



Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Artes y Diseño

*Realización de Motion Comic "MONSTRUOS".
Producto audiovisual independiente como una alternativa creativa de producción
para los alumnos de Diseño y Comunicación Visual*

TESIS

que para obtener el título de:
Licenciada en Diseño y Comunicación Visual

PRESENTA:

Marisol Gutiérrez Sánchez

DIRECTOR DE TESIS:

Licenciado Carlos Emilio Cardoso Olmedo

CDMX, 2016



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

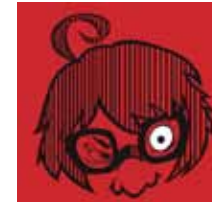
Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIA

*A mi familia,
por presionarme a acabar la tesis.*

*A mí misma,
ya era hora.*





Marisol Gutiérrez

Título original: *Realización de Motion Comic “MONSTRUOS”. Producto audiovisual independiente como una alternativa creativa de producción para los alumnos de Diseño y Comunicación Visual*
Escrito por: Marisol Gutiérrez

Diseño editorial por: *Thésika · Diseño de tesis*
© Derechos reservados (las imágenes usadas en el diseño de este documento fueron adquiridas legalmente por *Thésika.mx*. El autor conserva todos los derechos).
contacto@thesika.com.mx | www.thesika.mx
Impreso en la CDMX durante 2016.

Composición & Diseño editorial: J. Martín Rejón (*Thésika*)
Diseño de cubierta & Encuadernación: J. Martín Rejón (*Thésika*)
Corrección ortográfica: Marisol Gutiérrez

Realización de Motion Comic “MONSTRUOS”.

Producto audiovisual independiente como una alternativa creativa de producción para los alumnos de Diseño y Comunicación Visual

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN | 009

CAPÍTULO I. Referentes cronológicos del Motion Comic y sus usos en la actualidad | 011

1.1. ¿Qué es un Motion Comic? | 012

1.2. En medio de la animación, motion graphics y cómic | 012

1.2.1. Referencias del cómic/historieta | 013

1.2.2. Referencias del Motion Graphics. | 016

1.2.3. Referencias de la animación limitada | 018

1.2.4. Illustrated Film. ¿Motion comic de larga duración? | 023

1.3. Referencias cronológicas | 024

1.3.1. BROKEN SAINTS (2001-2005) | 027

1.3.2. SAW:REBIRTH 2005 | 028

1.3.3. WATCHMEN 2009 | 028

1.3.4. BATMAN: BLACK AND WHITE 2008 | 029

1.3.5. ASTONISHING X MEN 2009 | 030

1.3.6. BATGIRL: YEAR ONE 2009 | 030

1.3.7. SUPERMAN: RED SON 2009 | 031

1.3.8. SPIDER WOMAN 2009-2010 | 031

1.3.9. AXE COP 2009-2010 | 032

CAPÍTULO II. Usos y aplicaciones del Motion Comic en la Actualidad. | 035

2.1. El Motion Comic usado en la publicidad y Marketing | 036

2.2. El motion cómic como producto de promoción para diferentes productos

audiovisuales | 037

2.3. Series de televisión | 037

2.3.1. LOST GIRL: The Interactive Motion Comic | 037

2.3.2. BUFFY THE VAMPIRE SLAYER: SEASON EIGHT | 038

2.3.3. THE WALKING DEAD | 039

2.3.4. SPARTACUS: BLOOD AND SAND | 039

2.4. Filmes | 040

2.4.1. I AM LEGEND: AWAKENING | 040

2.4.2. THOR & LOKI: BLOOD BROTHERS | 042

2.4.3. THE WOMAN IN BLACK 2 | 043

2.5. Videojuegos | 043

2.5.1. HALO EVOLUTIONS | 043

2.6. Promocionales publicitarios para marcas. | 043

2.7. Motion Comic. Herramienta dinámica para la narrativa audiovisual dentro

del filme. | 044

2.7.1. American Splendor | 045

2.7.2. Scott Pilgrim Against the World | 046

2.7.3. REPO! The Genetic Opera | 046

2.8. Plataforma de distribución online: NARR8. Editorial digital de novelas gráficas.

Creadora de motion comics | 047

2.9. Motion comic: productos experimentales e independientes. | 048

2.9.1. Matt Pizzolo y Godkiller | 049

2.9.2. Edson Oda y Malaria | 050

CAPÍTULO III. El Motion Comic en México. | 053

3.1. ¿Qué pasa con el Motion Comic en México? ¿Hay una industria? | 056

3.2. Ejemplos de aplicación de Motion Comic en México | 058

3.2.1. Aventuras mayas por Planeta Anawak, cómic, motion comic, proyecto de

difusión cultural. | 059

3.2.2. Muerte Querida. Motion Comic por Augusto Mora. | 059

3.2.3. Moonü animated. Proyecto webcomic interactivo. | 060

3.2.4. Motion Comic en la publicidad. Anuncio Publicitario Blauer por DON

PORFIRIO | 061

3.2.5. La Familia García. Motion Comic promocional para Nacional Monte

de Piedad. | 062

CAPÍTULO IV. “MONSTRUOS” Pre, Pro, Postproducción de un Motion Comic (Historia

Original) | 065

4.1. Preproducción | 067

4.1.1. Recursos Técnicos | 067

4.1.2. Recursos Humanos | 067

4.1.3. Recursos Económicos. | 067

4.2. Documentación del proyecto. (Anexos) | 068

4.2.1. Plan de Trabajo (Cronograma) | 069

4.2.2. Hoja de Estilo | 073

4.2.3. Hoja de personaje | 078

4.2.4. Idea inicial ¿Cómo surgió? Argumento, Storyline. | 085

4.2.5. Guión literario | 086

4.2.6. Guión técnico | 092

4.2.7. Storyboard | 096

4.3. Animatic | 099

4.4. Producción y Post producción. Softwares y su manejo. | 099

4.4.1. Arte. Adobe Photoshop. | 099

4.4.2. Animación. After Effects CS5 | 100

4.4.3. Edición de video. Adobe Premiere CS5 | 103

4.4.4. Audio. Voz de personaje, musicalización, efectos de sonido. | 104

4.4.4.1. Musicalización: composiciones de uso libre Creative Commons. | 105

4.5. Publicación en redes sociales y portales de video. | 105

CONCLUSIONES | 108

GLOSARIO | 114

BIBLIOGRAFÍA | 116

INTRODUCCIÓN

El *motion comic* es un producto audiovisual que se ha mantenido entre el medio del entretenimiento y publicidad pese a sus características que lo presentan como un híbrido de las áreas de cómic, animación y *motion graphics*. En el área de los productores independientes, han encontrado una solución para resolver problemáticas y contar historias con presupuesto limitado, pero manteniendo la calidad. Las facilidades de desarrollo de software y herramientas de uso libre nos han permitido poder hacer productos desde nuestro estudio privado o en una computadora de escritorio.

La presente investigación nos lleva a la historia del *motion comic*, iniciando por contextualizar las áreas en las que se sostiene como lo es el *motion graphics*, el cómic y la técnica de animación limitada, para pasar a ciertas referencias cronológicas de técnicas rudimentarias de animación, hasta llegar a *Broken Saints* (2001-2005), considerado el primer *motion comic*, exponiendo varios ejemplos representativos hasta la actualidad con proyectos de distribución por internet como *NARR8*.

Se habla de la industria en México, exponiendo ciertas dificultades que hoy en día se encuentran acerca de entrar a un medio nacional casi inexistente de cómic, que a su vez funciona

de manera eficiente cuando se utiliza en la industria publicitaria, pero que rara vez tiene éxito cuando se trata de un producto independiente. Sin embargo, exponentes del medio mencionan que dicha situación puede cambiarse hoy en día gracias a las facilidades que los artistas y productores tienen por las redes sociales, ya que es mucho más sencillo promocionar y distribuir lo que realizan a las grandes masas que pasan la mayor parte del tiempo conectadas a Internet.

Con el fin de presentar un producto real para el apoyo de la investigación se desarrolló un *motion comic* independiente, por cuestiones económicas y de tiempo se trabajó a partir de un fragmento de un minuto, documentando el proceso de pre, pro y postproducción. Posterior a el proceso de desarrollo, se hizo una prueba para evaluar el nivel de interés del público utilizando redes sociales y portales de video, demostrando que se puede seguir trabajando para generar expectativa, adeptos y por último un producto sustentable, una alternativa para los diseñadores y comunicadores visuales que deseen empezar a trabajar en un producto independiente desde su formación universitaria.



CAPÍTULO I

*Referentes cronológicos del Motion Comic
y sus usos en la actualidad*



1.1 ¿Qué es un Motion Comic?

Definir con palabras exactas qué es y para qué sirve el *motion comic* (en español, comic en movimiento) es un tema un tanto complejo debido a que está entre dos áreas que tienen como propósito contar historias en diferentes medios y soportes: la animación y el cómic.

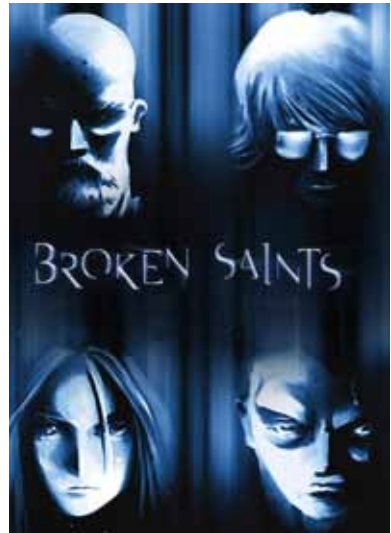


Figura 1. Broken Saints (2001). Póster de su sitio Web oficial.

