



**FACULTAD DE DISEÑO
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**

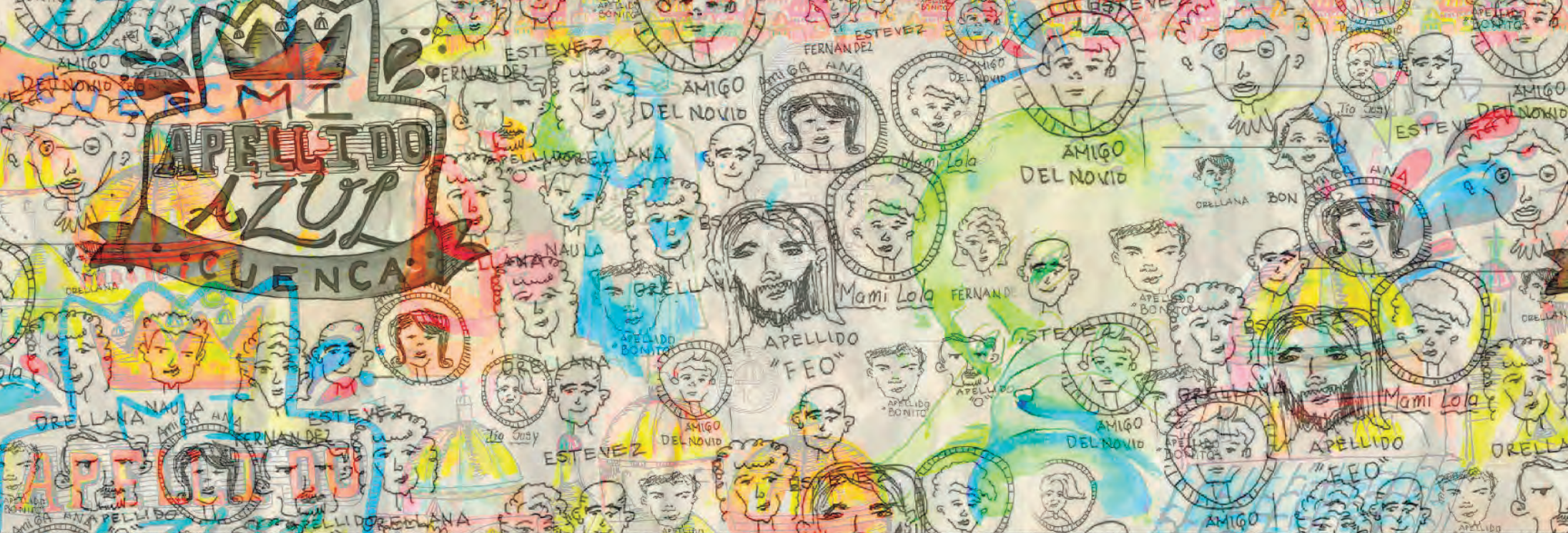
**TRABAJO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE DISEÑADOR GRÁFICO**

**Diseño Gráfico de un video animado sobre prejuicios
cuencanos**

AUTOR: ERIKA BERMEO GONZÁLEZ

TUTOR: JULIA CATALINA SERRANO CORDERO

**CUENCA-ECUADOR
2014**



Resumen

El tener una opinión previa o juzgar sin conocer algo se convierte en un prejuicio, y las consecuencias que esto trae a la sociedad cuencana son varios, acostumbrándonos a vivir con ellos. Por este motivo el presente proyecto pretende evidenciar esta problemática y ayudar a la concientización de jóvenes en edades comprendidas entre 13 y 17 años a través de un video animado elaborado con las técnicas de acuarela y rotoscopía y, viralizarlo en redes sociales, utilizando comparaciones entre apellidos y colores, con metáforas que indican que cada color (apellido) es importante al aportar con algo a nuestra ciudad.

"A Graphic Design of an Animated Video about Cuenca Prejudices"

ABSTRACT

Having a previous opinion or judging without knowing well about something is a prejudice. Prejudice has brought several consequences to Cuenca society, but people from Cuenca have become used to living with them. For this reason, this project tries to demonstrate the existence of this problem and, at the same time, help young people aged 13 to 17 be aware of it through an animated video, which will be elaborated by using watercolor and rotoscoping techniques and then spreading them across the web as well as comparing family names and colors through the use of metaphors which show that each color (family name) is important since it contributes with something for the benefit of our city.

Key words

society

Cuenca

making people aware of

watercolor

rotoscoping

spread across the web

metaphors

colors



Translated by,

Rafael Argudo

Rafael Argudo

Abstract



Quiero agradecer a mis Profesores y tutores, en especial a la diseñadora Catalina Serrano que ha sabido llevar estas clases con dedicación, respeto pero sobretodo con cariño.

Gracias a mi familia que me han soportado en mis cambios de humor durante la realización de este proyecto, mi mami que me ha dado absolutamente todo, incluyendo su vida, Papi por agregarme en la suya, santi gracias por cuidarme, manicho magoo gracias pelado por el amor tan infinito que me tienes, abues por estar en la parte tierna de mi existencia, tíos y primos por ser la base sólida de mi vida.

A mis amigos que sin ellos hubiera sido muy aburrido trabajar en esto, gracias jessis, hvs, pts, sps, mundialistas, chop y corralita han sido pilares grandes en mi vida y gracias a ellos he sabido llevar con alegría y optimismo esta parte de la carrera.

Y por último a Dios, no puedo decir mucho cuando Él me ha dado todo.

Agradecimientos

Índice

Resumen/Abstract

Dedicatoria

Agradecimientos

Índice

Objetivos

CAP1. INVESTIGACIÓN

1.1. Prejuicios cuencanos por supuesto abolengo

1.1.1. Prejuicios y discriminación

1.1.2. Historia cuencana y sus familias

1.1.2.1. Abolengo y clases sociales

1.2. Animación

1.2.1. Rotoscopía

1.2.2. Multimedia

1.2.3. Video

1.2.4. Sonido

1.2.5. Ilustración

1.2.6. El guión

1.2.7. Storyboard

1.3. Internet como medio publicitario

1.3.1. Redes Sociales

1.3.2. Viralización

1.4 Homólogos

1.4.1. Bumpers Mtv

1.4.2. Campaña ONU

1.4.3. Video musical "Baby I'm yours"

1.4.4. Conclusiones de homólogos

1.5. Conclusiones del capítulo 1

1

2

3

4

6

7

8

9

10

11

14

15

15

16

17

19

20

21

22

23

24

24

25

26

27

27

CAP. 2. PROGRAMACIÓN

2.1 Brief creativo

2.1.1. Descripción del producto

2.1.2. Escenario estratégico

2.1.3. Problema y objetivos

2.1.4. El consumidor

2.1.5. Riesgos

2.1.6. Posicionamiento

2.1.7. Medios a utilizar

2.1.8 Plazas

2.2. Partidos de diseño

2.2.1. Forma

2.2.2. Función

2.2.3. Tecnología

CAP. 3. DISEÑO

3.1. Selección de ideas

3.2. Guión

3.2.1. Guión literario

3.2.2. Guión técnico

3.3. Story board

3.4. Videos

3.5 Animaciones

3.5.1. Rotoscopía

3.5.2. Video final

3.6 Viral

3.6.1 Fanpage

3.6.2 Souvenirs

3.6.3 Estadísticas

3.7. Conclusiones

3.8 Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

28

28

29

30

31

32

32

33

33

34

35

36

37

38

44

45

46

48

52

54

54

55

59

59

64

66

68

69

70

72



Objetivo general

Aportar en el conocimiento, la concientización y disminución de los prejuicios sociales en la ciudad de Cuenca.

Objetivos específicos

Diseñar un video animado con rotoscopía sobre los prejuicios cuencanos.

Difundir viralmente los videos en redes sociales.

Alcances

Difundir un video con la técnica de rotoscopía, en redes sociales para la población cuencana, para concientizar sobre el problema que existe en la urbe, esta información se la obtendrá de material bibliográfico y de una investigación de campo, esperando que sea acogida de la mejor manera, utilizando un lenguaje propio para que todos entiendan, siendo directo y a la vez interactivo.



CAP. 1 INVESTIGACIÓN

1.1. Prejuicios cuencanos por supuesto “abolengo”.

Según la RAE el prejuicio es una opinión previa y tenaz, por lo general desfavorable, acerca de algo que se conoce mal.

Estos prejuicios se pueden dar por diferentes motivos y en la ciudad de Cuenca no hay excepción, los cuencanos discriminamos, eso se sabe antes de realizar algún tipo de estudio, este mal tiene un efecto psicológico sobre el bienestar de la urbe.

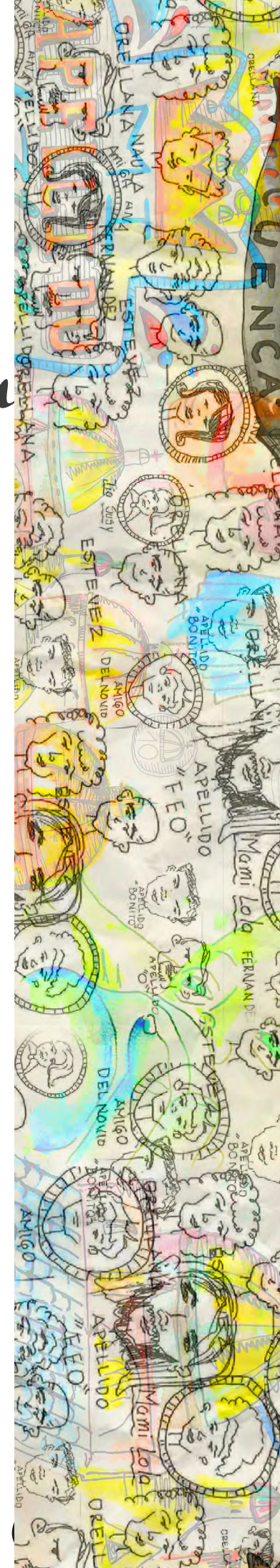
Joaquín de Merizalde y Santiesteban reconoce que Cuenca, en el siglo XVII, mostraba “alguna escasez de familias nobles, y por pobreza y falta de fondos no gozan aún estas pocas aquel lustre y esplendor que tienen en otras partes” (Merizalde y Santiesteban 1957, 28)

1.1 Prejuicios cuencanos por abolengo

1.1.1. Prejuicios y discriminación

Las diferencias no nos hacen ni más ni menos, pero los prejuicios siempre han existido y seguirán existiendo en diferentes niveles, es una característica humana que lleva a tratar diferente a una o a un grupo de personas, llevando eso a una exclusión y hasta, la violencia en mucho de los casos.

Esta predisposición conlleva a aceptar o a rechazar a las personas según sus características como por ejemplo las razas, el dinero y sobre todo el poder. Pareto decía que “puesto que la clase superior de los individuos en las diversas sociedades es generalmente la más rica, riqueza y poder marchan a la par” (Keller 1971, 21), esto nos señala que buscamos poder, y estar rodeados de gente poderosa, nos hace sentir que somos más que personas que no tienen esta característica. Como Schumpeter nos ha recordado “cada situación social es heredera y precursora de otras situaciones, y toma de las pasadas no solamente elementos culturales, predisposiciones y lo que podemos llamar su ‘espíritu’, sino también los elementos que se refieren a su estructura social y ala concentración del poder”. (Keller 1971, 35). Cuando las clases sociales y renombre se determinan por herencia se llaman “castas”, “Las castas se originaron en la India, hace más de 3000 años, de hecho, la palabra casta significa color. Desde el momento en que se originaron las castas, el sistema ha estado unido a la religión Hindú, y a los hindúes se les enseñó que los más bajos entre ellos habían nacido para servir a sus superiores. (Whittaker 1980, 52) generando así una postura cómoda por parte de los miembros de la clase alta, generando diferentes prejuicios, estableciendo un estilo de vida.



Es innegable la belleza y el valor cultural excepcional de la ciudad, pero de que existen los prejuicios, existen y se arrastran desde la antigüedad por ideas basadas en las divisiones de clases sociales, familias orgullosas de ser descendientes españoles, al igual que los cholos también tienen su orgullo muy marcado.

