. (24 de Septiembre de 2021). *Unicef*. Obtenido de Todo lo que debes saber sobre la variante delta: <https://www.unicef.org/es/coronavirus/todo-lo-que-debes-saber-sobre-la-variante-delta>
- Unicef. (24 de Septiembre de 2021). *Unicef*. Obtenido de Todo lo que debes saber sobre la variante delta: <https://www.unicef.org/es/coronavirus/todo-lo-que-debes-saber-sobre-la-variante-delta>
- Wacom. (2021). *Wacom Intuos*. Obtenido de <https://www.wacom.com/es-co/products/pen-tablets/wacom-intuos>
- Watch Tower Bible And Tract Society Of Pennsylvania. (Diciembre de 2020). *Jw.org*. Obtenido de Cuando un virus ataca, aprende a defenderte: <https://www.jw.org/es/ense%C3%B1anzas-b%C3%ADblicas/felicidad-paz-interior/ataques-virus-pizarra-animada/>
- Watch Tower Bible And Tract Society Of Pennsylvania. (2016). *Watch Tower Bible And Tract Society Of Pennsylvania*. Obtenido de “¡Qué original!”: <https://www.jw.org/es/biblioteca/revistas/despertad-2016-numero5-octubre/videos-jw-org-ayuda-jovenes/>
- Watch Tower Bible And Tract Society Of Pennsylvania. (2021). *Watch Tower Bible And Tract Society Of Pennsylvania*. Obtenido de La Pizarra Animada: <https://www.jw.org/es/ense%C3%B1anzas-b%C3%ADblicas/j%C3%B3venes/la-pizarra-animada/>
- Word Health Organization . (2 de Febrero de 2021). *Word Health Organization* . Obtenido de Cuándo ponerse mascarilla en interiores: <https://www.youtube.com/watch?v=4UkxqzH9kjY>
- World Health Organization . (2 de Febrero de 2021). *World Health Organization* . Obtenido de Utilice sistemáticamente gel hidroalcohólico junto con la mascarilla: <https://www.youtube.com/watch?v=Zv4PX4pewRY>
- World Health Organization . (2 de Febrero de 2021). *World Health Organization* . Obtenido de Colocación correcta de la mascarilla: <https://www.youtube.com/watch?v=iLYXdTE8v-I>
- You Tube. (2021). *You Tube*. Obtenido de Chacho Motion: <https://www.youtube.com/c/CHACHOMOTION>

ANEXO A: Cortometraje Amelia – Escrito por: Cristian Arévalo

1. SEC INT DIA HABITACIÓN DE AMELIA

Se escucha el primer movimiento de invierno de la obra de Vivaldi “las cuatro estaciones” mientras se observan unas fotografías en una pared en forma de cascada.

Después una hamaca con un ukelele en su interior.

En un escritorio hay una cámara profesional y con un paneo observamos una computadora con una clase de Zoom, en la que un profesor está hablando.

Amelia aparece en escena sentada en la silla de su escritorio, atrás vemos en la cama y la cascada de fotografías.

Amelia usa su celular, posteriormente escucha un ruido en el computador, pero hace un gesto de desprecio.

En un plano detalle se observa el celular de Amelia, pasándose de la app de grabar videos a un álbum de fotos llamada “viajes” en la que se observan diversos lugares turísticos, al instante sale una notificación en la parte superior que dice “Últimas noticias: Alerta por Coronavirus”

De inmediato en un plano detalle vemos los ojos de Amelia en la que hace un gesto de desprecio y apaga el celular.

En un plano detalle vemos el celular de Amelia al cual llega una notificación que dice “Únete a nuestro concierto privado” y vemos a un famoso con una guitarra, con dos opciones, un sí y un no.

En un primer plano se observa a Amelia, de inmediato aparece un reloj apuntando a las ocho, un saco y unas llaves entrando en una puerta. A lo que con una transición se observa un carro pasando.

2. SEC EXT NOCHE CONCIERTO EN UNA CASA PRIVADA

Amelia toca en la puerta de un bar cerrado, a lo que le abre un hombre joven sin tapabocas. Posteriormente se observa una cantante, un parlante y una mesa de Dj.

Se observa a una pareja tomando café mientras hablan, sin tapabocas puesto, una pareja de pie hablando sin tapabocas puesto y finalmente Amelia hablando con un joven.

