

TREBALL FINAL DE GRAU

Los Motion Graphics para el documental Snow Soul

Creación del Motion Design y los Motion Graphics
para el documental de esquí de montaña Snow Soul

Laura Trunas Villalobos
Grau en Mitjans Audiovisuals

CURS 2020-21



Centre adscrit a la





Centre adscrit a la



Grado en Medios Audiovisuales

Los Motion Graphics para el documental *Snow Soul*:

Creación del Motion Design y los Motion Graphics
para el documental de esquí de montaña *Snow Soul*

Memoria Trabajo Aplicado

LAURA TRUNAS VILLALOBOS
TUTOR: FRAN PINEL CABELLO
CURSO 2020-21



Dedicatoria

A todas las mujeres valientes que siguen escalando montañas físicas y sociales.
Sobretudo a mi madre y a mi abuela, luchadoras, cuidadoras, educadoras y compañeras.

Agradecimientos

A todos los que han hecho quien soy hoy. Amigas, familia, sobretodo Sergi por su apoyo incondicional en todo momento. A Fran, mi tutor por hacer el camino más fácil.

A Far, Javi, Jon, Dani y Alejandro, un equipo de grandes profesionales y mejores personas que han hecho de *Snow Soul* una experiencia única e inolvidable.

Resum

Mitjançant el disseny d'uns Motion Graphics, s'ha tractat d'afegir valor emocional i narratiu a la història de la Suzie Marachet, una jove atleta amb un repte molt ambiciós pel davant: el descens del Puigmal de nit. Analitzarem a fons el procés d'ideació, realització i postproducció dels Motion Graphics y su diseño, passant per un ampli anàlisi dels referents i marc teòric on exposarem tota la història darrere d'aquest projecte.

Resumen

Mediante el diseño de unos Motion Graphics, se ha tratado de añadir valor emocional y narrativo a la historia de Suzie Marachet, una joven atleta con un reto muy ambicioso por delante: el descenso del Puigmal de noche. Analizaremos a fondo el proceso de ideación, realización y postproducción de los Motion Graphics y su diseño, pasando por un amplio análisis de referentes y marco teórico donde exponemos toda la historia detrás de este proyecto.

Abstract

Through the design of some Motion Graphics, an attempt has been made to add emotional and narrative value to the story of Suzie Marachet, a young athlete with a very ambitious challenge ahead: the descent of Puigmal at night. We will thoroughly analyze the process of ideation, realization and post-production of the Motion Graphics and its design, going through a broad analysis of references and theoretical framework, where we expose the story behind this project.

Índice

Índice de figuras	3
Índice de tablas	5
Glosario de términos.....	7
1. Introducción.....	1
2. Definición de los objetivos y alcance	5
2.1. Objetivos.....	5
2.1.1. Objetivos principales	5
2.1.2. Objetivos secundarios	5
2.2. Alcance	6
3. Análisis de referentes.....	7
3.1. Título de apertura.....	7
3.2. Infografías.....	10
3.2.1. Localización	10
3.2.2. Texto superpuesto	15
3.3. Los Motion Graphics como <i>storytelling</i>	16
3.4. Perspectiva de género en el deporte	19
3.5. Créditos.....	24
3.6. Tabla Resumen	25
4. Marco teórico.....	29
4.1. El Motion Design.....	29
4.1.1. ¿Qué son los Motion Graphics?.....	30
4.1.2. Las funciones de los Motion Graphics.....	31
4.1.3. Las aplicaciones de los Motion Graphics	32
4.1.4. Recorrido histórico de los Motion Graphics en el cine.....	33
4.1.5. Herramientas para desarrollar Motion Graphics.....	37
4.2. La creación de un Motion Design.....	38
4.2.1. Técnica.....	38
4.2.2. Estilo	39
4.2.3. Los gráficos: arte y diseño	43
4.3. El <i>storytelling</i> en el Motion	45
4.3.1. La modalidad de deporte del esquí de montaña.....	45
4.3.2. Rompiendo barreras de género en el deporte del esquí de montaña.....	46
5. Metodología.....	51
5.1. Concepción Global	51

5.2. Diseño de la metodología	54
5.2. Herramientas de la metodología	56
6. Análisis y resultados	59
6.1. Preproducción	59
6.2. Producción y postproducción	64
7. Conclusiones	77
8. Referencias	81
8.1. Bibliografía	81
8.2. Webgrafía	82
8.3. Filmografía	88
PLAN DE VIABILIDAD	93
1. Planificación	93
1.1. Planificación inicial	93
1.2. Desviaciones	93
2. Análisis de la viabilidad técnica	95
3. Análisis de la viabilidad económica	96
3.1. Presupuesto de los costes de producción profesionales	96
3.2. Presupuesto de los costes de producción reales	98
4. Aspectos Legales	99
5. Referencias	100
ANEXOS	101
1. Antecedentes actuales en formato libro	101
2. Principales industrias de los Motion Graphics	103
3. Análisis del <i>hardware</i> para el desarrollo de los Motion Graphics	104
4. Análisis de la metodología de producción	108
5. Elementos dentro de la composición	110
6. Elementos dentro del espacio	111
7. <i>Briefing</i> Creativo	114
8. <i>Moodboard</i>	115
9. Segunda concepción Global	116
10. Referencias de Anexos	117

Índice de figuras

Fig. 3.1. Frames del videojuego Steep (Manceau, 2016).	8
Fig. 3.2. Frames del documental Hokkaido Calling (Hoorn, 2017).	8
Fig. 3.3. Frames del documental Free Solo (Chin y Vasarhelyi, 2018).	9
Fig. 3.4. Frames del documental Lhotse (The North Face, 2019).	9
Fig. 3.5. Frames del documental The Great Siberian Traverse (Hoorn, 2015).	10
Fig. 3.6. Frame del videojuego Steep (Manceau, 2016).	11
Fig. 3.7. Frames del documental <i>Hokkaido Calling</i> (Hoorn, 2017).	11
Fig. 3.8. Frame del documental Zabardast (Tanon, 2018).	12
Fig. 3.9. Frame del documental Zabardast (Tanon, 2018).	12
Fig. 3.10. Frames del documental Free Solo (Chin y Vasarhelyi, 2018).	13
Fig. 3.11. Frames del documental Free Solo (Chin y Vasarhelyi, 2018).	13
Fig. 3.12. Frames del documental Lhotse (The North Face, 2019).	14
Fig. 3.13. Frames del documental Frozen Mind (Frioux & Moulin, 2018).	14
Fig. 3.14. Frames del documental Obsession (Saffie, 2019).	15
Fig. 3.15. Frames del documental <i>Ultrarunning 3 Peaks in 24 hours w/Runner Alex Roudayna "Chikorita"</i> (Red Bull, 2020).	16
Fig. 3.16. Frames del documental Kilian Jornet Path to Everest (Serra y Montaz-Rosset, 2018).	17
Fig. 3.17. Frames del documental Free Solo (Chin y Vasarhelyi, 2018).	18
Fig. 3.18. Frames del vídeo The End of Women's Sports (PragerU, 2020). ..	18
Fig. 3.19. Frames del vídeo Balance the Heart N7 Wellness in Motion Nike (Nike, 2020).	19
Fig. 3.20. Carteles de la campaña de Nike #Betterforit.	21
Fig. 3.21. Frames de los créditos finales del cortometraje Moonline (PVS Company, 2017).	24
Fig. 3.22. Frames del spot publicitario de Volvo S90 (Radugadesign, 2017). ..	24
Fig. 4.1. Frames del Design Board impulsado por tipografía del proyecto del estudiante <i>The Forgotten Planet</i> de Chris Salvador, SCAD BFA (Shaw, 2016, p.230).	40

Fig. 4.2. Frames del Design Board táctil del proyecto del estudiante <i>The Evolution of Cotton</i> de Beth Hulver, SCAD BFA (Shaw, 2016, p.242).	41
Fig. 4.3. Frames del personaje del corto <i>Man</i> , creado por Steve Cutts. (Cutts, 2012).	42
Fig. 4.4. Frames del Design Board Infográfico del proyecto <i>Bitcoin Explained</i> de Duncan Elms. (Elms, 2014).	42
Fig. 4.5. Frames del Design Board Modernista del proyecto del estudiante Caresse Haaser, SCAD BFA (Shaw, 2016, p.258).	43
Fig. 5.1. Collage de frames de <i>L'Hotse</i> (The North Face, 2019), <i>Moonline</i> (Rousseau, 2016), <i>Hokkaido Calling</i> (Hoorn, 2017) y el propio documental <i>Snow Soul</i> (2020).	52
Fig. 6.1. A la izquierda la tipografía Natural Signature, a la derecha la tipografía Mate SC.	65
Fig. 6.2. Style Frame de la cita introductoria.	65
Fig. 6.3. <i>Desing Board</i> de los Créditos de apertura.	66
Fig. 6.4. Capturas de pantalla de los elementos utilizados para la creación del título <i>Snow Soul</i> , así como de la articulación en <i>Adobe After Effects</i> y el resultado final.	67
Fig. 6.5. <i>Design Board</i> de las animaciones de los mensajes emergentes.	68
Fig. 6.6. <i>Design Board</i> del cairon de presentación de Suzie Marachet.	69
Fig. 6.7. <i>Design Board</i> del cairon de presentación de los espacios de cada capítulo.	70
Fig. 6.8. Captura de pantalla de la vista superior de las capas en el espacio tridimensional y resultado final de la presentación y el espacio del recorrido que realiza la protagonista.	71
Fig. 6.9. Resultados finales de las presentaciones de las infografías técnicas del espacio.	71
Fig. 6.10. <i>Design Board</i> de los Créditos finales.	72
Fig. 6.11. <i>Design Board</i> de la Historia de Suzie Marachet en el esquí y captura de pantalla de la edición de las imágenes en una composición de <i>Adobe After Effects</i>	73
Fig. 6.12. <i>Storyboard</i> con los <i>Style Frames</i> y las indicaciones de animación y música.	74
Fig. 6.13. <i>Design Board</i> del resultado final de la animación del esquí de travesía definido por Suzie Marachet.	74

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Referentes estéticos</i>	25
Tabla 2. <i>Referentes formales</i>	26
Tabla 3. <i>Referentes narrativos</i>	26
Tabla 4. <i>Concepción Global Motion Graphics Snow Soul</i>	51
Tabla 5. <i>Comparativa del software principal utilizado</i>	56
Tabla 6. <i>Cronograma de Gantt del TFG</i>	93
Tabla 7. <i>Cronograma de Gantt con las desviaciones del TFG</i>	95
Tabla 8. <i>Presupuesto profesional estimado por la creación de los Motion Graphics</i>	97

Glosario de términos

<i>Broadcast</i>	Difusión masiva de información o paquetes de datos a través de redes informáticas. El termino se utiliza en las telecomunicaciones para referirnos a la emisión en televisión o internet, entre otros.
<i>Broadcast design</i>	Abarca una amplia gama de disciplinas, que van desde el diseño de <i>sets</i> , el diseño de <i>motion graphics</i> hasta el diseño de iluminación y desempeñan un papel clave en la configuración del aspecto de las transmisiones de noticias de televisión, programas de entretenimiento, transmisiones deportivas o cualquier otra transmisión.
<i>Chyron</i>	(‘cairon’ en español) un título generado electrónicamente superpuesto en una pantalla de televisión o cine para dar información extra o resaltar datos importantes. Lo más común es encontrarlo en la parte inferior de la pantalla.
Crominancia	La información que define el color (tono y saturación) de una imagen.
Etalonaje	Todas aquellas acciones que tienen como objetivo: corregir errores de continuidad visual, fallos de la exposición, fallos en el color. Además, de crear una atmósfera concreta conocida como un look o estilo visual.
<i>Extreme close-ups</i>	Toma en la que se enmarca un sujeto muy de cerca, a menudo tanto que las partes exteriores del sujeto quedan cortadas por los bordes del encuadre. En un actor, esto se usa comúnmente para mostrar partes específicas del cuerpo, como la cara o la cadera, pero puede acercarse para mostrar solo la boca de un actor, o incluso un solo ojo.
<i>Free ride</i>	Modalidad dentro de un deporte en el que no se sigue un recorrido concreto.

<i>Free solo</i>	Escalar sin el uso de protección contra caídas.
Guía de Estilo	Conjunto holístico de estándares que define la marca de la producción. Hace referencia a la gramática, el tono, el uso del logotipo, los colores, las imágenes, el uso de palabras, el punto de vista y más.
<i>Hand-drawn animation</i>	Técnica de animación tradicional en la que cada fotograma de la película se dibuja a mano.
<i>Hand-drawn type</i>	Técnica tipográfica “hecha a mano” para crear una pieza única que no es posible obtener descargando la fuente de internet.
<i>Hardware</i>	Conjunto de elementos físicos o materiales que constituyen una computadora o un sistema informático.
Infografía	Un gráfico, cronograma o ilustración que utiliza elementos gráficos para presentar información de una manera visualmente impactante y atractiva.
<i>Look and feel</i>	Referente al estilo o la forma en que un usuario o cliente ve algo.
Luminancia	La información que define el brillo de una imagen.
<i>Mood</i>	Un estado mental consciente o emoción predominante.
<i>Motion</i>	(Movimiento en español) acto, proceso o instancia que cambia de lugar.
<i>Overlay</i>	Es la superposición de diseño en el nivel superior de una obra de arte no animada, diseñada para crear profundidad.
Persistencia de la visión	“ <i>Habilidad del ojo humano, para retener una imagen por una fracción de segundo después de que desaparezca. El cerebro humano es engañado en la percepción de una sucesión rápida de diferentes frames continuos de una imagen. El breve período, durante el cual cada imagen persiste en la retina, permite que se mezcle suavemente con la imagen siguiente</i> ” (Krasner, 2008, p.2).

<i>Print design</i>	Proceso de diseño gráfico en el que se obtiene como producto final un diseño en formato digital (.psd, .tif, .indd, etc.). No incluye el proceso de impresión, es decir, la producción de copias impresas de documentos y otros diseños.
Público aspiracional	Público que desea conseguir un determinado producto servicio o experiencia pero que, sin embargo, por alguna barrera se hace imposible su adquisición. No obstante, el deseo no satisfecho estimula la confianza hacia la marca e idealiza el producto. Haciendo del cliente aspiracional un fanático que recomendará la marca.
<i>Rapid-cut editing</i>	(<i>O fast cutting</i>) es una técnica de edición para ir abruptamente de una breve escena a otra.
<i>Software</i>	Conjunto de programas y rutinas que permiten a la computadora realizar determinadas tareas.
<i>Split-screen montage</i>	Combinación de dos o más escenas de películas por separado que aparecen en el mismo cuadro.
<i>Storytelling</i>	(‘Narración’ en español) es la actividad de contar o escribir historias.
Tipografía cinética	Capacidad que tiene la tipografía para expresar emociones, mediante movimientos y acciones a través de la animación de las palabras, convirtiéndolas así en objetos expresivos, superando la función lectora.
<i>Tracking</i>	Es el proceso de seguimiento del movimiento de un objeto dentro de una pieza de metraje, a través de la recopilación de datos de seguimiento del punto seleccionado aplicado a otro elemento u objeto. Como resultado de aplicar estos datos, el elemento u objeto ahora coincide con el movimiento del metraje y de este modo, se puede componer algo en una escena que nunca estuvo allí antes.
<i>Workflow</i>	La secuencia de pasos involucrados en moverse desde el principio hasta el final de un proceso de trabajo.

Zoom-in

Movimiento de cámara dentro de una misma secuencia en el que pasamos mediante travelling de un plano abierto a un plano más cerrado.

Zoom-out

Movimiento de cámara dentro de una misma secuencia en el que pasamos mediante travelling de un plano cerrado a un plano más abierto.

1. Introducción

Secuencias de títulos de cine, spots publicitarios, sintonías de telediarios y de canales, *overlays* animados en videojuegos, vídeos musicales, presentaciones de negocio y educativas, *banners* en sitios web, menús de DVD y Blu-ray, interacciones en aplicaciones móviles, galerías de arte, clubes y eventos; todos estos son algunos de los lugares y situaciones en los que los Motion Graphics acostumbran a presentarse. Cada vez están más y más presentes en nuestras vidas, hasta tal punto que los encontramos en prácticamente cualquier dispositivo digital que utilizamos.

Una de las primeras definiciones que encontramos de los Motion Graphics, es la de Ian Crook y Peter Beare, analistas y pedagogos expertos en la materia, los definen como una: “*coreografía de elementos gráficos en el tiempo para comunicar una información*” (Crook y Beare, 2017, p.10), definición que más adelante se profundizará y personalizará, teniendo en cuenta su trayectoria a lo largo de la historia, aplicaciones y funcionalidades, entre otras materias.

Ian Crook y Peter Beare, explican que: “El concepto de Motion Graphics no es nuevo, desde finales del siglo XIX se han producido diversos tipos de animación hasta llegar a la idea que tenemos hoy de estos. La novedad, sin embargo, es la proliferación de técnicas - paralelamente a la evolución de la tecnología-, que permiten a los artistas realizar muestras cada vez más creativas” (Crook y Beare, 2017, p.8).

El **objeto del proyecto** se divide en tres fases: la primera, centrada en la organización, estudio y delimitación de la idea creativa en referencia al proceso de creación del Motion Design; la segunda, enfocada en la producción de los Motion Graphics para una pieza audiovisual concreta: el documental de esquí de montaña *Snow Soul*; la tercera, como fase de integración de los Motion Graphics en los clips del documental. Este documental narra la conexión que genera el esquí de travesía con el “alma” de las montañas, a través de la historia de Suzie Marachet, una esquiadora que experimenta por primera vez la adrenalina de bajar el Puigmal de noche, ese lugar donde empezó todo.

El TFG es aplicado, y el ámbito de trabajo en el que se sitúa es en la fase de postproducción del documental en cuestión. No obstante, al ser práctico, se hace una inmersión en la investigación y desarrollo de la coherencia visual que compone el Motion Design personal de la producción.

Por otro lado, tras el desarrollo del Motion Design para el documental, se ha procedido a la creación de los Motion Graphics, que componen diferentes áreas del proyecto como los **créditos tanto de apertura** como de **cierre**; así como **dar ritmo a la narración** y reforzar la sensación de riesgo extremo y adrenalina vinculados al deporte extremo de montaña por un lado, y potenciar el concepto y perspectiva de género del documental por otro, -que experimenta la protagonista-, **aportando información técnica** de las condiciones climatológicas y del terreno en cada situación, entre otras de sus posibles funciones. Todo esto está ligado a la fase de producción previa del documental, para la integración de los gráficos en movimiento en el documental, sin llegar a perjudicar el propio ritmo natural de la narración.

No obstante, las desviaciones a las que se ha visto sometida la realización del proyecto personal del trabajo de final de grado, para evitar la dependencia con el resto del equipo, se ha realizado la postproducción con los clips necesarios a nivel personal, para poder entregar una propuesta de estilo visual que justifique todas las decisiones de diseño y lenguaje tomadas a lo largo del proyecto.

Con tal de proseguir con el documental una vez terminado el proyecto personal de final de grado, se ha generado una **Guía de Estilo** para ayudar con la creación de cualquier comunicación y difusión en referencia al diseño del imaginario gráfico-visual.

A continuación, en los siguientes apartados se expone la justificación y motivación de realizar este proceso creativo, así como los **objetivos** específicos a conseguir con estos.

Primeramente, encontraremos el apartado donde se exponen los objetivos, tanto principales como secundarios, y el alcance del proyecto.

A continuación, se muestra el **Análisis de referentes** que se han tomado para los títulos de apertura, las infografías, ejemplos de Motion Graphics como *storytelling*, como se trata la perspectiva de género en los deportes y los créditos finales. En el último punto de este

apartado, se encuentran diferentes tablas-resumen de todos los ejemplos que se han tomado como referencia para la ejecución del proyecto.

En el **Marco Teórico**, como su propio nombre indica, se trata la parte más teórica del proyecto. Aquí se puede encontrar una explicación exhaustiva de qué es el Motion Design, qué funciones y aplicaciones tiene, como se ha usado hasta la actualidad en el cine, y cuáles son las herramientas principales para su creación. Se tratan también todos los tipos de técnica, estilo y características específicas para la propia creación de este. Finalmente, comentamos la fuerza del Motion Design como herramienta de *storytelling*.

En el apartado de **Metodología**, se expone la concepción global como síntesis del desarrollo del proyecto. En el diseño de la metodología encontraremos todos los pasos a seguir para el correcto proceso de creación, juntamente con las herramientas usadas para esta.

Una vez decidida la metodología, se hace un amplio **Análisis del desarrollo y los Resultados** obtenidos en el apartado de preproducción, producción, y postproducción de los Motion Graphics, añadiendo los resultados finales para su evaluación.

Finalmente, el proyecto culmina analizando y comentando todas las **conclusiones** extraídas de la realización de este y haciendo una valoración de los objetivos conseguidos como de la experiencia personal adquirida.

2. Definición de los objetivos y alcance

2.1. Objetivos

Los objetivos de este proyecto se dividen según objetivos principales, entendidos como aquellos más relevantes y específicos del TFG; y objetivos secundarios, entendidos como aquellos que ocurrirán como consecuencia lógica de los primeros.

2.1.1. Objetivos principales

- Analizar la función del lenguaje a través de las metáforas visuales, así como la perspectiva de género en el esquí de montaña, con la finalidad de generar un imaginario gráfico-visual que refuerce el panorama narrativo y emocional del documental *Snow Soul*.
- Conseguir un Motion Design personalizado y coherente con las necesidades estéticas y narrativas de la pieza.

2.1.2. Objetivos secundarios

- Generar un lenguaje visual que exprese la dureza del deporte extremo, a través de la infografía.
- Crear una Guía de Estilo para toda la unidad visual referente al documental *Snow Soul*.
- Crear una Guía sintetizada sobre la creación de un Motion Design personalizado para un producto audiovisual.
- Ampliar los conocimientos de la postproducción, concretamente en la creación de un Motion Design y la creación de los Motion Graphics.

2.2. Alcance

El alcance de este proyecto está limitado por la producción del producto final *Snow Soul*, como pieza documental. Para la finalización y entrega de este TFG académico se realizará una propuesta visual que intente cumplir todos los objetivos definidos anteriormente, condicionado por su integración en el material previamente rodado, editado y montado en las fases previas de postproducción.

Debido a la gran dependencia del proyecto individual con el resto del equipo, se realizará la postproducción con los clips necesarios a nivel personal, para poder entregar una propuesta de estilo visual que justifique todas las decisiones de diseño y lenguaje tomadas a lo largo del proyecto.

3. Análisis de referentes

Para la elaboración del proyecto se ha requerido de un trabajo de investigación y análisis de las fuentes consultadas y/o referentes, para extraer la base de la construcción de este. El estudio previo se centra a nivel de postproducción, en los referentes más relevantes en el deporte extremo hasta el momento que hayan hecho uso de los Motion Graphics, haciendo énfasis en aquellos relacionados con la montaña en un ambiente de temperaturas extremas con nieve.

Los siguientes referentes se han agrupado en las secciones: título de apertura, infografías, los Motion Graphics como *storytelling*, perspectiva de género en el deporte y créditos, para facilitar su comprensión y analizar su estructura narrativa y estética como inspiración al punto de partida del proyecto.

3.1. Título de apertura

En este apartado se analiza a nivel estético los títulos de apertura que se utilizan en los audiovisuales relativos al deporte de alta montaña, y concretamente acompañados de efectos visuales que transmiten la sensación de meteorología extrema.

3.1.1. Videojuego *Steep* (Manceau, 2016)

El videojuego *Steep* (Manceau, 2016) trata sobre diferentes retos a realizar relacionados con el esquí. Cada reto se presenta con un título de apertura con efectos visuales generados a través de Motion Graphics, que transmiten por su estética la sensación de: frío, ventisca y nieve, propia de dichos ambientes. En el minuto 5:50-5:52 del siguiente [enlace](#) se puede observar un ejemplo de ello, en la prueba “Jump”, referente a los saltos acrobáticos que el jugador debe realizar en el descenso por un recorrido de tablas.



Fig. 3.1. Frames del videojuego Steep (Manceau, 2016).

3.1.2. Documental *Hokkaido Calling* (Hoorn, 2017)

Documental que trata sobre la exploración en la isla de Hokkaido por Sam Smoothy, Jeremie Heitz y Dane Tudor, donde hay más de quince metros de nieve anuales, en busca de experiencias nuevas. En el siguiente [enlace](#) se puede ver como en el minuto 0:41-0:45, el título inicial aparece con Motion Graphics y junto a una transición de opacidad, sobrepuestos en un vídeo en el que el esquiador va entrando en pantalla. La composición del título se alza con una línea vertical en el eje de acción, que genera fuerza a la aparición del personaje y el camino que todavía le queda por recorrer a lo largo de todo el vídeo.



Fig. 3.2. Frames del documental Hokkaido Calling (Hoorn, 2017).

3.1.3. Documental *Free Solo* (Chin y Vasarhelyi, 2018)

El documental *Free Solo* (Chin y Vasarhelyi, 2018) trata sobre “el reto personal más ambicioso de Alex Honnold: escalar El Capitán, de 975 metros, en Yosemite sin cuerdas ni equipo de protección” (Mundo NG. s. f.).

En [Disney Plus](#) se puede visualizar el documental, donde en el minuto 5:07-5:30, aparece el título de apertura que mezcla diferentes elementos estéticos y narrativos. Antes de la aparición del título “Free Solo”, un gráfico 3D de la montaña que va a escalar, se alza, junto a infografías *trackeadas* que muestran la altitud y el dificultoso recorrido al que deberá enfrentarse el protagonista. Un *zoom-out*, a la vez que efectos de transiciones breves de

colores azul, violeta y rosa, dejan paso al título inicial que se escala hasta ocupar el centro de la pantalla en grande.



Fig. 3.3. Frames del documental *Free Solo* (Chin y Vasarhelyi, 2018).

3.1.4. Documental *Lhotse* (The North Face, 2019)

Documental sobre el descenso de Hilaree Nelson y Jim Morrison en Lhotse, la cuarta montaña más alta del mundo (The North Face, 2019). En el minuto 1:38-1:43 del siguiente [enlace](#), se encuentra el lanzamiento del título inicial compuesto por un diseño gráfico 2D que compone el fondo, y una tipografía clara y sencilla que aparece como Motion Graphic, arrastrada por un efecto de ventisca y nieve. La estética otra vez es minimalista, con colores fríos y junto a efectos que trasladan al espectador a la sensación extrema de este escenario.



Fig. 3.4. Frames del documental *Lhotse* (The North Face, 2019).

3.2. Infografías

Se agrupan en esta categoría el análisis de la función infográfica, a nivel estético, de los Motion Graphics que pueden aportar en diferentes ámbitos a situar y/o guiar al espectador en la narrativa.

3.2.1. Localización

Las infografías pertenecientes a la localización es uno de los recursos más importantes para situar al espectador en los recorridos de alta montaña.

3.2.1.1. Documental *The Great Siberian Traverse* (Hoorn, 2015)

The Great Siberian Traverse (Hoorn, 2015) documenta un viaje de esquí de 6.000 millas a través de Rusia, a lo largo del ferrocarril Transiberiano, para mostrar una comunidad de esquí al margen, la nieve polvo siberiana profunda y los orígenes antiguos del esquí.

Para plasmar este viaje y el recorrido que realizan, recurren al uso de los Motion Graphics. En el siguiente [enlace](#) podemos ver como en los períodos de tiempo: 11:26-11:29, 23:43, 26:27, se recrea un mapa 3D pertinente a Rusia, en el que diferentes elementos se van alzando cuando el tren va llegando a los diferentes destinos.



Fig. 3.5. Frames del documental *The Great Siberian Traverse* (Hoorn, 2015).

3.2.1.2. Videojuego *Steep* (Manceau, 2016)

En el menú de este videojuego, también se encuentra una referencia aérea para expresar la magnitud y relieve del terreno. Cómo se puede observar en el [enlace](#), en el minuto 5:43-5:47,

los Motion Graphics señalizan el recorrido que el jugador debe realizar en el mapa, viendo con perspectiva así, la magnitud y dificultad del reto.



Fig. 3.6. Frame del videojuego Steep (Manceau, 2016).

3.2.1.3. Documental *Hokkaido Calling* (Horn, 2017)

En este documental, también se encuentra una infografía en forma de mapa 3D que muestra la amplitud de la zona, la distancia entre elementos, así como la altitud, para tener un esquema de planta en el que situar la acción y dificultad de la aventura de los protagonistas. En el [enlace](#), en el minuto 2:15-2:22, se puede apreciar un ejemplo de ello.