1.1 Prejuicios cuencanos por abolengo

1.1.2.1. Abolengo y clases sociales

“Una clase social está compuesta por varios individuos pertenecientes a una sociedad, quienes comparten un estatus distintivo y quienes, mediante el funcionamiento de los papeles asociados con este estatus, adquieren conciencia de que tienen intereses comunes, opuestos a los rasgos e intereses de otros grupos”. (Whittaker 1980, 47)

El pertenecer a un grupo elitista en la ciudad de Cuenca, como generalmente pasa en el mundo, se crean prejuicios y por ende se crea la discriminación .

“Las divisiones de clase eran tan estrictas, que era raro que los indios aparezcan en Cuenca, a pesar de su abundancia en el gran valle. El mercado de Cuenca era un mercado de cholos, dirigido por cholos y destinado a los cholos, quienes se arreglaban de modo que el visitante “decente” y el indio, tengan una sensación de entremeterse en un mundo que no les pertenecía. Los indios celebraban sus mercados en Gualaceo, Paute y muchas poblaciones más pequeñas, y vivían como siervos arrendatarios en las grandes haciendas del valle”. (www.cuencanos.com 2006)

Investigaciones genealógicas muestran que no hay una verdadera cepa española existente, [...] “la fortuna de la nobleza no titulada no era mayor debiendo ocuparse, para sobrevivir, al desempeño de cargos públicos” (Chacón Zapan, et al. 1993, 135)

En el libro “Historia de la Gobernación de Cuenca” nos dice que las familias poderosas eran las que contaban con haciendas, y tenían cargos políticos y administrativos. Algunas de las familias poderosas que cita son la Thello de la

Chica, Vintimilla, Maldonado, Piedra, Alvear, Sánchez, Orellana, Cubilluz, Muñoz, Valdivieso, Ramírez Arroba, Girón, Olivos, Chica, Rada.

Estas familias influyentes de esa época tenían poder adquisitivo gracias a la adquisición de bienes, creciendo económica y socialmente, haciendo que esta sociedad colonial precapitalista organice un sistema primitivo que resalta los valores de la sangre y raza, llevando a una división entre indios y blancos, construyendo un poder económico y social lleno de privilegios para pocas familias .

En el libro de la historia de la gobernación de Cuenca, está como durante la primera mitad del siglo XVII, estos hacendados, clérigos, obligaban a los indios a trabajar en sus propiedades.

Con esto vemos como desde la antigüedad se fueron formando estos prejuicios, el empleador era más porque tenía más y hasta se vestían diferente, con trajes europeos y los cholos usaban su vestimenta típica en todo Ecuador, con sombreros de fieltro y paja, ponchos, chales y polleras. No por su diferencia de vestido eran más pero así lo veían, pensando que eran más que los indígenas.

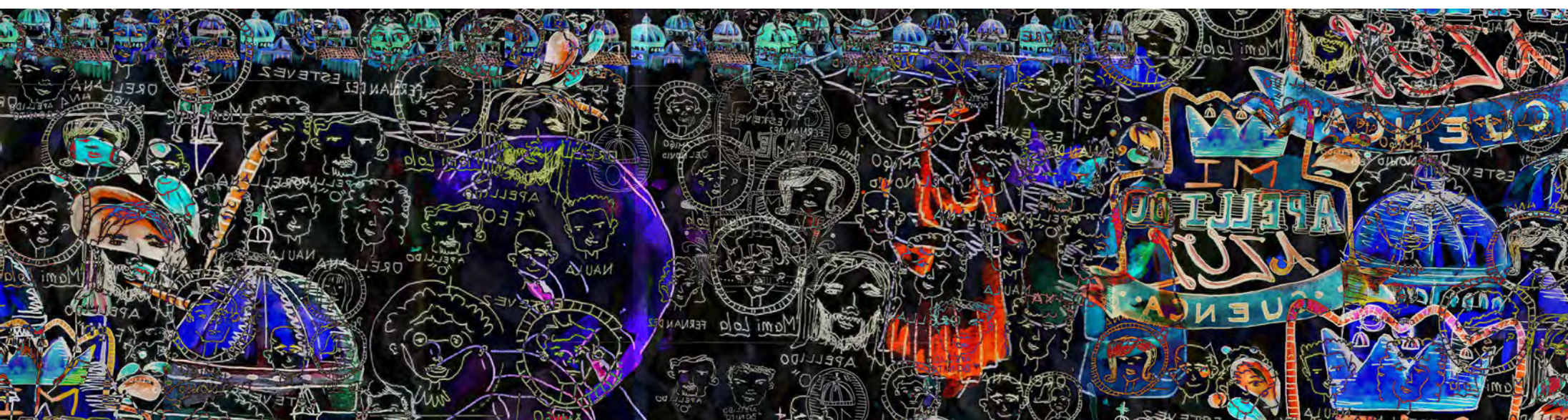
En conclusión vemos que en Cuenca no existió una cepa real, que el poder obtenido fue gracias a las adquisiciones de bienes que por lo general fue la gente blanca, con apellidos comunes, pero siendo una ciudad tan tradicionalista se han creando grupos elitistas y por ende la discriminación en varios niveles a los grupos indígenas que actualmente se distinguen por algunos apellidos.



1.2. Animación

**“ES UN FORMATO MÁGICO QUE SE
COMUNICA DIRECTAMENTE CON LA
MENTE DEL PÚBLICO”**

ANDREW SELBY.



PELLEDO

CUENCA

“La animación es un producto del ser humano que sirve para generar una obra sea o no animada. Incluye tanto elementos visuales como sonoros. Pensada para ser proyectada a través de otro medio, sus elementos visuales y sonoros “hablan con el público”. Este proceso de movimiento de la mente para dar paso a la creatividad es el mundo donde no existen limitaciones.”



lo irreal, existen muchas maneras de realizarlas, usando herramientas como la ilustración, gráficos, tipografía, la pintura, el collage, fotos, plastilina, muñecos, etc. Esta forma de mostrar información es muy llamativa y se da un nuevo enfoque al mostrar un contenido innovador, se lo utiliza para el cine, programas infantiles, talleres, prensa, televisión, entre otros. “El interés creciente por la animación confirma su papel protagonista en la cultura visual popular y ayuda a comprender su repercusión en los ámbitos social, político y económico.” (Selby 2009, 07)

1.2. Animación

Hay actualmente un sin fin de técnicas para realizar animación como son la rotoscopía, animación 3d, 2d, stop-motion; actualmente utilizando una gran tecnología mediante ordenadores, sin imaginarnos que ya existían “aparatos ópticos mecánicos desarrollados (principios del siglo XIX). Consiste en un disco giratorio como el taumátropo o el fenáquistiscopio, una rueda giratoria con ranura por las que se miraba, inventado por Joseph Plateau en 1832. El zoótropo, introducido por William Horner en 1834, un tambor circular con ranuras por las que se veían que los dibujos de unas tarjetas se ven como animados.” (Wigan 2008, 100) Dando un giro “Con la invención de la fotografía. Eadweard Muybridge creó una colección de fotografías que los animadores aún emplean como material de referencia. Mediante el montaje

de un banco de cámaras, fue capaz de captar secuencias de movimiento humano y animal”.

“Entre los animadores más influyentes e innovadores cabe destacar a Tex Avery, Joseph Barbera, Walt Disney, Max Fleischer, Friz Freleng, Hohn Halas” (Wigan 2008, 100), entre muchos más que mediante sus animaciones nos llevan a diferentes mundos y escenarios mágicos, viviendo una fantasía que no limita tiempo, espacio, lógica.

“La animación no es el arte de los dibujos en movimiento, sino del movimiento dibujado” Norman McLaren, 1914-1987.



1.2.1. Rotoscopía



Fotograma de uno de los videos ya rotoscopiado



Esta técnica muy antigua consiste en re-dibujar o calcar un fotograma teniendo a otro por referencia para capturar un movimiento mucho más realista, que alcanza excelentes resultados, rica en un sentido artístico por sus líneas temblorosas, “desarrollado por Max Fleischer, el creador de Betty Boop, y Koko the clown” (Patmore 2003, 64).

Por lo general se dibuja sobre videos divididos por frames o cuadros, es versátil ya que es fácil de mezclar con diferentes técnicas, como realizar la animación y combinarla con un video real, fotografías, pinturas, etc. Una técnica que nos da apertura a la creatividad, se puede realizar a mano, o en el computador para mayor facilidad con una tableta digital,

siendo muy fácil hasta para los animadores novatos, obteniendo un gran nivel en las animaciones.

“En el mercado hay muchos programas que pueden utilizarse para rotoscoping, desde paquetes profesionales de edición en video muy caros hasta el software de consumo a precios más que razonables” (Patmore 2003, 64) , algunos de los programas en los que se puede realizar son: flash, poser, studio artist, after effects, production bundle, entre otros, siendo estos los más conocidos, variando en precios dependiendo de la complejidad del programa.

1.2. Animación

1.2.2. Multimedia

El transmitir un mensaje mediante video, sonido, gráficas, textos, entre otros, con la utilización de un computador se la conoce como multimedia.

Con la combinación de estos elementos lo que se pretende es despertar y dirigir los sentidos del usuario, atrayendo su

atención y permitiendo una mejor retención de la información, no siendo necesariamente interactiva.

1.2.3. Video



Fragmento de video que se utilizó para redibujar.

El significado de video según la Real Academia de la lengua española es el “sistema de grabación y reproducción de imágenes, acompañadas o no de sonidos, mediante cinta magnética” Está formado por una serie de fotografías llamadas fotogramas, su transmisión puede ser por medios electrónicos digitales formados por píxeles o analógicos por líneas de barrido horizontales y verticales.

Los videos grabados nos ayudan para redibujar exactamente los movimientos que queremos lograr.

“La incorporación del sonido a una producción animada es lo que le confiere a una realidad y profundidad añadidas. Desde la grabación de las voces hasta los efectos de sonido y la música del fondo.”
(Patmore 2003, 86)

Es de vital importancia que un video o una animación tengan el sonido preciso y correcto para añadir una textura al trabajo final, lo hace mucho más interesante para atraer a un público.

Al igual que el sonido, la música tiene un papel de gran importancia para formar la composición y que el usuario se sienta familiarizado con la atmósfera y el tiempo.

En películas, animaciones o cortos se utiliza un sonido original, realizándolos en “estudios de grabaciones profesionales, si es posible, donde se dispone de micrófonos y equipos de grabación de la mejor calidad [...], también se pueden obtener de una amplia variedad de fuentes, comprándolos, variando en cuanto a precio y calidad.” (Patmore 2003, 87)

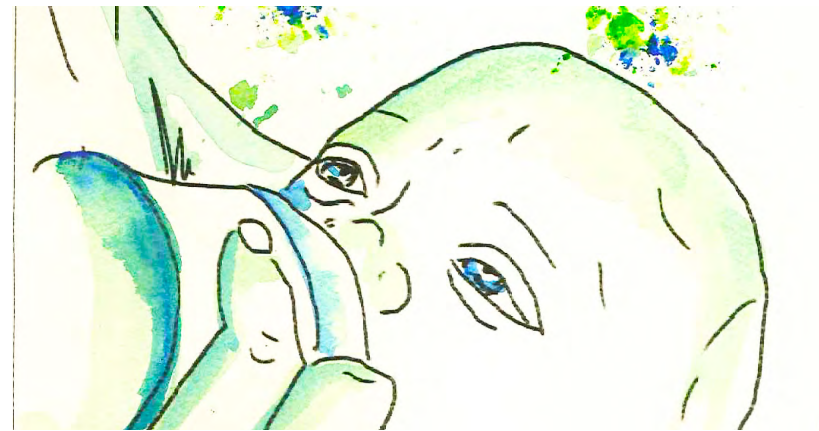
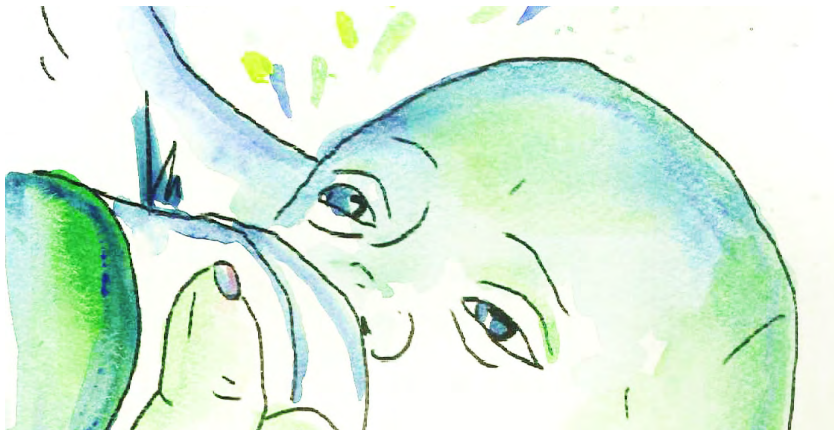
El sonido en definitiva aporta una riqueza para dar sentido a una animación y atraer la atención del usuario.