El *motion comic* puede o no partir de un cómic convencional, contando una historia por medio del trabajo artístico y de guión de una o varias personas, añadiendo efectos espaciales y de movimiento (en ésta caso dan prioridad a movimientos limitados del cuerpo de los personajes, o a objetos en movimiento del fondo, para darle una sensación de profundidad y dinamismo), sonidos (voces, banda sonora, efectos especiales). En resumidas cuentas, de forma burda podemos describir a esta herramienta como un cómic que se le da características y valores gracias a los programas y software de edición y montaje, dando vida a un trabajo artístico que, interactivo o no, le ofrece al receptor una nueva manera de leer y percibir historias.

El *motion comic* no deja atrás herramientas visuales como símbolos, íconos y pictogramas, presentes en la continuidad seriada de las imágenes secuenciales que tiene el cómic; le da una ilusión de movimiento, y las figuras por un momento dejan de parecer estáticas. Los globos, viñetas y cartuchos pueden ser recursos visuales que pueden ser de utilidad si se requieren, sobre todo si es parte de la estética que el creador planeó desde la preproducción del producto; pero con la llegada de otros elementos no sólo gráficos sino también sonoros, visuales y de montaje (los efectos espaciales y de movimiento de los programas de software), la narrativa visual del cómic se volvió un híbrido entre la bidimensionalidad animada y estática.

El motion comic pone sonidos y movimiento en las imágenes estáticas, logrando un híbrido que funciona para contar historias o difundir un mensaje, tomando en cuenta que contiene técnicas y elementos gráficos de las dos áreas mencionadas interactuando combinadas en un espacio, sin que se yuxtapongan, pues ambas hacen que visualmente se vea un trabajo rico en cuanto historia y gráficos.

1.2 En medio de la animación, *motion graphics* y cómic

El *motion comic*, al igual que otros tanto productos audiovisuales, no ha podido evitar que las controversias y temas de discusión afloren en relación a lo que es, para qué sirve y su función, sobretodo lo último, ya que sale a flote la pregunta ¿Por qué recurrir al motion comic si bien podemos desarrollar una animación o un cómic como tal para resolver determinadas problemáticas?

Este producto audiovisual, por sus características ha quedado fuera de la formalidad de un cómic al eliminar el factor estático y añadirle elementos sonoros, pero no se acerca siquiera a una animación completa por no tener el movimiento secuencial y continuo en las acciones de los personajes y los fondos. Así mismo, con la llegada del diseño audiovisual, el motion graphics de igual manera es un producto al que se recurre, donde aquí surge más confusión por la similitud que el motion comic tiene con éste. De igual forma éstos dos últimos han encontrado cierta po-

pularidad entre los creativos y sus clientes, debido a su calidad final y el tiempo de su elaboración que cada vez es más acelerado y de fácil producción.

Vivimos en la era donde los motion graphics se presentan en los créditos iniciales del cine, en promocionales de instituciones, comerciales de televisión y en los portales de video del internet, son productos audiovisuales de corta duración que funcionan por su atractivo porque ilustran una situación que necesita ciertos movimientos y sonidos, haciéndola más fácil y amena de entender. Pero también se usa el cómic como otro elemento gráfico para resolver una necesidad, y la animación que por su costo se ha optado por la técnica de animación limitada (que ahora se resuelve con herramientas digitales) para de igual manera resolver problemas en el mundo de la publicidad. ¿Qué se hace cuando todos esos elementos combinados se vuelven un producto que no sólo entretiene, sino también tiene su carácter pedagógico, informativo y promocional?, ¿el motion comic también puede considerarse un producto audiovisual individual y no un híbrido de motion graphics, cómic y animación?

Por ello, partamos desde sus antecedentes y contexto histórico para definir su origen y el uso que se les dio en su apogeo más alto.

1.2.1. Referencias del cómic/Historieta

En su ensayo titulado *El cómic*, Luigi Grecchi (1982) define al comic como “*la síntesis del patrimonio cultural de una sociedad industrializada y desarrollada en el dominio imperante de la búsqueda de lucro en el mundo de la cultura [...] (pp.41)*”, refiriéndose a que este producto es parte fundamental para entender las nuevas generaciones y sus diferentes rangos de consumidores.

Mientras, en 1982, David Alfie expone en *Semilogía del cómic* que la función específica de un cómic es la de comunicar un mensaje, atribuyéndole un carácter pedagógico por lo que muestra en su contenido, ya que con los elementos gráficos que le conforman, ayuda a que los receptores comprendan el mundo actual explicado más fácilmente. Cita en el mismo texto a Román Gurben describiendo de una manera gráfica lo que es el cómic “*Es una secuencia narrativa formada por la secuencia progresiva de pictogramas en los cuales pueden integrarse elementos de la escritura fonética*” (Alfie, David. 1982, pp. 48), lo que hace verlo como un recurso narrativo meramente

gráfico, en el que a veces se le da carácter fonético para que así pueda lograr una pregnancia y estímulo en el cerebro del lector que codifica las imágenes y las hace *sonar* en su cabeza.

Así los elementos gráficos que conforman principalmente el cómic como son la viñeta, los globos de textos y la narrativa visual, dotados de características que los hacen pasar de simples dibujos bidimensionales a ser efectos espaciales, sonoros y de movimiento, ayudando a conformar el todo que es el cómic.

“*El dibujo del cómic genera imágenes estáticas que por definición no pueden reproducir miméticamente el movimiento del mundo real*” (ibid, pp. 194).

La narrativa visual del cómic, siendo más limitada que la del cine, debió aprender a valerse de sus propios recursos gráficos para lograr que el mensaje y las emociones se dieran por entendidas sin necesidad de sobrecargar cada página de largos diálogos o imágenes complejas (por ejemplo, el uso de la viñeta y el globo para ayudar en el lenguaje narrativo; o el uso de elementos gráficos como las líneas de acción para simular movimiento); porque a fin de cuentas, aunque el lenguaje complementa una escena, no es en ella que recae todo el entendimiento, más bien es en la forma en la que visualmente se encuentra distribuido las acciones y de qué manera la trama va tomando fuerza por medio de las gesticulaciones y poses de los personajes dibujados, así como con los pictogramas que de alguna manera también fortalecen dicha comprensión.

El nacimiento del cómic (o historieta), es ambiguo, tanto que las opiniones generalmente tienen en común con que su aparición coincide con la del cine en 1895. Sin embargo, Clemente García Córdoba (1999) menciona que aunque compartan lazos, el caso del cómic es muy difícil encontrar un dato empírico semejante al del cine para fijar su origen. Por lo tanto, prefiere partir bajo la premisa de comprender una historia general por medio de la narración mediante imágenes; esto se remonta desde las pinturas rupestres hasta la publicación de las primeras viñetas en los periódicos norteamericanos. “*El cómic participa con sus antecedentes en la problemática planteada por la voluntad de ampliar las posibilidades narrativas de la imagen aislada.*” (García, Córdoba, Clemente. Los cómics. Dibujar con la imagen y la palabra. pp. 13)

Menciona otro antecedente de la imagen gráfica narrativa utilizando la técnica de la xilografía y litografía. Dichas técnicas traían resultados gráficos toscos, por lo que se exigía soluciones

para representar objetos y la figura humana usando trazos más simples, caricaturescos; aquí se dio el acercamiento entre el texto y la imagen; el desarrollo de métodos de imprenta deseaba innovar las condiciones para la mejora de las posibilidades narrativas del dibujo esquemático. Y esto es porque la impresión y el papel era un método de difusión práctico de época; además comenzaron a usarse para ilustrar las aleluyas (serie de estampas de temática religiosa) y para ilustraciones literarias. Mas tarde, en el siglo XVIII, se populariza a difusión de caricaturas políticas con textos al pie, y en el siglo XIX con las revistas satíricas.

“El comic book consiste en un montaje de palabra e imagen, por tanto exige del lector el ejercicio de sus facultades visuales y verbales. [...] En su versión más básica los cómics se sirven de una serie de imágenes repetidas y símbolos reconocibles. Cuando éstos se usan una y otra vez para dar a entender ideas similares, se convierten en un lenguaje o si se prefiere, en una forma literaria.” (Eisner, Will. El cómic y el Arte Secuencial. Norma Editorial, S.A. España 1998, pp.10)



Figura 2. The Yellow Kid (1895-1898), Richard F. Outcault.

Si bien, iniciaron pequeñas viñetas en los diarios, *The Yellow Kid* (Figura 2.) introdujo las innovaciones narrativas y de elementos gráficos (globos), trayendo como resultado el origen de diferentes temáticas (escenarios cotidianos, situaciones con la población inmigrante). Pero con Winsor Mcay se desarrollaron los primeros temas de ficción y sueños entre los años 1904

y 1906. *Little Nemo: adventures in Slumberland* (1905) (Figura 3.) se considera importante por haber abierto el contenido de los cómics a la ficción, de igual manera la innovación del uso de los elementos gráficos formales en el contenido. Mcay pasó más de diez años dedicándose igualmente a la animación, por eso sus preocupaciones en el desarrollo del cómic se centraron en el montaje y el movimiento.

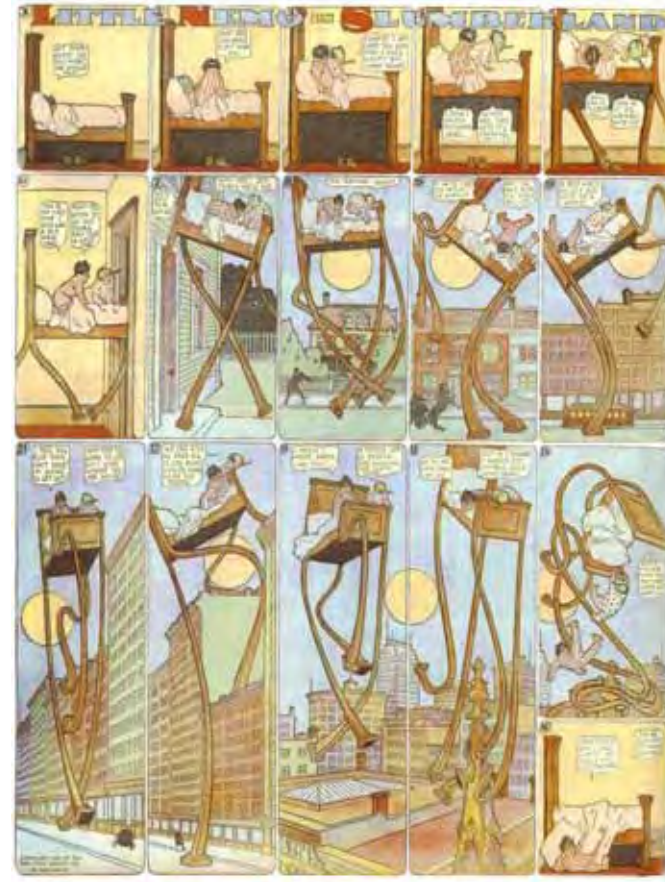


Figura 3. Little Nemo: Adventures in Slumberland (1905), Winsor Mcay buscaba la sensación de movimiento dentro de las viñetas estáticas.