Posteriormente se observa en un Zoom In viendo un COVID-19 que vas directo a Amelia.

3. SEC INT DIA HABITACIÓN DE AMELIA

Se observa un primer plano de Amelia enferma en cama, posteriormente en un plano general

vemos a su madre dándole la medicina en la habitación.

Amelia empieza a estornudar con violencia, en zoom in vemos como los virus empiezan a pegársele a la madre.

Vemos un plano detalle del celular de la madre llamando al 123.

Desde la perspectiva de Amelia, se empieza a desmayar, vemos como los parpados se le cierran poco a poco y la imagen va a negro.

4. SEC INT DIA SALA DE EMERGENCIAS DE HOSPITAL

Se observa un monitor de pulso y un florero, posteriormente Amelia despierta, observa atentamente el lugar donde está a su alrededor y encuentra una ventana donde ve un pájaro, después voltea su mirada a la camilla de al lado y ve a una mujer entubada, observando con atención se percata que es su madre.

5. SEC INT DIA BAÑO DE AMELIA

Amelia está de pie en su habitación observando fijamente un espejo.

Vemos un primer plano de ella en el que los bordes está el espejo, ella se mira fijamente sin apenas moverse por unos segundos, mientras vienen a ella flashbacks, en los que se ve aceptando la invitación, asistiendo a la fiesta, contagiándose de COVID-19, Y transmitiendo el virus a su madre. Después cierra la puerta del espejo.

6. SEC INT DIA COCINA DE AMELIA

Se observa una olla llenándose de agua, cocinándose y Amelia mira fijamente a la cámara expresando un rostro abatido y cansado, a lo que baja la mirada y entrega un medicamento a su madre.

La madre de Amelia le sonrío, pero inmediatamente empieza a toser mientras aleja el

medicamento de su rostro.

Se ve un primer plano de Amelia reflexivo, en el que empieza a imaginar que hubiera pasado de no haber ido. Piensa que hubiera dicho no, hubiera hecho la integración por videollamada y finalmente observamos abrazando a su madre.

Se muestra en pantalla un aviso diciendo “El COVID no jugara contigo, no juegues con él”

“Mantén la distancia en sitios cerrados y usa tapabocas” y finaliza citando “El prudente ve el peligro y se esconde, Proverbios 22:3”

Carta de Cesión de Derechos.

Por intermedio del presente documento en mi calidad de autor o titular de los derechos de propiedad intelectual de la obra que adjunto, titulada “Amelia”, autorizo a la Corporación universitaria Unitec para que utilice en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución (alquiler, préstamo público e importación) que me corresponden como creador o titular de la obra objeto del presente documento.

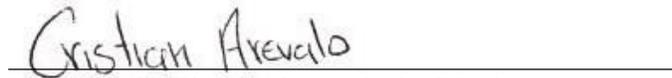
La presente autorización se da sin restricción de tiempo, ni territorio y de manera gratuita. Entiendo que puedo solicitar a la Corporación universitaria Unitec retirar mi obra en cualquier momento tanto de los repositorios como del catálogo si así lo decido.

La presente autorización se otorga de manera no exclusiva, y la misma no implica transferencia de mis derechos patrimoniales en favor de la Corporación universitaria Unitec, por lo que podré utilizar y explotar la obra de la manera que mejor considere. La presente autorización no implica la cesión de los derechos morales y la Corporación universitaria Unitec los reconocerá y velará por el respeto a los mismos.

La presente autorización se hace extensiva no sólo a las facultades y derechos de uso sobre la obra en formato o soporte material, sino también para formato electrónico, y en general para cualquier formato conocido o por conocer. Manifiesto que la obra objeto de la presente autorización es original y la realicé sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es de mi exclusiva autoría o tengo la titularidad sobre la misma. En caso de presentarse cualquier reclamación o por acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión asumiré toda la responsabilidad, y saldré en defensa de los derechos aquí autorizados para todos los efectos la Corporación universitaria Unitec actúa como un tercero de buena fe. La sesión otorgada se ajusta a lo que establece la ley 23 de 1982.

Para constancia de lo expresado anteriormente firmo, como aparece a continuación.

Firma:



Nombre: Cristian Javier Arévalo Sánchez.

CC. 1001167343