1.2. Animación

1.2.5. Ilustración

“La esencia de una ilustración radica en el pensamiento –las ideas y los conceptos que forman la columna vertebral de lo que una imagen intenta comunicar-. La función del ilustrador consiste en dar vida y formar visual a un texto o mensaje; los mejores profesionales combinan la agudeza del pensamiento analítico crítico con armoniosas dotes prácticas para crear imágenes que tengan algo que decir, y con los caminos y medios para decirlo.”
(Zeeegen 2009, 17)



Una ilustración básicamente es el comienzo de un proyecto, muestra una idea o un pensamiento, intenta decir algo, plasmado por lo general en un papel para que el receptor obtenga la información empujándolo a comprender y conocer más del tema. Una buena ilustración demuestra emoción y corre riesgos, “el termino ‘riesgo’ implica peligro. [...] Correr riesgos en ilustración significa abandonar las ideas más seguras y saltarse las reglas en cualquier pro-

yecto para optar por la vía menos común.” (Zeeegen 2009, 34)

Existen varios tipos de ilustración, desde un sencillo trazado con lápiz, hasta utilizar el software más sofisticado para animarlo. Los esbozos que es por donde comienza una ilustración, “puede reconocerse un enfoque estilístico. Estos dibujos son rápidos que sirven como método para generar ideas a través de la explotación visual. En esta fase todo vale,

1.2.5.

“El dibujo puede utilizarse para grabar, representar o retratar. Puede ser observativo o interpretativo, puede reflejar un estado de ánimo o un momento, o ser utilizado puramente

Para la ilustración también existen una gran variedad de técnicas, y cada persona con la práctica, van desarrollando su imaginación y su propio estilo. Buscando inspiración en lo cotidiano y en la experiencia de otros. Cuando se comienza a dibujar se “[...]deben tener claras las características en la mente, del mismo modo que un actor cuando desempeña un papel, porque usted estará haciendo ese papel cuando dibuja.” (Patmore 2003, 82)



1.2. Animación

1.2.6. El guión

Al tener una idea ya establecida de cómo se quiere realizar la animación, teniendo en cuenta el mensaje que se quiere transmitir, a quién va dirigido, y su intención, es necesario escribir un guión, que es el paso final antes de dirigirse a realizar ya el diseño.

“El guión tiene un formato específico estandarizado a través del cual los guionistas expresan su visión” (Patmore 2003, 22), este proceso ayudará directamente para que el proyecto se de en su totalidad, llevando un orden, atravesando diferentes etapas como son: idea, argumento, sinopsis, tratamiento, guión literario, guión técnico y storyboard. El resultado de todos estos pasos son totalmente necesarios para asegurarse de cual será realmente su proyecto y al finalizar sentir una satisfacción de saber la dirección.

El guión no solo ayuda para saber el contenido, sino también establece tiempo y lugar, describiéndolos exactamente. También utiliza los diálogos con los nombres de los personajes. Estos formatos son fijos, por lo que existen ya programas dedicados a ofrecer facilidad en la escritura de los mismos.

El guión literario narra lo que es la historia, con los personajes y sus diálogos, acotando explicaciones que sean necesarias, siendo clave para el rodaje, mientras que el guión técnico, como su nombre lo indica es una guía en la cual se describe con exactitud las técnicas como de cámara, dirección de movimiento, tipo de planos, según como interprete el director.



1.3. Internet como medio publicitario

La globalización ha permitido que el internet sea una herramienta accesible para obtener información con facilidad, este tipo de información también puede ser publicitaria. “La clave para una promoción positiva es asegurarse de que toda la comunicación esté enfocada a un público concreto y adecuado” (Zeeegen 2009, 120). El internet nos permite interactuar con una sociedad virtual por medio de varios servicios de red, como son los blogs, alojamiento de videos, redes sociales, siendo atractivos para el público meta. El ser creativo al momento de promocionar es una oportunidad de poner el proyecto a trabajar solo, revisando si ha funcionado mediante el feedback, que es muy fácil medir en internet o más concretamente en las redes sociales.

1.3. Internet como medio publicitario

1.3.1. Redes Sociales



4.- Logo de red social, Facebook.

Es un medio donde dos o más actores se relacionan mediante un computador

Esta estructura permite que los individuos tengan un intercambio no solo social y de amistad, sino facilita también en el ámbito financiero, amoroso, entretenimiento como juegos en línea, foros, chats, etc. Creándose comunidades en donde participan todas las personas que están interesadas sin límite de cual es su ubicación geográfica.

Las redes sociales ayudan a publicitar productos y servicios, gracias al creciente que tienen constantemente, mediante las invitaciones de sus integrantes a otras personas. Esta técnica publicitaria es de gran impacto no sólo por su popularidad, sino que en su mayoría son gratuitas.

Se puede medir el alcance del mensaje mediante estadísticas que las mismas páginas nos brindan, por ejemplo en YouTube, existe el contador de visitas y el botón de "Me gusta" al igual que en Facebook.

1.3.2. Viralización

“EL MARKETING VIRAL, DESCRIBE UNA ESTRATEGIA QUE ALIENTA A LOS INDIVIDUOS A PASAR UN MENSAJE DE MARKETING, CREANDO UN POTENCIAL DE EXPOSICIÓN E INFLUENCIA DEL MENSAJE QUE CRECE EXPONENCIALMENTE”

RALPH F. WILSON

La viralización es uno de los objetivos de este proyecto, por lo cual es de vital importancia saber cómo lo vamos a presentar y a utilizar para el feedback..

La palabra viral, se utiliza generalmente en la ciencia médica, que se refiere a infectar o multiplicar virus a otros organismos. En lo tecnológico no es muy diferente, lo que se pretende es que la información que se esparza, se la comparta a varios medios o agentes y estos lo vuelvan a transmitir, siendo un contenido que no necesite de mucha ayuda para ser visto por una gran cantidad de personas.

Un tweet, like o share son palabras que se han utilizado como herramientas esenciales en las redes sociales para dar a conocer desde una idea, foto, saludo, hasta un proyecto completo de negocios.

“El Dr. Ralph F. Wilson ampliamente reconocido como una de las autoridades internacionales de primer orden en el área de marketing en Internet Business Week enumera las siguientes características del marketing viral.

Ofrecer productos o servicios de valor para sus posibles clientes.

Utilizar un medio de difusión muy sencillo.

Un método de transmisión que les permita crecer fácil y rápidamente.

Que explote las motivaciones y comportamientos comunes de los seres humanos

Utilizar las redes de comunicación existentes.

Tomar ventajas de los recursos utilizados.” (Velasteguí 2012, 27)



1.4. Análisis de homólogos

1.4.1. Bumpers de MTV

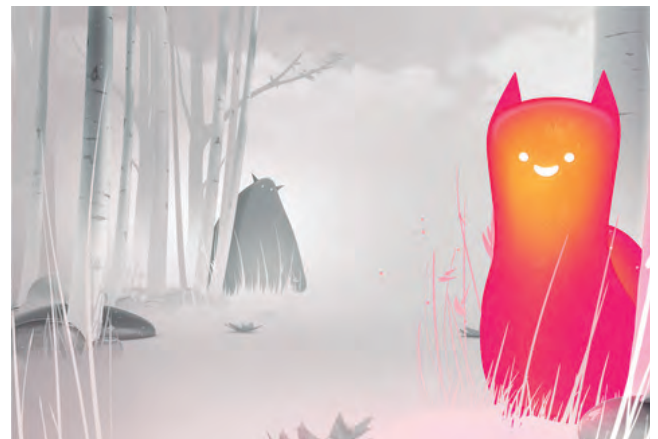
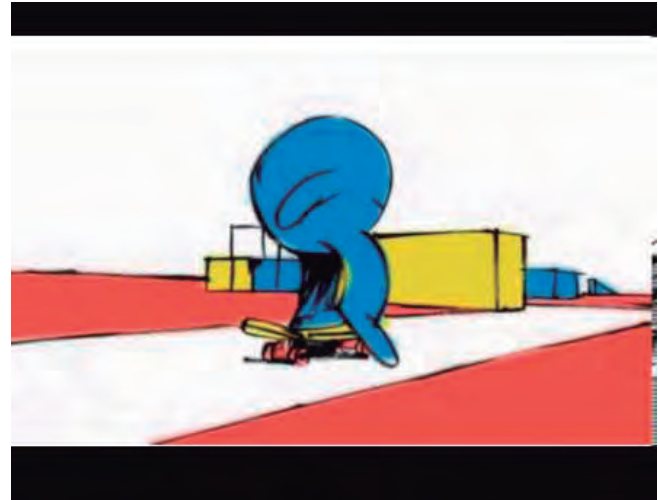
MTV siempre nos sorprende con sus videos experimentales, muchos sin ningún sentido pero estéticamente bellos.

Utilizan motion graphics creando animaciones que llaman la atención por lo general de un público joven.

Forma: Animaciones Variadas, poco uso de tipografía, uso de motion graphics.

Función: Llama la atención de maneras innovadoras y creativas

Tecnología: Animación varias



1.4. *Análisis de homólogos*

1.4.2. *Campaña contra la discriminación racial, por parte de la ONU*

Las apariencias engañan, las fotos de diferentes personas van acompañadas de frases y preguntas de lo retratado.

El racismo causa sufrimiento, se alimenta de la ignorancia, los prejuicios y los estereotipos

Forma: Pretende un diseño universal, tipografía sans serif utilización de fotografías.

Función: Lleva un mensaje de conciencia social al mundo entero.

Tecnología: Animación mediante fotografía, Internet



1.4. Análisis de homólogos

1.4.3. Video musical: Baby i'm yours

Una técnica impecablemente ejecutada, acuarelas pintadas a mano por Irina Dakeva.

Un diseño que da apertura a la creatividad, fluidez, siendo llamativa y atractiva para el público.

Forma: Animación ,
2200 acuarelas a mano, colores fuertes.

Función: Video musical, creativo, llama la
atención por su cromática, complejidad y
movimiento

Tecnología: Edición digital, rotoscopía



1.4. Análisis de homólogos

1.4.4. Conclusiones de homólogos

DESPUÉS DE ESTUDIAR EL TARGET Y LAS SIMILITUDES DE ALGUNOS ELEMENTOS DE FORMA, FUNCION Y TECNOLOGÍA SE DAN PAUTAS PARA LA REALIZACIÓN DEL VIDEO PROPUESTO.

Forma: Animación ,
700 acuarelas a mano, colores fuertes.
manchas.

Función: Llamar la atención del público meta sobre un problema social en la ciudad de Cuenca, mediante la técnica realizada

Tecnología: Edición digital, rotoscopía y acuarela

Conclusiones del capítulo^{1.5}

En el primer capítulo se encuentra teorías e información del significado de prejuicio, discriminación, abolengo y clases sociales, se habla sobre la historia de Cuenca, sus apellidos tradicionales y de cómo se han formado las clases elitistas. Toda esta información ayuda para saber el trasfondo de la problemática planteada, que son los prejuicios por los apellidos en los jóvenes adolescentes de la ciudad de Cuenca.

A partir de esta problemática se determinó en realizar un proyecto que llame la atención de los jóvenes, llegando a la conclusión de realizar un video animado con alguna técnica

que de una u otra manera los sorprenda. En este capítulo también hay información teórica de la tecnología que se va a utilizar, en este caso la animación por rotoscopía y todos los elementos que se necesitan como son video, sonido, ilustración.

No solo se realizó el estudio teórico de todo lo que se necesita para aplicar, sino fue de gran ayuda para determinar las técnicas y establecer que las redes sociales son el canal más óptimo para llegar al target planteado.



CAP. 2 PROGRAMACIÓN

2.1. Brief

2.1.1. Descripción del producto

Video animado que se publicará en una fanpage de Facebook.