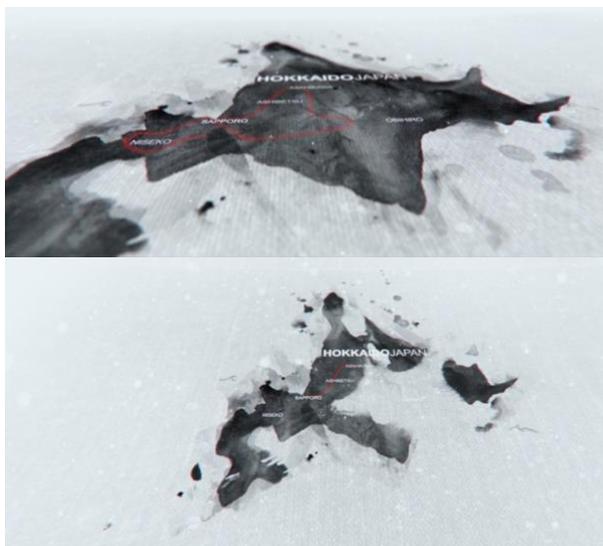


Fig. 3.7. Frames del documental *Hokkaido Calling* (Horn, 2017).

3.2.1.4. Documental *Zabardast* (Tanon, 2018)

Es un documental que “relata el íntimo diario de viaje de una increíble expedición de esquí de estilo *freeride* al corazón del Karakórum en Pakistán, una de las montañas más altas” (Picture Organic Clothing, 2018). En el minuto 8:18-8:26 del [enlace](#), se puede ver otro ejemplo creativo como recurso de Motion Graphics para narrar la trayectoria que el equipo pretende realizar en cada momento. El trayecto se dibuja mediante *tracking* con una línea discontinua sobre un mapa 3D, al mismo tiempo que este se mueve lentamente, para generar profundidad en la representación.

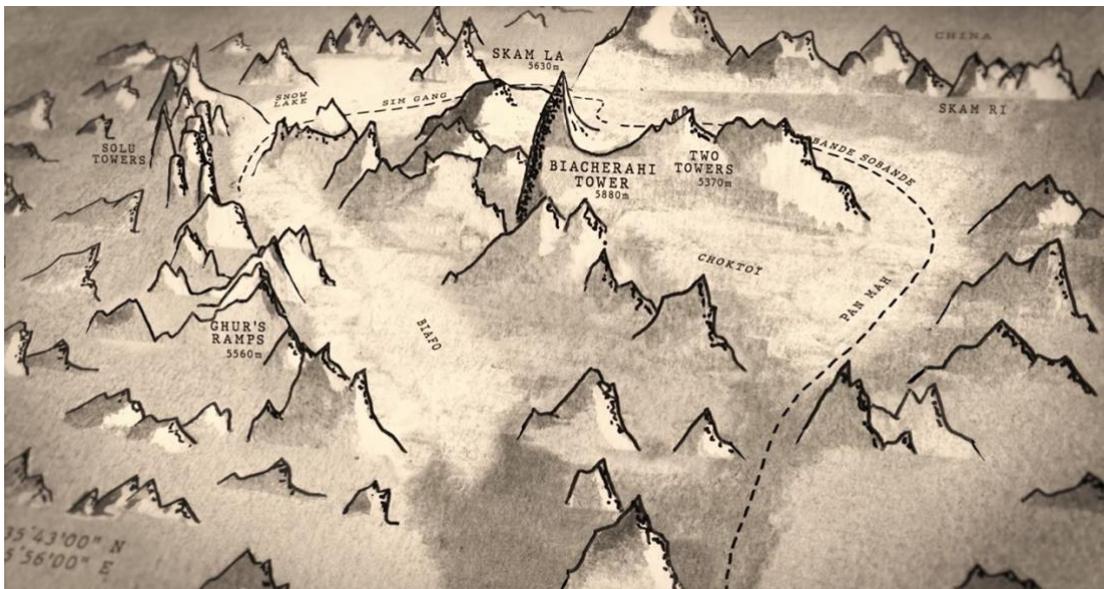


Fig. 3.8. Frame del documental *Zabardast* (Tanon, 2018).

Otro elemento que encontramos en el documental, es el uso de gráficos minimalistas estáticos para marcar las balizas del recorrido, e indicar el nombre del pico al que se dirigen y la altitud de este.



Fig. 3.9. Frame del documental *Zabardast* (Tanon, 2018).

3.2.1.5. Documental *Free Solo* (Chin y Vasarhelyi, 2018)

En el documental *Free Solo* (Chin y Vasarhelyi, 2018) destacan los Motion Graphics para reforzar en todo momento la majestuosidad de la vertical de la gran montaña rocosa de El Capitán en Yosemite. Los Motion Graphics se sitúan sobre una recreación animada de la montaña en 3D, *trackeados*, para mostrar la altitud del recorrido y la distancia en todo momento.

En [Disney Plus](#) se puede visualizar el documental, donde en los minutos 00:42:17-00:42:36, podemos ver un ejemplo de ello, al inicio cuando se está estudiando la complejidad del reto.



Fig. 3.10. Frames del documental *Free Solo* (Chin y Vasarhelyi, 2018).

Durante los minutos 01:21:54-1:27:03, se producen varios *zoom-in* y *zoom-out* con la misma funcionalidad, en las zonas específicas en las que el escalador está subiendo.



Fig. 3.11. Frames del documental *Free Solo* (Chin y Vasarhelyi, 2018).

3.2.1.6. Documental *Lhotse* (The North Face, 2019)

En este documental encontramos también, el mismo mapa que en los créditos iniciales se muestra, pero esta vez en 3D. En este, los picos de la sierra dónde se encuentra Lhotse se alzan en relieve, a la misma vez que los Motion Graphics *trackeados* avanzan mostrando el

recorrido y la altitud, que los expedicionistas deberán superar. En los minutos 10:36-10:44, 16:20-16:24 y 20:07-20:14 del siguiente [enlace](#), se pueden visualizar estas secuencias animadas. Cabe destacar el Motion Design novedoso y propio de la producción.

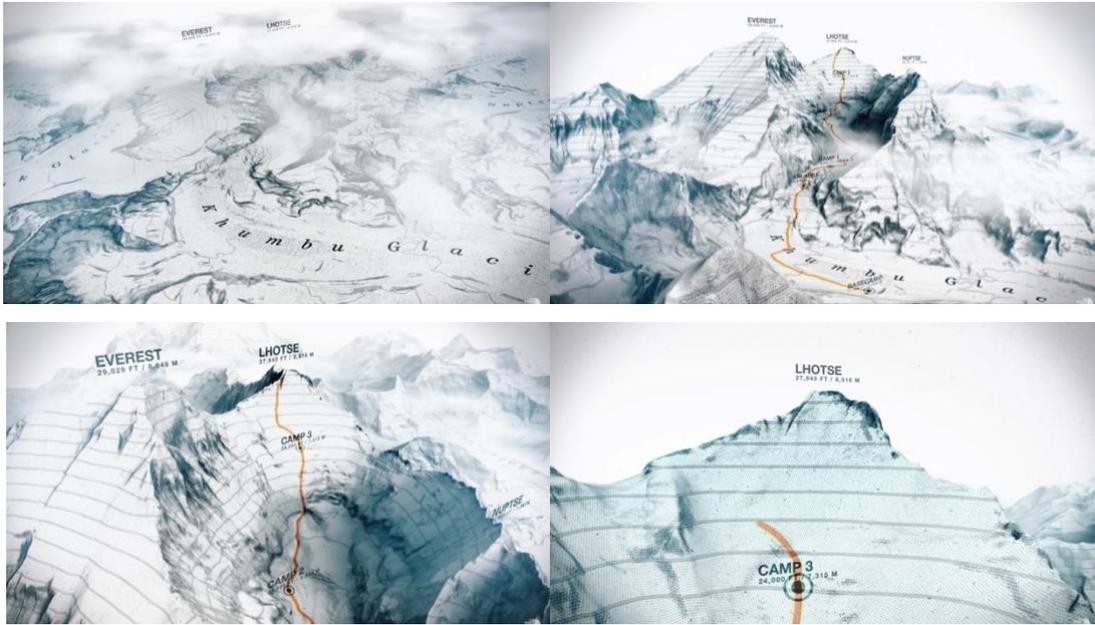


Fig. 3.12. Frames del documental Lhotse (The North Face, 2019).

3.2.1.7. Documental *Frozen Mind* (Frioux y Moulin, 2018)

En *Frozen Mind* (Frioux & Moulin, 2018), el snowboarder profesional Victor de Le Rue, pone a prueba sus límites contra las implacables pistas cubiertas de hielo en Chamonix, Francia. (Red Bull, 2018)

En el siguiente [enlace](#), se puede visualizar el documental, en el que cada pico que desciende el *snowboarder* se presenta como un nuevo escenario a través de un plano aéreo y Motion Graphics. Estos últimos sirven para *trackear* con una línea amarilla, cuando es posible, el recorrido del descenso. Además de mostrar con tipografía, el nombre y altitud de cada uno.



Fig. 3.13. Frames del documental Frozen Mind (Frioux & Moulin, 2018).

3.2.2. Texto superpuesto

Esta categoría recoge las infografías pertenecientes a otros aspectos diversos relativos a los deportes de alta montaña.

3.2.2.1. Documental *Obsession* (Saffie, 2019)

En este documental, sobre el escalador de hielo en la modalidad *free solo* de David Roetzel, encontramos Motion Graphics para enfatizar los elementos que le acompañan en su aventura y reforzar la sensación de peligro extremo. En el siguiente [enlace](#), en el minuto 0:38-0:45, se presentan infografías que refuerzan las propiedades o características, en este caso, de la herramienta para la escalada en hielo que usará el protagonista. La estética es minimalista y los colores utilizados fríos y sombríos.

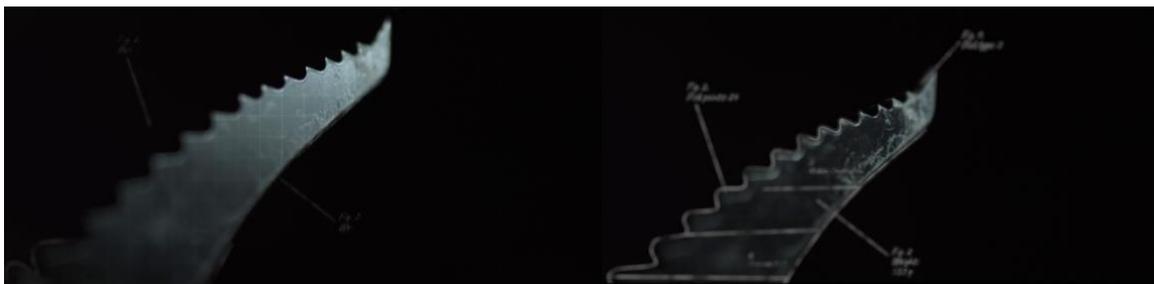


Fig. 3.14. Frames del documental *Obsession* (Saffie, 2019).

3.2.2.2. Documental *Ultrarunning 3 Peaks in 24 hours w/Runner Alex Roudayna "Chikorita"* (Red Bull, 2020)

En este documental se narra como “Alex Roudayna conocida como “Chikorita” es la primera mujer en escalar 3 volcanes en México en 24 horas” (Brozek, 2020). A nivel narrativo, es el único referente con una mujer como protagonista. Para reforzar el esfuerzo físico y dificultad del terreno, se muestra a través de Motion Graphics la altitud, el nivel de oxígeno y el tiempo restante para completar el reto. En el siguiente [enlace](#), se puede visualizar el documental.



Fig. 3.15. Frames del documental *Ultrarunning 3 Peaks in 24 hours w/Runner Alex Roudayna “Chikorita”* (Red Bull, 2020).

3.3. Los Motion Graphics como *storytelling*

En este apartado se analiza cómo mediante la técnica de los Motion Graphics se refuerza el arte de narrar historias.

3.3.1. Documental *Kilian Jornet Path to Everest* (Serra y Montaz-Rosset, 2018)

Este documental “narra la historia de cómo Kilian Jornet, el mejor corredor en la montaña tuvo éxito en completar el histórico doble ascenso del Everest en una semana, solo y sin oxígeno en mayo del 2017” (Prime Video, 2018).

En [Prime Video](#), se puede ver este documental, en el que en el minutaje: 7:10-7:43, 11:13-11:19, 26:12-26:50, 37:56-28:26, 49:10-49:44 y 53-56-54:33, los Motion Graphics tienen un papel fundamental para generar una historia paralela a la central de Kilian y contar la historia de todos aquellos que intentaron subir al Everest anteriormente, con éxito o no, hasta llegar al punto actual dentro de la historia, en el que Kilian inicia su expedición.



Fig. 3.16. Frames del documental Kilian Jornet Path to Everest (Serra y Montaz-Rosset, 2018).

3.3.2. Documental *Free Solo* (Chin y Vasarhelyi, 2018)

En el documental *Free Solo* (2018, Jimmy Chin, Elizabeth Chai Vasarhelyi) encontramos también Motion Graphics a modo de fotomontaje, que ayudan a narrar visualmente elementos del pasado del protagonista. (Ver en [Disney+](#) minutaje 14:08-15:05).

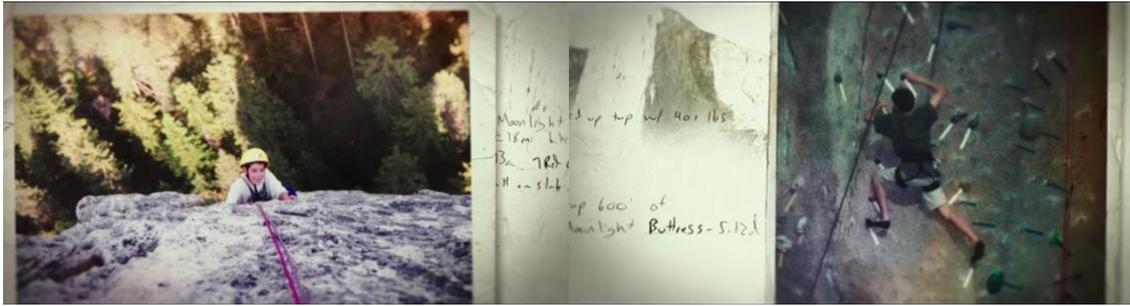


Fig. 3.17. Frames del documental Free Solo (Chin y Vasarhelyi, 2018).

3.3.3. Video *The End of Women's Sports* (PragerU, 2020)

En el [vídeo](#) *The End of Women's Sports* (PragerU, 2020) los Motion Graphics articulan con un diseño minimalista y bicromático, el discurso de la protagonista sobre su punto de vista con la actividad deportiva que practica. Se coge como referencia directa el lenguaje gráfico-visual que han generado con una estética unificada, mediante formas geométricas que aluden a la actividad física y los elementos relacionados.

La estructura narrativa se vehicula a través de los Motion Graphics compuestos por tipografía cinética, animación e infografías, que refuerzan y acompañan el mensaje de la entrevista que la joven realiza dirigiéndose al espectador. Los Motion Graphics como recurso narrativo son clave para mantener la atención del espectador, y entender de forma clara y concisa el diálogo expuesto. Un acierto que inspira sin lugar a duda la función de estos en el *storytelling*, sin coger como referencia la narrativa de este vídeo.



Fig. 3.18. Frames del vídeo The End of Women's Sports (PragerU, 2020).

3.3.4. Vídeo *Balance the Heart | N7 Wellness in Motion | Nike* (Nike, 2020)

En el [vídeo](#) *Balance the Heart | N7 Wellness in Motion | Nike* (Nike, 2020) los Motion Graphics vehiculan el diálogo sobre conceptos abstractos o emociones que no se pueden explicar con el sonido o la imagen de manera aislada. En este sentido, el conjunto de técnicas visuales mezcladas como el collage de elementos, el fotomontaje digital, la animación de estos, así como la mezcla entre fotos estáticas y el vídeo, acompañados de una voz narrativa, guían al espectador en su experimentación de emociones.

Sirve de inspiración la forma de narrar a través de los Motion Graphics.

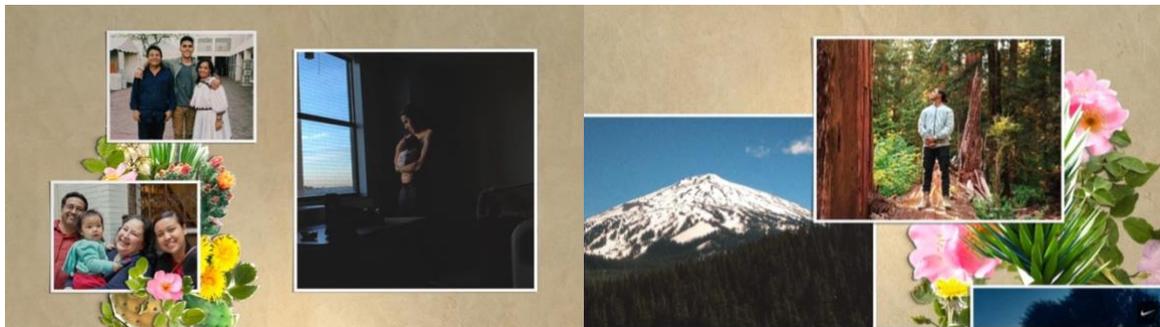


Fig. 3.19. Frames del vídeo *Balance the Heart | N7 Wellness in Motion | Nike* (Nike, 2020).

3.4. Perspectiva de género en el deporte

3.4.1. Video documental *Women in Sports Documentary* (Sullivan, 2016)

El documental *Women in Sports* se puede visualizar en [Youtube](#). A nivel técnico está poco trabajada su estética visual, pero destaca por sus fotografías en movimiento, el uso de tipografía cinética en mensajes clave, utilización de imágenes de archivos de los propios atletas en cámara lenta para reforzar su emotividad, recortes de noticias, estudios infográficos, la voz en off de las mujeres representativas que hilan toda la narrativa y entrevistas a profesionales y atletas.

No obstante, es un vídeo con impacto que ha triunfado en visualizaciones (31.644) por su *storytelling*, debido a no haber muchos documentales virales sobre perspectiva de género.

En el documental aparecen figuras deportivas clave en la normalización de la competición femenina en todos los deportes. Pero lo más importante, es la denuncia que hace a aspectos que sufren reiteradamente las deportistas como, por ejemplo: tratar el derecho a practicar deporte como un regalo y no como un propio derecho equitativo; la crítica a la reivindicación de su posición deportiva cuando se les rebate el que ya pueden participar, pese a que estas estén en un umbral secundario. Remarca la importancia de las audiencias de las retransmisiones, cómo estas están ayudando a cambiar esta perspectiva en la sociedad, aunque deben de seguir creciendo y forzar a que haya cambios económicos en las figuras profesionales deportivas vistas de forma equitativa como modelo o profesión digna para cualquier persona.

El documental incluso demuestra cómo pese a que las mujeres destacan más en algunos deportes que los hombres, ellos están mejor pagados. Un ejemplo claro sería el Club de Soccer de USA.

Se denuncia cómo la imagen de ellas en el deporte está sexualizada, cómo su apariencia está por encima de sus logros en los medios de comunicación y cómo se les representa estereotípicamente. Quiero remarcar la cita del vídeo que dice: *“la mujer nace libre y sin miedos en el deporte. Cuando crece aprende los estereotipos de la sociedad que las muestra débiles o frágiles o que deben de tener miedo por como se ven. Por ello los medios de comunicación son muy importantes para reflejar como de empoderadas, tenaces y perseverantes son como atletas.”*

A parte de expresar su experiencia como atletas y el recorrido histórico en algunos deportes, se hace una llamada a la acción: el público debe apostar por aquellos medios que muestran a las atletas como iguales por sus logros, al igual que las empresas. Todas aquellas que hagan lo contrario, deben de ser boicoteadas. Hay que recurrir a escribir cartas al Editor a todos aquellos medios de comunicación, demandando este tipo de contenido para que los directivos vean que su público está cambiando su visión.

Antes no había referentes, no había soporte del gobierno, incluso dice en el video “no había esperanza”. Por ello se debe dar importancia al deporte femenino en los medios de comunicación, ya que son una influencia en la sociedad de hoy en día.

3.4.2. Publicidad de Nike

Nike es una marca comercial de ropa deportiva que aporta mucho más bajo su marca internacional. El mensaje de Nike en las últimas campañas desde los 90' dedicadas a la reivindicación de la mujer ha sido un elemento clave para animar a todo este colectivo, en las diferentes culturas, a practicar deporte.

La narrativa de Nike en sus campañas publicitarias como mensajes de empoderamiento femenino y de superación personal en el deporte sirven de inspiración a la hora de construir un relato de visibilización de equidad en el deporte.

Se quiere remarcar algunas de sus campañas especialmente por su mensaje:

1. #Betterforit. Una campaña exclusivamente lanzada a mujeres, que promueve la superación personal de la mujer y las anima a compartir su entrenamiento en las redes sociales. La muestra como deportistas fuertes y tenaces en sus metas.



Fig. 3.20. Carteles de la campaña de Nike #Betterforit.

2. Spot *Voices* (Romanek, 2012). Con una narrativa clara: mostrar cómo desde pequeñas se instauro en la educación social la misoginia. El hacer creer a todo el espectro que no entraba en la categoría de hombres, que no podían practicar deporte. No obstante, la ambición del cortometraje es centrarse en que no ha sido un problema del pasado, sino que es un problema que afecta a las futuras generaciones. Por ello, se muestra a las atletas que rompen los códigos de su tiempo como personas fuertes que han superado todas las barreras, pasando la antorcha a las futuras niñas con la ilusión de simplemente jugar.

3. Spot *Dream Crazier* (Grand y Mortimore (productores) y Hunnicutt (director), 2020). El cortometraje presenta una serie de clips donde las atletas son despedidas y desacreditadas con términos como "desquiciada, histérica, irracional y loca". Los clips también presentan a las atletas tomando su espacio y fortalecidas en oposición a la idea arcaica de que las mujeres son débiles, silenciosas y sumisas.

3.4.3. *Cuerdas rebeldes: retratos de mujeres alpinistas* (Jausoro A., 2001)

Cuerdas Rebeldes es un conjunto de nueve relatos breves de mujeres alpinistas que recogen 170 años de montañismo femenino: desde la condesa D'Angeville, la primera mujer en coronar la cumbre del Mont Blanc en 1838, hasta Míriam García Pascual (1963-1990), escaladora y escritora de *Bájame una Estrella*.

Cómo dice Pati Blasco en su artículo en la Web de Desnivel "no es un recorrido profundo y exhaustivo por cada una de esas vidas interesantes, privilegiadas y valientes. Pero ese viaje es una puesta en contexto, a través de sus protagonistas, de una época, de un lugar de la mujer en esta historia de montañas, de lo que representa la aventura. Una aventura arriesgada e intrépida: la de desafiar los códigos y preceptos de una época." (Blasco, 2018).

En el libro se relata como todas, en sus distintas circunstancias, debieron enfrentarse a diferentes adversidades que para sus colegas varones jamás fueron obstáculos a la hora de disfrutar del deporte alpino. La mujer vive una época en la que se le cuestiona cómo de perjudicial puede ser su práctica para sus cuerpos débiles, e incluso, puede afectar a su capacidad reproductora. Se les cuestiona el ser o no buena figura materna. El poder encabezar de cuerda una escalada, tan solo si el grupo en su totalidad son mujeres. Incluso se les prohíbe dormir en plena montaña durante la noche.

Cómo dice Pati Blasco de nuevo en su artículo sobre Cuerdas Rebeldes, este libro "[...] habla precisamente de todo lo contrario, de mujeres rebeldes, valientes, decididas, que actuaron de manera diferente a lo que requerían las costumbres, la normalidad, el día a día y la buena educación. Y gracias a estas desobedientes aventureras los caminos hacia las montañas se nos hicieron un poco menos escarpados. Fueron lo que les dijeron que no podían ser, y en estas precisas páginas, nos lo regalan. «Una vida no da para cambiar la

vida» dicen, pero estos pedacitos de vida nos cambian un poco y pueden ser una inspiradora cábala para comprender que quienes podemos cambiar el estado de las cosas somos nosotras: las propias mujeres innovadoras y transgresoras y desobedientes encordadas para crear nuevos modelos de vida.” (Blasco, 2018).

3.4.4. Plataforma multimedia *Shades of Winter*

[Shades of Winter](#) (Lahnsteiner, 2013) es el primer documental que se hace sobre esquí *freeride* femenino de alto rendimiento, protagonizado por mujeres de distintos continentes. Tuvo tan buena acogida que un año más tarde realizan [Pure](#) (Feil, 2014) con nuevas aventuras auténticas. Incluso años más tarde, siguen realizando largometrajes y cortometrajes documentales que incluyen otras modalidades deportivas de acción femenina como [Between](#) (Lahnsteiner, 2016), [Crossroads](#) (Lahnsteiner, 2017), [Couples](#) (Lahnsteiner, 2018), [Connects](#) (Lahnsteiner, 2018) y [Lucid](#) (Lahnsteiner, 2019). Todos estos proyectos tienen en común el estar protagonizadas por algunas de las mejores atletas femeninas del mundo con el afán de “crear modelos de rol femeninos fuertes para inspirar y empoderar a las mujeres a vivir un estilo de vida activo al aire libre”, como remarcan en su página web (Shades of Winter, 2020).

[Shades of Winter](#), fundado por la esquiadora austriaca Sandra Lahnsteiner, sirve como referencia para conectar a las mujeres líderes del sector con el consumidor final a través de su plataforma multimedia.

En esta se pueden encontrar sus propias producciones, una sección de viaje que anima a las personas a vivir nuevas aventuras de acción al aire libre, a conectar en campamentos, retiros o talleres que comparten una misma afición; la generación de eventos y difusión de de todas aquellas producciones que siguen sus valores de dar visibilidad al deporte de acción femenino; e incluso un lugar donde charlar sobre el poder de los modelos femeninos en eventos tantos físicos como digitales.

Sin lugar a duda, el mensaje de empoderamiento y el éxito de esta plataforma sirve como referencia para la creación de un contenido inclusivo que dé visibilidad a las mujeres como iguales en el deporte de acción.

3.5. Créditos

En este apartado se analiza la estética y simbología de los elementos visuales como créditos de apertura o cierre de las piezas audiovisuales.

3.5.2.1. Cortometraje *Moonline* (PVS Company, 2017)

En el [cortometraje Moonline](#) (Rousseau, 2017), a partir del minuto 2:46 al 3:30 aparecen los créditos finales: un espectáculo de luces que continúa, junto a tipografías que se van desenmascarando al son de la luna creciente, el símil que acompaña el propio título del cortometraje. Trasladar la narrativa de la acción de la noche bajo la luz de la luna al Motion Design es todo un acierto.

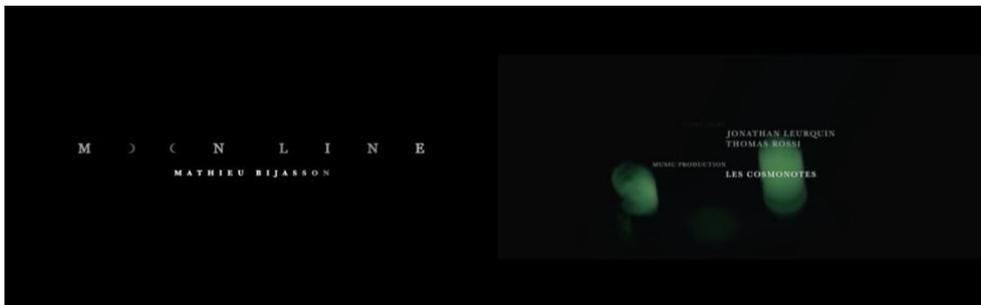


Fig. 3.21. Frames de los créditos finales del cortometraje Moonline (PVS Company, 2017).

3.5.2.2. Publicidad *Volvo S90* (Radugadesign, 2017)

En el spot publicitario [Volvo S90](#) (Radugadesign, 2017), se coge como referente por su estética a la hora de narrar y transmitir la magia del coche a través de partículas. Estas cobran vida y van dibujando en el espacio las formas del vehículo, junto a la música que en su compás deja ver las tipografías cinéticas en referencia a características del Volvo S90.



Fig. 3.22. Frames del spot publicitario de Volvo S90 (Radugadesign, 2017).

3.6. Tabla Resumen

Los referentes a continuación se engloban en una tabla en la que se podrá ver de una forma conjunta la utilidad y conexión de las referencias y el proyecto según aplicación:

Tabla 1.