Mcay dibujaba sus viñetas con un fondo común como si se tratase de una sola viñeta, pero lo divide en dos por las líneas de los cuadros y conservando la figura en primer término en las dos viñetas resultantes. De modo que se acorta el tiempo de lectura y es el lector quien sobre la percepción del fondo común hace la inferencia del movimiento. Este animador e historietista tuvo un amplio conocimiento sobre la viñeta, dando como resultado el hecho de considerar el montaje de la historieta más complejo que el cinematográfico, y que aun así tiene relación con el montaje en la animación.

Por otro lado, el cómic tuvo presencia con los cómics de súper héroes durante la Segunda Guerra Mundial, los cuales fueron usados con un carácter patriótico y nacionalista para incentivar a la población a invertir en la fabricación de armas, mientras que a los soldados en servicio se les enviaban ejemplares de los cómics para su entretenimiento. En dichos números, el Capitán América o Superman dejaron a sus némesis en las páginas para luchar contra enemigos reales de Estados Unidos.

Durante la postguerra, los cómics surgieron desde otras partes del mundo, siendo los argentinos, franco-belgas y japonesas los que adquirieron desarrollo. En dichos cómics presentaban críticas acerca de lo que sucedía en sus ciudades y en el mundo, la injusticia social, política y problemas que las guerras habían dejado como resultado. Tenían como propósito el regresar la humanidad que se decía, la sociedad había perdido, por ello, la mayoría de los nuevos seguidores comenzaron a ser el público joven. Pese a que la televisión le quitó al cómic el carácter de medio masivo de consumo (exceptuando en Japón), a finales de los 50 y la década de los 60, surgió el movimiento alternativo de cómic underground, nacieron los fanzines, y con ello una nueva generación de historietistas que usaron el cómic como un movimiento contracultural, para alejarse de los productos comercializables (Zap Comix, de 1968, creado por Robert Crumb, fue la base de inspiración para otros artistas de esa generación).

En la década de los 80, la novela gráfica tuvo un apogeo, con influencias de *MAD Magazine*, y diferentes creadores decidieron fungir como editores de sus propias obras para que salieran al mercado, en revistas underground dedicadas exclusivamente al cómic. Pero también surgen nuevos estilos e historias, el cómic quiere dejar de ser censurado y ser un reflejo de una

humanidad que no se daña, y que todo se puede resolver con palabras sin necesidad de la violencia. Estos trabajos, que bien podían ser fantasiosos, lejanos a lo que la sociedad consumista considerara correcto, utilizaban el recurso de lo absurdo, grotesco, para reflejar lo que pasaba con la sociedad; racismo, discriminación, guerras, pobreza, enfermedades venéreas. (Ejemplo. *Tank Girl*, 1988, Figura 4.)



Figura 4. Tank Girl (1988), de Jamie Hawlet y Alan Martín. Cómic underground que usa la sátira para crear protesta en temas sociales y políticos.

A partir de los 90, el cómic *underground* continúa produciéndose a pesar de las grandes editoriales de cómics comercializables continúan con sus propios personajes e historias que comenzaron a decaer y a ser mediocres tan mediocres que ni los propios seguidores consumían; por el contrario, el cómic se vuelve coleccionable y surgen las tiendas especializadas.

Entonces el mundo del Internet se volvió un nuevo soporte en la mitad de la década para los cómics, surgiendo el *Webcomic*. En la actualidad, el *Webcomic* con historias independientes se consume, gracias a las redes sociales, páginas web o portales especializados; algunos han tomado riesgos en ser también webcomics interactivos que gozan de gran popularidad, como

Homestuck (Figura 6.), creado por Andrew Hussie un *webcomic* interactivo que se volvió el fenómeno de internet desde el 2009, teniendo seguidores de todo el mundo, realizado en Adobe Flash, actualmente cuenta con más de 7,000 páginas y 800,000 palabras, puesto que aún no ha terminado por su compleja trama.

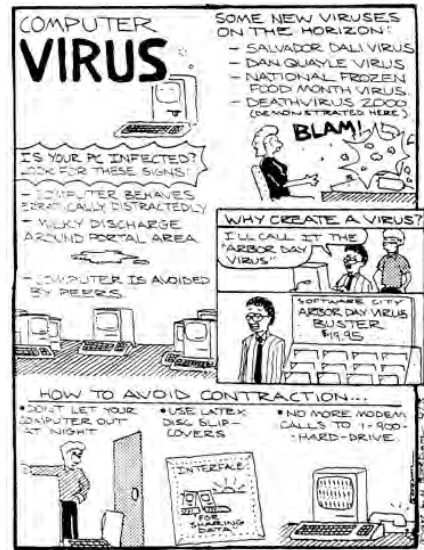


Figura 5. *Where the Buffalos Roam* (1992), de Hans Bjrdhal, considerado el primer *webcomic*.

García Córdoba (1999) marca las diferenciaciones del cine, la animación y el cómic por cuatro características principales. Define al cine y a la animación como artes temporales que necesitan de la sincronía, mientras que el cómic es un arte espacial diacrónico. Por esa capacidad, el cómic ha sido un recurso utilizado para hacer volar la imaginación de los historietistas y guionistas, que se preocupan por contar la historia de sus personajes utilizando los recursos de montaje, elementos gráficos y narrativa visual, al igual que la animación en su época experimental, los creativos se dieron cuenta que no necesitaban de grandes editoriales para publicar, ni conformarse con las tramas que por tanto tiempo se usaron y dejaron de tener una razón de ser con el cambio de pensamiento y necesidades de la sociedad.



Figura 6. *Homestuck* (2009), de Andrew Hussie, considerado el *webcomic* de mayor duración.

1.2.2 Referencias del *Motion graphics*

Binisa Georgette López Silva, en su tesis “Conocimientos de Percepción Aplicados en Motion Graphics” (2013), considera a los juguetes ópticos del siglo XVIII como antecedentes de los motion graphics, por el carácter de estar compuestos por gráficos y por dar la ilusión de movimiento en las imágenes fijas por su función mecánica.

El taumatropo (1824), fenakistocopio (nickelodeon) o estroboscopio (1832), el zoótropo o “rueda de la vida” (1834), praxinoscopio (1887) y el flipbook (1868) son ejemplos que presenta y que se mencionan posteriormente como parte cronológica de los antecedentes de la animación y el cine. Pero como tal, el motion graphic tuvo su etapa experimental dentro de las vanguardias y el cine abstracto, para más tarde ser creado su concepto dentro de la creación de secuencias animadas en los créditos iniciales cinematográficos.



Figura 7. fenakistocopio (nickelodeon) o estroboscopio (1832).



Figura 8. Zoótropo o “rueda de la vida” (1834)



Figura 9. Praxinoscopio (1887)



Figura 10. Flipbook (1868)

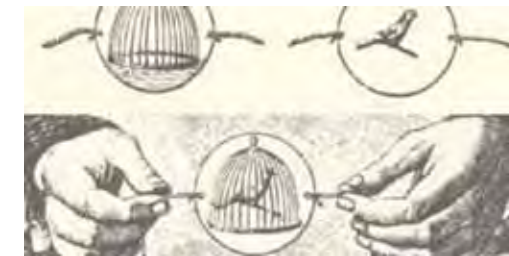


Figura 11. Taumatropo (1824)

“El vanguardismo surge a principios del siglo XX, durante éste periodo se desarrollan las siguientes corrientes artísticas: Impresionismo, Expresionismo, Favismo, Cubismo, Futurismo, Dadaísmo, Ultraísmo, Surrealismo, Estridentismo y Existencialismo”. (López Silva, Georgette Binisa, *Conocimientos de Percepción Aplicados en Motion Graphics*, pp. 116) Pero el arte gráfico y la música se influyen por el dadaísmo, como parte de una protesta en contra del arte figurativo de la época. Surgen películas experimentales dentro del cine abstracto, aquí se utilizaron imágenes gráficas en movimiento que tenían como fin la expresión artística llamadas “sinfonías visuales” o “melodías silenciosas”.

Para pintores como Viking Eggeling (1880-1925) quien trabajó dichas sinfonías visuales en sus obras las cuales llamó *Diagonal Symphonie* (1921), pequeñas películas que contienen una serie de movimientos de varias formas en una transformación constante. Al igual que Hans Richter (1888-1976) quien desarrolló su *Dibujo Rythme*, una danza de cuadrados, rectángulos negros, grises o blancos.

Pronto esta experimentación de artistas se vio truncada por la llegada de la Segunda Guerra Mundial, por lo que muchos no tuvieron más remedio que emigrar a los Estados Unidos. Como Oskar Fischinger (1900-1967), quien desarrolló “la Segunda rapsodia húngara” de Liszt, colaborando para Disney en su película *Fantasia* (1940), de la cual no obtuvo ningún beneficio, además de que su escena fue eliminada del montaje final.



Figura 12. Secuencia de créditos iniciales, *The man with the Golden arm* (1955), de Saúl Bass.