En esta fanpage existirán explicaciones y se creará expectativa de lo que será el video.

La técnica a realizar es la rotoscopía, que consiste en dividir un video en alrededor de 900 frames, redibujándolos, creando así una animación. aproximadamente de dos minutos y medio.

La acuarela será la técnica de ilustración que se utilizará en aproximadamente 700 frames del total, con una cromática colorida para llamar la atención del público meta, al utilizar esta técnica. cada frame tendrá un color y trazado diferente dando un toque de fantasía mediante los diferentes tonos, saturaciones y opacidades de los colores y las formas irregulares del trazado.



Están preocupados de su aspecto físico, cuidan su cabello, uñas, piel, rostro, etc. Usan ropa que está de moda, con jeans, capuchas, converse, camisetas casuales, son exigentes con sus padres, se preocupan de encajar en un grupo, salen por lo general los viernes tarde a un centro comercial por lo general el “Millenium Plaza” o a un bar/restaurant a comer.

2.1.3. Problema y objetivos

En Cuenca existe un problema que ha venido generando diferentes tipos de discriminación, este problema es el prejuicio que hay por llevar apellidos supuestamente “mejores” o “peores”, distinguiendo a las familias.

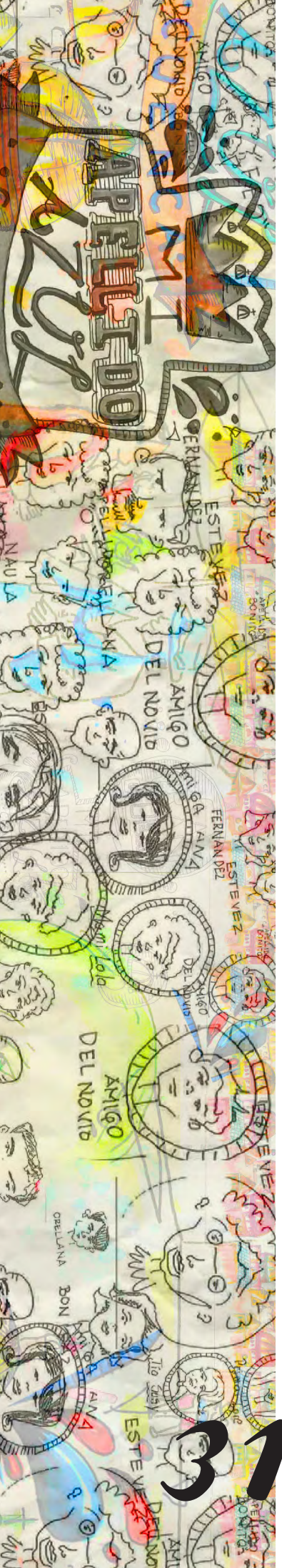
.» Objetivo general

Aportar en el conocimiento y concientización de los prejuicios sociales en la ciudad de Cuenca.

.» Objetivos específicos

- * Diseñar un video animado con rotoscopía sobre los prejuicios cuencanos
- * Difundir viralmente el video en redes sociales





2.1. Brief

2.1.4. El consumidor

Variables demográficas: jóvenes comprendidos entre los 13 y 17 de ambos sexos pertenecientes a la ciudad de Cuenca.

Ideales: Lo que estos jóvenes añoran es la libertad, un buen futuro, son rebeldes, buscan la felicidad y piensan que la encuentran en sus amigos y relaciones sociales.

Sueñan que al acabar sus estudios del colegio, puedan viajar, regresar y seguir estudiando en una buena universidad.

Hábitos: Estudian en colegios pagados por sus padres, por lo general en la mañana, por las tardes van a academias, deportes, juegan videojuegos, escuchan música, hablan con sus amigos y amigas, están conectados en internet.

Estilo de vida: Sus padres les consienten y acostumbrados a esto, ellos consiguen lo que quieren, llegando a ser exigentes, muchas de las veces son agresivos pero también son amigables con su círculo social.

2.1.5. Riesgos

Falta de interés

2.1.6. Posicionamiento

Mediante las redes sociales se pretende crear expectativa y llamar la atención con la técnica realizada, por sus colores y concepto.

Hemos visto que para publicar en Facebook, no es suficiente solo abrir la página, se necesita un plan que llame la atención del público meta.

Lo que se pretende realizar es souvenirs con una morfolo-

gía formada de las imágenes que se han logrado del proceso del video, y de las imágenes que ya han salido en la fanpage. Estos souvenirs se sortearán mediante la página, y también se regalarán a las salidas de los colegios, se les tomará fotos con estos y también con las frases propuestas, se pedirán sus nombres para etiquetarlos en la página. Lo que hará que ellos obligadamente vean la página, así pondrán "Like" y verán el producto final.



33

2.1. Brief

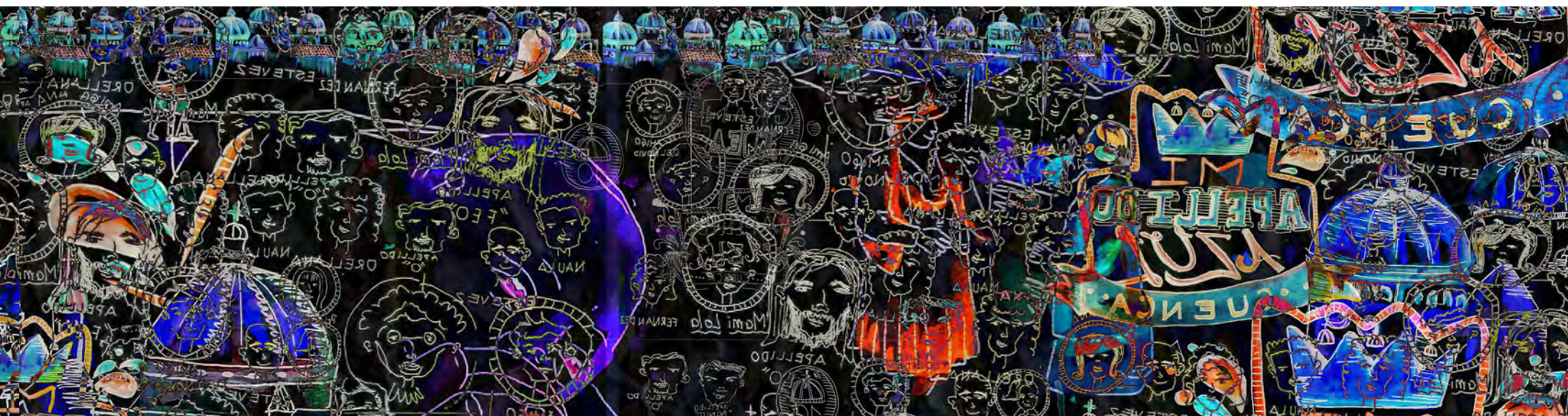
2.1.7. Medios a utilizar

Se realizarán con once tomas diferentes, dividiéndolos en fotogramas utilizando “Premiere” un editor de video de adobe, se redibujará cada uno de los fotogramas, se imprimirán en una cartulina absorbente para acuarelar, se digitalizará y mediante la rotoscopía se crea un video animado, mostrando formas irregulares formadas por los trazos a mano.

Para la parte de promoción que es la realización de souvenirs para enganchar a la audiencia a ver el producto en la página final, se realizarán básicamente objetos que utiliza el nicho como son escarapelas para las mochilas, buffs y skyns de celulares.

2.1.8. Plazas

La campaña será mediante las redes sociales, y promociones a las salidas de los colegios, motivándolos mediante premios y regalos por participar en las fotos que se vayan a realizar.





2.2. Partidos de diseño

Para cumplir uno de los objetivos, que es llegar con este video a los adolescentes es necesario saber que elementos de forma va a tener, como la cromática, estilo

de ilustración, formato. En la función explicar el porqué del video. En la parte de tecnología se explica la función de la rotoscopía.

2.2. Partidos de diseño

2.2.1. Forma

El propósito del video es llegar a los jóvenes por esta razón se ha escogido una estética con trazos libres, realizados a mano, se utilizará tres tipos de tipografía, la “Dense Regular” sanserif, precisa para explicar algunas frases o datos que salgan en el video, “Dk Lampion” simula una escritura manual, dando ese toque juvenil que se plantea, en algunos casos si es necesario se creará una escritura manual dependiendo de la gráfica. En el estilo de ilustración se realizarán trazos libres para la impresión, la acuarela es parte fundamental del proyecto, mostrando una cromática

variada, utilizando todos los colores del círculo cromático. La teoría de la imagen nos dice que la alteración de los colores en formas específicas se llama color fantasioso, este se aplicará para dar un toque juvenil al proyecto. El formato (720x480) esto nos ayudará a tener un peso bajo, para subirlo a las redes sociales y seguir teniendo una buena imagen.



2.2.2. *Función*



La función del video es evidenciar que existe un prejuicio en los jóvenes sobre los apellidos, dejándose llevar de ideas sin fundamentos, llamándolos a una concientización de toma de decisiones sin ver los apellidos de las personas, sino va-

lorarlas por lo que realmente son, mediante la belleza de un video con trazo manual, y visualizar mediante la acuarela la fantasía, llamado la atención de los jóvenes.

2.2. *Partidos de diseño*

2.2.3. *Tecnología*



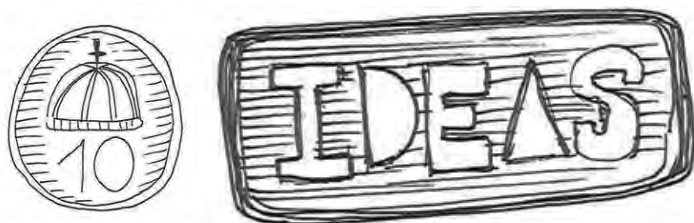
La tecnología utilizada en el video es un software de adobe “Premier”, “After Effects” y “Photoshop” para el proceso de digitalización, dividiendo los videos en frames, y redibujando uno por uno. Para que el video tenga la técnica de acuarela, se imprimirán alrededor de 700 cartulinas y se las pintará a

mano. El escáner también tiene un papel importante para digitalizar lo manual. Y un programa de edición en este caso “After Effects” para unir todo lo rotoscopiado y editar el video final.

CAP. 3 DISEÑO

3.1. Selección de ideas del tema para el video

Después de un análisis de las constantes que deben existir en el video, como es el trazo manual, la técnica con acuarela, los colores, etc. Se obtuvieron 10 ideas para la temática del video.