Referentes estéticos

Título de apertura / Tipografías	Los efectos visuales de nieve, ventisca y frío, así como la paleta de colores de tonos fríos del documental Videojuego <i>Steep</i> (Manceau, 2016) (Véase punto 3.1.1.) y <i>Lhotse</i> (The North Face, 2019) (Véase punto 3.1.4.).	El minimalismo en la construcción de los créditos o título de apertura del documental <i>Hokkaido Calling</i> (Hoorn, 2017) (Véase punto 3.1.2.).	
Infografías	El minimalismo con el que expresan la situación geográfica en la que se encuentran mediante texto en el documental <i>Frozen Mind</i> (Frioux y Moulin, 2018) (Véase punto 3.2.1.7.) y <i>Ultrarunning 3 Peaks in 24 hours w/Runner Alex Roudayna "Chikorita"</i> (Red Bull, 2020) (Véase punto 3.2.2.2.).	La iconografía del videojuego <i>Steep</i> (Manceau, 2016) (Véase punto 3.2.1.2.) para mostrar información técnica del recorrido, lugar y condiciones meteorológicas.	La señalización del recorrido mediante el trazo de una línea <i>trackeada</i> , así como el movimiento por un espacio tridimensional artificial para presentar el espacio. Referencia del documental <i>Free Solo</i> (Chin y Vasarhelyi, 2018) (Véase punto 3.2.1.5.).
Los Motion Graphics como <i>storytelling</i>	La animación mediante el efecto <i>parallax</i> y formas vectorizadas para plasmar la <i>voz en off</i> en entrevistas o discursos que refuercen la narrativa	El lenguaje gráfico-visual minimalista en una paleta cromática bitonal para articular la <i>voz en off</i> de la entrevista, así como en el vídeo	

	del documental como en <i>Kilian Jornet Path to Everest</i> (Serra y Montaz-Rosset, 2018) (Véase punto 3.3.1.).	<i>The End of Women's Sports</i> (PragerU, 2020) (Véase punto 3.3.3.).
Créditos	Combinar las partículas lumínicas de VFX con la tipografía cinética como en el cortometraje <i>Moonline</i> (PVS Company, 2017) (Véase punto 3.5.2.1.) y en el spot publicitario de <i>Volvo S90</i> (Radugadesign, 2017) para presentar el final del descenso nocturno de Suzie Marachet.	

Nota: Resumen de los referentes estéticos de los Motion Graphics para *Snow Soul*.

Tabla 2.

Referentes formales

Los Motion Graphics como <i>storytelling</i>	El fotomontaje en un espacio con sensación de tridimensionalidad para narrar la historia de la protagonista como en el documental <i>Free Solo</i> (Chin y Vasarhelyi, 2018) (Véase punto 3.3.2.) y el vídeo <i>Balance the Heart N7 Wellness in Motion Nike</i> (Nike, 2020) (Véase punto 3.3.4.).	
Créditos	Separar el título de la pieza, así como a la protagonista, del equipo audiovisual como se hace en el cortometraje <i>Moonline</i> (PVS Company, 2017) (Véase punto 3.5.2.1.) para presentar tanto el inicio como el final del descenso nocturno de Suzie Marachet.	

Nota: Resumen de los referentes formales de los Motion Graphics para *Snow Soul*.

Tabla 3.

Referentes narrativos

Perspectiva de género en el deporte	El afán de dar voz y visibilizar el deporte femenino a su vez que una equidad para cualquier género. Además de	El mostrar los beneficios del deporte y lo que pueden suponer, en este caso a las mujeres el	Los proyectos y la Plataforma multimedia <i>Shades of Winter</i> son proyectos que tienen en común el estar
-------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>mostrar los logros de Suzie esquivando cualquier sexualización de su cuerpo y persona, como se trata en el video documental <i>Women in Sports Documentary</i> (Sullivan, 2016). (Véase punto 3.4.1.).</p>	<p>practicarlo: sentirse libres y fuertes, el romper las barreras mentales y sociales, como tratan en los diferentes spots de la publicidad de Nike. (Véase punto 3.4.2.).</p>	<p>protagonizadas por algunas de las mejores atletas femeninas del mundo con el afán de crear modelos de rol femeninos fuertes para inspirar y empoderar a las mujeres a vivir un estilo de vida activo al aire libre (Véase punto 3.4.4.). Su objetivo es referencia para plasmar a través del personaje de Suzie Marachet: una mujer de a pie amante del deporte en la naturaleza.</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Nota: Resumen de los narrativos de los Motion Graphics para *Snow Soul*.

4. Marco teórico

Una vez analizados los referentes y valoradas las posibilidades y ambiciones creativas dentro del proyecto hay que elaborar el marco teórico, para acotar detalladamente el punto de partida de investigación.

Para valorar el estado de los Motion Graphics como objeto de trabajo se propone un índice que recorrerá, en primer lugar, la definición, funciones y aplicaciones que proporciona como producto audiovisual; para continuar con el recorrido histórico de los Motion Graphics desde su inicio hasta la actualidad, entrando en el *hardware* y *software* necesarios para el desarrollo de estos; siguiendo con el proceso de creación de un Motion Design en las técnicas, estilo y composición; para finalmente profundizar en el arte de narrar historias a través del movimiento en la temática del esquí de montaña y la perspectiva de género.

Antes de entrar de lleno en la temática, cabe valorar la cantidad de información de la que se dispone. Actualmente, hay muy poca información en línea gratuita sobre el proceso creativo de un Motion Design y Motion Graphics, y más en el campo específico del documental. Mucha información accesible, recae en los aspectos más técnicos del *software* o creación de diseño gráfico, pero no en una teoría de los Motion Graphics. La información sobre este ámbito creativo se ha centralizado en la venta de libros que desgraciadamente tras el intento de conseguirlos mediante préstamos de bibliotecas o de compañeros profesionales, no se han podido obtener en su totalidad ([Véase Anexo 1](#)). Además, es interesante tener en cuenta que, en esta temática, no hay diferentes corrientes u opiniones autorales que colisionen, más toda información que se publica al respecto suma valor académico.

Desde una perspectiva humilde, se espera que el trabajo también pueda ayudar a aumentar el contenido teórico en torno al estudio del Motion.

4.1. El Motion Design

El «**Motion Design**» es una disciplina que aplica los principios del diseño gráfico a los principios de la producción de videos mediante el uso de animación y efectos visuales. En definitiva, consiste en la creación de gráficos animados o diseño gráfico en movimiento. Es

común su empleo en ámbitos como el cine, la televisión y las plataformas o dispositivos web (SEGD, 2014; ESDESIGN - Escuela Superior de Diseño de Barcelona, 2019).

Los Motion Graphics es el término sinónimo utilizado para referirnos a la producción de esta información visual en movimiento. Esta línea entre Motion Design y otras disciplinas y/o términos siempre ha sido borrosa, pero se diferencian por su propósito y/o función, desarrollado en los próximos puntos (Palazzi, 2020).

4.1.1. ¿Qué son los Motion Graphics?

La expresión inglesa “*Motion Graphics*” (traducida como “grafismo en movimiento o “grafismo animado”) es, al mismo tiempo, extremadamente simple y muy difícil de fijar. En pocas palabras, los Motion Graphics, abarcan **movimiento de posición** -en los tres ejes x, y z-, **rotación** o **escalado del tamaño** -entre otras propiedades-, de imágenes, vídeo y texto a lo largo del tiempo en la pantalla, y normalmente acompañado de banda sonora. Aunque, cualquier **elemento visual** -texto, imagen, textura, forma o línea- puede formar parte de un Motion Graphic. Sin embargo, esta definición sólo describe el mecanismo o el proceso físico sin transmitir realmente las dimensiones y el alcance, ni lo diferencia con claridad de otras técnicas como la animación o los efectos visuales (Crook y Beare, 2017, p.10).

- **¿Qué diferencia los Motion Graphics de una animación o de los efectos especiales?**

A diferencia del animador, el *motionographer* (o grafista de movimiento) se encarga de diseñar y coordinar esta animación con un propósito de **comunicación** y no de simple experiencia visual. Los Motion Graphics pueden pues, servir para explicar algo tan simple como el título de una película, o tan complejo como el funcionamiento de una aplicación (Crook y Beare, 2017, p.10).

“La clave de la diferencia es el propósito: El principal propósito de un filme de animación es atraer y entretener. Quizá contenga un significado o un mensaje, pero se da por sentado de que la experiencia visual será agradable. Por su parte, el grafismo animado, aunque pueda construirse con las mismas herramientas y métodos, tiene el propósito primordial de añadir significado a otra cosa. Puede ser atractivo y entretenido, pero, ante todo, es informativo” (Crook y Beare, 2017, p.12).

Lo mismo que con la animación, resulta difícil separar los efectos visuales de los Motion Graphics, debido a que tienen puntos en común e incluso suelen aparecer juntos, por ejemplo, en secuencias de crédito iniciales, como la de *Hannibal* (Scott, 2001) realizada por Momoco. La diferencia recae en la independencia de los elementos, es decir, si el efecto forma parte integral del metraje y no se distingue del mundo real, se trata de un efecto visual; en cambio, si es un elemento separado actúa por derecho propio, podemos clasificarlo como grafismo en movimiento (Crook y Beare, 2017, p.14).

Así pues, como ya se ha comentado anteriormente, una de las definiciones que encontramos de los Motion Graphics, es la de Ian Crook y Peter Beare, que los definen como una: “*coreografía de elementos gráficos en el tiempo para comunicar una información*” (Crook y Beare, 2017, p.10).

Por otro lado, Austin Shaw explica en su libro *Fundamentos y Técnicas del Motion Design* que “[...] la cualidad definitoria de los Motion Graphics es el cambio que ocurre con el tiempo. [...] Los medios en movimiento incluyen disciplinas como diseño gráfico, ilustración, fotografía y pintura. [...] Y debido a que el cambio ocurre con el tiempo, el Motion Design a menudo se denomina «medio basado en el tiempo»”. (Shaw, 2016)

Y finalmente, Alex Palazzi los define como disciplina que da “*movimiento a los elementos de diseño gráfico generalmente presentado en formas, objetos, imágenes, tipografía, que tienden a tener un aspecto de narración concreto*”. (Palazzi, 2020)

Por lo tanto, podemos decir que la definición de los Motion Graphics es la creación de un Motion Design caracterizado por los gráficos que puede incluir: texto, infografías, formas geométricas, fotografías, vídeos y efectos visuales, en movimiento y acompañados por una música, dictada por el factor del tiempo; y con la finalidad de crear un producto audiovisual que refuerce o simplifique la comprensión de un mensaje o emoción.

4.1.2. Las funciones de los Motion Graphics

Cómo se expone anteriormente, el objetivo principal del grafismo animado es el de comunicar información y diseño visual, antes que crear una conexión emocional. Cómo explican Ian Crook y Peter Beare: “*esto no significa que una pieza de grafismo animado no*

pueda incluir personajes ni ser emocionante; pero, en todo caso, el motivo principal de su existencia es la comunicación visual” (Crook y Beare, 2017, p.12).

Las funciones de los Motion Graphics se resumen en los siguientes cuatro puntos. Estas funciones pueden divergir e incluso aplicarse todas ellas en un mismo producto audiovisual.

1. **Informar:** ayudar a comprender mejor una idea abstracta o compleja de forma visual (Constant, 2020).
2. **Storytelling:** capacidad de narrar o contar una historia, así como de reforzar la narrativa principal (Blazer, 2020).
3. **Llamar la atención del espectador:** el estilo y diseño del movimiento se aplica a ciertos elementos de una composición para enfatizar el mensaje y atraer la atención del espectador a ellos. Un ejemplo sería el uso en logos o campañas publicitarias (Constant, 2020; Palazzi, 2020).
4. **Sintetizar:** capacidad de los Motion Graphics de simplificar y ejemplificar la información más relevante de una forma más atractiva, cuando se dispone de mucha información o mucho texto en un vídeo. También se puede animar todo el texto con distintos efectos (Constant, 2020).

En este sentido, como explica el diseñador especializado en Motion Graphics, Alex Palazzi: “el Motion Design no solo puede ayudar a comunicar un mensaje, sino que también puede ser el mensaje en sí mismo cuando se trata de explicar conceptos complejos.” (Palazzi, 2020).

4.1.3. Las aplicaciones de los Motion Graphics

Los Motion Graphics pueden tener diversas aplicaciones. A continuación, tras visualizar diversas taxonomías que realizan autores como Wang Shaoqiang (2017) o Austin Shaw (2016), se ha agrupado en cinco categorías las utilidades más relevantes de estos:

- **Publicidad:** pertenecen todas aquellas obras relativas al arte comercial o corporativo. En esta encontramos anuncios publicitarios en formato spot, logos animados, caretas de televisión, banners web, entre otros.

- Entretenimiento: se encuentran los *videomapping* y las cinemáticas en videojuegos, entre otros. Pese a tener un componente enfocado a una finalidad de entretenimiento, tienen el componente narrativo del *storytelling*, y de aportar información para entender el resto de la narrativa a la que acompañan.
- Cultural: enmarca las animaciones expositivas, los ensayos visuales, así como algunos movimientos poéticos e instalaciones de bellas artes.
- Interactiva: se encuentran las aplicaciones relativas al diseño de experiencia de usuario y el diseño de movimiento interactivo.
- Cinematográfica: engloba las aplicaciones relacionadas a un proyecto audiovisual cinematográfico en el que los Motion Graphics pueden servir como: secuencia de créditos iniciales, refuerzo de la narrativa con la creación de una pieza *storytelling*, infografías o créditos de cierre.

4.1.4. Recorrido histórico de los Motion Graphics en el cine

Para entender un poco más, de dónde surgen y hacia dónde evolucionarán los Motion Graphics, se analiza el recorrido histórico de estos, centrándose en el medio del cine.

4.1.4.1. Inicio

“Desde los inicios de la existencia humana, el ser humanos se ha involucrado en conseguir la **sensación de movimiento** en el arte. La petición de contar historias a través del uso de imágenes en movimiento se remonta a las primeras pinturas rupestres en las cuevas de Lascaux, Francia y Altamira, España, en las que pintaban animales con muchas piernas para sugerir movimiento. Intentos de implicar el movimiento, también fueron evidentes en las primeras decoraciones egipcias en las paredes y en las pinturas de las vasijas griegas” (Krasner, 2008, p.2).

Aunque el concepto de la **persistencia de la visión** se estableció en el siglo XIX, la ilusión del movimiento no se consiguió hasta que, los dispositivos ópticos surgieron por toda Europa para proveer ese entretenimiento animado. Algunos de los sistemas que se crearon son paralelos en cualquier técnica que implica la sucesión de imágenes continuas que generan la sensación de movimiento como el cine, la animación o la televisión (Krasner, 2008, p.2).

El paso al S.XX, después de la posguerra, venía con avances tecnológicos e industriales, cambios sociales, económicos, y culturales que motivaron a los artistas a rechazar las representaciones clásicas empíricas y racionales del mundo. Afluyeron diversos movimientos artísticos, enmarcados en el Modernismo, manifestados en: el arte, la música, la poesía, la escultura, la pintura, el diseño gráfico y el cine experimental (Krasner, 2008, p.7).

La creación de los Motion Graphics empezó pues, no como una necesidad comercial, pero sí por el deseo de artistas trabajando en el inicio del siglo veinte para participar con sus intereses en sinestesia, y simultáneamente, a través de nueva tecnología de las imágenes en movimiento. A lo largo de la historia, toda técnica empieza desde una tecnología improvisada y desordenada hasta ajustarse a un estándar (Betancourt, 2013, pp.9-10).

El concepto de Motion Design surge en el cine durante los años 20 de la mano de 4 cineastas: Walther Ruttmann, Viking Eggeling, Hans Richter y Oskar Fischinger (Betancourt, 2013).

Pero no fue hasta los 50s, cuando el animador estadounidense John Whitney usó animación por ordenador para crear secuencias para cine y televisión. Él fue uno de los primeros en usar el término Motion Graphics. Entre sus trabajos más notables está la secuencia de créditos de *Vertigo* (Hitchcock, 1958) de Alfred Hitchcock, que creó bajo la dirección del diseñador gráfico Saul Bass (Constante, 2020).

En 1960, John Whitney fundó una compañía llamada Motion Graphics, Inc. para realizar títulos y logos animados. La nueva compañía endureció la relación entre el cine vanguardista y el *broadcast design* comercial de títulos y las secuencias de apertura de películas. Fue, justamente en los años 60, cuando este término se popularizó, y por lo tanto, estandarizó (Betancourt, 2013, p.215).

El diseñador gráfico **Saul Bass**, fue el más destacado y pionero de la fecha, especializado en producciones cinematográficas, creó 55 secuencias de títulos de crédito. Bass diseñó créditos y carteles para cineastas de la talla de Stanley Kubrick, Billy Wilder, Alfred Hitchcock, Martin Scorsese u Otto Preminger, con el que colaboraría durante veinte años (Betancourt, 2013, pp.212-213). Hoy en día, sigue siendo fuente de inspiración actual para muchos diseñadores.

Otros diseñadores americanos como **Maurice Binder**, comenzaron a hacer de las secuencias de créditos un arte independiente de las propias películas. La secuencia de créditos de *James Bond. Dr. No* (Saltzman (productor), 1962) es un claro ejemplo de ello (Betancourt, 2013, p.222).

4.1.4.2. Evolución

Los siguientes años, de los 70s a los 90s, sirvieron a los Motion Graphics para evolucionar en técnica, según los avances tecnológicos. De esta etapa, destacan los siguientes artistas por sus aportaciones en técnica y concepción artística (Krasner, 2008).

Durante los 70s a los 80s, **Terry Gilliam**, experto en *cutout animation*. Destacó por transformar imágenes de objetos mundanos en "actores" extravagantes, con lo que demostró hasta donde el *stop-motion collage animation* puede llegar (Krasner, 2008, p.20).

Más tarde, en los 80s y los 90s, Richard Aland Greenberg y su hermano Robert, diseñadores de la secuencia de créditos para *Superman* (Salkind (productor), 1978), crearon la **R/Greenberg Associates** en Nueva York, con la que se dedicaron a diseñar títulos de créditos característicos para diversas películas. Muchos de estos títulos eran metáforas visuales que asentaban el tono de la película (Krasner, 2008, p.20).

Pablo Ferro, maestro del diseño de títulos, junto con el legendario diseñador Saul Bass, introdujo, durante su carrera como publicista, diversas técnicas a la industria del cine como: *rapid-cut editing, hand-drawn animation, extreme close-ups, split-screen montage, overlays, y hand-drawn type* (Krasner, 2008, pp. 20-21; Betancourt, 2013, pp. 223-224).

Seguidamente, **Kyle Cooper**, influenciado por Pablo Ferro y Saul Bass, fue uno de los primeros diseñadores gráficos que reformó la conservadora industria del cine en los años 90, aplicando tendencias en el *print design* e incorporando el ordenador para combinar procesos convencionales y digitales. Trabajó en **R/Greenberg Associates**, antes de fundar, junto a Chip Houghton y Peter Frankfurt, el estudio de Motion Graphics Imaginary Forces, en Los Ángeles, uno de los más importantes de Estados Unidos. Más tarde, Kyle Cooper, creó su propia empresa de diseño de títulos Prologue Films. (Krasner, 2008, pp. 21 y 23)

Algunas de sus obras son: *Se7en* (Kopelson (productor), 1995) con la que se hizo un hombre en la industria del cine, *The Mummy* (Daniel (productor), 1999), *Spider-Man* (Ziskin

(productora), 2002) o *The Incredible Hulk* (Feige (productor), 2008) (Krasner, 2008, pp. 21 y 23).

4.1.4.3. Panorámica actual

“Los proyectos pueden variar desde piezas completas basadas en infografías y tipografía cinética, hasta diseños de interfaz y experiencia del usuario. Con el auge de los medios digitales, la necesidad de *motiongraphers* sigue creciendo. Además de los Motion Graphics tradicionales basados en líneas, la demanda de movimiento interactivo se está expandiendo” (Shaw, 2016, p.280).

4.1.4.3.1. ¿Por qué es importante el Motion Design en la actualidad?

El diseñador especializado en Motion Graphics, Alex Palazzi, enfatiza la importancia del Motion Design debido a su gran **eficacia en la comunicación digital**, ya que “permite al público visualizar información y exponer una alternativa atractiva a documentos técnicos o videos explicativos” (Palazzi, 2020).

Debido al alto consumo de contenido digital en redes sociales y aplicaciones web, el generar un **estímulo visual que capta a las audiencias**, está generando un impacto positivo en el marketing de las marcas. El Motion Design ha pasado a ser prioritario en las producciones audiovisuales de representación corporativa en lugar de ser simplemente un elemento de apoyo (Palazzi, 2020).

Por otro lado, gracias a la innovación en *software*, profundizada a continuación, crear Motion Graphics ya no es un trabajo que requiera horas interminables para animar pocos segundos. Esto no quiere decir que todos los Motion Graphics usen exclusivamente técnicas digitales: muchos diseñadores contemporáneos combinan técnicas tanto digitales como analógicas en sus piezas (Constant, 2020).

Uno de los artistas en Motion Graphics más reconocido actualmente es Nando Costa, “diseñador gráfico y director de cine, que actualmente tiene su propia agencia de publicidad llamada Nervo, habiendo trabajado para empresas como: Microsoft, Apple, Adobe, Mercedes o Nike” (OK VIDEO, 2018).

Para más información sobre algunos de los mejores estudios en España listados por la productora audiovisual OK VIDEO, consultar Anexo 2.

4.1.5. Herramientas para desarrollar Motion Graphics

4.1.5.1. Software

Las técnicas clásicas de Motion Design se basaban en los procesos de animación tradicional, consistentes en cortar fotogramas, organizarlos y superponerlos a elementos de vídeo en la sala de montaje (Betancourt, 2013).

Con la era digital y en un contexto actual, el Motion Design se genera a través de un ordenador con *software* que continuamente se actualiza, paralelamente a la tecnología. Los programas más utilizados actualmente son: Adobe After Effects, Apple Motion, Adobe Photoshop, Adobe Animate, Maxon Cinema 4D, Autodesk Maya, Autodesk 3D Max (Biswas, s. f.; OK VIDEO, 2018).

No obstante, su producción está centralizada en dos pilares básicos, dos programas:

- **Adobe After Effects** permite el trabajo con gráficos vectoriales, imágenes y composiciones de vídeo, así como procesado de imagen, efectos especiales, animación de ilustraciones, y *workflow* complejo de trabajo con *software* de ilustración y tratamiento de imagen;
- **Cinema 4D** permite la creación de entornos y objetos 3D, fondos, modelado y animación de personajes (Biswas, s. f.).

4.1.5.2. Hardware

Dependiendo del *software*, y el contenido a procesar y manipular, el *hardware* a utilizar, haciendo alusión al ordenador, variará en algunos aspectos. Los componentes más importantes para tener en cuenta al construir un equipo son: el **procesador** (o CPU), las **tarjetas gráficas**, la **memoria RAM** y el **sistema de almacenamiento**.

Para entender cada componente y decidir un *hardware* apropiado, se han analizado diferentes propuestas de la School of Motion asociada con Puget Systems y Adobe, del ordenador que es necesario para desarrollar Motion Graphics con After Effects, debido a que es el programa más estandarizado actualmente ([Véase Anexo 3](#)).

4.2. La creación de un Motion Design

4.2.1. Técnica

El diccionario de español de Oxford University define «técnica» como “conjunto de procedimientos o recursos que se usan en un arte, en una ciencia o en una actividad determinada, en especial cuando se adquieren por medio de su práctica y requieren habilidad” (Oxford University, s. f.).

Las técnicas para producir Motion Graphics pueden ser de carácter analógico, cuando estos son creados con materiales y métodos analógicos u orgánicos; digital, cuando son creados utilizando materiales y métodos puramente digitales; o híbrido, en el que se combinan las dos técnicas anteriores (Shaw, 2016, p.272).

La técnica, en este campo, recae en la creación de imágenes (con texto, formas geométricas, efectos visuales y/o fotografías), y manipulación de éstas. “La creación de imágenes es la adquisición de material original, sea creado por el usuario de forma analógica, o diseñado por él por el ordenador. La manipulación de imágenes se refiere a lo que se hace a las imágenes una vez que están en el ordenador; normalmente consiste en alterar una imagen o combinar múltiples imágenes para crear una nueva, a través de la composición” (Crook y Beare, 2017, p.26). Es aquí cuando, es primordial la elección del *software* ([Véase 4.1.5.1.](#)). Hay muchos programas que pueden enmarcarse en ambas funcionalidades.

Algunas de las técnicas más utilizadas hoy en día, que se pueden fusionar en un mismo producto audiovisual, son:

- “**pizarra o white board:** plasma la historia dibujándola en una pizarra blanca o similar. Se pueden utilizar textos y dibujos de todo tipo. También se puede cambiar el tipo de lápiz o bolígrafo, borrar y exportar a diferentes formatos de vídeo y/o secuencia de imágenes;
- **stop-motion:** se trataría de mover objetos o personajes foto a foto para crear ilusión de movimiento;
- **cut out:** se utilizan recortes de fotos o papel para crear la animación;
- **time-lapse:** la animación se crea a partir de fotos tomadas en el tiempo para mostrar en pocos segundos un proceso mucho más largo. “(OK VIDEO, 2018).

- **tipografía cinética:** emplear la tipografía como estrategia de comunicación usando el movimiento de las palabras (Palazzi, 2020; OK VIDEO, 2018)
- **Infografía animada:** las infografías tienen movimiento, permitiendo que los datos evolucionen respecto al tiempo, para cumplir su objetivo de convertir la información en conocimiento en una narración comprensible.
- **Animación 2D:** “proceso de hacer películas en las que los dibujos o marionetas parecen moverse.” (Collins Dictionary, s.f.) en un espacio bidimensional.
- **Animación 3D:** “proceso de hacer películas en las que los dibujos o marionetas parecen moverse” (Collins Dictionary, s.f.) en un espacio tridimensional.
- **Matte painting:** se trata de procesos de transformación digital de imágenes para crear con ello escenarios o paisajes complejos. Es una técnica muy utilizada en cine y ficción televisiva (Romero, 2020).
- **Parallax:** construcción de tridimensionalidad en imágenes fijas para la creación de efectos de profundidad (Peralta, 2018).

4.2.2. Estilo

El estilo de un Motion Design se crea cuando este sigue un patrón visual reconocible y diferenciado que mantenga unido un proyecto. Este patrón sirve para el marco general del *look and feel* de una pieza. Un estilo visual debe surgir de un concepto y también debe servir para expresar ese concepto. En otras palabras, el estilo es la forma, y el concepto es la función. Las cualidades fundamentales como el color, el material, la calidad de la línea, la escala y otros elementos visuales contribuyen a un estilo. Las elecciones sobre tratamientos abstractos o concretos y convenciones cinematográficas también afectarán el estilo (Shaw, 2016, p.217).

El objetivo principal de un estilo es que conecte con el público. Por ese motivo, pese a que se produzca un cambio de composición debido a los movimientos y el desarrollo de la narrativa, cómo dice Austin Shaw “si el cambio en los patrones visuales es demasiado abrupto, hará que el espectador se desconecte de la pieza visual” (Shaw, 2016, p.218).

4.2.2.1. Metodología de producción

Para la creación de un estilo se utilizan herramientas como: los *style frames*, los *design boards*, y finalmente la creación de un *Process Book*, que interpretan y resuelven de forma creativa el *briefing* creativo propuesto (Shaw, 2016).

Para entender en qué consiste cada documento metodológico de producción se ha analizado en el Anexo 4.

4.2.2.2. Tipos de estilo

La propuesta del estilo de una pieza audiovisual es visible en los *design boards*. De esta forma Austin Shaw (2016, p.225-299) divide los tipos de estilo junto a ejemplos de estudiantes y profesionales en:

- **Design Boards impulsados por tipografía:** la tipografía es el principal elemento visual del Motion Design. Estos proyectos pueden variar desde secuencias de títulos, tipografía cinética o gráficos informativos (Shaw, 2016, p. 225).



Fig. 4.1. Frames del Design Board impulsado por tipografía del proyecto del estudiante *The Forgotten Planet* de Chris Salvador, SCAD BFA (Shaw, 2016, p.230).

- **Design Boards Táctiles:** la naturaleza orgánica del diseño táctil se expresa a través de la textura y el material. La sensación de tacto se puede lograr mediante técnicas analógicas o digitales. Los materiales análogos poseen inherentemente cualidades orgánicas. De este modo, la digitalización de texturas y objetos analógicos con una cámara o un escáner puede preservar la sensibilidad física de estos y generar este efecto táctil (Shaw, 2016, p. 241).