No fue hasta que Saúl Bass (1920-1996), diseñador gráfico estadounidense, dio el comienzo de la producción de motion graphics dentro de la animación de créditos en el área cinematográfica. Alfred Hitchcock, Otto Preminger, Stanley Kubrik y Martin Scorsese, fueron de sus clientes que le encargaron la realización animada de los créditos de sus películas. Siendo *The man with the Golden arm* de Otto Preminger (1955) uno de sus trabajos destacados en el área de motion graphics (Figura 12.). Creó los créditos iniciales de la película, mostrando las imágenes gráficas en movimiento de pequeñas tiras de un adicto a la heroína. Es en la década de los cincuenta en la que el concepto de *Motion Graphic* se desarrolla dentro del cine principalmente a partir del trabajo de Bass y los títulos secuencia.

John Whitney (1917-1995), animador, compositor e inventor, considerado también precursor de la animación por computadora, desarrolló también sus trabajos de motion para el cine de 8mm, presentando un eclipse solar en donde usó su telescopio casero para la realización.

A partir de aquí el *motion graphics* se vuelve un recurso mayormente utilizado dentro del diseño audiovisual, para resolver necesidades y dar a conocer un mensaje específico. Es importante aclarar que no debe estar en medio de las definiciones de la animación y el cine. A diferencia de éstas dos áreas (a menos de que estén dentro del género abstracto o experimental), el *motion graphics* contiene elementos gráficos previamente determinados por un carácter metafórico, debe contener imágenes figurativas pero éstas deben tener la función de dar a conocer un mensaje al espectador en unos cuantos segundos.

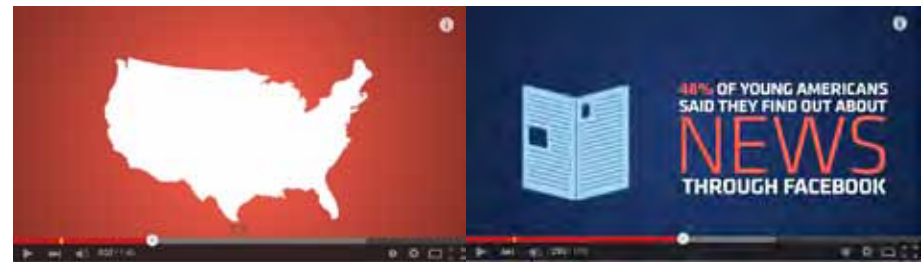


Figura 13 y Figura 14. The world is Obsessed With Facebook (2011), Motion graphics informativo animado por Alex Trimpe.

Los motion graphics son considerados como tal cuando adquieren movimiento en referencia a un espacio que marca cuando dichos elementos constantemente sufren transformaciones. Una simple grabación de video no es *motion graphics* hasta que se le añaden elementos del diseño, tales como formas, líneas y tipografía; al igual que la animación, y gracias al avance de las computadoras y de software, nos facilitan la creación de híbridos.

Esta herramienta visual se presenta en 2D, pero puede crear la ilusión de elementos 3D por medio de crear una profundidad aparente en el plano. Se usa a menudo en multimedia interactiva. Como un producto de diseño, el mensaje dentro del motion graphic responde a las preguntas ¿Para quién?, ¿Dónde?, ¿Quién?, ¿Cómo?, y ¿Qué?, las cuales van a ser desarrolladas dentro del concepto creativo que deberá estar ligado de principio a fin al mensaje.

El *motion graphic* nació como una necesidad de ser un medio de expresión que no buscaba ser estético ni agradable, ni dar a conocer un mensaje en concreto; pero en pos de resolver necesidades, se retomó esta herramienta con un propósito en específico sin dejar su carácter expresivo pero mucho más ligado a la función de comunicar.

1.2.3. Referencias de la animación limitada

Se puede caer en la confusión donde se crea que un motion graphic pertenece al género de animación limitada (también llamada semi animación) o viceversa; pero se llega a la conclusión de que son dos elementos separados que se desarrollan en áreas diferentes. Además de ser usado principalmente en el diseño por su inmediata realización y poca duración, el motion graphic no necesariamente hace uso de ciclos en movimiento a diferencia de la animación limitada que es un recurso importante para su elaboración.

La animación limitada se define de forma burda como el antiguo uso del acetato, resuelto hoy en día con la animación digital. Tiene movimientos escasos o se utiliza un número reducido de dibujos, que pueden ser de 8, 6, 4, 3, ó incluso, 2 por segundo. Como se mencionó, recurre al uso de ciclos de movimiento; que es una técnica donde usan varias veces los mismos dibujos a lo largo de su realización. Para evitar un salto de continuidad o que el movimiento caiga en la monotonía, se disponen los elementos de maneras distintas en las líneas de tiempo.



Figura 15. Robin Hoodlum (1948), de John Hubley, del estudio United Productions of America. Ejemplo de animación limitada.

Inició como un recurso para que los pequeños estudios de animación pudieran desarrollar animaciones baratas que compitieran con las grandes casas animadoras en el medio. Eran consideradas rústicas sin estar al nivel de la animación completa (*Full Animation*) que Walt Disney desarrollaba en la década de los 40. Sin embargo, uno de los pioneros de dicha animación fue John Hubley, quien presentó *Robin Hoodlum* (1948, del estudio *United Productions of America*, Figura 15). Se utilizaron técnicas que ayudaban a facilitar el tiempo de edición dejando que la animación se resolviera con éstas. Iniciaron con las repeticiones de escena, espejos en el celuloide para cambiar la dirección de fondos o personajes, manejaron personajes simétricos e invertir los celuloides. Además, las animaciones limitadas contaban con la ventaja de que se reproducía mejor debido a la resolución en una pantalla de televisión de los años 50.

Los animadores de UPA (*United Productions of America*), eran trabajadores rechazados de los Estudios Walt Disney, por lo tanto conocían las técnicas económicas de animación de dicha casa animadora, los cuales eran: No rotoscopia, eliminación del uso de FX (efectos visuales) avanzados, *cell overlay*; el uso de acuarelas para pintar fondos en lugar de gouchés para su rápida elaboración, el uso de siluetas para omitir animar el cuerpo del personaje; manejar personajes estáticos; utilizar planos cortos y animar sólo personajes en movimiento. Recurrieron a la técnica de disparar a 2. *Dumbo* (1941) es una animación creada con esas técnicas. (Figura 16)



Figura 16. Dumbo (1941). Secuencia 141.1 "Clowns celebrate", realizada por Berny Wolf, uso de siluetas.

En la década de los 40, en las tendencias artísticas se destacaban el cubismo, el art decó y el minimalismo, de los cuales el estudio UPA retomó ciertos elementos gráficos para sus propias animaciones limitadas. Menos detalle, personajes más angulosos creados con líneas gruesas, con movimientos justos y menos fotogramas por segundo, fueron técnicas que no eran bien aceptadas por los realizadores de *full animation*. Disney siendo uno de los grandes detractores de la animación limitada, tuvieron que recurrir a ella debido a la crisis económica cinematográfica en los años 50 (tomando como ejemplo a su animación *Fantasia*, la cual significó un fracaso en esos años). Pese a la realización de algunas obras bajo animación limitada (*A cowboy needs a Horse*, 1956, Figura 18), Walt Disney dejó de producirlas debido a su poco éxito.



Figura 17. Fantasia (1940). De Walt Disney, segundo largometraje en full animation.



Figura 18. A cowboy needs a Horse (1956), de Walt Disney, animación limitada.



Figura 19. Screambled Aches (1957). De Chuck Jones, Warner Bros. Ejemplo de animación de súper velocidad.



Figura 20. Tom & Jerry (1940). Metro Golden Meyer.

Por su parte, Famous Studios (Paramount), decidió crear *Spooky Swabs* (1957); mientras que Chuck Jones, del Estudio Warner Bros, desarrolló una técnica de animación limitada llamada animación de súper velocidad. El cual consistía en animar una nube de humo en lugar de los personajes. (Figura 19)

Metro Golden Meyer, desarrolló animación para la televisión, siendo *Tom & Jerry* la animación más importante de la casa animadora; sin embargo, no tuvo el éxito esperado para mantener los estudios de animación y éstos cerraron en 1957.

Por ello, William Hanna y Joseph Barbera, animadores de *Metro Golden Meyer*, decidieron fundar su propio estudio de animación planteado exclusivamente para la televisión. Retomaron técnicas de UPA para mantener los abaratamientos de la producción; estos eran el uso de 6/8 fotogramas por segundo, animación parcial (mover boca, un brazo o una pierna, mientras el cuerpo está estático); uso de planos frontales, animación cíclica, muchos diálogos (primeros planos que ahorran en animación de otros elementos en pantalla, por lo tanto no había mucha acción).

The Ruff & Reddy Show (1957, Figura 21), *Yogi Bear* (1956), *Flintstones*, *Los Picapiedra* (1960, Figura 24), *Top Cat*, *Don Gato* (1961, Figura 22) y *The Jetsons*, *Supersónicos* (1962, Figura 23), son animaciones para la televisión populares y conocidas por el público dentro y fuera de Estados Unidos. A falta de contar con recursos económicos y el tiempo que les permitieran realizar animaciones completas, Hanna-Barbera decidió enfocarse en el cuidado del diseño de personajes, creando fondos atractivos y diálogos de calidad; al igual que el cuidado de la banda sonora, efectos sonoros y usando doblaje característico, que compensaran la animación limitada. Presentaron un estilo propio dentro del mercado de la animación, y aunque tuvieron la consecuencia de caer en la sobreproducción para mantener el estudio de animación a flote; Hanna-Barbera dio la pauta más importante a los nuevos animadores de la época: *Con ingenio, cualquiera puede hacer animación.*



Figura 21. The Ruff & Reddy Show (1957). Hanna-Barbera.



Figura 22. Top Cat (1961). Hanna-Barbera.



Figura 23. The Jetsons (1962). Hanna-Barbera.



Figura 24. The Flintstones (1960). Hanna-Barbera.