1/c que sale de tu boca



3. Monstruos inexistentes

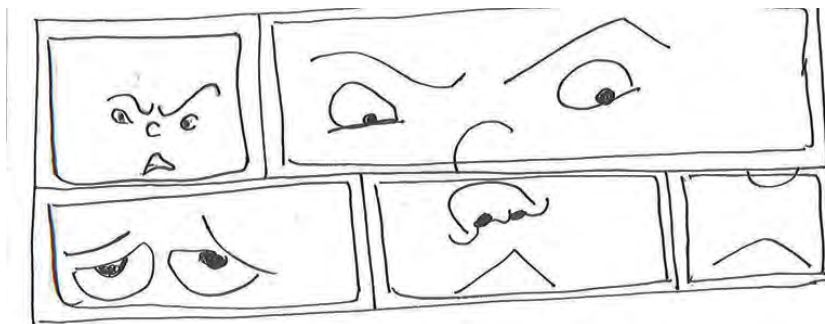


5. *Mi apellido azul*

3.1. Selección de ideas del tema para el video



6. Se te ven los prejuicios



8. El rostro del prejuicio



10. No dejes manchas, deja huellas



7. Bien casada



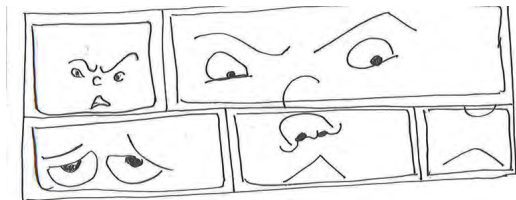
9. La muñeca del prejuicio

3.1. Selección de ideas del tema para el video

Bien Casada



LA mUeca
DEL PREJUICIO

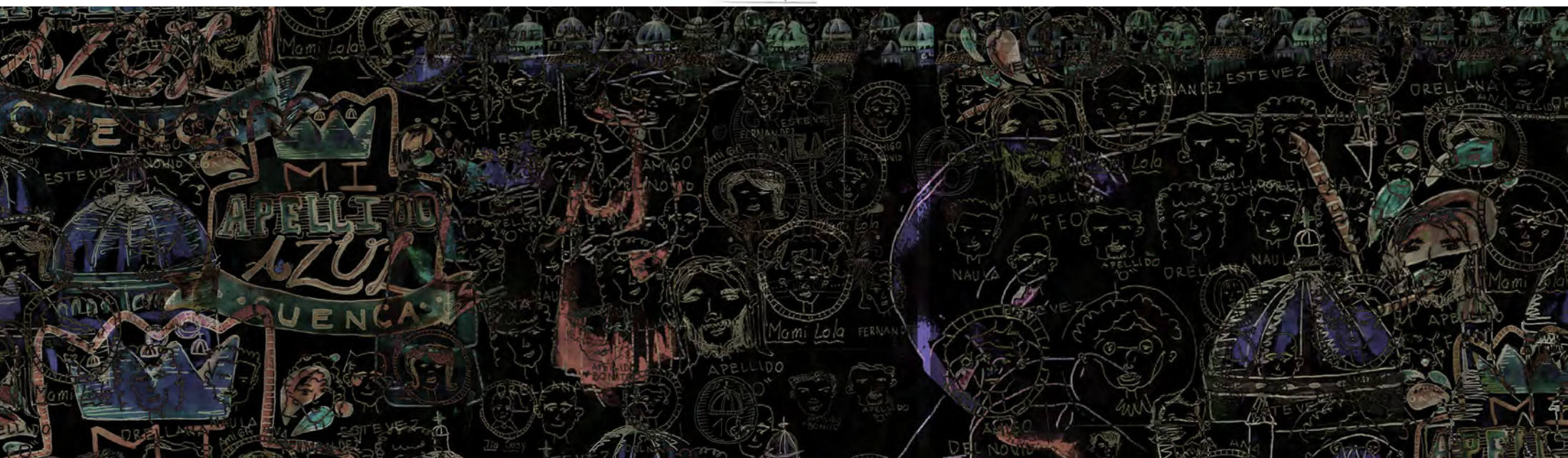


3

IDEAS

... No te ...
crees MOUNSTRUOS inexistentes





3.1. Selección de ideas del tema para el video



“Mi apellido azul” nace de una metáfora de como se hace referencia a la realeza “Sangre azul”.

A lo que se refiere el tema es en cambiar los apellidos de

los cuencanos por colores y pintar la ciudad con ellos. Mostrando que los apellidos nos identifican, pero que realmente somos lo que hacemos para mejorar la sociedad.



3.2. Guión

Idea: Video animado sobre los prejuicios cuencanos sobre los apellidos.

Argumento: Realizar un video donde se exhorta a los jóvenes cuencanos a no tener prejuicios, y ser más proactivos en vez de sólo juzgar a las personas.

Sinopsis: “Mi apellido azul”, un video animado con rotoscopía donde se cambian los apellidos por cualquier color

al azar, demostrando que todos los colores son necesarios para una Cuenca más alegre.

Tratamiento: Se dividirá en dos partes: la introducción será un juego tipográfico hasta realizar el título del video y la segunda parte serán fracciones de videos en rotoscopía de diferentes profesiones hasta llegar un mensaje social.

3.2.1. *Guión literario*

Introducción: Se mostrarán diferentes frases obtenidas de los jóvenes que formaron parte del grupo focal, de una manera creativa mediante un juego tipográfico.

Se realizarán diferentes tomas de profesiones o personas naturales, mostrando lo que hacen para su sociedad, aparecerán sus apellidos, saliendo formas de colores y pintando la ciudad.

- Se mostrarán tomas de un bebé, luego se el nombre “Juanito Turquesa”
- Un hombre que se lustra sus zapatos en el parque Calderón, agradece a Don “Tomás Naranja” por el trabajo.
- Un doctor que en su bata muestra su nombre “Dr. Café” se despide de su paciente “David Celeste”
- Doña “Rosita Tomate” está saludando a “María Celeste” mientras le vende flores.
- En una oficina está hablando por teléfono el abogado “Luis Verde”, mientras firma un documento.
- En una escuela la maestra “Mónica Amarillo” escribe su nombre en la pizarra.
- “Anita Negro” realiza sus tareas en su escritorio

- Un maestro de una obra saluda al “Ingeniero Rojo”.
- “Ariolfo Lila” canta y toca su guitarra alegremente en el bus.
- CMYK está escrito en las camisetas de un equipo de futbol
- “Andrés Rojo” suelta un globo con helio

De todos los apellidos saldrán colores. Se realizará una toma de un sector de la ciudad, hasta llegar a la Catedral y todos estos colores formarán parte de la imagen hasta que salga una frase.

“Las obras de arte más valiosas contienen muchos colores. Los colores, las formas y el sentimiento del artista en conjunto, representan gran valor para hacer en ella un tesoro. Los colores en tu vida son cada una de las experiencias que has vivido [...]; cada una de ellas te agregan valor. No menosprecies los negros más oscuros, los claroscuros o las sombras. Cada color tiene un propósito.” (Gen 50:20)



3.2. *Guión*

3.2.2. *Guión técnico*

Bebés: habitación

-Primer plano del rostro del bebé.

Lustrabotas: exterior- parque Calderón – banqueta

-Toma de los dos hombres mayores, texto en la parte superior

Doctor: interior- consultorio- camilla

-Doctor con bata de pie, su paciente es un niño aproximadamente 7 años sentado en la camilla. Le ayuda a bajar para que se vaya con su madre.

Vendedora de flores: exterior- mercado de flores-

-Toma de la señora sonriente detrás de las flores a María Celeste.

Abogado: interior-oficina

-Contesta alegre, con terno, sentado detrás de un escritorio, se cambia a un Primer plano a la hoja y realiza su firma en documento.

Profesora: interior- grado de escuela

-De pie, viendo de frente, da una media vuelta para escribir su nombre en la pizarra.

Niña: Interior- habitación

-Toma de la niña sentada en frente de un escritorio, cierra su libro y apaga su lámpara.

Oficial: exterior- calle- tránsito

[illegible]

- Un niño suelta su globo y sube hasta la Catedral.

3.3. Storyboard



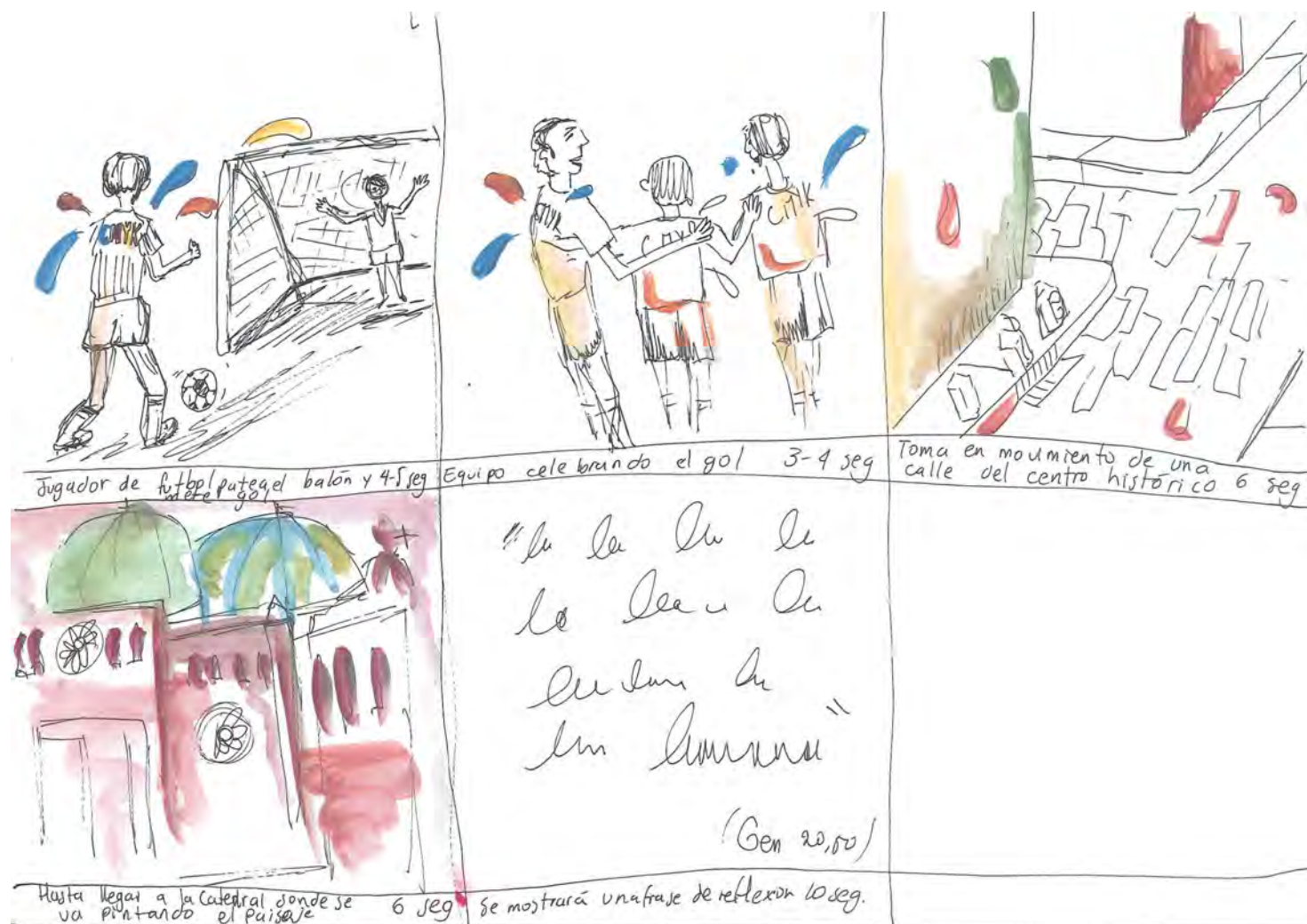
3.3. Storyboard



3.3. Storyboard



3.3. Storyboard



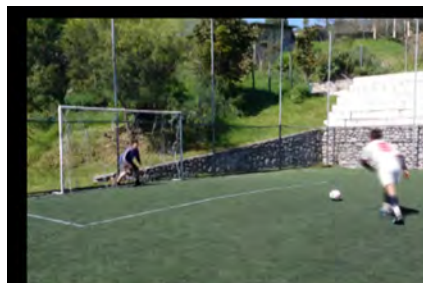
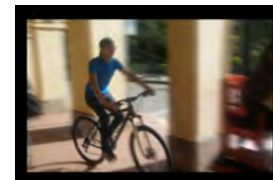
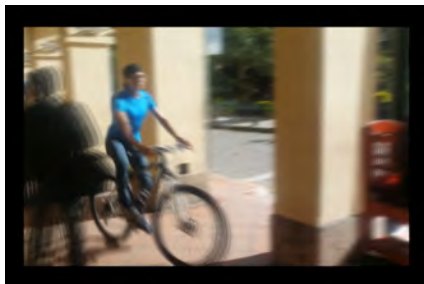
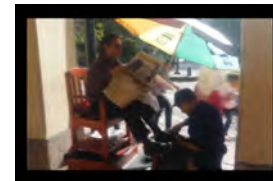
3.4. Videos

Los videos para este proyecto nos sirven como una base para conseguir movimientos de ilustración.

Se realizaron diferentes tomas, mencionadas en el gui3n.