Fig. 4.2. Frames del Design Board táctil del proyecto del estudiante *The Evolution of Cotton* de Beth Hulver, SCAD BFA (Shaw, 2016, p.242).

- **Design Boards impulsados por personajes:** “Los personajes tienen el potencial de conectarse emocionalmente con los espectadores. Los espectadores pueden relacionarse y empatizar con seres, incluso abstractos o ilustrativos. El diseño de personajes también puede contener metáforas de grandes ideas o sentimientos. Un personaje diseñado de manera eficaz puede romper paredes de apatía para captar la atención del espectador. Una vez que un personaje se conecta con un espectador, se convierte en un dispositivo para ayudar a transmitir un concepto a través de una historia” (Shaw, 2016, p. 265).

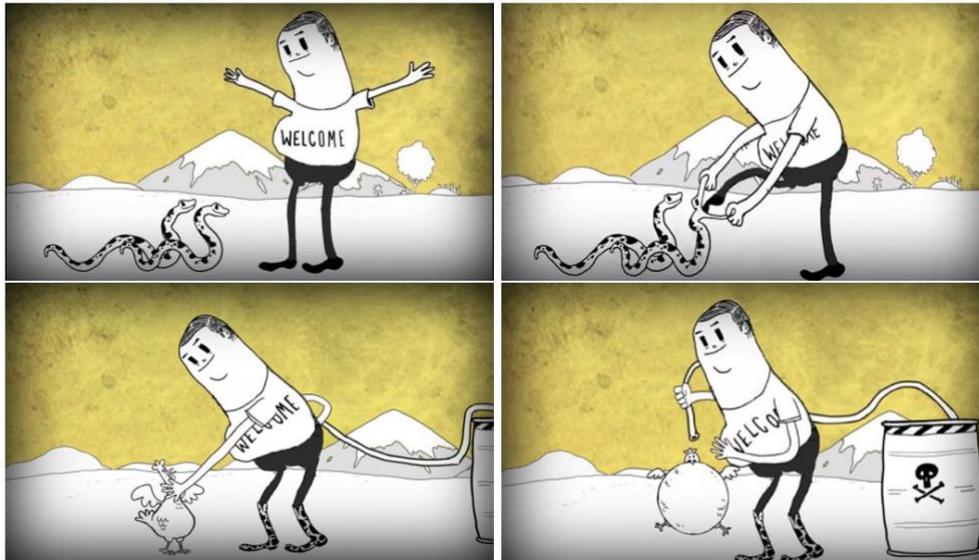


Fig. 4.3. Frames del personaje del corto *Man*, creado por Steve Cutts. (Cutts, 2012).

- **Design Boards Infográfico:** destacan por su habilidad en trasladar información en una forma visual atractiva y funcional. “El propósito de los Motion Graphics Infográficos es conectar a los espectadores con información en un corto período de tiempo. Para hacer esto, su estilo de diseño debe ser claro, conciso y consistente. Los principios visuales como el color, el valor, la escala y la profundidad se pueden utilizar para dirigir la mirada del espectador” (Shaw, 2016, p. 293).



Fig. 4.4. Frames del Design Board Infográfico del proyecto Bitcoin Explained de Duncan Elms. (Elms, 2014).

- **Design Boards Modernistas:** Intenta crear el impacto más fuerte con la mínima cantidad de líneas, formas o figuras. Destacan por ser diseños limpios, fuertes, simples y funcionales; por centrarse en la esencia del mensaje. (Shaw, 2016, p. 255)



Figure 19.4: DESIGN BOARD FOR A STUDENT PROJECT BY CARESSE HAASER, SCAD BFA.

Fig. 4.5. Frames del Design Board Modernista del proyecto del estudiante Caresse Haaser, SCAD BFA (Shaw, 2016, p.258).

4.2.3. Los gráficos: arte y diseño

“El arte y el diseño comparten principios comunes que deben dominarse para crear imágenes visualmente agradables y funcionales, de manera consistente. Los principios fundamentales del arte y diseño incluyen composición, valor, contraste, color y espacio. Además, se requiere una comprensión en la forma, la figura, la línea y la textura para dominar la creación de imágenes” (Shaw, 2016, p.112).

4.2.3.1. Composición

Austin Shaw define la composición como “*la disposición de los elementos en el espacio.*” En la composición se establece una **jerarquía que determina la importancia visual de los elementos en el espacio**. Esta distribución, también afecta a cómo los elementos se relacionan entre ellos. Además, determinará hacia donde el espectador se fijará. Un solo cambio en el frame, variará por grados todos los elementos. (Shaw, 2016, p.112).

Los elementos de la composición que hay que tener en cuenta son el **espacio positivo y el espacio negativo**, la **simetría y asimetría** y el *motion*. Estos elementos se han estudiado en más profundidad, para un entendimiento más amplio ([Véase Anexo 5](#)).

4.2.3.2. Color

“El color sirve como elemento unificador, a través de una paleta de colores, para definir un **patrón visual de una imagen**. Las paletas de colores se escogen y se definen según las diferentes necesidades creativas. Debido a la psicología del color, una paleta de colores dotará a la imagen de unas ideas y sentimientos. Del mismo modo, también delimitan el estilo de una imagen, por ejemplo, un color distante de la paleta de colores usada no quedará integrado en la imagen” (Shaw, 2016, p.130).

4.2.3.3. Valor

El «valor» (también llamado luminosidad o brillo) es definido por Austin Shaw como el **rango de intensidad de la luz a la oscuridad**. “Con el uso adecuado del valor, podemos crear profundidad dentro de una composición. Las imágenes son una yuxtaposición de valores claros y oscuros, sin estos, carecen de contraste y parecen planas. La capacidad de generar valor permite a un artista o diseñador crear la ilusión de tridimensionalidad en una superficie bidimensional. El valor es un principio que es independiente del tono y la saturación, aunque todos los colores tienen rangos de valor de intensidad” (Shaw, 2016, p.127).

4.2.3.4. Contraste

El contraste es el cambio de **intensidad entre dos puntos de la imagen** en los que se produce una oposición de crominancia -saturación o tono- o lumínica -de luminosidad-. El contraste está presente en todos los elementos que componen el Motion Design, porque genera tensión e interés visual. Además, el contraste sirve para generar profundidad y destacar unos elementos de los otros. “Una vez más, la ausencia de diferencias entre los elementos, debido a la falta de contraste, hará que una imagen parezca plana y sin interés” (Shaw, 2016, p.128).

4.2.3.5. Espacio

El espacio está compuesto por la **profundidad**, entendido como la dimensionalidad en la imagen (la apariencia de tridimensionalidad); y la **perspectiva**, entendida como la dimensión de los objetos y la relación espacial que hay entre ellos con respecto a un punto de vista. El punto de fuga sirve para analizar estos dos elementos. (ExpertPhotography, 2021; Shaw, 2016). Estos dos elementos se han estudiado en más profundidad, para un entendimiento más amplio ([Véase Anexo 6](#)).

4.3. El *storytelling* en el Motion

Tras el recorrido por el marco teórico se puede apreciar la fuerza del *storytelling* a través de los Motion Graphics como instrumento para lanzar un mensaje significativo y favorecer la comunicación a través de lo visual. Para la elaboración del mensaje que reforzará la pieza documental *Snow Soul*, hay que entender en su totalidad la modalidad deportiva del esquí de montaña y los logros de las mujeres en esta modalidad, para transformarlo en un mensaje de superación personal y visibilización en el deporte.

4.3.1. La modalidad de deporte del esquí de montaña

“El esquí de montaña es una disciplina del alpinismo invernal que consiste en el ascenso y descenso de montañas con la única ayuda de los esquís, sin ningún tipo de propulsión mecánica”. (FEDME - Federación Española de deportes de montaña y escalada, 2021)

Con la definición anterior queda clara la diferencia principal del esquí de montaña con el esquí alpino: el esquiar fuera de pistas donde el ser humano no ha realizado ninguna modificación en el terreno. Por otro lado, también hay que diferenciarlo del esquí de fondo porque este último, tiene la ambición de recorrer largas distancias en el mínimo tiempo posible. En este sentido, el esquí de montaña es la unión del esquí y el alpinismo. Y como dice la FEDME en su página web: “uno de los deportes más completos que existen, pues sus practicantes precisan de gran variedad de perfiles atléticos: la ascensión con los esquís puestos, habilidad para desplazarse en el llano y saber practicar el descenso en todo tipo de nieves y pendientes, además de ser buenos alpinistas: conocer las características de la montaña invernal, sus peligros y dificultades.” (FEDME - Federación Española de deportes de montaña y escalada, 2021)

Las primeras competiciones oficiales surgen en Alemania en 1893. Y no es hasta 1924, cuando se añade esta modalidad a los primeros Juegos Olímpicos de Invierno celebrados en Chamonix (Francia) en la categoría masculina y la categoría femenina (Jiménez, R., 2015; FEDME - Federación Española de deportes de montaña y escalada, 2021).

Cómo dice Marina Parra en el artículo ‘*How women are rocking the mountaineering world*’ “es un hecho que hay menos mujeres que hombres en las competiciones de esquí de montaña y también como guías de montaña titulados. Pero las cosas están cambiando lentamente, a medida que las mujeres están entrando con fuerza en el mundo del montañismo, que durante mucho tiempo ha sido estereotipado como un "mundo de hombres", aunque con algunas excepciones notables” (Parra, 2016).

4.3.2. Rompiendo barreras de género en el deporte del esquí de montaña

Después de analizar e investigar los referentes con perspectiva de género, se ha evidenciado que hay ciertas carencias a la hora de romper barreras de roles sociales en el deporte.

Según diferentes medios digitales de referencia sobre el esquí nórdico, se deja visible como pese a haber **muchas mujeres que han dejado huella en la nieve**, haciendo una búsqueda superficial se pueden encontrar entre los primeros resultados: la validación de este colectivo por su apariencia y no por sus gestas (Esqui.com, 2017; FGC Turisme, 2020).

“Los deportes de montaña suelen estar asociados al riesgo, la aventura, la fuerza física y la superación. Para la mayoría de las personas, estas características parecen estar relacionadas casi exclusivamente con los hombres. Sin embargo, muchas mujeres están desafiando esta idea y tomando su propio lugar en la montaña, ya sea como profesionales o amateurs” [...] “A pesar de eso, la opinión pública todavía los considera más una excepción que algo ordinario.” (Parra, 2016).

De **“excepciones” invisibilizadas** hay un largo recorrido, de los cuales se ha creído pertinente destacar algunos de los **logros de las atletas femeninas a nivel nacional y regional**. Des de algunas de las plataformas digitales como FGC Turisme y Esqui.com se destaca las siguientes:

Pepeta Planas y Capdevila: “Desde 1925 empezó a esquiar con 10 años en La Molina y protagonizó una carrera competitiva llena de éxitos consecutivos poco frecuentes para una mujer en la época donde los logró. Además, hay que destacar que ha sido la primera monitora de la Escuela Española de Esquí” (FGC Turisme, 2020).

Carme Romeu Pecci: “El año 1951 se convirtió en la primera mujer en bajar el Paso de Chèvre, en los Alpes, con esquís de montaña” (FGC Turisme, 2020).

Hermanas Puig i Barata: “Conxita Puig y Barata, Montserrat Puig y Barata y Nuria Puig y Barata, son tres hermanas de Aiguafreda, que dedicaron su trayectoria deportiva al esquí alpino. Conxita Puig hizo su mejor resultado cuando quedó tercera en el Slalom de Schruns, el 2 de febrero de 1973, siendo la primera esquiadora española de la historia a conseguir un podio en la Copa del Mundo” (FGC Turisme, 2020).

Blanca Fernández Ochoa: “Ha sido la primera mujer española en colgarse una medalla olímpica en unos Juegos de Invierno (concretamente con el bronce en los de Albertville, en 1992)” (Esqui.com, 2017; FGC Turisme, 2020).

Mireia Miró: “En 2006, se convirtió en miembro del equipo estatal (Equipo PNTD Esquí de Montaña) y una "atleta de alto nivel" del Consejo Superior de Deportes. Alcanzó numerosas platas en la Copa del Mundo y el Campeonato Europeo de esquí de montaña y hasta 10 oros en diferentes competiciones en todo el mundo, también con disciplinas de carreras de montaña” (FGC Turisme, 2020).

Ana Alonso: “Si existe un ejemplo de superación, este es el de Ana Alonso (Monachil, Granada, 7/12/1994). Ni la rotura de una pierna en la Pierra Menta ni dos operaciones de corazón pudieron con la pasión que siente por el esquí de montaña” (Redacción LdN, 2021). La misma Ana Alonso habla de su conexión con la montaña en una entrevista: “poco a poco me fui introduciendo y vi que gracias al esquí de montaña podía conectar mucho con la naturaleza de una forma más directa, que es lo que te aporta este deporte” (Ana Alonso, 2021; Redacción LdN, 2021).

Núria Picas: Bajo el nombre del reto Red Bull Der Lange Weg se propuso junto a seis atletas más atravesar los Alpes de Viena a Niza para repetir (y mejorar) la hazaña que lograron cuatro alpinistas en 1971 (BERGWELTEN, 2018). No obstante, después de 11 días de travesía decidió abandonar porque no estaba dispuesta a arriesgar su vida teniendo en cuenta las condiciones climatológicas y del terreno, comenta en una entrevista. Núria Picas remarca también en esta: “En casa me esperan mis hijos, la familia y los amigos y un montón de aventuras que espero compartir con todos vosotros. ¡Porque pienso que la vida es un deporte maravilloso!” (Carreras por montaña, 2018).

Cómo ellas también están: Naila Jornet, Nuria Pau, Astrid Fina, Queralt Castellet, Emma Roca, Laura Orgué, Claudia Galicia, Marta Garcia (FGC Turisme, 2020), y muchas otras, que siguen compitiendo a nivel territorial e internacional para seguir dando cabida y **expandiendo fronteras deportivas**.

No obstante existir el mundo de la competición del esquí de montaña, este es un deporte que va más allá, **Tanya Naville**, deportista francesa y esquiadora de montaña que escribe un blog especializado sobre montañismo y que participa en el Club Alpino Francés en la iniciativa **más mujeres en la montaña**, explica en una entrevista para la plataforma Explore Share la necesidad de grandes historias que hablen sobre la belleza de practicar este deporte en la montaña; sobre la sensación de descubrimiento y la profunda sensación de logro al escalar o esquiar montaña abajo; y que para eso, por supuesto, no importa el género con el que te identifiques (Parra, 2016).

Algunas de las **ideas a evitar en este deporte**, expuestas por Tanya son: la cobertura de los medios de comunicación que alientan la necesidad de mucha fuerza física para practicarlos; el riesgo extremo que pueden generar las avalanchas y dormir en la montaña helada; la idea de que “una mujer que practica deporte en la montaña no solo está arriesgando su vida, sino

que también está dejando a un lado a su familia. Citando textualmente: “Ciertamente, esto no se percibe de la misma manera cuando se trata de hombres. Sobre esta base, ¿cómo espera que las mujeres no nos sintamos culpables al practicar una actividad de alto riesgo?” (Parra, 2016).

Un ejemplo presentado que expone toda esta problemática alrededor del deporte femenino es el video *Women in Sports Documentary* (Sullivan, 2016). Rescatando esta pieza audiovisual, podemos ver reflejada la situación a la que se enfrentan miles de mujeres diariamente cuando tratan de hacer una actividad tan básica como es el hacer deporte-.

Un gran ejemplo de lo que sí que se debe hacer es la serie de documentales de *Shades of Winter*. Reuniendo a diferentes referentes femeninas dentro del deporte profesional de alta montaña, se muestra desde un enfoque natural la vida y los logros que, por desgracia en esta sociedad, se consideran extraordinarios en las mujeres. Hecho que se pretende plasmar también en el documental de *Snow Soul*, pero esta vez teniendo como protagonista a una mujer de a pie, sumando cercanía entre protagonista y espectador.

Todo el mundo con sus propias habilidades puede, y debería vivir aventuras extraordinarias en la montaña. Aquí se crea la necesidad de narrar historias que inspiren a todas las personas, incluidas las familias con niños pequeños. Patri Rico, psicóloga familiar, incluso habla de los beneficios que puede tener este lugar -en el blog PsicoEstudi- un lugar que nos pone el reto de la superación personal, un deporte que se convierte en un símil de la vida, que nos permite llegar más alto y mejorar, lo que sin lugar a duda incrementa la autoestima y mejora nuestro autoconcepto una vez conseguido nuestros logros con nuestros propios recursos (Rico, 2018).

Teoría que afirma Miguel Ángel Sáez (Licenciado en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte. Entrenador de Claudia Galicia, vencedora de la Copa del Mundo y del Campeonato del Mundo de esquí de montaña), y añade que, además de aumentar el bienestar general, el hecho de practicar un deporte en entornos naturales de gran belleza, solo o acompañado, y las elevadas descargas de adrenalina, nos hacen segregarse una gran cantidad de endorfinas, las hormonas de la felicidad (Sáez, 2021).

En conclusión: se hace visible la necesidad de dar a conocer este deporte más allá de la competición masculina, debido a la poca repercusión que este tiene actualmente en los medios de comunicación, como se hace también visible en el video *Women in Sports Documentary* (Sullivan, 2016). Además, como se ha expuesto anteriormente, los beneficios que genera para nuestra salud física y mental son innegables. Por otra parte, existe la necesidad imperante de visibilizar a todas esas personas que no entran dentro del tradicional rol masculino que practican este deporte de manera profesional. Se quiere cambiar la perspectiva sobre este colectivo olvidado a la hora de remarcar los éxitos, ya que, por desgracia, se sigue tratando hoy en día, a los hombres como los dominantes de los deportes de alto riesgo y esfuerzo físico.

Como solución, dar visibilidad a este contenido y colectivo, puede significar un incremento de la demanda y participación que anime a expandir fronteras equitativamente en el deporte.

Por otro lado, podemos concluir el marco teórico en referencia a los Motion Graphics, como un instrumento difícil de categorizar debido a su continua hibridación con otras corrientes artísticas; como una herramienta muy potente y en expansión actualmente, que específicamente para la aplicación de este proyecto, sirven de refuerzo a la narrativa emocional mediante la creación de un imaginario gráfico-visual. Es uno de los objetivos principales de este documental que se desarrolla en el capítulo de la Metodología a continuación.

5. Metodología

A continuación, se expone la concepción global, así como las herramientas usadas para el desarrollo del proyecto y la consecuente obtención de todos los objetivos expuestos anteriormente (Véase punto 2).

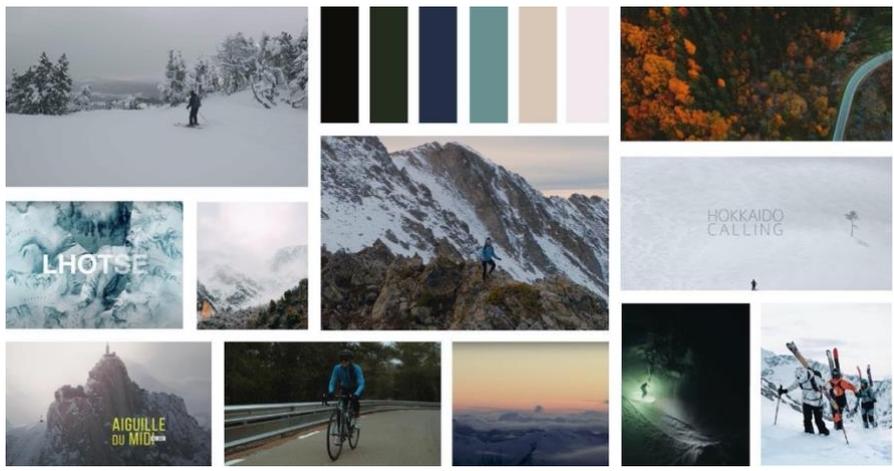
5.1. Concepción Global

Para detallar el diseño de la metodología paso a paso, se resume en la tabla siguiente, primeramente, la propuesta estética de los Motion Graphics del proyecto audiovisual de carácter lineal, tal como se puede ver en la Tabla 4. a continuación:

Tabla 4.

Concepción Global Motion Graphics Snow Soul

<i>SNOW SOUL</i>	
Sinopsis del documental	La Cerdanya esconde paisajes nocturnos llenos de historias y retos personales que han iluminado vidas enteras. Suzie Marachet, esquiadora alpina desde niña, se prepara para esquiar el Puigmal por primera vez de noche, que será uno de los descensos más trascendentales y personales de su vida. Durante este viaje, reviviremos junto a ella su pasado vivido en esta montaña, así como las proyecciones de futuro que tiene en este deporte extremo.
Motion Graphics a desarrollar	<ul style="list-style-type: none"> • Texto animado inicial de apertura: <i>“Durante la noche todos duermen, pero las montañas siguen ahí para los más aventureros, aunque muy pocos se atreven a desafiarlas.”</i> • Secuencia de créditos de apertura. • Título <i>Snow Soul</i>. • Animación de mensajes emergentes. • Cairon presentación de los personajes. • Tipografía cinética de las localizaciones que enmarcan cada capítulo. • Animación con el recorrido trazado por las montañas. • <i>Collage</i> de fotos que narran el pasado de Suzie Marachet.

		<ul style="list-style-type: none"> • Infografías técnicas de la altitud, distancia, temperatura y oxígeno. • Créditos de cierre. • Animación para reforzar la historia de Suzie Marachet. • Animación para representar la narrativa emocional de Suzie Marachet mediante un imaginario gráfico-visual.
Propuesta estética inicial	Elementos visuales	<ul style="list-style-type: none"> • Imágenes • Texto • Formas geométricas sencillas vectorizadas • Iconografía • Efectos visuales
	Sonido	Coordinado con el Departamento de sonido dirigido por Alejandro De Miguel.
	Paleta de color	 <p>Fig. 5.1. Collage de frames de <i>L'Hotse</i> (The North Face, 2019), <i>Moonline</i> (Rousseau, 2016), <i>Hokkaido Calling</i> (Hoorn, 2017) y el propio documental <i>Snow Soul</i> (2020).</p>

Nota: Resumen de la concepción global de los Motion Graphics para *Snow Soul*.

La propuesta presentada recoge todos los elementos analizados en los puntos anteriores como punto de partida para el desarrollo de los Motion Graphics del Trabajo Final de Carrera.

Como se puede apreciar en la Tabla 4, el listado de gráficos en movimiento a desarrollar depende de la estructura dramática del guion del documental, que es susceptible a cambios

por el Departamento de Guion y Montaje. Por este motivo, la lista de Motion Graphics necesarios para la finalización del documental puede ser modificada o ampliada próximamente.

Los referentes analizados anteriormente (Véase punto 3) se han escogido para la composición de la paleta de colores de los grafismos del documental; por la transmisión de sensaciones propias de la naturaleza a paisajes fríos, en calma, y un contraste entre el blanco roto de la nieve y los elementos más oscuros de la imagen.

Los Motion Graphics deben adaptarse según el escenario e iluminación natural de este para que resalten. En este sentido, en escenarios nocturnos se optará por tonos más luminosos, y en escenarios de día por tonos oscuros.

Por otro lado, las indicaciones del Departamento de Dirección son, trasladar la sensación de realismo y entorno natural, resaltando los colores propios de dicha naturaleza: tonos fríos verdes y azules, entre otros; en una ejecución de la estética minimalista.

Para los créditos de apertura, se contempla añadir efectos visuales de neblina como en el documental *Lhotse* (The North Face, 2019) (Véase punto 3.1.4.) y el documental Videojuego *Steep* (Manceau, 2016) (Véase punto 3.1.1.).

Las infografías se inspirarán en el documental *Ultrarunning 3 Peaks in 24 hours w/Runner Alex Roudayna "Chikorita"* (Redbull, 2020) (Véase punto 3.2.2.2.). Además, se pretende presentar cada escenario con un título de estilo minimalista tipográficamente hablando, acompañado de una animación con *tracking* integrada, como en el documental *Frozen Mind* (Frioux y Moulin, 2018) (Véase punto 3.2.1.7.).

Para narrar la historia de Suzie, en referencia a su pasado, se utilizará un diseño de Motion Graphics a modo *collage* de fotografías, del cual son referencia principal: *Free Solo* (Chin y Vasarhelyi, 2018) (Véase punto 3.3.2.) y el vídeo *Balance the Heart | N7 Wellness in Motion | Nike* (Nike, 2020) (Véase punto 3.3.4.).

Para reforzar el *storytelling* principal, la entrevista registrada de Suzie Marachet es clave para generar un diálogo que rompa las barreras de género en el deporte de esquí de montaña,

mediante una *voz en off* que dé ritmo a los Motion Graphics y sirva como mensaje de superación personal y de alusivo para las futuras generaciones. Como referencia narrativa, son todas aquellas enmarcadas en la perspectiva de género (véase punto 3.4.). En cuanto a estética, el referente principal es el vídeo *The End of Women's Sports* (PragerU, 2020) (véase punto 3.3.3.).

La pieza incorporará otros elementos visuales, como mensajes de texto, que emularán un estilo visual propio de las aplicaciones de mensajería más usadas como Whatsapp, Telegram o Facebook Messenger, siempre encontrando el propio diseño del documental.

Para los créditos finales, las partículas generadas por el Departamento de VFX en un entorno nocturno serán claves para generar un estilo como en los referentes: el cortometraje *Moonline* (PVS Company, 2017) y el spot publicitario *Volvo S90* (Radugadesign, 2017) (Véase punto 3.5.).

5.2. Diseño de la metodología

El diseño de la metodología, para seguir un desarrollo coherente con los objetivos planteados, se estructura en las tres fases que engloban cualquier producto audiovisual. Dentro de ellas se desglosan los subapartados de cada fase de producción:

1. **Preproducción:** primera fase de organización, estudio y delimitación de la idea creativa.
 1. *Briefing* creativo: documento redactado junto al director Ferran Llerena con una ficha técnica que englobe toda la información relevante, con la finalidad de enfocar eficientemente el proyecto.
 2. Búsqueda documental para elaborar el Marco Teórico mediante bibliografía, webgrafía y filmografía.
 3. Técnica: especificación y aprendizaje de la técnica artística y *software* a utilizar, con la que se vehiculan los Motion Graphics. La técnica será digital por ordenador utilizando el *software*: Adobe After Effects junto a todos los *plugins* necesarios (Trapcode Particular, Optical Flares, entre otros).

4. Diseño

1. Estilo gráfico: conjunto de atributos relativos a la apariencia de los gráficos para evaluar su intención y utilidad. Se decide la dirección de arte o corriente artística con la que trabajar.
2. *Moodboards*: Recopilación de referentes a nivel visual a modo *collage* del estilo gráfico deseado con la plataforma gratuita Canva (<https://www.canva.com/>) la cual permite la elaboración de presentaciones prediseñadas.
3. *Style frames*: bocetos implementando la paleta de color, textura y *mood* con lápiz y hoja o en Adobe Illustrator.
4. *Design boards*: conjunto de *style frames* con anotaciones técnicas para su producción y su animación mediante el *software* Adobe Illustrator.
5. Creación de la Guía de Estilo mediante la plataforma Canva (<https://www.canva.com/>) o Adobe Illustrator.

2. Producción: fase enfocada a la creación de los Motion Graphics

1. Elaboración gráfico-visual: ejecución del diseño artístico del contenido visual a utilizar (fotografías, texto, imágenes, gráficos o vídeo) o recolección de este, así como de la organización del material por carpetas.
2. *Motion*: animación de los gráficos u otro contenido en Adobe Premiere Pro.

3. Postproducción: fase para la integración de los Motion Graphics y edición de los Motion Graphics condicionados por el montaje de vídeo, en Adobe After Effects y si fuera preciso utilizando la herramienta Adobe Premiere Pro.

Una vez finalizado todo el proceso práctico de creación e integración de los Motion Graphics, se redactará el ***Process book***, en el que se documentará el proceso creativo, así como las estrategias y métodos seguidos, con tal de recoger todo el trabajo a modo de portafolio y servir de inspiración a otros.

5.2. Herramientas de la metodología

Las herramientas para desarrollar la metodología recaen en el uso de un *hardware* -ordenador y periféricos- y un *software* -Pack Adobe Creative Cloud-, que cumplan los requisitos técnicos y artísticos del proyecto.

La elección del pack Adobe Creative Cloud, y en mayor parte por After Effects ha sido debido a la siguiente validación en la Tabla 5 a continuación, en la que se valora el mejor programa de animación adecuado a las necesidades del proyecto.

Tabla 5.

Comparativa del software principal utilizado.