La década de los sesenta fue un momento fundamental para la animación limitada, en el que diferentes casas productoras se aventuraron a lanzar sus propios experimentos animados, desarrollando técnicas nuevas. La BBC realizó *Captain Povitwash* (1957); Cambria Producciones sacó *Cincrobox* (1959); mientras que en Canadá, Ray Lawrence Animation desarrolló con técnicas xilográficas *The Marvel SuperHeroes* (1966 Figura 25). Los más conocidos y populares fueron *Archie Show* (1968, Figura 26) y *The new adventures of Superman* (1966) a cargo de la casa animadora *Filmation*.



Figura 25. The Marvel SuperHeroes (1968). Ray Lawrence Animation.



Figura 26. The Archie Show (1968). Ray Lawrence Animation.

Pese al éxito, Filmation tuvo complicaciones para el desarrollo de sus animaciones por el uso de personajes semirealistas, esto impedía realizar formas simétricas. Por ello, recurrieron a sus propias técnicas para economizar sus animaciones y facilitar la edición de éstas. Reciclaban escenas que bien se invertían o se cortaban, usaban de 3 a 8 movimientos prediseñados para los personajes, llegaban a calcar, incluso fotocopiar los movimientos que tenían de otras animaciones previas. También usaron panorámicas estáticas de los fondos para evitar animar otros elementos.



Figura 27. Star Trek The animated Seires (1973). Usaban panorámicas estáticas, calco de rostros y personajes, repeticiones de escenarios.

Al desarrollar *He-man and The Masters of the Universe* (1983), recurrieron a los efectos visuales para enmascarar la imagen estática en pantalla, a la rotoscopia, a la técnica *Moire* y pronto fueron pioneros de animar usando *travellings* con vehículos, en un sistema 3D. *Brave Starr* (1987) fue uno de esos proyectos experimentales, donde grabaron en alto contraste dentro de una maqueta negra con líneas pintadas. Sacaban el negativo, se imprimía en celuloide y después se coloreaba.

Pese a los continuos usos de la animación limitada por Estados Unidos y Europa, ésta fue enteramente utilizada, desarrollada y perfeccionada en los estudios de animación japonesa. En la década de los 30, Japón ya tenía recursos (*stopmotion*) para satisfacer su demanda de animación, pero no fue hasta la década de los 50 cuando comenzó a adaptar los diseños del *manga* a las animaciones, donde el concepto *anime* se desarrolló. Los estudios de animación japonesa pretendieron emular el tipo de animación e historias que Disney producía, por ello iniciaron con pequeñas historias dentro del folclore japonés en animación completa (Ejemplo: *El cuento de la serpiente Blanca, Hakuja den* (1958), *Toei Douga*, Figura 28).



Figura 28. Hakuja Den, El cuento de la serpiente Blanca (1958). Toei Douga.

Toei Douga monopolizaba la animación en cines y aun no podían abaratar costos para introducir sus productos a la televisión; más tarde produjo con ese fin el anime *Mazinger Z* (1970). Pero Ozamu Tezuka, quien había cortado lazos con Toei, fundó *Mushi Productions*, casa animadora que desarrolló exclusivamente anime para televisión.

Mushi Productions produjo sus propias técnicas anime para animación limitada, las cuales eran la limitación de fotogramas, personajes estáticos, animación cíclica, reciclaje de escenas, fondos abstractos o difuminados. Sin embargo, a diferencia de los desarrolladores occidentales, decidieron manejar sistemas para lograr que la animación limitada luciera menos limitada de lo que realmente era. Trabajaron la cuestión de dirección de arte, con un buen color, buenos guiones; desarrollos cuidados de los personajes, bandas sonoras e iluminaciones; así como el uso de efectos especiales. (Ejemplo: *Kimba, El León Blanco*, 1965, Figura 29).



Figura 29. Kimba, El león blanco (1965). Mushi Productions.

Después de que *Mushi Productions* cerrara, *Toei Animation* se volvió el estudio principal para realización de animación, para hacer más atractiva la animación limitada añadió parte de sus propios sistemas, respetando la libertad de estilo de cada animador, logrando una estética más atractiva al producto. Además, utilizaron lenguaje visual avanzado como los *travellings* panorámicos y planos detalle que sólo enriquecían visualmente. (Ejemplo: *Space battleship Yamato*, 1974, Toei Figura 31).

Isao Takahata, uno de los más conocidos cineastas desarrolló en la casa productora *Tokyo Movie Shinsha*, la técnica *Money Shot* (frame rate bajo, donde sólo ornamentaban escenas impactantes), siendo un ejemplo de esto *Lupin III* (1971, Figura 30).



Figura 30. Lupin III (1971). Tokyo Movie Shinsha, Isao Takahata implementó la técnica Money shot para sus escenas.

Los estudios de animación japoneses aprendieron de todas éstas técnicas y sistemas para hacer más atractivos los productos de animación limitada y los retomaron para la realización de películas con animación completa; logrando una calidad visual y sonora impresionante. (Ejemplo: *Akira* 1988, Figura 32)

El anime sigue siendo animación limitada, lo que se ha desarrollado y siguen cuidando son los sistemas para mejorar la calidad del producto. Los guiones, desarrollo de personajes, fondos y banda sonora se volvieron más cuidados y atractivos, logrando también crear un mercado rentable dentro de los fans de cualquier serie de anime (*CDramas*, *Photobooks*, *OVA's*, figuras de colección, *OST*).

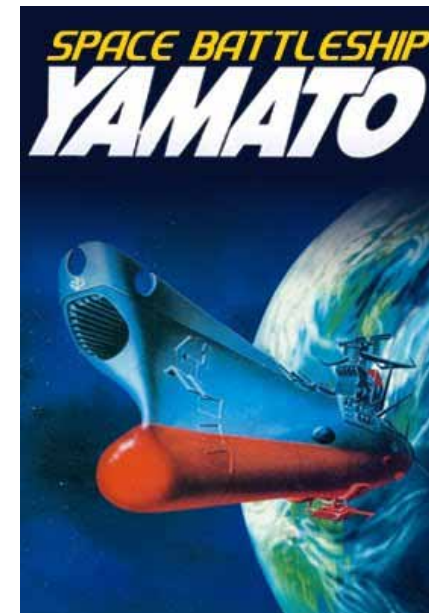


Figura 31. Space battleship Yamato (1974), Toei Animation.

Uso de *travellings* panorámicos y planos detalle.



Figura 32. Akira (1988).

Actualmente el anime ya no se limita a la televisión japonesa que es foco de consumo principal, sino que, debido al desarrollo de plataformas de video, se han producido series de contenido exclusivo para ellas. Por ejemplo, *Knights of Sidonia* (*Sidonia no Shiki*) Serie original de *Netflix*, y en su producción es una animación totalmente limitada.

El uso actual de la animación limitada pasa desde la animación japonesa, dibujos animados hechos para economizar producción pero que al final adoptó un estilo propio (*South Park*), hasta en la publicidad (en el que aquí se resuelve la animación tradicional con medios digitales); y aunque puede confundirse con otros productos audiovisuales (*motion graphics*, *Motion Webcomics*), es importante saber que la característica principal de la animación limitada es que se produce de 6 a 8 fotogramas por segundo, y cuando se ve un producto animado, si en la secuencia se muestran menos de 6 dibujos por segundo, no es animación.

1.2.4. Illustrated Film. ¿Cómico de larga duración?

“Though similar in some ways to motion comics, ill-films are a new format of cinema whereas motion comics are a new format of cartoons.- Matt Pizzolo”

(Citado por Smith, 2010).

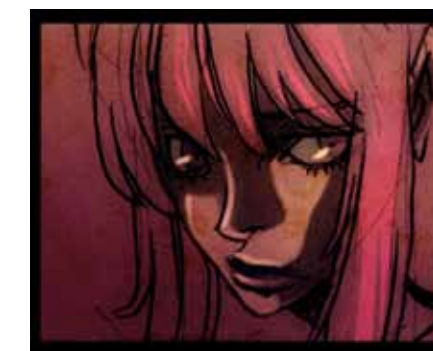


Figura 33. GodKiller (2008) Escena de motion comic.

Parece pertinente dar un espacio a este tema que si bien no es extenso, ha comenzado a crear polémica dentro de los mismos realizadores, porque consideran el *illustrated film* como un producto diferente al *motion comic*, al cómic y al motion graphics, quedándose del lado de la animación limitada.

En español se traduce como *Filme ilustrado*, un producto audiovisual que, a diferencia del motion comic, no parte de un cómic ni mantiene el formato clásico de uno para su realización, sino que desde su preproducción se crea como una idea original de animación limitada para que su producto final sea puramente para la pantalla, que es casi siempre la de una computadora.

Al igual que el *motion comic*, el *illustrated film* mantiene las características técnicas en su estilo de animación limitada tipo ‘marioneta’, movimientos de gráficos, de cámara y fondos elaborados, junto con efectos de iluminación y espaciales, así mismo se apoya en efectos sonoros, musicalización y voces de diálogo. En su narrativa es capaz de combinar diferentes tipos de género como lo son el romance, acción, horror, o *thriller*.

Lo cierto es que en muchas ocasiones ambos recursos audiovisuales vienen partiendo de lo mismo, sólo que a veces, y casi por puro capricho, utilizan como pretexto que el *motion comic* no pasa de ser un cómic con movimiento y sonido (como un *webcomic* interactivo), y que el *illustrated film* es un producto con más forma con un estilo de animación apropiado que acompaña un magnífico trabajo artístico estático, una historia y una narrativa más compleja.

1.3 Referencias cronológicas del motion comic.

Aunque el *motion comic* parte del origen de ver personajes diversos cobrar vida en la década de los 2000 en el inmenso soporte que se volvió el Internet; el deseo por dar movimiento a algo animado parte desde mucho antes de la invención de la tecnología y herramientas que permiten crear la sensación de movimiento continuo y secuencial en imágenes condenadas a quedar estáticas una con otra, y que en conjunto cuentan una historia, ya sea simple o compleja, pero que estimula a la imaginativa del ser humano al ser entretenido por aquello que estaba destinado a quedar plasmado a una superficie sólida pero que ahora puede cobrar vida con movimientos limitados que se plantean expresar emociones. La linterna mágica y las marionetas de sombras indonesias (chinas también) son ejemplos que representan aquella curiosidad por dar movimiento y un carácter más fantasioso a las historias de vida cotidiana, leyendas, o incluso, acciones tan comunes como bailar o caminar.