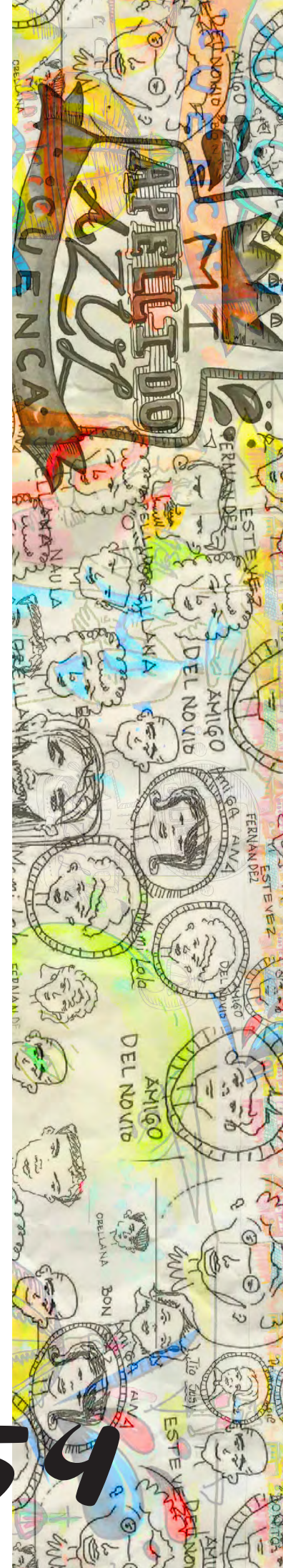
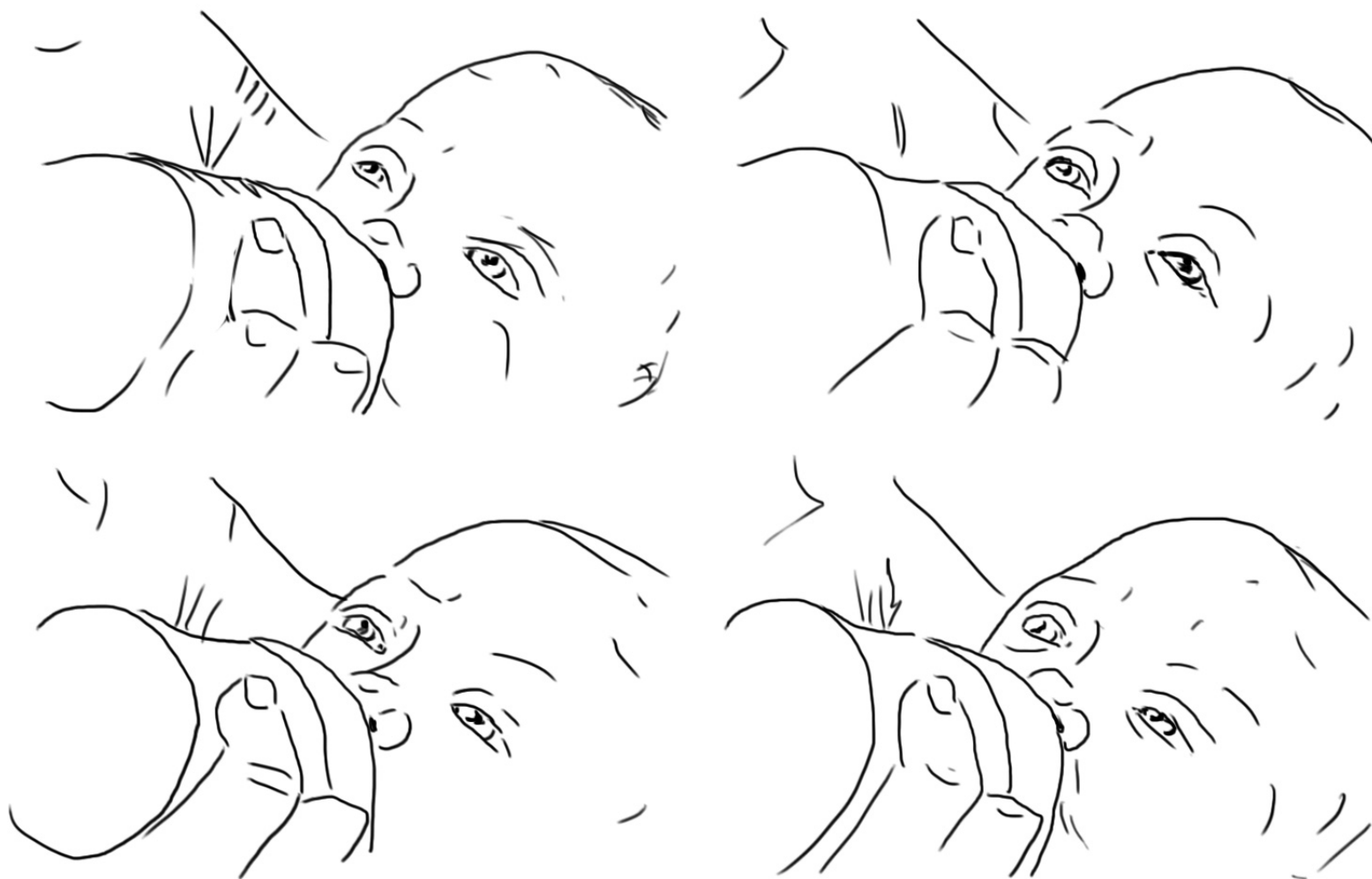


3.4. Videos

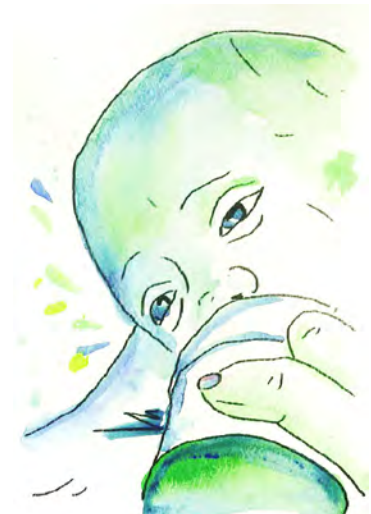
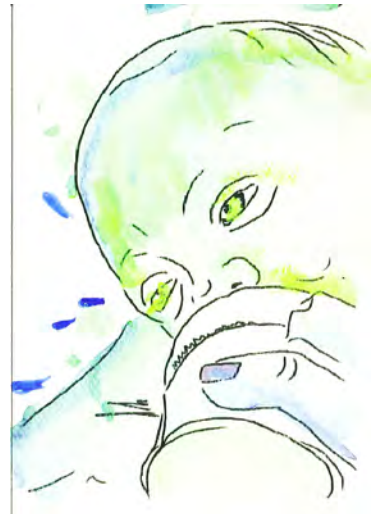
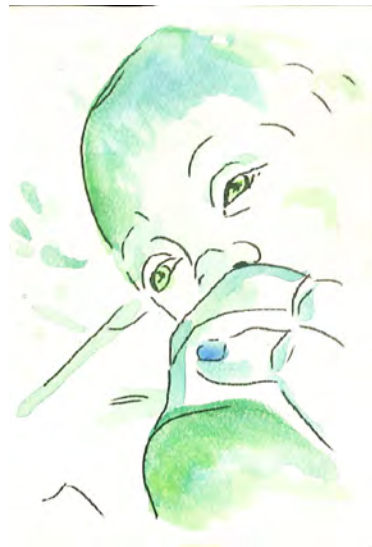
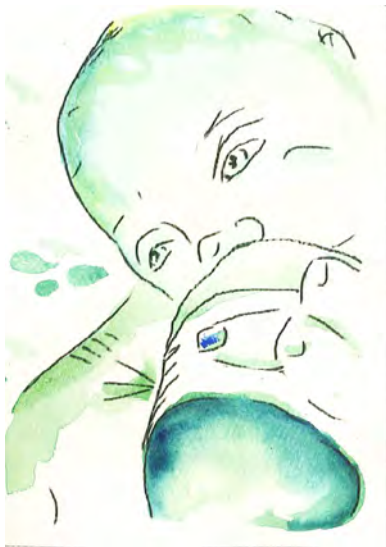