	Adobe After Effects	Cinema 4D
Facilidad de aprendizaje	Base previa académica durante los primeros meses del proyecto + aprendizaje autodidacta	Autodidacta 100%
Intuición a la hora de usarlo	Similar a programas usados de Adobe Creative Cloud y manejo debido a la Optativa de Animación y Efectos Especiales	Similitudes con Maya 3D o 3DS Max ya conocidos. UI totalmente nueva.
Alcance de funcionalidad	Trabajo con gráficos vectoriales, imágenes y composiciones de vídeo, así como procesado de imagen, efectos especiales, animación de ilustraciones, y <i>workflow</i> complejo de trabajo con <i>software</i> de ilustración y tratamiento de imagen.	Creación de entornos y objetos 3D, fondos, modelado y animación de personajes
Prestaciones y Usabilidad	Permite la creación de un universo gráfico-visual minimalista tanto en 2D como en 2D con sensación de	Permite elaborar efectos más realistas en un entorno 3D. Mayor control de las partículas y del modelado 3D.

	<p>tridimensionalidad.</p> <p>La creación de partículas en un entorno controlado por fuerzas físicas uno es tan realista.</p>	
Compatibilidad entre sistemas operativos	<p>Conectividad con el resto de los programas del paquete Adobe Creative Cloud mediante el Adobe Link, sin necesidad de Exportación</p>	<p>Necesidad de exportación del contenido en cada fase de postproducción sin posibilidad de readaptación del diseño en las fases previas sin alterar la última.</p>
Accesibilidad (gratis/pago)	<p>Descuento a estudiantes en la suscripción mensual, por el precio de 19,66€ que incluye todo el paquete de programas de diseño y vídeo.</p>	<p>Suscripción mensual de 61,39€.</p>

Nota: Resumen en una tabla comparativa de la justificación del *software* de animación principal utilizado. Elaboración propia con información extraída de *Biswas (s. f.)*.

Cómo queda evidenciado, pese a que Cinema 4D es una propuesta atractiva y con tecnología 3D más avanzada que Adobe After Effects, esta última se adapta más a las necesidades del proyecto académico en gran parte por su versatilidad, Interficie de Usuario intuitiva y ya conocida, así como la conectividad que permite en el *workflow* de trabajo con las demás aplicaciones del paquete como son: Adobe Premiere Pro, Adobe Photoshop y Adobe Illustrator entre otros.

Por otro lado, otras de las herramientas a utilizar serán plataformas de obtención de contenido gratuito como Freepik o de maquetación como la Plataforma Canva. Además, se obtendrán los *plugins* complementarios de Adobe After Effects de forma gratuita cedida por el Tutor del TFG.

A continuación, en el punto [6.2.Análisis de la Viabilidad Técnica](#), se analiza en profundidad el material a utilizar.

6. Análisis y resultados

6.1. Preproducción

Ideación

En esta primera fase de organización, estudio y delimitación de la idea creativa, se ha redactado en primer lugar un **Briefing creativo** ([Véase en Anexos](#)), en el que junto al director Ferran Llerena, se ha marcado la fecha de entrega (17 de junio), los parámetros técnicos en cuanto a *aspect ratio* (2:1) y resolución del proyecto (3840 x 1920 píxeles), y, por último, el desarrollo conceptual del proyecto, en el que, además, se expresan las emociones a transmitir.

Investigación

Tras la búsqueda documental para elaborar el **Marco Teórico**, se ha detectado la necesidad de mostrar el esquí de montaña como un deporte accesible para todas aquellas personas amantes de la naturaleza que quieran disfrutarla siempre desde un respeto a las adversidades meteorológicas y del terreno. Y más concretamente la necesidad de visibilizar a referentes femeninos. Mediante los Motion Graphics se pretende reforzar la narrativa implícita tomando como ejemplo a Suzie Marachet, mostrando como una chica de a pie trata de conseguir todos sus retos personales diarios.

Mientras se ha elaborado el Marco Teórico se han ido realizando en este proyecto todas las **pruebas técnicas** necesarias para el dominio del *software* After Effects, mediante el seguimiento de la Optativa de Animación y Efectos Especiales, como de tutoriales gratuitos accesibles en Internet.

Diseño v. i

A continuación, teniendo la primera **concepción global** del proyecto se buscaron referentes tipográficos, tanto del estilo gráfico a utilizar como de la paleta de colores y composición, con los cuales se elaboró un documento a modo de *moodboard*, como se puede ver en [Anexos](#).

Concepción Global y Planificación

Debido a que la postproducción del Documental *Snow Soul* no se ha llevado a cabo por **desviaciones internas del equipo de producción del documental**, el proyecto se ha visto totalmente afectado en la elaboración final de los Motion Graphics en todas sus fases ([Véase Desviaciones del Plan de Viabilidad](#)), lo que ha generado una **reelaboración de la Concepción Global**. Esta se ha dividido en dos bloques (Bloque A y Bloque B) para poder hacer un seguimiento y una planificación más realista teniendo en cuenta los conocimientos adquiridos en esta nueva etapa más avanzada del proyecto. Esta planificación personal está accesible en [Anexos](#).

En estos bloques se especifica concretamente, la viabilidad final decidida por el director, la nomenclatura y la ruta de los clips del material bruto gravado, observaciones, la tipografía escogida de la primera propuesta que se hizo tras el *Briefing* Creativo y la concreción de si la postproducción de montaje y etalonaje de los clips será dada por el director Ferran Llerena o se tendrá que realizar de manera personal para poder entregar las demos que justifiquen este proyecto en desarrollo.

La planificación de todos estos parámetros en una tabla ayuda a la gestión de prioridades de cada elemento en su elaboración, priorizando aquellos en los que la postproducción completa partiendo del material bruto debe de hacerse por cuenta propia.

Ferran Llerena ha sido una pieza clave en la postproducción de los Motion Graphics ya que se ha adaptado a la situación de facilitarme a mí y a otros departamentos los clips necesarios para trabajar, teniendo en cuenta que el *workflow* y previsiones marcadas desde el departamento de Producción, no han podido cumplirse como era esperado.

Diseño v.ii

Una vez definida la nueva Concepción Global, y teniendo en cuenta las primeras decisiones de diseño que se tomaron, se ha vuelto a esta fase de diseño para elaborar los *Style Frames* y *Design Boards* pertinentes de aquellas piezas que lo requerían, paralelamente a la creación de la Guía de Estilo mediante la plataforma Canva. Esta fase de diseño ha divergido con la fase de producción y postproducción para la creación de cada elemento.

Rescatando los Motion Graphics a desarrollar se explica a continuación el proceso creativo llevado a cabo, previo a la producción para cada pieza:

BLOQUE A (Referentes a la tipografía cinética y a las tipografías):

- 1- Texto inicial de apertura:** definición del texto “durante la noche todos duermen, pero las montañas siguen ahí para los más aventureros, aunque muy pocos que atreven a desafiarlas”. Se ha pactado con dirección la tipografía a utilizar (*Birds of Paradise, Signatra, Nature Beauty, Naturallus o Natural Signature*) y que tipo de animación se ha usado. En este caso se ha decidido que las letras aparecieran en un fondo negro animadas. A continuación, este fondo se disuelve, y dejará la tipografía encima del clip. La animación pretende dar la sensación de un cuento o leyenda.
- 2- Secuencia de créditos de apertura:** Ferran Llerena me facilitó la ruta de la ubicación de los clips en la base de datos común. Se define junto a él que la secuencia de créditos se basa en la introducción de estos sobre conjuntos de paisajes de la Cerdaña, que representaran la diversidad de este territorio. Se define que la tipografía será *Oswald* (libre de copyright) con interletrado inspirado en la tipografía *Aliens and Cows*. Los colores son tonos blancos o azules pastel, probando en el proceso de creación la opacidad o diferentes modos de fusión con el fondo. Se define la selección de los nombres del equipo que deben de aparecer, sin los roles, (todos en calidad de productores ejecutivos, entendidos como aquellas personas que han aportado económicamente por igual en la realización del rodaje del proyecto: Ferran Llerena, Alberto Cañamero, Xavier Mora, Laura Trunas, Jon San Sebastián, Javier Flores, Daniel Carbón, Alejandro De Miguel), además del nombre de la protagonista, Suzie Marachet, y los logos de los patrocinadores del proyecto (*Cerdanya EcoResort, AltitudExtrem.com, La Molina, Lles Cerdanya, El Picarol, Pànxing, E-Thernal, Cerdanya Film Comission, Universitat TecnoCampus Mataró, UManresa*). Por último, la aparición del título del proyecto (*Snow Soul*) con efecto de neblina.
- 3- La creación del título de *Snow Soul*:** Tipografía *Staaliches* en color blanco o azul muy claro, con animación que traslade al espectador al clima invernal.
- 4- Animación de mensajes emergentes:** Estos aparecen en una secuencia donde la protagonista mira su teléfono móvil y aparecen animados mensajes y *emojis trackeados* a su alrededor, para mostrar el contraste de la naturaleza con el constante bombardeo de

inputs tecnológicos debido a su expuesta vida en las redes sociales. Como anteriormente, Ferran Llerena me facilitó la ruta de los clips para llevar a cabo esta demo. Hay que aclarar que los mensajes tienen que ser de apoyo o soporte, en lengua inglesa, representativos de las redes sociales de la protagonista.

- 5- **Cairon presentación de Suzie:** La protagonista debe presentarse como una deportista multidisciplinar. El idioma escogido es el lenguaje francés. La tipografía es *Oswald*. Estética minimalista e integrado en el espacio.
- 6- **Presentación del espacio de cada capítulo:** Tipografía cinética siguiendo el estilo del cairon. Incluyendo también la presentación de las coordenadas y el nombre de cada lugar. Los colores usados son blanco o azul, como se puede ver en la Guía de Estilo. Ferran Llerena me facilitó la ruta de los clips para llevar a cabo esta demo.
- 7- **Presentación del espacio y el recorrido a realizar por la protagonista:** En este caso, debido a no tener el documental postproducido, se ha propuesto hacer una demo del recorrido del descenso a través de una fotografía del Puigmal que hizo Ferran Llerena en una de las expediciones de rodaje. Desde dirección se acuerda hacer *zoom-in* o movimientos panorámicos digitales para generar la sensación de un video, debido a no disponer de ningún material útil para mostrar el recorrido del descenso. De forma resolutiva y por cuenta propia, se considera mejor editar la fotografía separándola por capas, utilizando la herramienta Adobe Photoshop, para generar el efecto *Parallax* en la fase de postproducción.
- 8- **Infografías técnicas del espacio:** En estas se pretende mostrar información de forma gráfica en referencia a la altitud, distancia y temperatura del entorno, con la misma tipografía y colores de los apartados anteriores, siempre adaptándose al contenido. Se pretende mostrar de forma minimalista el esfuerzo y las temperaturas extremas a las que se somete la protagonista. Para realizar la demostración se han escogido dos clips pertenecientes a la subida del Puigmal, el reto final de la protagonista.
- 9- **Créditos de cierre:** Al no tener directrices específicas desde dirección debido a que el documental no está terminado, se desconoce el contenido exacto de los créditos de cierre. Lo que sí que se ha planteado es dividirlos en dos bloques: el inicial, donde se usará el mismo estilo gráfico de los apartados anteriores adaptándose a las imágenes que se proyecten: el descenso nocturno final junto a los VFX; y el segundo y final, una cortina con el fondo negro siguiendo un aspecto formal para el cierre del documental.

BLOQUE B (Los *Motion Graphics* cómo *storytelling*):

10- Historia de Suzie Marachet: A través de un collage de fotos que emule un espacio tridimensional en un álbum o soporte en el que se encontrarían las fotografías de forma analógica, se mostrará el pasado que explica en una de las entrevistas. Para mostrar esto se ha decidido seguir el análisis de referentes en los que se utiliza un fotomontaje. Se tienen que recolectar fotografías del pasado de la protagonista desde los 2 años hasta la actualidad.

11- Beneficios del deporte: En el marco teórico se detectó la necesidad de mostrar el deporte del esquí de montaña de forma cercana y accesible para cualquier usuario que esté dispuesto a entrenar mínimamente y respetar la montaña. De este modo, en un primer momento, se planteó el generar un discurso paralelo que acompañara la entrevista de Suzie Marachet. No obstante, al localizar el material y realizar la preproducción del guion del montaje que se iba a realizar para hacer esta demo desde el Departamento de Motion Graphics, se detectó que con el montaje se podía transmitir la esencia de los beneficios de practicar deporte. Lo que define Suzie como algo que en su tiempo libre hace sin competir, y le hace sentir conectada a la naturaleza, sentirse más segura de sí misma, sentirse libre y feliz.

12- El esquí de montaña (o travesía): Debido a que en la realización del mismo proyecto se desconocía lo que implicaba este deporte a diferencia del más conocido esquí alpino, se pretende realizar una explicación de lo que es el deporte de esquí de montaña, y cómo se diferencia de los otros de forma muy breve. El objetivo es transmitir la parte emocional de este deporte, mostrar el valor que tiene practicar esta modalidad en diferencia con el resto y qué es lo que aporta aparte del riesgo. Esta cápsula se articularía encima del discurso de Suzie en una de las entrevistas, mediante la animación de Motion Graphics, con un estilo muy minimalista y con una paleta de colores que no salga de los tonos azules y el blanco de la nieve. Así mismo, la utilización de efectos visuales para las transiciones y de tipografía cinética ayudaría a plasmar el discurso.

13- Dar visibilidad a otras atletas mujeres dentro del discurso de Suzie: respecto a la realización de una pieza en torno a este concepto, se reflexionó que realmente Suzie ya naturaliza que una mujer atleta no profesional practique estos deportes, y por el contrario generar otra pieza afectaría de forma negativa la normalización de cualquier género en la práctica de deportes extremos.

Llegados a esta fase, se ha realizado una planificación para la elaboración de cada pieza en el calendario de días restantes, antes de la entrega del TFG.

También se ha recolectado y organizado en carpetas contenedoras todo el material requerido para cada pieza en el ordenador a trabajar. Se ha descargado de todo el material audiovisual necesario (tipografías, fotografías, material bruto de vídeos grabados, etcétera), con tal de definir un buen *workflow* que beneficie el rescatar el contenido siempre y cuando sea preciso y la buena interconexión entre los diferentes programas de Adobe Creative Cloud.

Ha habido un proceso de investigación técnica de aquellos tutoriales necesarios para la creación de las piezas de las que no se tiene conocimiento total hasta el momento, para su creación.

6.2. Producción y postproducción

En esta fase enfocada a la creación de los Motion Graphics se ha visto más pertinente la inclusión de los *Style Frames* y los *Design Boards* definidos en la metodología como parte de la preproducción, que ejemplifiquen el diseño con las formas y paleta de colores a seguir en la animación.

A continuación, se expone la fase de producción junto a la de postproducción de cada apartado debido a que los diseños creados son *demos* que justifican el diseño y animación de estos, así como su aplicación, sin ser los definitivos en el documental ya que no se dispone de este acabado.

1- Texto inicial de apertura

Se ha diseñado directamente en *After Effects* la composición del texto sobre un sólido negro de fondo. Después de las pruebas con las diferentes tipografías, se ha realizado una valoración personal en la que se ha seleccionado la tipografía “*Natural Signature*” como la más indicada, al mismo tiempo que el de nuevas tipografías de carácter libre de copyright que respetaran las normas de puntuación de la lengua española (acentos y letra ñ presentes en el texto).



Fig. 6.1. A la izquierda la tipografía Natural Signature, a la derecha la tipografía Mate SC.

Finalmente, la tipografía escogida es la *Mate SC*.

Debido a que es una tipografía Serifa y no se puede realizar un efecto de revelado de escritura a mano se ha decidido implementar un efecto que emule una máquina de escribir. Una vez finalizada la escritura, una capa de nieve descargada de la plataforma de pago Elements Envato (<https://elements.envato.com/es/visual-effect-of-snow-floating-slowly-in-the-air-i-K9279QR>), y con opacidad y control mediante el 'Remapeo de tiempo', baña desde la diagonal superior izquierda la imagen, momento en el que se le aplica opacidad a la capa oscura para dejar ver el clip de La Cerdanya propiedad de *Snow Soul*.

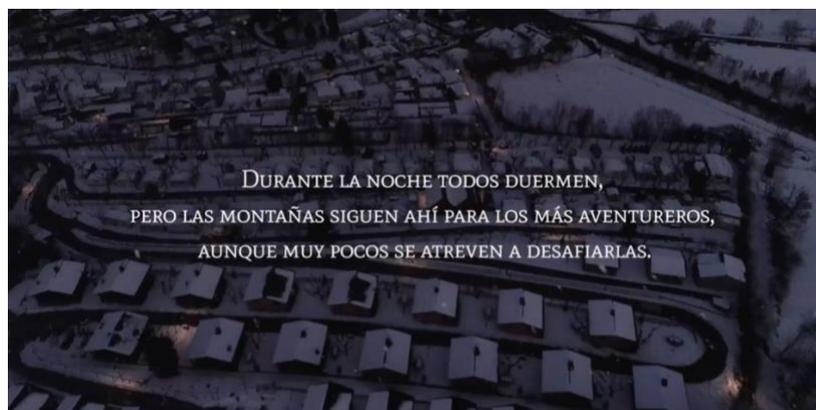


Fig. 6.2. *Style Frame* de la cita introductoria.

2- Secuencia de créditos de apertura

Dirección ha cedido los clips con la corrección de color hecha de los planos usados en su *teaser* de entrega para el TFG. Tras probar los diferentes planos, se ha detectado que aun siendo esta secuencia una *demo* a partir del material disponible, el documental final debería

de contar con más planos aéreos invernales de La Cerdanya, con lo cual se ha recurrido a la postproducción de otros clips para tenerlos juntamente con los planos de otoño con los que se contaba. El diseño está vertebrado por los logotipos de los patrocinadores en formato PNG sobre un fondo sólido blanco, y los cairons de los nombres en tipografía *Oswald* con un interletrado y el logotipo final de *Snow Soul* integrado.

Para su integración en los clips se ha animado mediante la herramienta 3D de la cual dispone *Adobe After Effects* y el uso de las cámaras, que permiten situar los elementos en un espacio bidimensional, pero con efecto de tridimensionalidad y generar la sensación de que las tipografías o elementos están integrados en el espacio mediante la animación de una cámara. Por otra parte, también se han usado movimientos panorámicos, o simplemente se han puesto en el espacio tridimensional. También, por ejemplo, en el caso de “Javi Flores”, se *trackean* sutilmente en el espacio. La sutileza era necesaria por lo que la opacidad y los movimientos de posición suaves han ayudado al dinamismo de esta primera secuencia de planos contemplativos que presentan algunos de los espacios más distinguidos de La Cerdanya, y que lo hará de mejor forma en su futura versión.

El cairon de Suzie se ha querido integrar en el espacio siguiendo el trazo de una máscara que a su vez sigue la carretera del clip en el que aparece. En el clip del cairon de Ferran Llerena, se ha añadido un efecto de niebla o nubes bajas que se integra en las nubes del propio clip, (descargado de la plataforma *Envato Elements* del cual dispongo licencia), y que se ha integrado mediante una capa *Alpha mate*. Por último, el título de *Snow Soul* aparece en un clip en el que el entorno se llena de niebla, lo que ha permitido no tener que crear este efecto digitalmente.

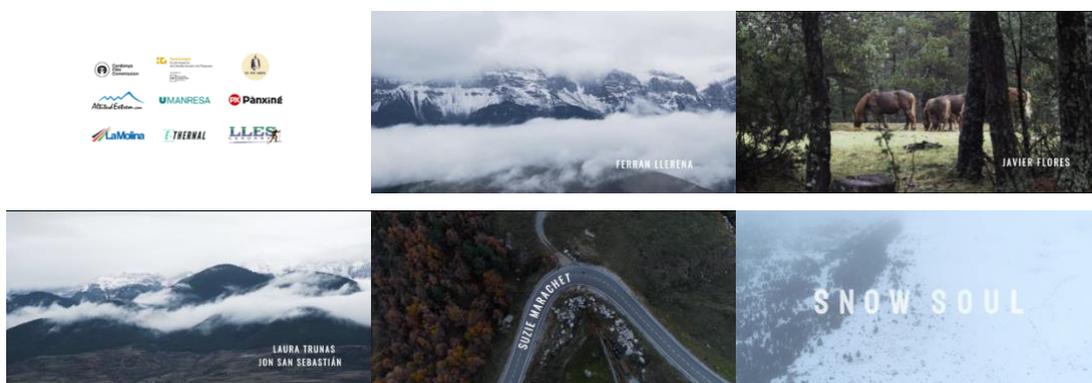


Fig. 6.3. *Desing Board* de los Créditos de apertura.

3- La creación del título de *Snow Soul*

Para el diseño del título con la tipografía *Staaliches* se quería trasladar el espectador al entorno del esquí de montaña del documental, por ello se ha creído conveniente que este se dibujara mediante unas pinceladas blancas que simbolicen las marcas de los deslizamientos de los esquís en la nieve. Para ello lo más conveniente era utilizar un estilo de brocha, pero manteniendo la tipografía escogida. La referencia para generar este estilo ha sido el tutorial de *School of Motion: 'Write-On Effect in After Effects'* (School of Motion, 2018).

Primeramente, se ha diseñado en *Adobe Illustrator* para posteriormente importarlo en *After Effects* y separar cada letra en una composición diferente para su diseño. Cada letra está diseñada mediante la animación de trazos en PNG y el uso de capas en modo *Alpha Mate*, lo que significa que la animación de estos PNG siguiendo un trazado recorren el contorno de las letras tipográficas de la familia *Staaliches*. Además, para el relleno total de las letras, se ha duplicado este efecto por cada letra las veces que lo ha requerido junto a un desplazamiento de su posición y el uso del Efecto 'Mínimo/Máximo' de *After Effects* que obliga a la capa seleccionada a expandir los píxeles cuando este se anima. Mediante la función 'Remapeo de tiempo' se ha adaptado cada letra en la línea de tiempo para que estas coincidieran en el orden de aparición. Por último, se ha añadido el efecto "Relleno" para modificar el color de las tipografías de forma más rápida y se ha añadido una textura teñida de blanco y un degradado sutil de color azul para reducir el diseño plano de una tipografía digital.



Fig. 6.4. Capturas de pantalla de los elementos utilizados para la creación del título *Snow Soul*, así como de la articulación en *Adobe After Effects* y el resultado final.

4- Animación de mensajes emergentes

El diseño de los mensajes emergentes se ha realizado con *Adobe Illustrator* siguiendo el estilo estándar de nubes de mensajería de algunas de las aplicaciones más utilizadas como *Instagram* o *Whatsapp* para posteriormente importarlo en *Adobe After Effects*. Del mismo modo se han diseñado los emoticonos.

Una vez en *Adobe After Effects*, todos los anteriores se han animado mediante el uso de la herramienta 3D. Las máscaras y la opacidad han ayudado a la creación de la aparición de estos mensajes. El texto que aparece en ellos ha sido inspirado siguiendo algunos de los comentarios que recibe la protagonista día a día a través de su perfil de Instagram.

Por otro lado, la sensación que se pretende dar en esta pieza con los Motion Graphics, es la de recibir mensajes masivos que no den tiempo a leer, mientras ella está disfrutando del deporte en la montaña, para reforzar este contraste entre la vida calmada en la naturaleza y el bombardeo tecnológico que sufre a través de la pantalla. Cabe recalcar el Efecto de ‘Desenfoco Gaussiano’ que se le ha querido dar a los emoticonos para generar una profundidad en el espacio alrededor de su Smartphone.

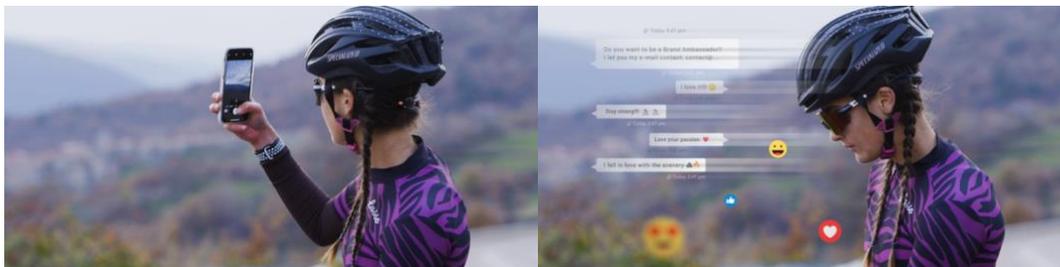


Fig. 6.5. *Design Board* de las animaciones de los mensajes emergentes.

5- Cairon presentación de Suzie

El diseño para el cairon se rige a la unidad visual de la guía de estilo. En este sentido, se han realizado dos demos donde incorporar el cairon de Suzie, como se puede ver en el resultado final del proyecto. En ambos, el diseño es minimalista, y se usan diferentes grosores de la familia *Oswald* para generar una jerarquía entre el nombre de la protagonista y un subtítulo que la defina. Se ha incluido una línea entre nombre y subtítulo, para hacer alusión a la división entre los dos mundos en los que vive la protagonista: la vida en la montaña, y la vida en la ciudad.

El diseño y animación se ha realizado directamente en *Adobe After Effects*. En la animación, la línea central es el eje principal que da paso a las otras dos tipografías cinéticas que aparecen mediante opacidad y animación del interletrado. Para conseguir este efecto sutil pero efectivo se ha requerido el uso de máscaras animadas que revelaran el contenido en el momento deseado. Para la integración en el clip, se ha utilizado una máscara para cuando Suzie mueve la cabeza y se sobrepone al texto.

Por el momento, solo se sabe con certeza que la única persona que aparecerá en el documental es Suzie Marachet, pero este cairon podría adaptarse a cualquiera otra persona que aparezca.



Fig. 6.6. *Design Board* del cairon de presentación de Suzie Marachet

6- Presentación del espacio de cada capítulo

El diseño para la presentación de los espacios para las *demos* se ha realizado en conjunto con las piezas número cinco y siete. El diseño final se ha realizado siguiendo rigurosamente las indicaciones en la preproducción: el título del lugar en colores claros u oscuros dependiendo del clip en el que esté superpuesto y en un grosor diferenciado de las coordenadas de ese lugar situadas en la base de este con un grosor más fino. Se ha procurado que las coordenadas estén situadas en el largo total del texto superior.

En cuanto a la animación, simplemente se ha animado mediante la propiedad de opacidad el texto. Como destacable para seguir esa estética minimalista pero cuidada, se ha situado la tipografía en el espacio mediante la herramienta 3D y con un seguimiento *trackeado* del movimiento que realiza la propia cámara para que estén siempre integrados en el espacio.

Al no tener el documental finalizado, no se han realizado más propuestas debido a que no se sabe con certeza la similitud que tendrán los clips para generar otro estilo.



Fig. 6.7. *Design Board* del cairon de presentación de los espacios de cada capítulo.

7- Presentación del espacio y el recorrido a realizar por la protagonista

Siguiendo la preproducción, la fotografía se ha editado, y posteriormente se ha separado en capas: en el suelo, en la primera línea de montañas, en las montañas del fondo, y en el cielo. Todo ello mediante *Adobe Photoshop*. Para generar más profundidad, se ha cambiado el cielo mediante una fotografía sin copyright proveniente de la plataforma de internet *Pexels*, y se ha editado el balance de blancos para que case mejor con la iluminación del paisaje.

A continuación, se ha importado el proyecto por capas en *Adobe After Effects*, dónde mediante la herramienta 3D, se han situado en un falso espacio tridimensional. Una vez divididos, se ha creado una cámara, la cual se ha animado en un *travelling-in*. El suelo se ha deformado para adaptarse en el recorrido. Paralelamente se ha dibujado con una pluma el trazado perteneciente al descenso que realizará la protagonista. Éste trazado se ha animado y se le han añadido los efectos pertinentes para reducir la sensación de trazo plano digital. Una vez animado este trazado, se ha situado también en el espacio para que estuviera integrado. Además, para dar la sensación de realismo, se han creado capas para ocultar este trazo cuando pasa detrás de los árboles. Por último, se ha añadido la tipografía cinética de presentación de espacio comentada previamente.