“El dibujo del cómic genera imágenes estáticas que por definición no pueden reproducir miméticamente el movimiento del mundo real”

(Alfie, David, pp. 194).

El mismo cómic, en su desarrollo para simular el movimiento en el montaje de sus viñetas se valió del *movilgrama*, un artificio gráfico que sirve para simbolizar la movilidad de los personajes y de los objetos. Inspirado en la condición de “foto movida” caracterizada por la borrosidad de los contornos y formas, la cual resolvieron con la invención de las *líneas cinéticas*, movilgramas dibujados para designar la trayectoria de un móvil. Gubern (1991) les llamó símbolos cinéticos,

los cuales se inventaron precisamente para expresar una amplia gama de movimientos físicos de las figuras inmóviles.

La narrativa visual del cómic, siendo más limitada que la del cine, debió aprender a valerse de sus propios recursos gráficos para lograr que el mensaje y las emociones se dieran por entendidas sin necesidad de sobrecargar cada página de largos diálogos o imágenes complejas; porque a fin de cuentas, aunque el lenguaje complementa una escena, no es en ella que recae todo el entendimiento, más bien es en la forma en la que visualmente se encuentran distribuidas las acciones y de qué manera la trama va tomando fuerza por medio de las gesticulaciones y poses de los personajes dibujados, así es cómo con los pictogramas de alguna manera también fortalecen dicha comprensión.

El drama, felicidad, llanto, odio, alegría, son emociones que se plantean dentro de los temas y secuencias que se desarrollan en el cómic, nunca es igual una trama de la otra y el dibujante debe valerse de su propia habilidad para poder plasmar todo ese remolino de sensaciones sin tener la necesidad de recurrir al guión ya realizado con anterioridad. Al abordar la expresión literaria en los comics, el primer texto escritural que se presenta es el de los cartuchos o cápsulas, que son cuadros insertos dentro de la viñeta o entre dos consecutivas, cuyo texto cumple la función de aclarar o explicar el contenido de la imagen o de la acción, facilitando la continuidad narrativa o reproducir el comentario del narrador.

Por otro lado, es bien sabido que el cómic fue en muchos casos fuente de inspiración y modelo base para los primeros cineastas quienes empezaron desde cero a crear un nuevo producto visual que luego adquirió más fuerza en su sonorización. Pese a ello, los primeros animadores también buscaron tal influencia al momento de narrar historias, y aunque no fue tan marcada la ayuda del cómic como en el cine, si pasó a ser fundamental en otras herramientas predecesoras a la animación.

En su momento, se trabajó la manera de poder hacer que pequeñas caricaturas pudieran cobrar vida y ser proyectadas para el puro entretenimiento del público, con ayuda de dibujantes e historietistas que en ese tiempo gozaban de gran popularidad por sus tiras cómicas, que desde antes de la invención del cinema (1895) ya era relativamente viejo y una forma establecida de arte.

Como ejemplificaciones tenemos a Bud Fisher, que en 1911 hizo un acuerdo con la Compañía Nester para trabajar con sus personajes de Mutt y Jeff y realizar *Talking Pictures* (imágenes parlantes), la cual consistía solamente en ilustraciones con subtítulos sobrepuestos en cada diapositiva, pero aun así no fue lo suficiente para salvar dicho proyecto.

Por otro lado, está James Stuart Blackton, historietista que incursionó en la animación gracias al invento patentado de Tomás Alba Edison: el “vitascopio”. Un proyector que lograba hacer mover imágenes, gracias al mecanismo que hacía girar el disco donde estaban pintadas dichos dibujos, tenían el movimiento que emulaba al pasar unas diapositivas. Pronto Blackton trabajó con proyectos que fueron el entretenimiento previo a la Primera Guerra Mundial. Sus trabajos como *Humorous transformations* “*Magic Portrait, Clown transformation, Clown moving eyes, Woman smoking*, entre otros, no eran más que acciones cotidianas o cambios en un sólo personaje dentro de una secuencia.



Figura 34 y Figura 35. *Le libre magique* (1900) de George Méliés.

De otra manera, como un dibujo rápido estaban los *Lightning sketches* (bocetos de luz), en el que se utilizaban como herramientas, un proyector de luz, una pizarra o varios folios en blanco y la creatividad del dibujante que dotaba de “movimiento” al personaje (parecido a un *flipbook*, pero con folios grandes). “*The artist makes his drawings and they become endowed with the magic ability to move spontaneously, change their shape, or become real (three-dimensional)*” (Crafton, Donald, pp. 50)

George Méliés también hizo su contribución al ser el caricaturista de la luz en el primer año de la cinematografía y en el cine francés. En 1896, la velocidad del dibujo era acelerada por un truco de lento arranque en la cámara. Con ello, Méliés también introdujo el elemento de la magia, en 1900 con su filme *Le libre magique* (Figuras 34 y 35). En donde se mostraba al artista transformándose de sus dibujos de tamaño natural a gente de carne y hueso por medio de la sustitución *stop-action*.



Figura 36 y Figura 37. *The Camera man's Revenge* (1912). De Vladislav Starevitch.



Figura 38. Marionetas del teatro de sombras chino.



Figura 39. Las Aventuras del Príncipe Achmed (1926) de Lotte Reiniger. Uso de multiplanos para generar profundidad.

Las marionetas y siluetas para hacer animación fueron elementos recurrentes para quienes no usaban el dibujo como recurso principal en la narrativa visual. Dos de los exponentes más reconocidos fueron Vladislav Starevitch (1882-1965) conocido maestro del filme de marionetas, y Lotte Reiniger (1899-1981), quien desarrolló la manera de hacer filmes con siluetas.

En lo que respecta al trabajo visual de Starevitch, puede decirse que en los primeros filmes maneja la bestialidad esencial de las marionetas. En su filme *The camera man's revenge* (1912. Figuras 36 y 37), cada una de ellas eran cadáveres de insectos, aves y otros pequeños animales disecados; reflejando una total falta de ternura, sobre todo que sus marionetas carecían de ropa y mostrando los alfileres incrustados en sus cuerpos que ayudaban a moverlos cuadro a cuadro.

Por otro lado, Reiniger inspiró su trabajo en las *sombres chinoise* (*sombras chinas*, aunque el estilo de sus recortes en papel se parecen más al *wayang kulit*, teatro de sombras malayo e indonesio), populares por su manera de entretener con simples sombras y juegos de luz. Desarrolló la película de animación más antigua conservada llamada “*Las Aventuras del Príncipe Achmed*” (1926, Figura 39). Desarrolló la técnica de la cámara multi-plano (técnica que más tarde usaría Disney) para simular profundidad de los fondos detrás de los personajes.

Hasta aquí, los antecedentes que se toman están ligados al motion graphic y a la animación antes que al cine o a la historieta. Los inventos y técnicas de producción antes eran utilizados como una manera de simplificar los procesos y costos que contaban con problemáticas tanto económicas como tecnológicas en sus determinadas épocas. Y aún en la actualidad se retoman ciertas técnicas y se fusionan en la producción de un producto audiovisual para reducir el tiempo de producción para invertirlo en una mejor calidad visual y narrativa, sin necesidad de tener grandes equipos para la producción. Al igual que en su tiempo con la animación limitada o el cómic underground, cualquiera tiene la capacidad de crear con las herramientas que tengan a la mano.

Los comics tienen su propio camino en la historia de la humanidad, desde las viñetas publicadas en los periódicos hasta la creación del formato de cómic como tal (*comic book*); y con sus propias herramientas y recursos visuales, le daban movimiento a sus secuencias, por lo que no se dieron en la tarea de pensar del impacto que tendría el combinar su narrativa visual con otros efectos de sonido o de iluminación.



Figura 40. The Marvel SuperHeroes (1968). Escena animada con la técnica xerografía.

En 1966 salió al aire la primera serie animada de televisión de Marvel y la primera serie sindicalizada en los Estados Unidos, siendo emitida desde el 1ro de Septiembre hasta el 1ro de Diciembre; con una técnica de animación limitada (xerografía), se produjo *The Marvel Super Heroes* (Figura 40).

Es una serie animada de televisión con 65 episodios estadounidense/canadiense, la cual presenta a los cinco de los superhéroes más representativos del universo Marvel dentro de diferentes segmentos: *Captain America*, *The Incredible Hulk*, *Iron Man*, *The Mighty Thor*, and *The Sub-Mariner*. Producida por *Grantray-Lawrence Animation*, y dirigida por Grant Simmons, Ray Patterson y Robert Lawrence, fue estructurada con cinco segmentos cada uno con una duración de siete minutos, las estaciones de televisión locales transmitieron el show en diferentes horas. Inicialmente fue un programa con una duración completa de media hora donde cada superhéroe tenía su aparición, separada por una pequeña descripción y poco después se agregaron unos cuantos episodios incorporando varios superhéroes.

Fue una serie producida en color, con una animación extremadamente limitada y hecha con la técnica de xerografía, la cual consistió en fotocopiar imágenes extraídas directamente de los comics, manipulándolas en necesidad de minimizar la producción para la animación. Las caricaturas se presentaron como series estáticas de los paneles de tiras del cómic, generalmente los únicos movimientos se añadieron en los labios, cuando un personaje hablaba; un movimiento ocasional de una pierna o brazo o una oscura silueta totalmente animada. Los primeros animadores se ayudaron de dibujantes para lograr un movimiento lo más fluido que se pudiera, haciendo uso de las herramientas en su tiempo.