3.5. Animación

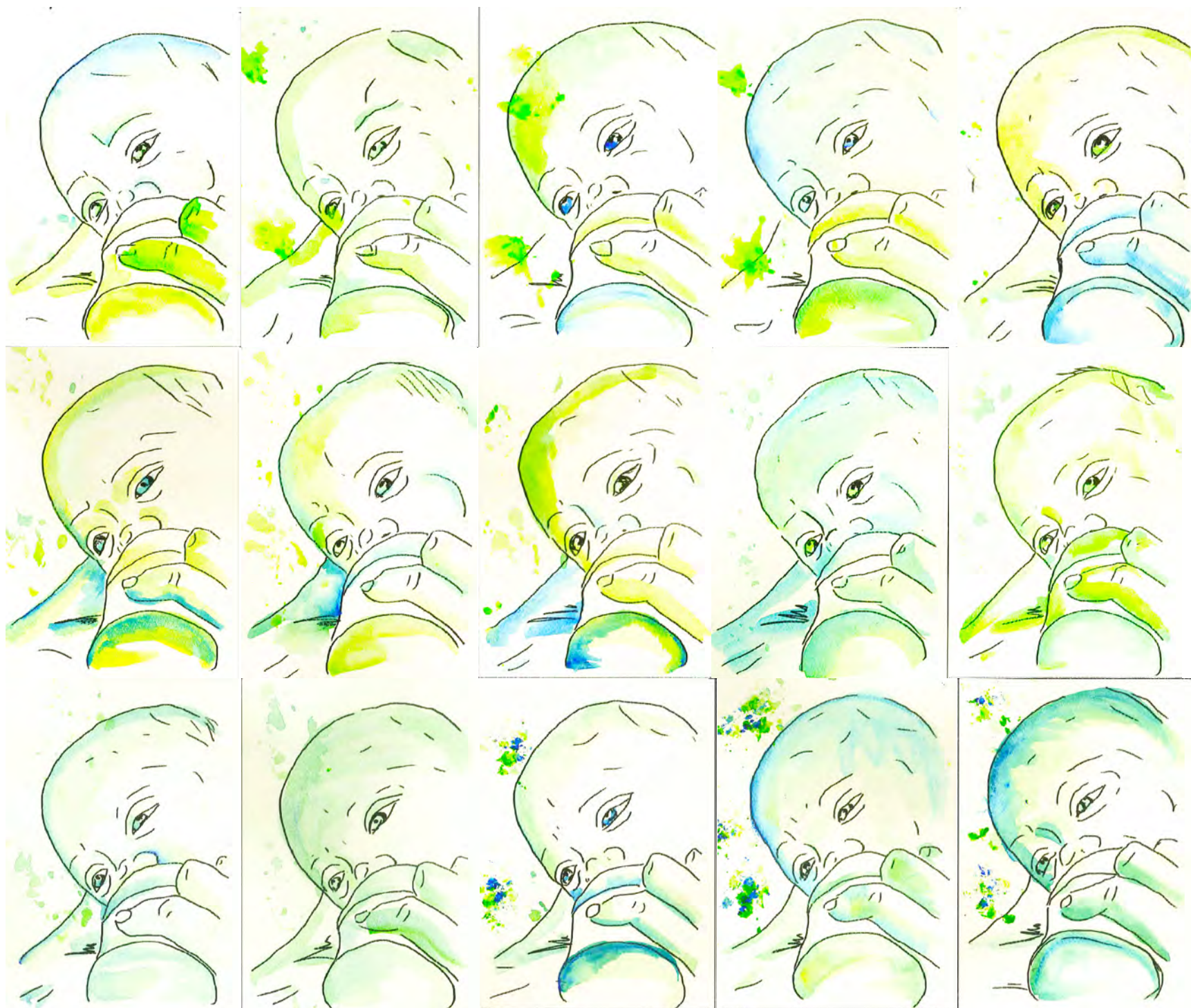
3.5.1. Rotoscopia digital



3.5.2. Video final



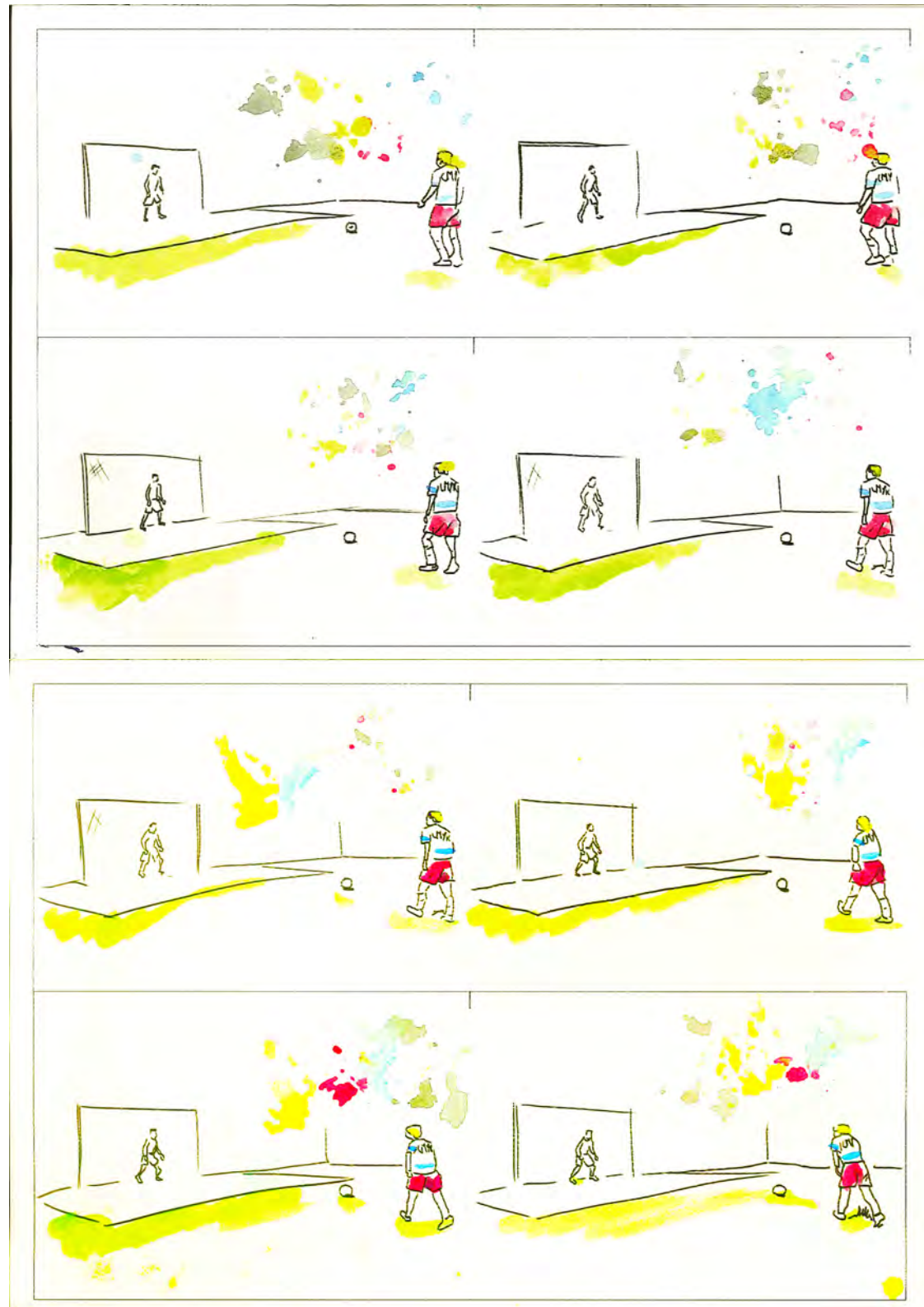
3.5.2./video final



3.5.2./video final



3.5.2. Video final



3.6. Viral

3.6.1. Fan Page



El realizar una fanpage nos ayuda para la viralización del video, ya que es el medio en el que se desenvuelven los jóvenes y pueden interactuar, dando sus opiniones y leer cosas de interés.

HTTPS://
WWW.FACEBOOK.COM/MIAPELLIDOAZUL?REF=HL

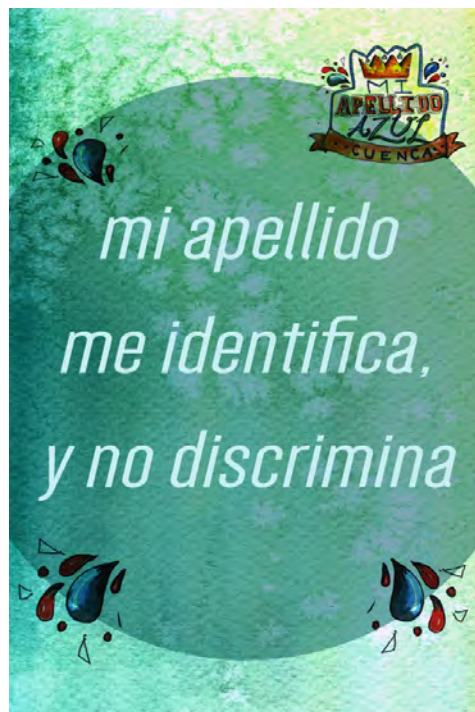


3.6.1. Fan page

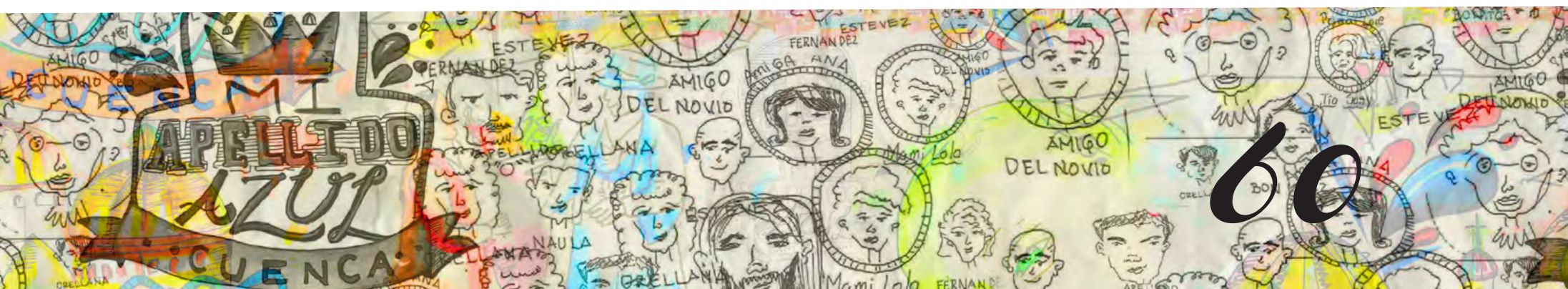
Para llamar la atención del público meta, no es suficiente subir el video a la red.

Se necesita un plan para que mantengan el interés en la página, y al ver que los jóvenes se preocupan mucho de la par-

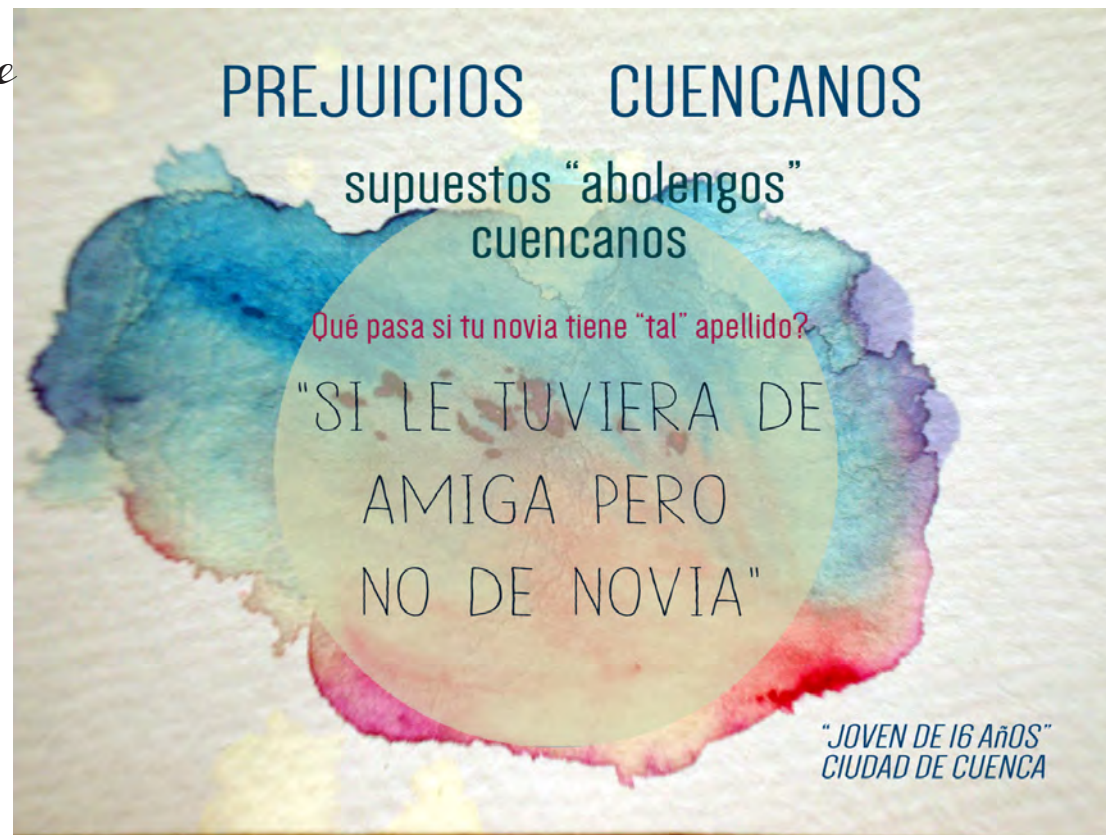
te social, se plantearon visitas a los diferentes colegios para tomarles fotos con diferentes imágenes de las frases que se colocaron en la fan page, un letrero del nombre del video, globos para llamar la atención y también se les entregaron souvenirs con gráfica realizada con imágenes del video.



Frases que forman parte de la fan page



3.6.1. Fan page



Frases que forman parte de la fan page

3.6.1. Fan page



Visitas a los colegios, invitamos a los colegiales personalmente a visitar la página, llamando su atención con globos, se les regaló escarapelas, obteniendo que otros estudiantes se acerquen, por curiosidad.

Se colocaron las fotos en la red social, se etiquetaron a los jóvenes que aparecían en la foto y ellos pusieron "ME GUSTA", en la página, obteniendo así más seguidores que se interesan por el proyecto.

prejuicios por
apellidos
en
Cuenca-Ecuador?

SI, EXISTEN!

ESTOS APELLIDOS NOS IDENTIFICAN
pero no n

Y SI NO TUVIERAMOS
APELLIDOS?

y si los cambiamos
por COLORES?

y en vez
de tener
prejuicios

pintamos
CUENCA!



muy pronto

Video de expectativa

Se realizó un video en el cual aparecen frases explicando un poco el tema. No dice nada en específico, dejando un sentido de curiosidad creando expectativa.

3.6.2. Souvenirs



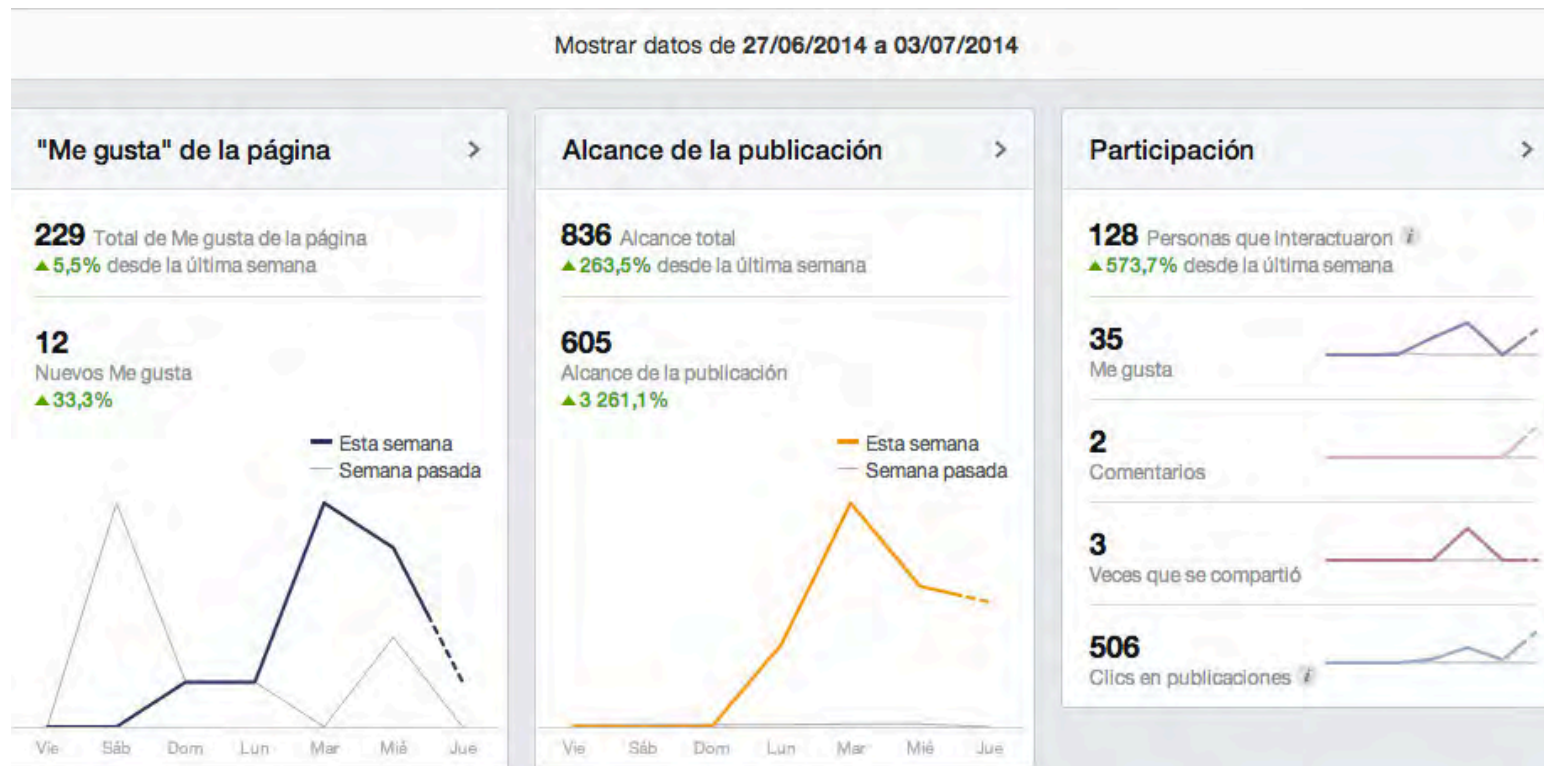
Se realizaron varias texturas, basadas en la gráfica del proceso del video, utilizando desde los bocetos, imágenes rotoscopiadas, acuareladas, el nombre de la campaña, para