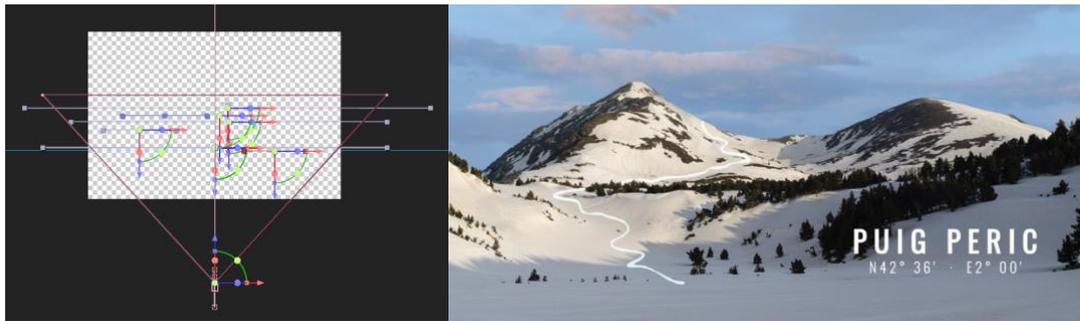


Fig. 6.8. Captura de pantalla de la vista superior de las capas en el espacio tridimensional y resultado final de la presentación y el espacio del recorrido que realiza la protagonista.

8- Infografías técnicas del espacio

Para el diseño del cairon, hecho en *Adobe Illustrator*, se siguen la línea y simbología comentadas en preproducción. Los colores nuevamente se adaptan al entorno y a la iluminación de la escena. La composición del cairon consta del texto perteneciente a la ubicación en la posición superior, y la simbología indicando altitud, temperatura y distancia recorrida en la parte inferior, separados ambos por unas líneas que los divide.

Para la animación se ha importado el proyecto en *Adobe After Effects*. Esta se ha generado mediante el uso de máscaras animadas y la propiedad de opacidad del texto.

Para este apartado, se trata de seguir una estética minimalista en la que se va actualizando la información a medida que transcurre la acción. Se ha tratado de ejemplificar esta evolución mediante dos clips de la forma más resolutiva, siguiendo el recorrido de ascenso al Puigmal, ya que no se dispone del montaje final donde se pueden aplicar íntegramente todas las actualizaciones de las infografías técnicas del espacio.



Fig. 6.9. Resultados finales de las presentaciones de las infografías técnicas del espacio.

9- Créditos de cierre

Para el diseño de los créditos de cierre, se han adquirido los clips de video a través de la plataforma digital *Elements Envato*, de los cuales se dispone la licencia. A continuación, se ha adaptado la versión original para obtener los clips necesarios y que estos concuerden con la narrativa y temática del documental. En este caso, el diseño sigue el estilo nocturno y de partículas cobrando vida que aparecen al final de la trama. Siguiendo con la edición, se han adaptado y animado las tipografías.

En la aparición de los nombres y roles de los integrantes del documental, se ha creído pertinente separar el de la protagonista del resto del equipo. Es el primer crédito en aparecer, ya que cerramos con ella el documental. El diseño del nombre de la protagonista sigue la estética que se le ha dado en el cairon de presentación: se ha usado una línea divisoria que hace alusión a los dos mundos de la vida de Suzie.

Por ahora solo se muestran los nombres y roles de las personas que han participado hasta la fecha. Este apartado está sujeto a modificación adaptándose a la finalización del proyecto.



Fig. 6.10. *Design Board* de los Créditos finales

10- Historia de Suzie Marachet en el esquí

Para la breve introducción a la historia de Suzie Marachet, se usan diferentes opciones de narrativa. La escena consta de una entrevista vehicular, en la que se ha añadido también el cairon de la protagonista, montando a nivel de guion aquellas partes más destacables de su

pasado para narrarse de forma amena. Para la entrevista genérica se ha hecho la corrección de color.

Mientras Suzie nos pone en situación de su vida, se ha cogido una plantilla prediseñada de la plataforma de *Elements Envato* para conseguir las *slides* del celuloide ([Véase en Aspectos Legales](#)), añadiendo a modo carrete fotografías cedidas por la propia protagonista, e incorporando el detalle de la fecha en cada película. Estas plantillas se han editado y animado según las necesidades de la narrativa. Una herramienta de edición usada es la funcionalidad de ‘Remapeo de Tiempo’ para modificar la duración de los clips y, así, dinamizar la entrevista.

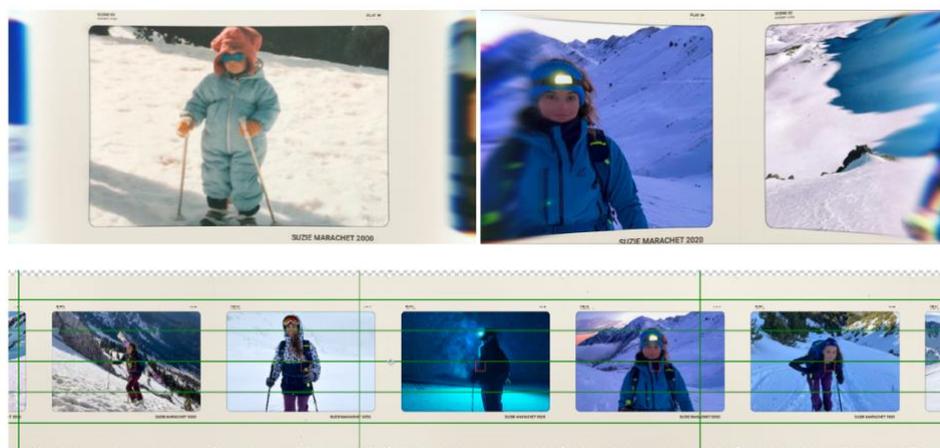


Fig. 6.11. *Design Board* de la Historia de Suzie Marachet en el esquí y captura de pantalla de la edición de las imágenes en una composición de *Adobe After Effects*.

11- Beneficios del deporte

Se contempla realizarlo como ampliación del proyecto debido a que se ha detectado la necesidad de un montaje y edición con los propios clips del Documental que den más sentido y se complementen a los Motion Graphics centrados en tipografía cinética de este apartado.

12- El esquí de montaña (o travesía)

Para el diseño de los Motion Graphics, se han creado en *Adobe Illustrator* los *Style Frames*, partiendo de unos diseños de la esquiadora descargados de la plataforma *Elements Envato* ([Véase en Aspectos Legales](#)). Para la vista cenital de la esquiadora se ha diseñado de cero siguiendo el mismo estilo. Y el paisaje con las cabinas se ha compuesto y diseñado como

Antes de la animación de los anteriores, se ha recorrido a descargar los elementos necesarios para generar las transiciones y efectos, también de la plataforma *Elements Envato* para: los efectos de tinta a modo de transición, las partículas blancas de la nieve, así como la textura de acuarela. De todas éstas se dispone de licencia ([Véase en Aspectos Legales](#)). Para presentar la majestuosidad del lugar inaccesible y ser lo más realistas posibles, se ha preferido descargar un vídeo de *Elements Envato* antes de hacer otro diseño 2D.

La animación en *Adobe After Effects* se ha jerarquizado por la animación de los diseños vectoriales en un inicio; en segundo lugar, la animación de las tipografías cinéticas; a continuación, la distribución en la línea de tiempo donde previamente se ha postproducido la entrevista de Suzie y marcado los cortes según el guion; y por último, la adición de los efectos y texturas, y la integración de todas estas en el tiempo junto a la adición de las transiciones de tinta mediante la generación de máscaras ‘Alpha Invertidas por Luminancia’, donde el color negro de los vídeos de tinta sirve de transición y se convierte en transparente dejando ver el clip que hay debajo de esa capa, mientras el blanco conserva el contenido de la capa superior.

La creación de máscaras y la animación de estas mediante posicionamiento y opacidad ha sido clave para la integración de todos los elementos, así como el uso de una cámara y de la herramienta 3D para realizar un *zoom-in* de la transición de los telesillas a la esquiadora final.

Como conclusión de todo este apartado de análisis y resultados, cabe decir que las piezas audiovisuales finales del Bloque B, tienen una relación más directa con el desarrollo del proyecto y ponen en valor la cuestión de los Motion Graphics como vehículo de *storytelling* emocional.

Por otro lado, las piezas audiovisuales desarrolladas con el Bloque A, son indispensables para enmarcar y organizar las diferentes nomenclaturas en un documental, pero no enriquecen ni aportan tanto valor emocional de forma individual, sino más bien comunicativo.

El conjunto de todos ellos aporta una riqueza única que construye el imaginario visual y una forma de comunicación gráfica única en cualquier pieza audiovisual.

7. Conclusiones

A lo largo de este proyecto se ha podido comprobar como el empleo de los Motion Graphics está cada vez más presente en la actualidad. Estos están pasando de ser un elemento de acompañamiento, a ser prioritarios en los contenidos audiovisuales. Es evidente su eficiencia en la era de la transformación digital para captar la atención del espectador y transmitir a través de imaginarios visuales a los que la imagen por si sola no puede llegar.

En este caso, su utilidad como refuerzo y transmisor del mensaje emotivo que acompaña la narrativa de Suzie Marachet ha sido íntegra. Rescatando el objetivo principal de “*analizar la función del lenguaje a través de las metáforas visuales, así como la perspectiva de género en el esquí de montaña, con la finalidad de generar un imaginario gráfico-visual que refuerce el panorama narrativo y emocional del documental Snow Soul*”, considero que se ha completado en su totalidad. Consecuentemente, se ha generado una Guía de Estilo como muestra de todas las *demos* finales y la producción de estas últimas.

Todas ellas, comparten un estilo que acompaña la idea de calma en el diseño minimalista junto a una paleta de colores sobria, elementos que a su vez definen ese sentimiento que la protagonista siente y se despierta al estar en contacto con la naturaleza. Por lo tanto, a criterio personal, queda completado también el segundo objetivo principal de conseguir un Motion Design personalizado y coherente con las necesidades estéticas y narrativas de la pieza.

Respecto al objetivo secundario de generar un lenguaje visual que exprese la dureza del deporte extremo a través de la infografía, considero no se ha completado en su totalidad debido a la falta de material postproducido con un guión coherente que muestre el recorrido y aventura en los diferentes descensos que realiza Suzie Marachet. No obstante, se ha creado un lenguaje visual a través de infografías técnicas en las que se muestra la actualización de lo que podría ser en un futuro el diseño de esta transmisión de información en el documental acabado. Por otro lado, resultados finales como el de la presentación en Puig Peric en el que se muestra el recorrido que realizará la esquiadora, sí que ayudan a reforzar el concepto.

A medida que se ha ido avanzando el proyecto se ha descartado la posibilidad de crear una Guía sintetizada sobre la creación de un Motion Design personalizado para un producto audiovisual, ya que el grosor del trabajo abarcaba demasiado. Aun así, como proyección futura se pretende ampliar este objetivo, el cual podría realizarse incluso a través de Motion Graphics como propia muestra de su funcionalidad para hacer de lo complejo algo sencillo.

Como propuestas de mejora queda toda la integración y adaptación, con las modificaciones que se requieran en el documental final *Snow Soul* ya que como se ha podido ver a lo largo del proyecto, no se ha podido avanzar este para la entrega paralela al Proyecto de Final de Grado. Pese a todo, se extrae la oportunidad de seguir mejorando y profesionalizando la técnica, así como la búsqueda de nuevas formas en las que reforzar la narrativa audiovisual del proyecto global.

En lo referente a nivel personal, ha sido todo un reto desde el minuto cero el afrontar este proyecto sobre animación con una herramienta de la que no se tenía conocimiento alguno. A medida que se ha ido avanzando en el proyecto se ha podido descubrir la valía de estos Motion Graphics por su versatilidad, capaces de crear cualquier tipo de imaginario gráfico-visual que se sueñe, siempre y cuando se tengan los conocimientos adecuados. A ello se suma la tecnología en constante evolución que cada vez permite acabados más realistas. En este sentido, el objetivo secundario de ampliar los conocimientos de la postproducción, concretamente en la creación de un Motion Design y la creación de los Motion Graphics, quedan totalmente satisfechos. Cada pieza se ha intentado cuidar al detalle, aunque algunas de ellas puedan tener un valor individual mayor debido a la fuerza que genera el *storytelling*. Considero que en conjunto generan un valor añadido a la futura pieza en su acuidad visual.

El proceso creativo de este tipo de composición es al mismo tiempo satisfactorio, tedioso y frustrante. En tan solo diez segundos de animación se pueden generar cantidades innumbrables de capas, efectos y propiedades a controlar para conseguir exactamente ese impacto que en ocasiones es complejo de percibir. De este modo, algo que se valora es la elaboración en todos sus sentidos de aquellos departamentos enfocados en la postproducción audiovisual, aquellos que quedan normalmente en el anonimato pero que son clave para que

todas las ideas, ganas y esfuerzo de las personas que han estado antes cobraron sentido.

Arriesgarse a innovar e introducir nuevas técnicas digitales es determinante para conseguir un resultado único que aporte aspectos creativos y diferentes. Este proyecto suma, no tan solo como producto final de Motion Graphics originales, sino desde la perspectiva del análisis teórico de las necesidades que emergen de nuevos productos audiovisuales que aporten referentes equitativos en el deporte que destruya las construcciones de una sociedad patriarcal. Los Motion Graphics de este documental intentan sumar a este mensaje de visibilización en el campo del deporte de esquí de montaña con una mujer como referente. Creando de esta manera un trasfondo que secunda las decisiones tomadas durante la elaboración de este proyecto. Remarcar que este trabajo no finaliza aquí, sino que se pretende sacar adelante este proyecto y publicar más números futuros.

8. Referencias

8.1. Bibliografía

- Betancourt, M. (2013), *The History of Motion Graphics*, Rockville, Md.: Wildside Press.
- Blazer, L. (2020), *Animated Storytelling: Simple Steps For Creating Animation and Motion Graphic*, Estados Unidos, Peachpit Press.
- Braha, Y. y B. Byrne, (2010), *Creative Motion Graphic Titling for Film, Video, and the Web: Dynamic Motion Graphic Title Design (Pap/Dvdr.)*, Waltham, Mass.: Focal Press.
- Crook, I., Beare, P. (2017), *Fundamentos del Motion Graphics: Principios y prácticas de la animación gráfica*, Barcelona y España, Promopress.
- Jausoro, A. (2001), *Cuerdas rebeldes: retratos de mujeres alpinistas*, España, Desnivel.
- Jiménez, R., (2015, junio). *El deporte femenino español en los Juegos Olímpicos*. España: Consejo Superior de Deportes. Recuperado de https://transparencia.gob.es/transparencia/dam/jcr:7aa457c3-2ecc-4eff-aff7-286ae022fc65/Deporte_Femenino_JJOO.pdf
- Krasner, J. S. (2008), *Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics*, Inglaterra y Estados Unidos, Focal Press.
- Meyer, T. y C. Meyer, (2010), *Creating Motion Graphics with After Effects: Essential and Advanced Techniques*, 5ª ed., Waltham, Mass.: Focal Press.
- Shaoqiang, W. (2017), *Motion Graphics. 100 Design Projects You Can't Miss*, Barcelona y España, Promopress.
- Shaw, A. (2016), *Fundamentals and Techniques of Motion Design*, New York y Estados Unidos, Focal Press.
- Williams, R. (2004), *The Non-designer's Design Book: Design and Typographic Principles for the Visual Novice*, seg. ed.: Berkley: Peachpit.

Woolman, M. y J. Bellatoni (2000), *Moving Type: Designing for Time and Space*, Hove: RotoVision.

8.2. Webgrafía

Adobe. (s. f.). *Creative Cloud pricing and membership plans* | Adobe Creative Cloud. Adobe. Recuperado 8 de enero de 2021, de <https://www.adobe.com/creativecloud/plans.html>

Alvim, R. (2018, marzo 2). What Is Hand Lettering? *Rayane Alvim - Hand Lettering & Calligraphy*. <https://rayanealvim.com/what-is-hand-lettering/>

Alzolay, A. (s. f.). *Dispositivos de almacenamiento de un computador - Monografias.com*. Recuperado 29 de diciembre de 2020, de <https://www.monografias.com/trabajos35/dispositivos-almacenamiento/dispositivos-almacenamiento.shtml>

BERGWELTEN. (2018, marzo 13). *La ruta de esquí más larga del mundo. El camino largo: los deportistas*. Recuperado 22 de abril de 2021, de <https://www.bergwelten.com/a/der-lange-weg-die-athleten>

Blasco, P. (2018, noviembre 18). *Cuerdas rebeldes. Y se agotan las mujeres alpinistas.... Desnivel.com*. <https://www.desnivel.com/cultura/cultura-libros/cuerdas-rebeldes-y-se-agotan-las-mujeres-alpinistas/>

Brozek, F. (2020, abril 17). *Esta ultrarunner escaló 3 volcanes en menos de 24 horas. Red Bull*. <https://www.redbull.com/es-es/alex-roudayna-tres-volcanes-mexico>

Cambridge Dictionary. (s. f.). Significado de LOOK AND FEEL en el Diccionario Cambridge inglés. En *Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus*. Recuperado 8 de enero de 2021, de <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/look-and-feel>

Cané, M. (s. f.). *El perfil de cliente aspiracional*. PuroMarketing. Recuperado 8 de enero de 2021, de <https://www.puromarketing.com/53/18965/perfil-cliente-aspiracional.html>

Carreras Por Montaña. (2018, marzo 30). *Núria Picas abandona la travesía de los Alpes por el riesgo de aludes*. Recuperado 22 de abril de 2021,

de_ <https://www.carreraspormontana.com/noticias/nuria-picas-abandona-la-travesia-de-los-alpes-por-el-riesgo-de-aludes/>

Collins Dictionary. (s. f.). Animation definición y significado | Diccionario Inglés Collins. En *COBUILD Advanced English Dictionary*. Recuperado 20 de abril de 2021, de <https://www.collinsdictionary.com/es/diccionario/ingles/animation>

Collins Dictionary. (s. f.). Chrominance definición y significado | Diccionario Inglés Collins. En *COBUILD Advanced English Dictionary*. Recuperado 8 de enero de 2021, de <https://www.collinsdictionary.com/es/diccionario/ingles/chrominance>

Collins Dictionary. (s. f.). Fast-cut definición y significado | Diccionario Inglés Collins. En *COBUILD Advanced English Dictionary*. Recuperado 8 de enero de 2021, de <https://www.collinsdictionary.com/es/diccionario/ingles/fast-cut>

Collins Dictionary. (s. f.). Luminance definición y significado | Diccionario Inglés Collins. En *COBUILD Advanced English Dictionary*. Recuperado 8 de enero de 2021, de <https://www.collinsdictionary.com/es/diccionario/ingles/luminance>

Collins Dictionary. (s. f.). Zoom-in definición y significado | Diccionario Inglés Collins. En *COBUILD Advanced English Dictionary*. Recuperado 8 de enero de 2021, de <https://www.collinsdictionary.com/es/diccionario/ingles/zoom-in>

Columbia University. (2015). *Columbia Film Language Glossary: Split Screen*. <https://filmglossary.ccnmtl.columbia.edu/term/split-screen/>

Constant, I. (2020, octubre 7). *Motion graphics: ¿qué es y para qué sirve?* | *Blog. Domestika*. Recuperado 29 de diciembre de 2020, de <https://www.domestika.org/es/blog/4241-motion-graphics-que-es-y-para-que-sirve>

ESDESIGN - Escuela Superior de Diseño de Barcelona. (2019, junio 16). *ESDESIGN. Actualidad. ¿Qué es el motion design y para qué sirve?* Recuperado 2 de enero de 2021, de <https://www.esdesignbarcelona.com/es/expertos-diseno/que-es-el-motion-design-y-para-que-sirve>

Esqui.com. (2017). Mujeres al poder: ellas también hacen historia en el esquí. *Mujeres al poder*. Recuperado 21 de abril de 2021, de https://www.esqui.com/es_ES/blog-esqui/130/mujeres-al-poder-ellas-tambien-hacen-historia-en-el-esqui

ExpertPhotography. (2021). *What Is Perspective in Photography and How Should You Use It?*. Recuperado 20 de abril de 2021, de <https://expertphotography.com/perspective-in-photography/>

FEDME - Federación Española de deportes de montaña y escalada. (2021). *QUÉ ES EL ESQUÍ DE MONTAÑA*. Recuperado 19 de abril de 2021, de <http://www.fedme.es/index.php?mmod=staticContent&IDf=150>

FGC Turisme. (2020, febrero 24). *¡Descubre mujeres deportistas del mundo de la nieve!* Recuperado 21 de abril de 2021, de <https://www.turismefgc.cat/es/blog/grandes-deportistas-del-mundo-de-la-nieve/>

Fowler, M. S. (2003, noviembre 18). *Animation Layout: Overlay (OL) And Overlay/Underlay (OL/UL)*. Animation World Network. <https://www.awn.com/animationworld/animation-layout-overlay-ol-and-overlayunderlay-olul>

Guayabero, O. (2020, junio 17). *ESDESIGN. Actualidad. Infografía animada*. Recuperado el 19 de abril de <https://www.esdesignbarcelona.com/es/expertos-diseno/infografia-animada>

Intel. (s. f.). *¿Qué es Hyper-Threading?* Intel. Recuperado 8 de enero de 2021, de <https://www.intel.com/content/www/es/es/gaming/resources/hyper-threading.html>

Intel. (s. f.). *Overclocking de tu CPU con los procesadores Intel® sin bloqueo*. Intel. Recuperado 8 de enero de 2021, de <https://www.intel.com/content/www/es/es/gaming/overclocking-intel-processors.html>

Intel. (s. f.). *Tecnología Intel® Turbo Boost 2.0*. Intel. Recuperado 8 de enero de 2021, de <https://www.intel.com/content/www/es/es/architecture-and-technology/turbo-boost/turbo-boost-technology.html>

Into Film. (s. f.). *Animation: Hand drawn*. Into Film. Recuperado 8 de enero de 2021, de <https://www.intofilm.org/films/filmlist/91>

- Laferte, S. (2020, julio 1). *Style Guide: How to Write One for Your Brand*. <https://contentmarketinginstitute.com/2020/07/how-to-brand-style-guide/>
- Lannom, S. (2019, noviembre 4). *Extreme Close-Up Shots: Creative Examples That Work*. StudioBinder. <https://www.studiobinder.com/blog/extreme-close-up-shot-definition/>
- Maxon. (s. f.). *Plans and Pricing*. Maxon a Nemetschek Company. Recuperado 8 de enero de 2021, de <https://www.maxon.net/en/buy>
- Merriam-Webster. (s.f.). Perspective. En *Merriam-Webster.com dictionary*. Recuperado 6 de enero de 2021, de <https://www.merriam-webster.com/dictionary/perspective>
- Merriam-Webster. (s.f.). Mood. En *Merriam-Webster.com dictionary*. Recuperado 8 de enero de 2021, de <https://www.merriam-webster.com/dictionary/mood>
- Merriam-Webster. (s.f.). Motion. En *Merriam-Webster.com dictionary*. Recuperado 8 de enero de 2021, de <https://www.merriam-webster.com/dictionary/motion>
- Merriam-Webster. (s.f.). Workflow. En *Merriam-Webster.com dictionary*. Recuperado 8 de enero de 2021, de <https://www.merriam-webster.com/dictionary/workflow>
- Ministerio de Empleo y Seguridad Social. (2017). III. *Otras disposiciones. Tablas salariales año 2017. Boletín Oficial Del Estado (BOE)*, 97, 31842–31851. Recuperado de <https://www.boe.es/boe/dias/2017/04/24/pdfs/BOE-A-2017-4475.pdf>
- Moreno, A. (2020, octubre 15). Ordenador para Edición de Vídeo 2020: Guía de Compra. *GamerPC*. <https://gamerpc.es/configuraciones/pc-para-edicion-de-video/>
- Mundo NG. (s. f.). *Free Solo, el documental de National Geographic, consigue el premio Óscar*. Recuperado 7 de enero de 2021, de https://www.nationalgeographic.com.es/mundo-ng/actualidad/free-solo-documental-national-geographic-consigue-premio-oscar_13939
- NewscastStudio. (s. f.). *Broadcast Design on NewscastStudio*. NewscastStudio. Recuperado 8 de enero de 2021, de <https://www.newscaststudio.com/category/broadcast-design/>
- Sáez, M.A. (2021, marzo 28). *Los 10 beneficios infalibles del skimo*. Solonieve.es. Recuperado 22 de abril de 2021, de <https://solonieve.es/reportajes/beneficios-del-skimo/>

OK VIDEO (2018). *¿Qué son los Motion Graphics? Historia, Estilos, Estudios*. Recuperado 29 de diciembre de 2020, de <https://okvideo.es/blog/motion-graphics>

Oxford University. (s. f.). Técnica. En *diccionario de español de Google*. Oxford Languages. Recuperado 5 de enero de 2021, de <https://languages.oup.com/google-dictionary-es/>

Oxford University. (s. f.). Software. En *diccionario de español de Google*. Oxford Languages. Recuperado 5 de enero de 2021, de <https://languages.oup.com/google-dictionary-es/>

Oxford University. (s. f.). Hardware. En *diccionario de español de Google*. Oxford Languages. Recuperado 5 de enero de 2021, de <https://languages.oup.com/google-dictionary-es/>

Palazzi, A. (2020, abril 9). *ESDESIGN. Actualidad. ¿Qué es el Motion Design? ESDESIGN. Actualidad*. Recuperado 29 de diciembre de 2020, de <https://www.esdesignbarcelona.com/es/expertos-diseno/que-es-el-motion-design>

Palazzi, A. (2020, mayo 28). *ESDESIGN. Actualidad. El arte de crear tipografía en movimiento*. Recuperado el 19 de abril de <https://www.esdesignbarcelona.com/es/expertos-diseno/el-arte-de-crear-tipografia-en-movimiento>

Parra, M. (2016, agosto 12). *How women are rocking the mountaineering world*. Explore-Share.Com. Recuperado 22 de abril de 2021, de <https://www.explore-share.com/blog/women-rocking-mountaineering-world/>

Paul, J. (s. f.). *6 Ways to Motion Track in After Effects*. School of Motion. Recuperado 8 de enero de 2021, de <https://www.schoolofmotion.com/blog/motion-tracking-in-after-effects>

Peralta, D. I. (2018, noviembre). *Animación Parallax en Movimiento con After Effects (D.Israel Peralta) | Curso*. Crehana. Recuperado 8 de enero de 2021, de <https://www.crehana.com/es/cursos-online-animacion-2d/animacion-parallax-en-movimiento-con-after-effects/>

Picture Organic Clothing. (2018, diciembre 20). *ZABARDAST - Full Movie - YouTube*. https://www.youtube.com/watch?v=AkigzUFR3ys&feature=share&app=desktop&ab_channel=PictureOrganicClothing

pixel-creativo. (s. f.). ¿Qué es Tipografía Kinética o Kinetic Type? - Pixel Creativo. *Blog de la Agencia Creativa pixel-creativo*. Recuperado 8 de enero de 2021, de <https://pixel-creativo.blogspot.com/2012/09/que-es-tipografia-kinetica-o-kinetic.html>

Prime Video. (2018). *Prime Video: Kilian Jornet Path to Everest*. Prime Video. <https://www.primevideo.com/detail/Kilian-Jornet-Path-to-Everest/0I9Y1ZY56TMIKV80RL7D0QC47W>

Puget Systems (2020). *Recommended System: Recommended Systems for Cinema 4D*. Puget Systems. Recuperado 29 de diciembre de 2020, de <https://www.pugetsystems.com/recommended/Recommended-Systems-for-Cinema-4D-166/Hardware-Recommendations>

Redacción LdN. (2021, enero 22). *Ana Alonso, campeona de España de esquí de montaña: «Espero mantener la forma en la Copa del Mundo»*. Recuperado 21 de abril de 2021, de <https://www.lugaresdenieve.com/?q=es/reportaje/entrevista-ana-alonso-flamante-campeona-de-espana-de-esqui-de-montana>

Red Bull. (2018). *Victor de Le Rue has ridden all over the world, but one place inspires him more than anywhere else: Chamonix, France*. <https://www.redbull.com/mea-en/films/frozen-mind>

Rodrigo, A. (2020, agosto 24). *RAID de discos duros: qué es, para qué sirve y qué tipos hay*. HardZone. Recuperado 29 de diciembre de 2020, de <https://hardzone.es/tutoriales/montaje/raid-discos-duros/>

Romero, V. (2020, diciembre 9). *¿Ya sabes qué es el Matte painting? | Crehana ES*. <https://www.crehana.com/es/blog/disenio-grafico/que-es-el-matte-painting/>

Savić, V. (2016, agosto 22). *What is print design? PopArt Studio Blog*. https://www.popwebdesign.net/popart_blog/en/2016/08/print-design/

SEGD. (2014, mayo 19). *What is Motion Design?*. Recuperado 18 de abril de 2021, de <https://segd.org/what-motion-design>

School of Motion (2018). *Building the Ultimate After Effects Computer*. Recuperado 29 de diciembre de 2020, de <https://www.schoolofmotion.com/blog/after-effects-computer>

Shades of Winter (2020). *Inicio de Shades of Winter*. Shades of Winter. Recuperado el 17 de abril del 2021 de <https://www.shades-of-winter.com/>

The North Face. (2019, octubre 15). *The North Face presents: Lhotse ft. Hilaree Nelson and Jim Morrison*.
https://www.youtube.com/watch?v=wPXSfVruIHI&ab_channel=TheNorthFace

Treintaycinco mm. (2019, octubre 16). Conceptos básicos del etalonaje: la corrección del color. *Treintaycinco mm*. <https://35mm.es/conceptos-basicos-etalonaje-correccion-color/>

8.3. Filmografía

Chin, J., y Vasarhelyi, E. C. (directores). (2018, septiembre 28). *Free Solo* [Documental]. National Geographic. <https://www.disneyplus.com/en-gb/video/83bbd786-ff66-4440-b5e1-021f9ceccaa9>

Cutts, S. (director) (2012). *Man* [Cortometraje]. United Kingdom: Steven Cutts Productions. <https://www.youtube.com/watch?v=WfGMYdalCIU>

Daniel, S. y Jacks, J. (productores) y Soomers, S. (director) (1999). *The Mummy* [cinta cinematográfica]. Universal Pictures

Elms, D (director y productor) (2014). Bitcoin Explained [Cortometraje]. Duncan Elms. <https://www.duncanelms.com/#/gebaude/>

Feige, K., Hurd, G.A. y Arad, A. (productores) y Leterrier, L. (director) (2008). *The Incredible Hulk* [cinta cinematográfica]. Universal Pictures, Marvel Entertainment, Marvel Studios, Valhalla Motion Pictures, MVL Incredible Productions

Feil, M. (director) Lahnsteiner, S. y Red Bull Media House (Productores) (2014). *Pure* [Película documental]. Austria: Shades of Winter.