Gracias a dichas herramientas y con el ingenio de los creativos y animadores, se planteó la idea de que cualquiera puede producir; por ende, el *motion comic* tiene el origen de crear una producción original e independiente que tuviera un carácter diferente a los productos audiovisuales que se producían; porque se partió de la inconformidad por ignorar temas de peso en el mundo. Y con ayuda de recursos salidos del cómic, el *motion graphics* y la animación surgió el *motion comic*.

1.3.1. BROKEN SAINTS (2001-2005)

Es considerado el primer precursor del motion comic como un género más de narrativa audiovisual; producido en el año 2000 y publicado de manera online entre los años 2001 y 2003.



Figura 41 y Figura 42. Broken Saints (2001). Escenas del motion comic.

Creado por Brooke Burgess (escritor, director y productor), Ian Kirby (animador flash y editor) y Andrew West (dirección de arte, diseñador de personajes), presentan un cómic casero de historia original parcialmente animado en Flash, producido para ser enteramente digital. En vez de usar viñetas secuenciales regulares en los cómics, aquí se valen de las secuencias animadas para cambiar las escenas y ayudar a avanzar la historia; la música es un gran aporte. Compuesta por Tobias Tinker y Quentrin Grey, manejan también piezas clásicas de Mozart y otros compositores, en función de complementar el ambiente denso que envuelve la historia.

El logro de tener una experiencia en la que pudieran *ver a la literatura moverse*, algo que no se puede obtener con una viñeta de cómic convencional, hizo a sus creadores ganar méritos y premios, sin importar lo limitada de su animación; pero que en su tiempo resultaron de lo más revolucionarios por el hecho de producir una historia propia alejada de los convencionalismos que venían manejando las temáticas de los cómics impresos. No hay movimiento alguno de los personajes, se mantienen estáticos, pero mantienen el movimiento en objetos, simulan la profundidad de los fondos utilizando la técnica del multi-plano, logrando una atmosfera oscura bien lograda llena de profundidad en cada escena.

Dura aproximadamente 12 horas, está dividida de 24 capítulos publicados entre los años 2001 y 2005. Se centra en temas filosóficos, religiosos, políticos y espirituales, contando la historia de cuatro extraños que habitan en *Cuatro rincones del globo*, conectados por una visión que reciben advirtiéndoles de un mal que se aproxima. Refleja la realidad de los desarrolladores sin ser del todo realista, quienes recurren a referencias de la cultura pop utilizando citas de libros, películas o música (*Twin Pearl, Donnie Darko, El mago de Oz, El club de la pelea*, etc), sin ser al azar, más bien generan un estrecho vínculo con el desarrollo de la serie; además fue una época marcada por una profunda tensión política y social a raíz de los atentados del 11 de septiembre.

La característica inicial de éste producto fue la distribución gratuita, los tres colaboradores en ningún momento pensaron realizar el proyecto con el fin de generar ganancias, sino que la historia y sus personajes inspiraran a las personas; sobre todo, con mostrarles un buen producto hecho para el internet. Con su éxito, surgieron rumores acerca de un videojuego lanzado en el 2006 y más tarde, el 30 de noviembre del 2008, Brooke Burgess anunció en el blog oficial del motion comic que se estaba produciendo una serie de TV, incluso se llegó a subir en dicho blog un tráiler de dicho proyecto (*Broken Saints Live Action*).

1.3.2. SAW:REBIRTH 2005

En el 2005, Lions Gate apuesta a un proyecto para promocionar la secuela de la franquicia SAW. Produjeron el *motion comic* *SAW: Rebirth*, la historia sucede en un arco centrado en el mundo de *Saw* (después de lo que sucede en la primera película), donde hace una regresión de eventos

para explicar la transgresión y transformación del calmado John a su monstruosa personalidad *Jigsaw*. Este proyecto cuenta con una animación limitada, animando alguna parte del cuerpo de los personajes, o moviendo elementos en el fondo; pero conservando el montaje y transiciones de las viñetas del cómic. Se valen de efectos visuales y de iluminación integrados en postproducción para darle una atmosfera más oscura. Así mismo, aunque mantienen el uso de globos y cuadros para texto y diálogos, manejan voces para los personajes y el narrador.

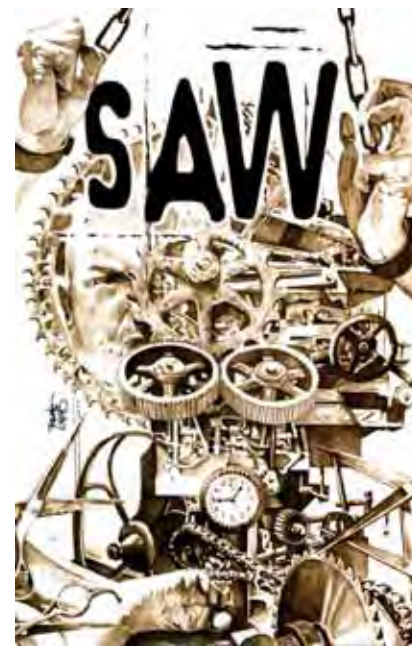


Figura 44. SAW:REBIRTH (2005)
Escena del motion comic.

Figura 43. SAW:REBIRTH (2005)
Portada del cómic.

1.3.3. WATCHMEN

Se creó un *motion comic* para la Web y televisión, escritos por Alan Moore e ilustrado por Dave Gibbons. Consiste en doce segmentos de veinticinco a treinta minutos, cada uno se basa y comparte título de uno de los doce capítulos del libro. Curiosamente, tanto las voces femeninas como masculinas son hechas por el actor Tom Stechschulte. Más tarde fueron añadidas en un DVD en el 2009, fecha que coincide con la salida de la película *Watchmen*.

Su animación se limita a movimientos en manos, brazos, y rostros de los personajes, al igual que con elementos del fondo, hacen uso de efectos de cámara para dar una sensación de dinamismo y profundidad. Conservan el arte total del libro, sin añadir efectos visuales.



Figura 45. WATCHMEN (2009)
Portada de libro recopilatorio del cómic.



Figura 46. WATCHMEN (2009)
Portada de los motion comic en DVD



Figura 47. WATCHMEN (2009), Portada y contraportada de DVD

1.3.4. BATMAN: BLACK AND WHITE 2008

Ian Kirby, el mismo director de *Broken Saints*, regresa en el año 2008 para producir y dirigir la serie de *motion comics* basado en la saga de mismo nombre del héroe murciélago. Según la comunidad fanática de motion comic, éste es hasta la fecha la serie con la duración más larga creado; se compone de 20 episodios dividido en dos temporadas. Lo importante a destacar de este motion comic es su gran variedad de talentos invitados para ilustrar los episodios, pues en cuanto al arte y estilo, los veinte episodios se caracterizan por mantener una atmosfera de un *Noir Film*.



Figura 49. Batman: Black and White (2008)
Escena de motion comic.

Figura 48. Batman: Black and White (2008)
Portada de cómic, edición ilustrada por Alex Ross.

Sus personajes aunque estáticos mantienen una personalidad cambiante y oscura gracias a las voces que se les otorga, así mismo su animación sigue limitándose a mover ciertos elementos del cuerpo (sin animar boca) y objetos del fondo, no son ilustrados por el mismo artista, varía en cada episodio, siendo uno de los mas populares el episodio 4 *Case Study* (ilustrado por Alex Ross), por manejar un estilo artístico enteramente al grafito.

1.3.5. ASTONISHING X-MEN 2009

Escrito por Joss Whedon en colaboración con el artista, John Cassaday, junto con el co-director Neal Adams, se dieron a la tarea de animar el arco *GIFTED*, parte de una de las historias más populares y queridas por los fanáticos: *ASTONISHING X-MEN*. Cassaday se mostró inseguro al participar en dicho proyecto, más se animó al observar la entrega y profesionalismo que los demás involucrados tenían al participar. Pese a ello, esto no logró una buena recepción en la comunidad de lectores de *Motion Comic*, muchos de ellos no les pareció buena la manera en que decidieron retomar la animación para dicho comic.

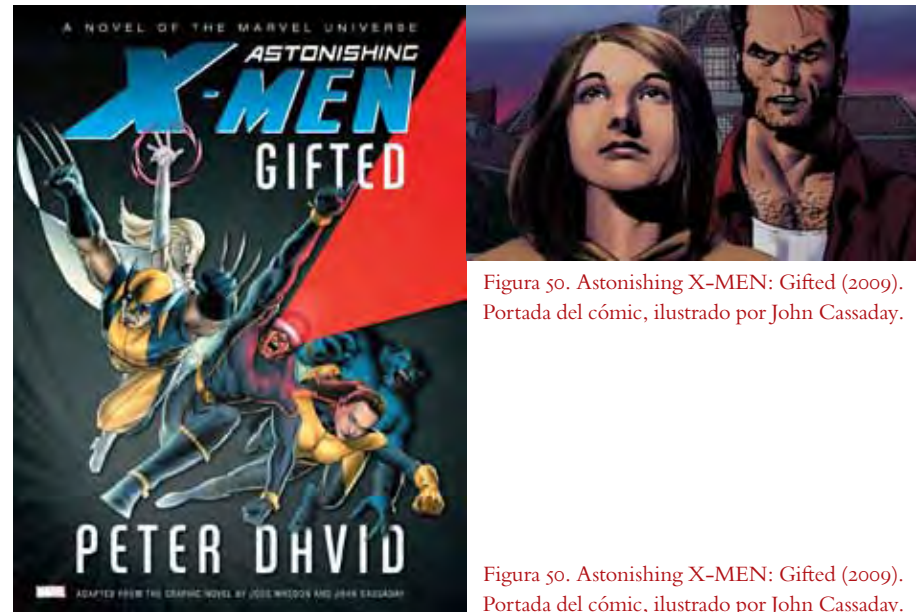


Figura 50. Astonishing X-MEN: Gifted (2009). Portada del cómic, ilustrado por John Cassaday.

Figura 50. Astonishing X-MEN: Gifted (2009). Portada del cómic, ilustrado por John Cassaday.