formar diferentes morfologías juveniles para aplicar en escarpelas, sellos, skins de celular, buffs, para promocionar el video, en forma de regalos, premios o incentivos.

3.6.2. *Souvenirs*



3.6.3. Estadísticas



Una de las tantas ventajas de la “fan page” de Facebook, es que nos permite revisar exactamente los resultados que se han dado en el tiempo que tenemos la página. Las ta-

bulaciones son automáticas, facilitándonos así visualizar las estadísticas.

3.6.3. Estadísticas

Fecha de publicación	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Participación	Promocionar
03/07/2014 21:11	 Compartimos este proyecto en diferentes			58 	0 2 	Promocionar publicación
03/07/2014 21:09	 Fotos de la publicación de Mi apellido "azul"			155 	166 4 	Promocionar publicación
01/07/2014 14:18	 Muy pronto!			121 	34 6 	Promocionar publicación
30/06/2014 19:34	 muy pronto!			389 	85 12 	Promocionar publicación
30/06/2014 18:23	 somo "diferentes" no menos ni más!			136 	24 10 	Promocionar publicación
11/06/2014 10:36	 que opinan de comentarios como es de "buena familia"			238 	170 23 	Promocionar publicación
10/06/2014 21:24	 Cuenca tiene tanto para ofrecer, cuencanos! 0			142 	55 6 	Promocionar publicación

Página	Actividad	Estadísticas	Configuración	Exportar	Crear público	Ayuda
Descripción	Clics en "Me gusta"	Alcance	Visitas	Publicaciones	Personas	
18:23	 menos ni más!			136 	10 10 	Promocionar publicación
11/06/2014 10:36	 que opinan de comentarios como es de "buena familia"			238 	170 23 	Promocionar publicación
10/06/2014 21:24	 Cuenca tiene tanto para ofrecer, cuencanos! 0			142 	55 6 	Promocionar publicación
10/06/2014 11:23	 Se hicieron diferente preguntas a adolescentes,			957 	274 42 	Promocionar publicación
09/06/2014 19:51	 Realizando un video sobre prejuicios cuencanos!			15 	10 7 	Promocionar publicación
09/06/2014 19:50	 foto de portada de Mi apellido "azul"			183 	7 0 	Promocionar publicación
09/06/2014 19:41	 Existen prejuicios en Cuenca?			198 	22 6 	Promocionar publicación

La elaboración de este video superó el objetivo general que es evidenciar los prejuicios en los adolescentes cuencanos, pero si hablamos en lo gráfico, ha superado las expectativas, ya que se han formado diferentes morfologías partiendo de esos trazos manuales y colores fantasiosos.

68

3.8. Recomendaciones

En el proceso de diseño del video, se pudo visualizar que éste puede ser parte de una campaña completa en contra de los prejuicios.

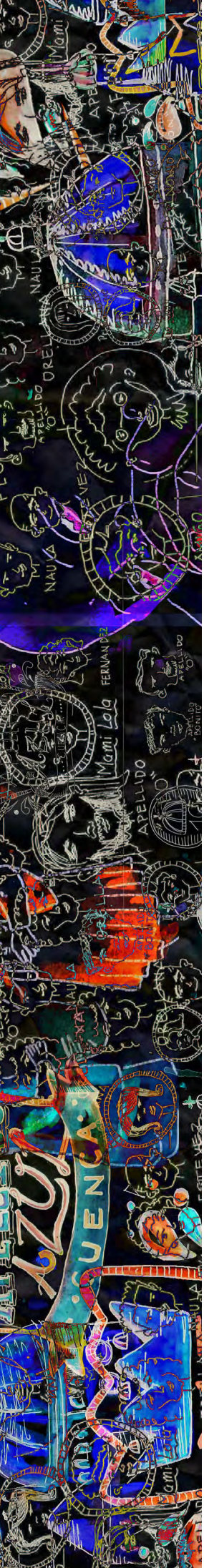
Los trazos logrados pueden ser utilizados en un sin fin de artículos promocionales para una campaña.

Se podría también realizar una serie de videos, en contra de otros tipos de prejuicios como raciales o diferentes estereotipos.



Bibliografía

- Zeeegen, Lawrence. *Principios de ilustración*. Barcelona: Gustavo Gili, 2009.
www.cuencanos.com. www.cuencanos.com. 2006.
<http://www.cuencanos.com/cuenca/index.php> (último acceso: 20 de febrero de 2014).
- Wigan, Mark. *Imágenes en secuencia*. Barcelona, 2008.
- Whittaker, James. *La psicología social en el mundo de hoy*. México: Trillas, 1980.
- Velasteguí, Cecibel. *Niños de la calle, parte del paisaje urbano*. Cuenca: Universidad del Azuay, 2012.
- Victoria, Juan Salvador. *Nueva publicidad, comercio electrónico y demás propuestas interactivas*. Málaga: Estudios y ensayos, 2002.
- Castro, Karina, y Sánchez José. *Dibujos animados y animación*. Quito.
- Chacón Zhapan, Juan, Pedro Soto, Mora, y Diego. *Historia de la gobernación de Cuenca*. Cuenca: Universidad de Cuenca, 1993.
- Escobar de la Serna, Luis. *Derecho de la información*.
- González, Carlos. *El guión*.
- Keller, Suzanne. *Más allá de la clase dirigente*. New York: Tectos, 1971.
- Merizalde y Santiesteban, Joaquín. *Relación histórica, política y moral de la ciudad de Cuenca*. Quito: Casa de la cultura ecuatoriana, 1957.
- Patmore, Chris. *Curso completo de animación*. Barcelona: Acanto, 2003.
- Pipes, Alan. *Dibujo para diseñadores*. Barcelona: Blume, 2008.
- Selby, Andrew. *Nuevos procesos y procesos creativos*. Londres: Parramón, 2009.



Bibliografía de imágenes

1.- <http://www.taringa.net/posts/arte/2768118/La-historia-de-la-animacion.html>

2.- <http://misskeito.net/julianmcmahon/?p=331>

3.- <http://diloengrafico.wikispaces.com/Dise%C3%B1o+Gr%C3%A1fico+en+cine.+Storyboard>

4.- http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Logo_YouTube_por_Hernando.svg?uselang=es

Anexos

Grupos focales

El primer grupo fueron adolescentes entre 13 y 17 años de la ciudad de Cuenca. El primer grupo fuero de colegios particualres, reconocieron el problema y aceptaron que ellos sin ven diferente a los otros jóvenes por tener apellidos que suenan “chistos” así lo catalogaron. Mencionaron puntos como sus amistades, relaciones amorosas e influencias de sus padres.

El segundo grupo fueron chicos de colegios fiscales, ellos también aceptaron el conflicto, siendo testigos de discriminación y “bullyng”, aceptan que se burlan de los apellidos de origen inca, otros dicen que no les importa que se burlen de sus apellidos, pero también tuvieron respuestas discriminatorias hacia otros grupos.

Anexos

Entrevista

DR. JUAN MARTINEZ

PROFESOR UNIVERSITARIO EN CUENCA, ECUADOR. INTERESADO EN TEMAS DE HISTORIA CULTURAL Y COMPROMETIDO CON LA EDUCACIÓN.

Opinión sobre el abolengo cuencano.

Hay algunas investigaciones sobre este tema, aunque no demasiadas, hace algunos años se hizo una tesis norteamericana que se llama “Los nobles de Cuenca”. Si uno mira hacia atrás, por ejemplo la historia colonial, obviamente existió población de origen español, pero que de ninguna manera algo parecido a lo que se podría llamar una “nobleza titulada”, a diferencia de Quito que por ser capital de La audiencia, visitaban con frecuencia gente de la nobleza española como condes, existieron la nobleza titulada, no que se consideran nobleza, sino fueron títulos que se emitieron por el Rey de España. Pero en Cuenca no, lo que sí en la época colonial temprana existían familias que seguían un sistema que trataban de mantener distancia con los grupos mestizos e indígenas, y se consideraban a sí mismos nobles por el hecho de tener un origen español, ahora, niquiera eso significa que efectivamente estas personas hayan tenido realmente abolengo, sino que a la larga se trata estrictamente de una construcción cultural propia que no tiene una vinculación con una realidad histórica. Mucha gente aquí se ha sentido descendiente de la más alta nobleza pero en el fondo todo eso es falso. Hay un momento en donde la sociedad cuencana se va reestructurando porque la influencia de las guerras de la independencia sobre este territorio es muy fuerte, mucha gente aporta a campañas independentistas con mucho dinero, mucha gente inclusive va a salir de esta región e ir a España o a otros lugares con lo cual se da un fenómeno mal conocido entre 1820-1840 que es una reconstitución

de las familias principales, estas familias empiezan a lograr una posición social ya no tanto por la propiedad de la tierra, sino básicamente se dan actividades productivas que generan ingresos económicos importantes, entonces de alguna forma en esta época lo que se va a dar es una especie de construcción de una nueva nobleza pero basada en el dinero. Ahora en esta sociedad en reconstrucción intenta diferenciarse de lo que podríamos mencionar en términos muy laxos y sin ninguna precisión semántica, el pueblo, entonces se da una adquisición de elementos identitarios asociados con Europa, una adquisición de la moda, y la gente empieza a distinguirse de manera de identidad personal y diferenciarse de grupos como los cholos, chazos, indígenas, por ejemplo si uno mira las imágenes del primer cuarto del S.XX, se encontrará claramente esta distinción.

Los prejuicios no se dan sólo entre estos grupos que se podría considerar una “nobleza dominante” dentro de la sociedad, esos prejuicios también se dan en distintos grupos sociales, por ejemplo en el interior de un barrio la gente establece escalas, y estos a la vez establecen más escalas, y entonces no tiene nada de raro que la gente de barrio que tiene un oficio como panadero, carpintero desprecie también a sujetos que considere que son inferiores a ellos. Por otro lado tampoco se debe olvidar que en el ámbito rural, dentro de los grupos indígenas existe una nobleza y que esta a veces se considerado descendientes de funcionarios administrativos de la época del inca, recibiendo beneficios como grupos dominantes.

AZUL
CUENCA

MI
APELLIDO
AZUL
CUENCA

MI
APELLIDO
AZUL
CUENCA

MI
APELLIDO
AZUL
CUENCA

MI
APELLIDO
AZUL
CUENCA

MI
APELLIDO
AZUL
CUENCA