Frioux, A., y Moulin, M. (directores) (2018). *Freeriding The Steep Mountains Of Chamonix | Frozen Mind* [Cortometraje]. Red Bull. <https://www.redbull.com/mea-en/films/frozen-mind>

Grand, J. y Mortimore, K. (productores) y Hunnicutt, M. (director) (2020). Nike: Dream Crazier [Spot publicitario]. Estados Unidos: W + K PORTLAND. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=zWfX5jeF6k4&ab_channel=Campaignsoftheworld

Hitchcock, A. (productor y director) (1958). *Vertigo* [cinta cinematográfica]. Alfred Hitchcock Productions.

Hoorn, L. (director). (2017, abril 12). *Hokkaido Calling* [Documental]. Sherpas Cinema. <https://vimeo.com/212986034>

Hoorn, L. (director). (2015, marzo 11). *The Great Siberian Traverse* [Documental]. Sherpas Cinema. https://www.youtube.com/watch?v=F-MMnk7dBY8&feature=youtu.be&ab_channel=SherpasCinema

Kopelson, A. (productor) y Fincher, D. (director) (1995). *Seven* [cinta cinematográfica]. New Line Cinema, Kopelson Entertainment.

Lahnsteiner, S. (Directora y productora). (2013). *Shades of Winter* [Película documental]. Austria: Shades of Winter.

Lahnsteiner, S (Directora y productora). (2018). *Connects* [Cortometraje documental]. Austria: Shades of Winter. https://www.youtube.com/watch?v=TpMHi7Tf_bI&ab_channel=ShadesofWinter

Lahnsteiner, S (Directora y productora). (2018). *Couples* [Cortometraje documental]. Austria: Shades of Winter. https://www.youtube.com/watch?v=s7Vt4fJFru4&ab_channel=ShadesofWinter

Lahnsteiner, S (Directora y productora). (2019). *Lucid* [Película documental]. Austria: Shades of Winter. https://www.youtube.com/watch?v=Fw4xhdHC_nw&t=8s&ab_channel=ShadesofWinter

Lahnsteiner, S (Directora y productora) Red Bull Media House (Co-productora). (2017). *Crossroads* [Cortometraje documental]. Austria: Shades of Winter y Red Bull Media House.

Lahnsteiner, S (Directora) Bergmann, M., Kohler, T. y Lahnsteiner, S. (Productores). (2016). *Between* [Película documental]. Austria: Shades of Winter.

Manceau, I. (director). (2016). *Steep* [Videojuego]. Ubisoft Annecy, Ubisoft Montpellier, Ubisoft Paris. https://www.youtube.com/watch?v=xJ_LRyq-Mw0&ab_channel=Throneful

Radugadesign (productora). (2017, febrero 10). *Volvo S90* [Spot publicitario]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=VQihIMS-FT4&ab_channel=Radugadesign

Red Bull (productora). (2020, agosto 17). *Ultrarunning 3 Peaks in 24 Hours w/ Runner Alex Roudayna "Chikorita" | Red Bull* [Documental]. Red Bull. https://www.youtube.com/watch?v=cQofshJ8Q0Y&ab_channel=RedBull

Romanek, M. (director). (2012). *Nike: Voices* [spot publicitario]. Canada: Steam Films. <https://vimeo.com/groups/tvc/videos/44821920>

Rousseau F. (director). (2017). *Moonline - Mathieu Bijasson* [cortometraje]. Francia: PVS Company. <https://vimeo.com/194353922>

Saffie, J. (director). (2019). *Obsession* [Documental]. Ultralitefilms. <https://vimeo.com/253368280>

School of Motion (2018). *Write-On Effect in After Effects* [vídeo-tutorial]. School of Motion. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=rcfCZ1J6mIM&ab_channel=SchoolofMotion

Scott, R., De Laurentiis, D., De Laurentiis, M. (productor), Scott, R. (director) (2001). *Hannibal* [cinta cinematográfica]. Co-production Estados Unidos-Reino Unido; Metro-Goldwyn-Mayer (MGM), Universal Pictures, Dino de Laurentiis, Scott Free Productions.

Serra, J., y Montaz-Rosset, S. (directores). (2018). *Kilian Jornet Path to Everest* [Documental]. Amazon Prime Video. <https://www.primevideo.com/detail/Kilian-Jornet-Path-to-Everest/0I9Y1ZY56TMIKV80RL7D0QC47W>

Tanon, J. (director). (2018). *ZABARDAST - Full Movie* [Documental]. Picture Organic Clothing. https://www.youtube.com/watch?v=AkigzUFR3ys&feature=share&app=desktop&ab_channel=PictureOrganicClothing

The North Face (productora). (2019, octubre 15). *The North Face presents: Lhotse ft. Hilaree Nelson and Jim Morrison* [Documental]. The North Face. https://www.youtube.com/watch?v=wPXSfVruIHI&ab_channel=TheNorthFace

Saltzman, H. y Broccoli, A.R. (productores) y Young, T. (director). (1962). *Agente 007 contra el Dr. No* [cinta cinematográfica]. Eon Productions.

Salkind, A., Salkind, I. y Spengler, P (productores) y Donner, R (director). (1978). *Superman* [cinta cinematográfica]. Dovemead Films, Film Export AG, International Film Production.

Ziskin, L. y Bryce, I. (productores) y Raimi, S. (2002). *Spider-Man* [cinta cinematográfica]. Columbia Pictures, Marvel Entertainment, Laura Ziskin Productions.

PLAN DE VIABILIDAD

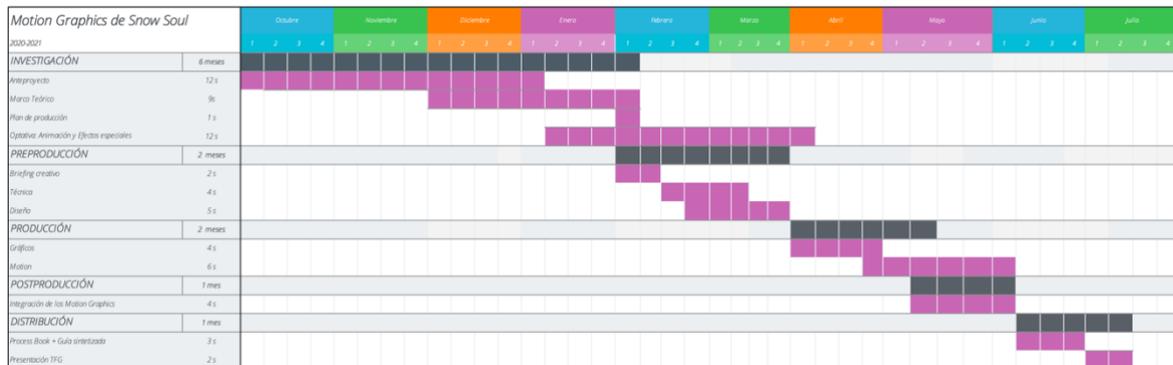
1. Planificación

El plan de viabilidad delimita paso a paso con el Cronograma de Gantt los pasos previstos previamente a realizar para la obtención del producto final -objeto de trabajo-. A continuación, se divide en viabilidad técnica y económica, la argumentación de este plan de trabajo.

1.1. Planificación inicial

Paralelamente a la realización del documental, se diseñarán y animarán los Motion Graphics que, en la fase de postproducción una vez realizado el montaje, y justo después del etalonaje, se integrarán estos. Como se puede ver en la Tabla 6. se propone un plan de trabajo que contempla toda la metodología comentada anteriormente (Véase punto 5).

Tabla 6.
Cronograma de Gantt del TFG



Nota: Elaboración del plan de trabajo del Trabajo de Final Grado.

1.2. Desviaciones

Como se puede observar en el Cronograma de Gantt de la Tabla 7 a continuación se pueden apreciar visiblemente las desviaciones del proyecto y la dedicación real de este.

Los motivos de estas desviaciones, en primer lugar se hace plausible debido a la no finalización del Documental de cara a la entrega final de los TFG's académicos de todos los

integrantes del proyecto *Snow Soul*, debido a las propias desviaciones internas del equipo no académicas. Por otro lado, el Departamento de Producción se ha desentendido totalmente de los TFGs afectados en las fases de postproducción, con lo cual, este mismo proyecto se ha visto afectado y ha debido de generar con la ayuda del Director y el Departamento de Sonido, como he comentado anteriormente, unas *demos* que justificaran el trabajo realizado y las posibles aplicaciones de cara al futuro. Por lo que el Plan de Producción, también se ha desplazado a mayo teniendo en cuenta la segunda Concepción Global planteada.

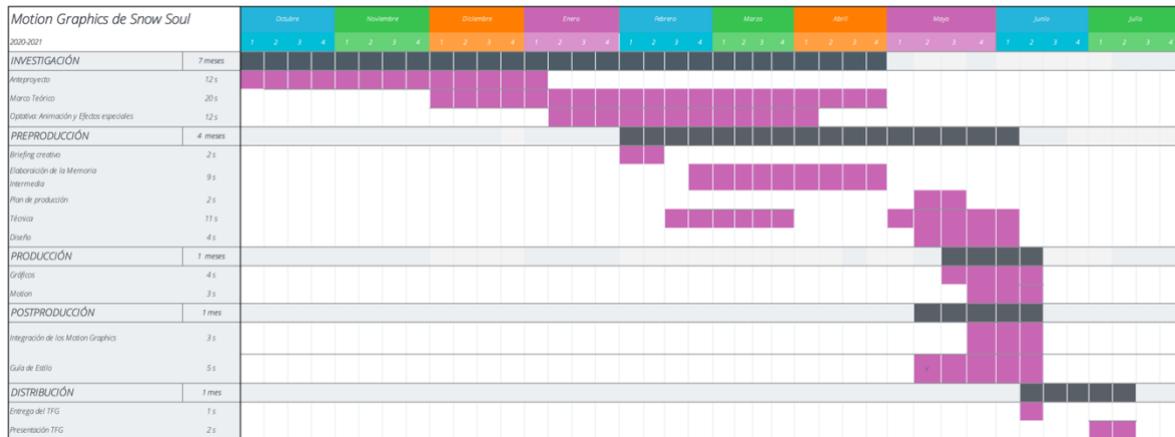
Además, cabe remarcar como el Marco Teórico se extiende hasta la entrega Intermedia debido a que a medida que iba avanzando el proyecto se han ido detectando nuevas necesidades, lo que ha requerido más investigación sobre temas tan interesantes como el de la perspectiva de género en el esquí de montaña.

Por otro lado, un factor determinante a nivel personal a sido la aglomeración de faena de carácter profesional en otros proyectos durante los meses de primavera lo que han atrasado la implicación final de este proyecto en los últimos meses previos a la fecha de entrega final. En cuanto a la técnica y el diseño son factores que se han estado trabajando paralelamente a medida que avanzaba el proyecto ya que ha sido un continuo aprendizaje a medida que avanzaba el proyecto.

Por último, el *Process Book* planteado al inicio se realizará cuando esté el Documental realizado y la aprobación final de los Motion Graphics como viables. Además, en vez de realizar una Guía Sintetizada del proceso de creación de los Motion Graphics se ha definido como algo de valor añadido el generar una Guía de Estilo de cara a la ampliación del proyecto y que el imaginario gráfico-visual construido pueda tener una continuidad útil.

En conclusión, queda plasmado como se ha pasado de un *workflow* de trabajo bastante lineal a uno concentrado en las últimas semanas de mayo y junio. No obstante, se han solventado satisfactoriamente todas y cada una de las fases planteadas de forma resolutiva.

Tabla 7.
Cronograma de Gantt con las desviaciones del TFG



Nota: Elaboración del plan de trabajo real del Trabajo de Final Grado.

2. Análisis de la viabilidad técnica

La viabilidad técnica de este plan de trabajo presentado recae en: la posesión y/o adquisición de los recursos materiales referentes a *hardware* y *software*; a los recursos humanos, referente al capital intelectual la persona con los conocimientos técnicos y artísticos en Motion Design; y una infraestructura, referente a un estudio de trabajo con otros gastos domésticos variables -electricidad, internet, calefacción-.

A nivel de recursos materiales, el *hardware* -ordenador, monitor calibrado y periféricos- ya está adquirido.

Concretamente, se dispone de un ordenador que cumple los requisitos mínimos de *hardware* para animación de gráficos en movimiento, especificados en el Marco Teórico ([Véase punto 4.1.5.2](#)).

Las componentes del ordenador con sistema operativo Windows 10 son los siguientes:

- Procesador (CPU): AMD Ryzen 7-3700X
- Placa Base: A. Prime B5550-PLUS
- RAM: HyperX Fury 2X16GN 3200MH
- Disco duro principal: HDD 2TB

- Disco duro secundario: SSD 1TB
- Tarjeta gráfica: GTX 2070 SUPER 8GB
- Fuente de alimentación: 750W Gold
- Cooler Master Hyper 212 EVO
- Caja: Aerocool AERO One Mini

Respecto al *software*, Adobe After Effects, se contratará una suscripción durante dos o tres meses a partir de capital propio.

3. Análisis de la viabilidad económica

Los elementos nombrados anteriormente, también tienen que valorarse en su totalidad, a nivel de viabilidad económica. El desglose de los costes reales profesionales y la amortización del material que se dispone, se especifican en el presupuesto ([véase análisis económico](#)). Este presupuesto sería en un ámbito profesional, el que se enviaría a un cliente. No obstante, en el TFG se intentará reducir los costes al mínimo, debido a que actualmente se dispone de todos los recursos materiales, humanos y de espacio necesarios.

Además, hay que tener en cuenta el valor del registro del proyecto creativo, así como el importe de cursos formativos en la materia, u otros gastos generales logísticos.

3.1. Presupuesto de los costes de producción profesionales

El presupuesto del proyecto se intentará reducir a coste cero, debido a como se ha comentado antes a la posesión de todos los componentes mínimos para la realización de este. No obstante, se ha realizado un presupuesto profesional dividido en dos costes: los costes de recursos técnicos y los costes humanos. En los costes de recursos técnicos se especifica la amortización del *hardware* que se utilizará ([véase anexo 3](#)), como los elementos de *software* en función a la duración del montaje. En relación con los costes humanos, se han realizado basándose en el salario medio interprofesional por horas de un *Motion Graphics Designer* en España.

El salario de la profesión de *motionographer*, o en su defecto, Diseñador Gráfico o Animador, no constan todavía en el boletín oficial del estado. Su última publicación, tan solo contempla

a los montadores de imagen y sonido, junto con sus ayudantes respectivos, en el “ANEXO I.2. Técnicos en producciones cuya explotación primaria sea su explotación en salas cinematográfica- bajo presupuesto” (Ministerio de Empleo y Seguridad Social, 2017)

Por ese motivo se ha recurrido al Sitio Web Glassdoor, un explorador “con información de millones de empleos, sueldos, opiniones sobre empresas y preguntas de entrevista” (Glassdoor, 2021). Según las estadísticas de Glassdoor: “El sueldo nacional promedio de un Motion Graphics Designer es de 47.499€ en España”. (Glassdoor, 2021)

Debido a que los artistas o creativos autónomos no se rigen por los mismos horarios que un trabajador con contrato indefinido, calcular el precio por hora, es bastante susceptible a la ambigüedad. No obstante, si seguimos el promedio de Glassdoor, 47.499€ dividido en 14 pagas, equivale a 3.392,79€. Teniendo en cuenta que la aproximación de horas que trabaja un artista en un mes puede ser de cien horas, debido a que trabaja por proyectos. El precio por hora aproximado es de 33,93€.

En la siguiente tabla se hace el presupuesto teniendo en cuenta el coste del *hardware* personal y, suscripción del *software* y de la plataforma de material audiovisual, junto con el coste humano, el presupuesto del proyecto es 4.829,50€ (Véase Tabla 8).

Tabla 8.

Presupuesto profesional estimado por la creación de los Motion Graphics

Costes técnicos		
Recursos técnicos	Listado	Coste
Hardware	Ordenador (componentes, montaje, instalación sistema operativo Windows 10)	1.702,06€
	Cascos Razer	47€
	Teclado + Ratón	11€
	Lector SD/USB externo	15€
Amortización total del <i>hardware</i> en 5 años		355,01€

Software	<i>Pack Adobe Creative Cloud</i> para estudiantes (suscripción de 1 mes sin permanencia)		19,66€
	<i>Elements Envato</i> (suscripción de 1 mes sin permanencia 30% para estudiantes)		10€
Total de costes técnicos			384,67€
Costes humanos			
Tareas	Previsión de horas	Salario por hora	Salario
Reuniones y organización del proyecto	4h	33,93€	135,72€
Diseño de los Motion Design	25h	33,93€	848,25€
Producción de los gráficos y los movimientos	50h	33,93€	1.696,50€
Acabado y masterización	2h	33,93€	67,86€
Integración en el montaje	25h	33,93€	848,25€
Creación de los Motion Graphics dependientes	25h	33,93€	848,25€
Total de costes humanos			4.444,83€
Total de costes			4.829,50€

Nota: Desglose por apartados del presupuesto profesional estimado.

3.2. Presupuesto de los costes de producción reales

El coste real ha sido de 0€, debido a que se disponía ya del material técnico, *software* y plataforma de contenido audiovisual, para uso personal y profesional externo a este proyecto.

4. Aspectos Legales

En relación a los aspectos legales, la obra original *Snow Soul El Documental* deberá registrarse como Propiedad Intelectual, en su finalización del proyecto, así mismo una vez dado de alta en el registro, los componentes del equipo de Snow Soul: Ferran Llerena, Alberto Cañamero, Xavier Mora, Javier Flores, Alejandro De Miguel, Daniel Carbón, Jon San Sebastián y Laura Trunas, por sí o como cesionarios, son titulares de todos los derechos de propiedad intelectual de *Snow Soul El Documental*, así como de los elementos contenidos en la misma (a título enunciativo, imágenes, sonido, audio, vídeo, VFX o Motion Graphics; marcas o logotipos, combinaciones de colores, estructura y diseño, selección de materiales usados, acceso y uso, etc.). Todos los derechos reservados. En virtud de lo dispuesto en los artículos 8 y 32.1, párrafo segundo, de la Ley de Propiedad Intelectual, quedan expresamente prohibidas la reproducción, la distribución y la comunicación pública, incluida su modalidad de puesta a disposición, de la totalidad o parte de los contenidos de este largometraje documental, con fines comerciales, en cualquier soporte y por cualquier medio técnico, sin la autorización de la productora.

Se disponen de todas las licencias de los materiales descargados desde la plataforma de Envato Elements, a continuación, se enumeran todos los materiales obtenidos:

- Efecto visual de la nieve flotando lentamente en el aire. Aislado sobre un fondo negro
- Snow VFX: <https://elements.envato.com/es/visual-effect-of-snow-floating-slowly-in-the-air-i-K9279QR>
- Nubes de niebla densa baja: <https://elements.envato.com/es/dense-fog-clouds-low-6LSQJT7>
- Título cinemática épico: <https://elements.envato.com/es/epic-cinematic-title-VL692ZT>
- Partículas: <https://elements.envato.com/es/particle-792LPTB>
- Diapositivas de fotos antiguas: <https://elements.envato.com/es/old-photo-slides-V8UBVYJ>
- 8 fondo azul oscuro abstracto acuarela: <https://elements.envato.com/es/8-dark-blue-abstract-watercolor-background-WHDETCD>
- Vacaciones de Invierno: <https://elements.envato.com/es/winter-vacation-QQUVXXB>

- Clip de vídeo ‘Montañas Nevadas’: <https://elements.envato.com/es/foggy-snowy-mountains-36Q95XL>
- Transición de gotas de tinta en el fondo negro metraje de tinta Transición de tinta gotas de tinta blanco cayendo en: <https://elements.envato.com/es/ink-drops-transition-on-black-background-footage-i-YUD8E6G>
- Gotas de tinta negra goteando sobre papel blanco: <https://elements.envato.com/es/black-ink-drops-dripping-on-white-paper-VHKWL3T>

5. Referencias

Glassdoor. (2021, enero 5). *Sueldo: Motion Designer en España* [Explorador]. Glassdoor. https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/espa%C3%B1a-motion-designer-sueldo-SRCH_IL.0,6_IN219_KO7,22.htm

Ministerio de Cultura. *Boletín Oficial del Estado* (97): 1996-8930. 22 de abril de 1966. ISSN 1996-8930

ANEXOS

1. Antecedentes actuales en formato libro

El siguiente listado pertenece a los antecedentes que tratan el estudio de los Motion Graphics, su función de *storytelling*, los fundamentos, las técnicas y proyectos de referencia, que se escogieron en una primera investigación y cribado tras la asignatura de Gestión de Proyectos. De los cuales finalmente no se han hecho uso en su totalidad, debido al coste económico que suponía adquirir libros de este calibre. Difiero pues, aquellos consultados de aquellos que finalmente no he podido hacer uso para que conste como parte del proceso de investigación del marco teórico.

Consultados para el TFG:

- **Betancourt, M. (2013), *The History of Motion Graphics*, Rockville, Md.: Wildside Press.** Un sólido estudio de la historia cultural del grafismo animado, que hace hincapié en obras abstractas experimentales como fueron los trabajos innovadores de los primeros fotógrafos y animadores de vanguardia, anteriores a la aparición de los sistemas de edición por ordenador. Este libro incluye un examen exhaustivo de la historia del diseño de títulos desde las primeras películas hasta el presente.
- **Blazer, L. (2020), *Animated Storytelling: Simple Steps For Creating Animation and Motion Graphic*, Estados Unidos, Peachpit Press.** Una propuesta de 10 pasos, para la creación de historias utilizando animación y gráficos en movimiento, que trabajan todas las etapas del desarrollo de conceptos: la preproducción, el *storyboard* y el diseño.
- **Crook, I., Beare, P. (2017), *Fundamentos del Motion Graphics: Principios y prácticas de la animación gráfica*, Barcelona y España, Promopress.** Un libro muy visual y ameno dividido en ocho capítulos con ejemplos visuales, que trata desde la terminología más básica de los Motion Graphics, los conceptos a tener en cuenta como: formatos de vídeo, creación y manipulación de imágenes, composición, técnicas y tipografía; a la fase de planificación de la preproducción y la producción.

- **Krasner, J. S. (2008), *Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics*, Inglaterra y Estados Unidos, Focal Press.** Una recopilación ilustrada de obras de grafismo animado, con algunos ejercicios para consolidar los temas de cada capítulo.
- **Shaoquiang, W. (2017), *Motion Graphics. 100 Design Projects You Can't Miss*, Barcelona y España, Promopress.** Reúne proyectos destacados de reconocidos estudios de todo el mundo, incluidos Huge Designs, Imaginary Forces, Troublemakers y Panoplia. Las obras sorprendentes que se presentan aquí se dividen en cinco categorías: comerciales, culturales, tipográficas, experimentales y secuencias de títulos.
- **Shaw, A. (2016), *Fundamentals and Techniques of Motion Design*, New York y Estados Unidos, Focal Press.** El autor Austin Shaw explora los principios del diseño de movimiento, enseñando a los lectores cómo aprovechar creativamente las técnicas esenciales de este medio diverso e innovador para crear *style frames* atractivos, *design boards* y productos de diseño de movimiento. También incluye actualizaciones sobre: técnicas de ilustración, tipografía, composición, narración visual, incorporación de elementos 3D, *motion design* y desarrollo de portafolio.

No Consultados para el TFG:

- **Braha, Y. y B. Byrne, (2010), *Creative Motion Graphic Titling for Film, Video, and the Web: Dynamic Motion Graphic Title Design (Pap/Dvdr.)*, Waltham, Mass.: Focal Press.** Un detallado recorrido de los conceptos y los procesos del grafismo animado, estructurado en torno al flujo de trabajo de la producción.
- **Meyer, T. and C. Meyer, (2010), *Creating Motion Graphics with After Effects: Essential and Advanced Techniques*, 5ª ed., Waltham, Mass.: Focal Press.** Ampliación detallada del manual del programa After Effects. Explica los conceptos generales, así como de la terminología específica de los menus de After Effects. Incluye ejemplos implementables.
- **Williams, R. (2004), *The Non-designer's Design Book: Design and Typographic Principles for the Visual Novice*, seg. ed.: Berkley: Peachpit.** El tipógrafo Robin

Williams introduce los elementos esenciales en el diseño y la tipografía, al igual que define el arte del diseño en cuatro principios fáciles de recordar y de aplicar.

- **Woolman, M. y J. Bellatoni (2000), *Moving Type: Designing for Time and Space*, Hove: RotoVision.** La obra consta de dos partes: la primera es muy rica en terminología útil sobre la tipografía y la planificación del movimiento, la segunda es un muestrario de texto animado para usos varios.

2. Principales industrias de los Motion Graphics

Algunos de los mejores estudios en España listados por la productora audiovisual OK VIDEO son:

“ - **Cocoe:** Estudio situado en Madrid. Su web está plagada de animaciones de gran calidad técnica y de un estilo con personalidad propia.

- **Zeligstudio:** Estudio de diseño especializado en proyectos de *broadcast design* y Motion Graphics. Son los creadores de la identidad visual de las noticias de TVE1 y La 2. También trabajos de animación para Gol TV, La Sexta o Nova.
- **OuYeah!:** Estudio barcelonés creado en 1999, obtuvieron un premio de un Sol de Oro por La Petit Mort.
- **Dvein:** Otro estudio barcelonés creado en 2007, en sus trabajos destaca la combinación de imagen real con el motion en 2D y 3D.
- **Tavo:** Uno de los más veteranos de España. Desde sus comienzos trabaja el *motion* junto con el 3D, sus trabajos destacan en este estilo espectacular y muy televisivo. Además de sus proyectos de *motion*, es uno de los fundadores de Domestika.“

(OK VIDEO, 2018).

3. Análisis del *hardware* para el desarrollo de los Motion Graphics

- **Procesador (o CPU):** “es la parte más determinante de un ordenador para el proceso de edición. Es el componente que define lo potente y rápido que será el equipo al procesar archivos de gran tamaño. En cualquier otro ordenador esta elección es también esencial, pero su importancia puede ser secundaria frente a la tarjeta gráfica, o la memoria RAM (Memoria de acceso aleatorio). Tiene que haber un equilibrio entre número de núcleos y velocidad de frecuencia. Para edición tiene que tener mínimo 6 núcleos y 3,6 GHz de velocidad de frecuencia. No obstante, mantienen una relación inversa: a más núcleos menos velocidad de frecuencia” (Moreno, 2020). Además, hay que considerar que tecnología o posibilidades permite este procesador:
 1. tecnología *hyper-threading*: cada núcleo físico está dividido en dos núcleos virtuales o hilos, para trabajar de forma paralela (Intel, s. f.)
 2. tecnología *Turbo Boost*: cualidad de algunas CPU de acelerar la frecuencia en ciertos escenarios automáticamente (Intel, s. f.)
 3. práctica *overclocking*: permite elevar la frecuencia del CPU de forma manual que funcionen a una velocidad mayor (Intel, s. f.).
- **Tarjetas gráficas:** “es otro componente determinante con el que hay que prestar atención, por su arquitectura de cálculo que incorpore. En este sentido, en *software* de Adobe es mejor las tarjetas de Nvidia que AMD, ya que las primeras usan el procesamiento en paralelo CUDA -con mejor respuesta al *software*-, frente al protocolo OpenCl de las segundas” (Moreno, 2020).
- **Memoria RAM:** “es el tercer elemento en importancia a la hora de armar un ordenador para trabajar con vídeo. Aunque la memoria que elijamos no jugará un papel fundamental en el rendimiento del sistema, al menos sí que debemos asegurarnos de que sea compatible con la placa base y el procesador, y se adapte a la cantidad de datos que vamos a manejar mientras editamos. Lo mínimo que debemos tener son 8GB, y en función del tamaño y resolución de los vídeos con los que vayamos a trabajar, pueden ser de 16GB o 32GB. Los módulos de memoria, es recomendable comprarlos en packs de dos o más; es mejor dos sticks de 8 GB (con

las mismas especificaciones), que uno de 16GB. Además, si queremos optar por los componentes más modernos, la memoria RAM deberá ser de tipo DDR4” (Moreno, 2020).

- **Sistema de almacenamiento:** en los dispositivos de almacenamiento del ordenador, se almacenan en forma temporal o permanentemente los programas y datos que son manejados por las aplicaciones que se ejecutan en estos sistemas. Debido a la cantidad de información que es manejada actualmente por los usuarios, los dispositivos de almacenamiento se han vuelto imprescindibles. (Alzolay, s.f.). Actualmente, existen muchos sistemas de almacenamiento, de los cuáles los más usados son:
 1. HDD: llamado comúnmente como disco duro, con un funcionamiento a base de platos o discos magnéticos. Sensible a los golpes, y con más latencia para gestionar archivos que otras tecnologías de almacenamiento. Su vida útil tiene un límite, más es mejor que una SSD en este aspecto (Alzolay, s.f.).
 2. SSD: unidad de estado sólido, rápida y silenciosa. Para el ámbito del vídeo no son una solución a largo plazo debido a que tienen un número limitado de ciclos de escritura, pudiendo producirse la pérdida absoluta de los datos de forma inesperada e irrecuperable. No obstante, su sistema que usa memoria no volátil, la hace menos sensible a los golpes, son prácticamente inaudibles, y poseen menos latencia, lo que se traduce en una mejora del rendimiento exponencial en los tiempos de carga de los sistemas operativos. Las SSD hacen uso de la misma interfaz SATA que los discos duros, por lo que son fácilmente intercambiables sin tener que recurrir a adaptadores o tarjetas de expansión para compatibilizarlos con el equipo. A partir de 2010, la mayoría de las SSD utilizan memoria flash basada en puertas NAND, que retiene los datos sin alimentación eléctrica. Para aplicaciones que requieren acceso rápido, pero no necesariamente la persistencia de datos después de la pérdida de potencia, las SSD pueden ser construidas para la RAM (Alzolay, s.f.).
 3. NVMe (acrónimo del inglés que significa Non-Volatile Memory Express): es muy rápida y la versión más cara debido a esta tecnología (School of Motion, 2019).

RAID

“(acrónimo del inglés que significa *Redundant Array of Independent Disks*): La finalidad de un sistema RAID de discos es la de proteger los datos en caso de que un disco duro falle, o en algunos casos tiene como función principal mejorar la velocidad de lectura de varios discos que conforman un único volumen. Un sistema RAID funciona emplazando los datos en varios discos duros, y permitiendo que las operaciones de entrada y salida (I/O) funcionen de manera balanceada, mejorando el rendimiento” (Rodrigo, 2020).

Hay muchos sistemas de RAID, pero que han quedado obsoletos. El mejor actualmente, según Rodrigo Alfonso, “es el RAID 5, puesto que permite tener casi cualquier número de discos duros en el RAID (con un mínimo de tres) y solo uno de los discos será utilizado como *backup*, es decir, que solo se desperdiciará la capacidad de uno de ellos. Además, se incrementa el rendimiento de lectura a más volumen de discos como conformen el RAID, menos uno. A más discos, más tolerancia a fallos de un disco, que, en caso de fallo, se podría reemplazar sin perder información. La parte mala de este sistema RAID de discos duros es que, si fallaran dos discos, sí tendríamos pérdida de datos. Además, lógicamente como el mínimo son 3 discos, necesitaremos una mayor inversión inicial para hacerlo.” (Alzolay, s.f).

“Todas las unidades de almacenamiento anteriores se pueden utilizar en After Effects, pero si lo principal es la velocidad, solo se necesita utilizar unidades SSD o NVMe. Para After Effects, se prefiere la velocidad al tamaño. Siempre puede hacer una copia de seguridad de sus archivos en una unidad más lenta después de que se complete su proyecto” (School of Motion, 2019).

A continuación, se expone una propuesta, por la School of Motion asociada con Puget Systems y Adobe, del ordenador que es necesario para desarrollar Motion Graphics con After Effects, debido a que es el programa más estandarizado actualmente.

La primera propuesta llamada *Jonny Cache* es la siguiente:

JOHNNY CACHE: THE ULTIMATE AFTER EFFECTS COMPUTER

- **CPU:** Intel Core i9 9900K 3.6GHz (4.7-5.0GHz Turbo) 8 Core 95W
- **RAM:** Crucial 64GB DDR4-2666 (4x16GB)
- **GPU:** NVIDIA GeForce RTX 2080 8GB Dual Fan
- **Hard Drive 1:** 512GB Samsung 860 Pro SATA SSD (OS/Applications)
- **Hard Drive 2:** 512GB Samsung 970 Pro NVMe PCI-E M.2 SSD (Disc Cache)
- **Hard Drive 3:** 1TB Samsung 860 EVO SATA SSD (Project Files)
- **Price:** **\$4,223.64**

Fig. 3.1. Modelo *Jonny Cache*, mejor *hardware* calidad precio para edición en After Effects, propuesto por Puget Systems para School of Motion (School of Motion, 2019).

“Como puede ver, la velocidad de la CPU es increíblemente rápida, a pesar de que tiene "sólo" 8 núcleos. Tiene una buena cantidad de RAM y una GPU muy robusta. También tenemos varios discos duros rápidos, incluida una unidad NVMe para el caché del disco. Esto permite colocar los archivos del proyecto, caché de disco y aplicaciones en discos duros separados, lo que aumentará el rendimiento” (School of Motion, 2019).

Dependiendo del presupuesto, School of Motion junto a Puget Systems, proponen una segunda versión llamada *Jean Claude* más económica que la anterior, pero un 10% más lenta (School of Motion, 2019).

JEAN CLAUDE VAN RAM: ANOTHER GREAT AFTER EFFECTS COMPUTER

If you're looking for a more entry-level option here's a nice computer that also packs a punch.

- **CPU:** Intel Core i7 9700K 3.6GHz (4.6-4.9GHz Turbo) 8 Core 95W
- **RAM:** Crucial 32GB DDR4-2666 (2x16GB)
- **GPU:** NVIDIA GeForce RTX 2060 6GB Dual Fan
- **Hard Drive 1:** 512GB Samsung 860 Pro SATA SSD (OS/Applications/Cache)
- **Hard Drive 2:** 500GB Samsung 860 EVO SATA SSD (Project Files)
- **Price:** **\$2893.71**

Fig. 3.2. Modelo: *Jean Claude*, con el mejor *hardware* calidad precio para edición en After Effects, propuesto por Puget Systems para School of Motion (School of Motion, 2019).

4. Análisis de la metodología de producción

Briefing creativo

Un **briefing creativo** establece las necesidades de un proyecto. Estas necesidades incluyen:

- especificaciones emocionales: describe lo que el diseñador quiere que el espectador sienta;
- especificaciones intelectuales: describe el mensaje y/o ideas que el espectador recogerá en sus pensamientos de una forma subjetiva;
- especificaciones narrativas: relativas al *storytelling* y la secuencia de eventos. Hay que conocer el cambio para definir los movimientos de los gráficos;
- especificaciones técnicas: describe los detalles de un proyecto, como el cronograma de revisiones y entrega final, el *aspect ratio*, la duración de la pieza, la resolución y velocidad de obturación, y elementos de marca obligatorios como el logotipo, entre otros (Shaw, 2016, p. 51-52).

En definitiva, el propósito del *briefing* creativo es contener las necesidades creativas de un proyecto. Cualquiera que sea la forma del escrito, debe ser algo funcional para el diseñador (Shaw, 2016, p.52).

Style Frames

“Los **style frames** son un único frame o imagen que representan el *look and feel* de un proyecto de Motion Design antes de su animación. Es uno de los primeros resultados entregables, que pueden ayudar a ganar un *pitching* en la asignación de proyectos comerciales, por este motivo su producción es importante” (Shaw, 2016, p.15).

“A parte de su importancia financiera, dan una solución tangible a la propuesta creativa expuesta en el *briefing*. Los *style frames* son el medio que utiliza un diseñador para presentar el aspecto de un proyecto antes de que comience la fase de movimiento. Aunque son momentos singulares de una pieza en movimiento, cada *style frame* puede contar una historia a nivel individual. Además definen el patrón

visual a seguir, incluyendo: la paleta de colores, materiales, texturas, estilo tipográfico, y convenciones cinematográficas” (Shaw, 2016, p.15).

Design Boards

Por otro lado, “los *design boards* contienen una secuencia de *style frames* que muestran la narrativa o historia del proyecto. En muchos sentidos, se parecen a los *storyboards* dibujados a mano. Cada cuadro representa la ventana gráfica o el ojo de la cámara. Los *design boards* normalmente se leen de izquierda a derecha y de arriba a abajo. Contienen la narrativa visual para un proyecto de diseño de movimiento, así como la dirección de los cambios cinematográficos. Estos cambios incluyen información como ángulos de cámara, distancia focal de la cámara, movimientos de cámara, y composición general en toda la pieza” (Shaw, 2016, p.23).

“La importancia de los *style frames* y los *design boards* en el mundo del arte comercial recae en que son el método para presentar conceptos y soluciones visuales a los informes creativos. Los clientes premian proyectos basados en la solidez de un concepto y su presentación visual. Cuando un cliente premia un proyecto, esencialmente está comprando ese estilo, historia y/o concepto. Como entregables principales del diseño para el movimiento, los *style frame* y los *design boards* son la primera impresión que un cliente ve de una pieza de Motion Design. Además, los clientes normalmente querrán ver y aprobar el estilo de diseño de un proyecto antes de invertir dinero en una producción” (Shaw, 2016, p.24).

Process Book

Finalmente, una vez realizada la creación del Motion Design, se recopila todo el proceso creativo en lo conocido como **Process Book**. “Muchos de los principios de diseño que se aplican a la creación de los *style frames* y *design boards* son aplicables en el *Process Book*” (Shaw, 2016, p.39).

“El propósito principal del *Process Books* es documentar su proceso creativo, cómo se desarrolló el *concept art* y el estilo de diseño. Puede mostrar todos los pasos,

estrategias, métodos y pensamientos cruciales que se utilizaron en el desarrollo de su concepto. Además, también puede mostrar los resultados pulidos de un proyecto, como los *style frames* y los *design boards*” (Shaw, 2016, p.39).

“Los *Process Book* son extremadamente valiosos para el portafolio, ya que este puede demostrar cómo una persona es resolutiva y resiliente a la hora de afrontar los desafíos creativos” (Shaw, 2016, p.39).

5. Elementos dentro de la composición

Espacio Positivo y Espacio Negativo

La interacción entre los «espacios positivos» y los «espacios negativos» se encuentra en la esencia de la composición. No hay positivo sin negativo. El espacio positivo es el elemento principal, y el espacio negativo es el área alrededor y entre el sujeto restante. Sin ambos la composición puede parecer plana, ya que si una imagen contiene demasiados elementos que piden atención, el espectador no tendrá un camino visual claro que seguir, y el mensaje se perderá. Como dice Austin Shaw (2016, p.114): “*El ojo del espectador necesita áreas de espacio vacío para poder ser dirigido intencionalmente hacia el punto focal de una imagen.*” Además, es interesante considerar el papel del espacio negativo para reforzar o despertar un significado emocional más amplio. (Shaw, 2016, p.113-115)

Simetría y Asimetría

Al igual que con el espacio positivo y negativo pasa con la «simetría» y la «asimetría», estas deben de estar equilibradas. Normalmente, las composiciones orientadas al diseño suelen ser simétricas, por lo que son fáciles de leer y no se generan confusiones en la recepción del mensaje, deseado por el emisor. “Las composiciones simétricas son efectivas cuando la necesidad primordial es la claridad. En cambio, las asimétricas siguen más la tradición de las bellas artes, donde la disposición de los elementos visuales está descentrada o inesperada. Al contrario de la simetría, una composición asimétrica es más eficaz para crear una sensación de misterio en una imagen, y a su mismo modo, el misterio introduce a la libre interpretación. La asimetría tiene el potencial de ser más dramática y potencialmente más interesante. Este

tipo de composiciones atraen al espectador y producen reacciones emocionales e intelectuales” (Shaw, 2016, p.115).

Motion

El *Motion* «en castellano movimiento» es el cambio en la composición debido al paso del tiempo. El elemento del tiempo permite cambiar de composición, y de este modo, facilita la posibilidad de fluctuar entre varias emociones evocadas por la transmisión de la narrativa del mensaje. En otras palabras, permite la transmisión de varias ideas y/o emociones en un mismo mensaje (Shaw, 2016, p.115).

6. Elementos dentro del espacio

Profundidad

La profundidad crea dimensionalidad en la imagen. El valor de la intensidad, como se ha comentado anteriormente, genera la ilusión de profundidad. Así mismo, el contraste entre elementos también ayuda a enfatizar esta ilusión dimensional (Shaw, 2016, p.130-131).

Para conseguir reforzar el efecto de profundidad, Austin Shaw aconseja establecer «planos espaciales» diferenciados para: los primeros planos, los planos intermedios y el fondo; y una «profundidad de campo» controlada, entendida como el resultado en apariencia del enfoque de una lente (Shaw, 2016, p.131).

La profundidad de campo determinará qué plano espacial está en foco, y por lo tanto cual aparecerá más nítido y eclipsará la mirada del espectador (Shaw, 2016, p.131).

Perspectiva

Austin Shaw divide la perspectiva en tres líneas a tener en cuenta para la animación de gráficos:

- **«Perspectiva lineal»:** *“Técnica o proceso de representar en un plano o superficie curva la relación espacial de los objetos tal como pueden aparecer a simple vista”* (Merriam-Webster, s.f.). Este enfoque proporciona guías sobre dónde colocar los elementos para que parezcan existir de manera realista en

el espacio. El marco o la ventana gráfica representa el ojo del espectador o la lente de una cámara mirando una escena. Los elementos visuales que estén más cerca de la lente de la ventana gráfica aparecerán a mayor escala y los elementos que estén más lejos serán más pequeños. Trabajar con perspectiva es obligatorio si se desea crear imágenes con cierto realismo” (Shaw, 2016, p.131-132).

- **«Perspectiva atmosférica»:** “La perspectiva atmosférica emula la forma en que vemos naturalmente. Esta forma de perspectiva, también conocida como perspectiva aérea, se define por el Diccionario Merriam-Webster como un *“método de crear la ilusión de profundidad, o recesión, en una pintura o dibujo mediante la modulación del color para simular los cambios efectuados por la atmósfera en los colores de las cosas vistas en una distancia”* (Merriam-Webster, s.f.). La atmósfera terrestre está llena de polvo, neblina, vapor de agua y luz dispersa. Estas partículas hacen que los objetos distantes parezcan perder contraste de valor y definición. Cuanto más lejos esté un objeto del espectador, más neutrales aparecerán los valores. Cuanto más cerca esté un objeto de la lente de la ventana gráfica, mayor será el contraste de luces y sombras. Esta técnica es útil para crear una profundidad y dimensión más realistas en una imagen” (Shaw, 2016, p.132-133).
- **«Perspectiva de color»:** “la perspectiva de color funciona de manera similar a la perspectiva atmosférica. Sin embargo, con la perspectiva del color, los principios visuales afectados son el color y la saturación. Nuevamente, debido a las partículas naturales en el medio ambiente o a la visión humana, los colores parecen perder saturación cuanto más lejos están en el espacio. Además, los elementos que se encuentran muy lejos tomarán el color del cielo” (Shaw, 2016, p.133).



Fig. 4.9. Fotografías de Austin Shaw para ejemplificar la perspectiva atmosférica y de color (Shaw, 2016, p.132).

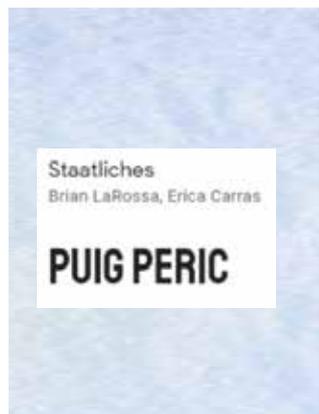
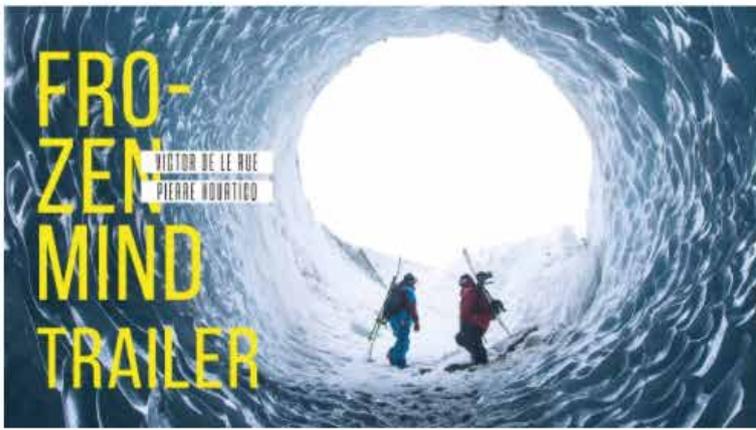
7. Briefing Creativo

BRIEFING CREATIVO

- *Deadline: 17 de junio*
- Parámetros técnicos
 - Aspect Ratio: 2:1
 - Resolución: 3840 x 1920

- Desarrollo conceptual
 - *Brainstorming* de ideas y emociones a transmitir:
 - La aplicación es digital. No se harán carteles físicos, por lo que el diseño de la tipografía para Snow Soul y demás debe de ser legible para pantallas.
 - El estilo visual ha de ser minimalista, próximo y que no distraiga la atención, así como evitar cargar la vista del espectador.
 - La composición de la imagen debe ser limpia e integrada, que no destaque a la vez que sea legible.
 - Las emociones a transmitir son de frío, calma, esfuerzo, riesgo, disfrute, etc.

8. Moodboard



PANTONE TPX (ColorExplorer)

Spot	
PANTONE	
11-6820 100	
Blue White	
PANTONE	
11-6820 100	
Blue White	
PANTONE	
11-6820 100	
Blue White	
PANTONE	
11-6820 100	
Blue White	
PANTONE	
11-6820 100	
Blue White	
PANTONE	
11-6820 100	
Blue White	
PANTONE	
11-6820 100	
Blue White	
PANTONE	
11-6820 100	
Blue White	
PANTONE	
11-6820 100	
Blue White	



Aliens And Cows de Zetafonts

PUIGPERIC

Oswald Variable
Vernon Adams, Kalapi Gajjar, Cyreal

Puigperic

GOBOLD CUTS



9. Segunda concepción Global

○ **Concepción Global de la Narrativa del proyecto.**

Leyenda	
Todo correcto	
Revisar	*Texto en rojo
Inviabile /Descartada	

BLOQUE A				
ELEMENTO A DESARROLLAR	CLIPS	OBSERVACIONES	TIPOGRAFÍA	POSTPO CLIPS (montaje, etalonaje)
<p>Texto animado inicial de apertura: <i>“Durante la noche todos duermen, pero las montañas siguen ahí para los más aventureros, aunque muy</i></p>	<p>Fondo negro con animación de texto detrás</p> <p>https://youtu.be/VPHjoJeSGzA?t=7</p> <p><u>1</u></p>	<p>Las letras aparecen en fondo negro, el fondo negro se disuelve y dejan ver el clip. Las letras desaparecen por opacidad.</p>	<p>Jo veig algo serif, cursiva i to manuscrit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Birds of paradise • Signatra 	<p>LAURA</p>

<p><i>pocos se atreven a desafiarlas.”</i></p>		<p>Las letras se escriben a mano, tipo cuento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Nature beauty ● Naturallus ● Natural Signature 	
<p>Secuencia de créditos de apertura.</p>	<p>Recursos bosque lles:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● NINJAV_S001_S001_T062: 0:13-0:17 ● NINJAV_S001_S001_T067 (time lapse) ● NINJAV_S001_S001_T069 ● NINJAV_S001_S001_T071 ● NINJAV_S001_S001_T089: 0:12-0:16 ● NINJAV_S001_S001_T098 ● NINJAV_S001_S001_T128 ● NINJAV_S001_S001_T129 <p>Localizaciones 12-16 Enero - Drone - Amanecer Pic dels Pedrons</p>	<p>Planos generales de paisaje.</p> <p>Nombres equipo sin roles (Ferran Llerena, Alberto Cañamero, Xavier Mora, Laura Trunas, Jon San Sebastián, Javier Flores, Daniel Carbón, Alejandro De Miguel)</p> <p>+ logos patrocinadores</p> <p>+</p>	<p>Oswald con estilo Aliens and Cows. Blanco con un tono azul. Probar opacidades o modos de fusión con el fondo.</p>	<p>Usaré algunos</p> <p>Laura: Montar clips y color</p>

	<ul style="list-style-type: none"> DJI_0006 	Título SNOW SOUL con niebla + Suzie Marachet		
Título de Snow Soul con efecto de niebla o nieve.	No afecta.	No afecta.	SNOW SOUL con tipografía Staaliches + efecto nieve a parte alrededores de la portada (Ref. 24 <i>Snow</i>). Blanco con un tono azul.	Far: Lo usaré
Animación de mensajes emergentes (“ <i>Wow That's Awesome</i> ”, “ <i>Like</i> ”) sobre cómo Suzie recibe likes-emojis y notificaciones de Social Media	4. Bici carretera Lles - Disco 2 shogun - S001_S001_T009 4.Bici carretera Lles - Disco 1 RII - NINJAV_S001_S001_T053.MOV (MINUTO 7:00) Puig Peric/Sonya7sIII/C0088	Suzie mira el móvil y aparecen animados emojis y mensajes trackeados a su alrededor.	-	Far: Lo usaré en trailer

Cairon presentación de Suzie	6. Localizaciones 12-16 enero - Atomos - Subida Pic dels Pedrons - NINJAV_S001_S001_T078	Se aplicará cuando aparezca Suzie en modo entrevista	???	Far: Lo usaré en trailer
Tipografía cinética de las localizaciones que enmarcan cada capítulo	11. Puig Peric - A7sIII <ul style="list-style-type: none"> • C0155 12. Puigmal - NINJAV <ul style="list-style-type: none"> • NINJAV_S001_S001_T030/031 	Temperatura, altitud, tiempo, presión atmosférica, etc.	Staatliches o buscar otra tipografía con serifa.	Far: Los usaré en trailer
Animación de una línea con <i>tracking</i> recorrido por las montañas.	FOTO FERRAN Puigmal	Hacer zoom in en la foto o paneos digitales	-	LAURA
Infografías de la altitud, distancia, temperatura y oxígeno.	11. Puig Peric - Ninja V - NINJAV_S001_S001_T070	Ferran Muere: distancia recorrida, horas caminando, distancia hasta destino, tiempo hasta destino	Staatliches o buscar otra tipografía con serifa.	LAURA
Créditos de cierre	Far: No me los he planteado	(¿con VFX o cortinas en negro, se pretende	Créditos finales parte 1 (cortina	???

		hacer algo vistoso con algunos momentos que tengamos? ¿No hacen falta?)	negra o montaje videomapping Dani) Créditos finales parte 2 (cortina negra clásica con todos los colaboradores): Sans Serif. Blanco	
--	--	-------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

BLOQUE B.				
PARTES DE STORYTELLING MEDIANTE MOTION GRAPHICS (cápsulas de 10-30' - 60' máx.)				
ELEMENTO A DESARROLLAR	FOOTAGE	OBSERVACIONES	TIPOGRAFÍA	POSTPO CLIPS (montaje, etalonaje)
<i>Collage</i> de fotos que narran el pasado de Suzie Marachet	Contenido redes: 11. Puigperic_a7siii - c0088 (está mirando el móvil)	Poner fotos de su pasado para explicarlo: cuando tenía dos años, su padre como referente, algún vídeo de ella estando en la	???	LAURA

	Fotografías de Suzie	montaña haciendo contenido para redes sociales, cuando ella competía, etc. à Hacer una foto a un mapa o conseguir un mapa vectorizado, conseguir fotos de Suzie, animar digitalmente + efectos de luz/ transiciones de Fran.		
<p>Cuando Suzie habla de los beneficios de practicar deporte en su tiempo libre sin competir, como algo que le hace sentir conectada a la naturaleza, sentirse más segura de sí misma, sentirse libre y feliz.</p>		<p>Generar un discurso que anime a la superación personal y el animar a las personas a practicar este tipo de deporte. Sobre todo aquellas que no creen en sus facultades físicas, y mostrarlo como un deporte asequible para todo aquel que esté dispuesto a entrenar mínimamente y respetar el entorno de la montaña que no siempre es algo fácil.</p>		LAURA

El esquí de travesía vs el esquí alpino	Me gustaría todo en modo “animación” sin clips de la vida real	Explicación de lo que es el deporte de esquí de montaña, y como se diferencia de los otros de forma muy breve. Transmitir la parte emocional de este deporte, mostrar el valor que tiene practicar este deporte en diferencia con el resto de las modalidades del esquí, qué es lo que aporta a parte del riesgo.		LAURA
Dar visibilidad a otras atletas mujeres dentro del discurso de Suzie.	-	No hace falta porque realmente Suzie ya naturaliza que una mujer no atleta practique estos deportes.	-	-

10. Referencias de Anexos

Alzolay, A. (s. f.). *Dispositivos de almacenamiento de un computador - Monografias.com*. Recuperado 29 de diciembre de 2020, de <https://www.monografias.com/trabajos35/dispositivos-almacenamiento/dispositivos-almacenamiento.shtml>

Intel (s.f.). *Tecnología Intel® Turbo Boost 2.0*. Recuperado 28 de diciembre de 2020, de <https://www.intel.es/content/www/es/es/architecture-and-technology/turbo-boost/turbo-boost-technology.html>

Intel (s.f.). *¿Qué es Hyper-Threading?*. Recuperado 28 de diciembre de 2020, de <https://www.intel.la/content/www/xl/es/gaming/resources/hyper-threading.html>

Intel (s.f.). *Realiza el overclocking de tu CPU con los procesadores Intel® Core™ sin bloqueo*. Recuperado 28 de diciembre de 2020, de <https://www.intel.es/content/www/es/es/gaming/overclocking-intel-processors.html>

Moreno, A. (2020, octubre 15). Ordenador para Edición de Vídeo 2020: Guía de Compra. *GamerPC*. <https://gamerpc.es/configuraciones/pc-para-edicion-de-video/>

OK VIDEO (2018). *¿Qué son los Motion Graphics? Historia, Estilos, Estudios*. Recuperado 29 de diciembre de 2020, de <https://okvideo.es/blog/motion-graphics>

Rodrigo, A. (2020, agosto 24). *RAID de discos duros: qué es, para qué sirve y qué tipos hay*. *HardZone*. Recuperado 29 de diciembre de 2020, de <https://hardzone.es/tutoriales/montaje/raid-discos-duros/>

School of Motion (2018). *Building the Ultimate After Effects Computer*. Recuperado 29 de diciembre de 2020, de <https://www.schoolofmotion.com/blog/after-effects-computer>

Shaw, A. (2016), *Fundamentals and Techniques of Motion Design*, New York y Estados Unidos, Focal Press.

Fundació TecnoCampus
Mataró-Maresme
Avinguda d'Ernest Lluch, 32
08302 Mataró (Barcelona)
Tel. 93 169 65 01
www.tecnocampus.cat



Centres universitaris adscrits a la