En el plano técnico decidieron animar más el cuerpo y la boca de los personajes, en ocasiones esto resultaba contraproducente ya que se llegaba a deformar ligeramente sin parecer un movimiento natural. Aunque su animación en los créditos iniciales resulta ser prometedora y atrayente, poco a poco va decayendo, hasta llegar a perder el interés, ni siquiera la musicalización y efectos de sonido logran atraer al público en la historia, pese a ser una de las más queridas por el público.

1.3.6. BATGIRL: YEAR ONE 2009

Escrita por Scott Beatty en colaboración con los artistas Chuck Dixon y Marcos Martín, este *motion comic* se puede encontrar en DVD junto con la otra increíble serie *The Batman Adventures: Mad Love*. *Batgirl: Year One* chronicles cuenta los primeros días de la futura víctima en la que se convierte *BatGirl*. En esta, sus creadores manejan a un personaje femenino emocional, que tiene que lidiar con los problemas de su edad y los de ser una heroína eclipsada por el trabajo policiaco de su propio padre y de Batman. Pese al futuro trágico en su historia, Esta serie es posiblemente un gran acierto para este personaje, quien goza de la fama de ser de los más infravalorados de toda la franquicia DC.



Figura 53. BAT GIRL: YEAR ONE (2009). Escena animada de motion comic.

Figura 52. BAT GIRL: YEAR ONE (2009). Portada del cómic, ilustrado por Chuck Dixon y Marcos Martín.

Siguiendo la estética de color plano y trazos gruesos del cómic, la animación se limita a elementos del cuerpo de los personajes y a los objetos con los que interactúan y del fondo, no hay efectos de iluminación o visuales, manejan narración y voces para los personajes, así como movimientos básicos simulados de cámara para la profundidad.

1.3.7. SUPERMAN: RED SON 2009

Su creador, Mark Miller, parte de la premisa “¿Qué pasaría si Superman hubiera sido criado en la Unión Soviética?”, con ello se genera una aventura alterna donde el Superman ruso es defensor y el arma más poderosa del movimiento comunista en apoyo a Stalin, con una duración de 80 minutos, dividido en doce partes, con una distribución en *iTunes*. Recibió críticas altamente positivas dentro de la comunidad del *motion comic*. Su animación se limita a los movimientos de cámara, a ciertos elementos del fondo y de los personajes, el punto que hay que destacar de este motion comic es su elección de banda sonora; pensada en evocar a la época durante la segunda guerra mundial.



Figura 54. Superman: Red Son (2009). Portada del cómic, creado por Mark Miller.

Un ejemplo a destacar, es la escena donde una televisión se anima ligeramente dando un noticiero falso de la época.

1.3.8. SPIDER WOMAN 2009-2010

Escrito por Brian Michael Bendy e ilustrado por Alex Maleev, es considerado uno de los *motion comics* mejores logrados entre el 2008 y 2010. Son cinco episodios con una duración de 10 a 12

minutos, no maneja tal cual la estética del cómic convencional, sino que experimentan con el arte de una manera más artística, logrando en video una atmosfera más oscura, evocando a las figuras del trágico romanticismo. Spider woman es la contraparte femenina del popular héroe arácnido de Marvel que, como *She Hulk*, no lograron la atención que se esperó en un inicio. Pero Bendis logró reconstruir el personaje para hacerlo más atractivo con los lectores alejándola de su primera aparición. Le da un poder de autosuficiencia lo suficientemente atrayente para hacerla una súper heroína de peso, añadiendo uno sentimientos vengativos clásicos de un antihéroe, que no siempre son bien logrados en los personajes femeninos pero que resultan de lo más acertados para llevar una historia como la de *Spider Woman*.

A diferencia de los ejemplos anteriores, la animación se limita sólo a elementos del fondo, el arte dota de una expresividad inquietante que se complementa con las voces y los efectos de sonido. Hacen uso de efectos de iluminación en cada escena, para enfatizar la atmosfera oscura e intrapersonal del mismo personaje.



Figura 57. SPIDER-WOMAN (2009-2010). Escena animada del motion comic.

Figura 55. SPIDER-WOMAN (2009-2010). Portada del cómic, ilustrado por Alex Maleev.

1.3.9. AXE COP 2009-2010

Para estos años, cualquier creativo podía lograr hacer animación e ilustración desde la comodidad de su hogar usando su computadora portátil o de escritorio; así como usar programas de edición de video y audio sin recurrir a estudios grandes. Salvo por *Broken Saints*, hasta aquí los ejemplos de motion comics han sido de historias hechas por Marvel o DC, pero a partir de estos años, el motion comic se hizo popular para los jóvenes creativos y *AXE COP* es un gran ejemplo

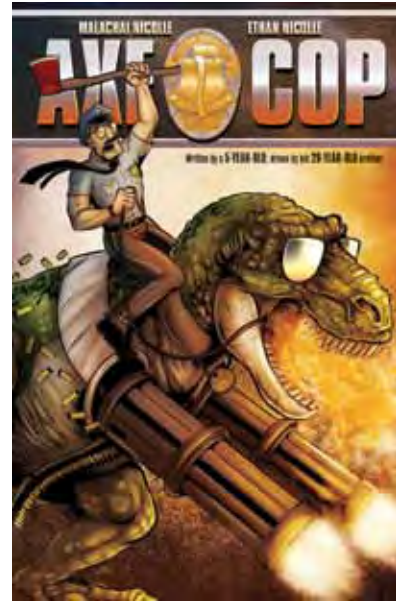


Figura 58. AXE COP (2009-2010).
Escena animada del motion comic.

Figura 56. AXE COP (2009-2010).
Portada del cómic, ilustrado por Ethan Nicolle.

de ello. Ambos hermanos, Ethan Nicolle es quien se encargó de ilustrar las ideas pensadas por su hermano menor Malachai Nicolle, quien en la fecha de su creación (2009) tenía sólo cinco años. Las historias del niño se volvieron cada vez más brillantes, tanto que su hermano terminó por dibujar toda una serie pensada para *webcomic*, la cual en el año 2010 se les presentó a los hermanos la oportunidad de animarlo, creando hasta ahora cuatro *motion comics*, precediendo una serie de televisión.

La animación manejada para *AXE COP* es sencilla, dándole movimiento a pocos elementos, como el cuerpo, y objetos del fondo. Respeta el arte del cómic sin añadir efectos visuales, se apoya en la narración, en ciertos elementos de color para acentuar; la banda sonora y las voces de personajes dan un toque carismático a todas las secuencias. El cómic es hilarante y entretenido, algo que se respetó en los cuatro motion comics realizados.

El *motion comic*, de acuerdo a su línea cronológica no tuvo el origen de resolver una necesidad narrativa o publicitaria como el cómic, ni tampoco como un movimiento de contracultura (*motion graphics*), o una curiosidad del ser humano para animar situaciones cotidianas; sino que deseó presentar nuevas historias alejadas de las convencionales, valiéndose de técnicas de animación, sonoras y de ilustración ya planteadas para producir con pocos recursos un producto audiovisual, con la curiosidad de dotarles características que hicieran estimular la mente del espectador (una manera diferente de contar la misma historia). Pero no sólo se quedó en el movimiento *underground* independiente, pues los realizadores se dieron cuenta de que era un producto que se podía utilizar para otro tipo de mercado mucho más visual, ligado a las redes sociales y contenidos digitales.



CAPÍTULO II

Usos y aplicaciones del Motion Comic en la Actualidad



El *motion comic* ha dejado de lado la idea de que una historia contada de manera gráfica en viñetas pueda dejar su carácter estático para volverse un recurso dinámico gracias a recursos digitales y sonoros. Debido a su funcionalidad y capacidad narrativa, se ha vuelto un recurso audiovisual el cual los creativos y empresas lo han explotado para compartir mensajes y productos a las masas por medio de otros soportes o medios de comunicación.

Informar, vender y entretener, son objetivos que un *motion comic* como herramienta de comunicación puede cumplir dependiendo del público al que se dirigen, y los creativos buscan siempre una manera de que llegue a ello; y el Internet, los portales de video, DVD y *Blue-Ray*, son herramientas que ayudan a que el contenido se distribuya de manera global.

2.1. El Motion Comic usado en la publicidad y Marketing

Con el recuento de los antecedentes cronológicos, se llega a la conclusión del mercado en el que se explota más el recurso del *motion comic* y este es en la publicidad y el marketing de marcas, productos y servicios. Para entender este apartado, es pertinente definir lo que son estos dos conceptos; Robin Landa (2011) define a la publicidad como “la generación y creación de mensajes visuales y verbales específicos, contruidos para informar, persuadir, promocionar, provocar o motivar a la gente a creer en una marca o un grupo” (pp. 486); por otro lado, Philip Kotter (1985) cita a Peter Drucker en su libro “Fundamentos de Mercadotecnia”, definiendo a la mercadotecnia o marketing como “la actividad humana cuya finalidad consiste en satisfacer las necesidades y deseos del hombre por medio de los procesos de intercambio” (pp. 3).

En la mercadotecnia manejan la necesidad y los deseos humanos para lograr que el proceso de intercambio de bienes y servicios se logre; definen la necesidad humana como: “el estado de privación que siente un individuo” (Kotter, Philip, 1985, pp. 4), mientras que los deseos humanos “son la forma que adoptan las necesidades al ser moldeadas por la cultura e individualidad del sujeto” (Ibid). Con base en ello, el *motion comic* se convirtió en un producto más que se ofrece

en un mercado para satisfacer un deseo o necesidad. En este caso, la demanda de un sector muy específico de consumidores.

En los 2000 se cuestionó si con la llegada del *webcomic*, el cómic impreso desaparecería hasta que sólo quedaran las antiguas ediciones, y todavía en el 2009 se preguntó si el *motion comic* sería una moda pasajera creada en función de salvaguardar franquicias ya bien establecidas del posible olvido. Pero lo que ocurrió no fue más que descubrir una nueva red de distribución dentro de las nuevas tecnologías de dispositivos móviles y portales en los sitios de Internet. Con ello se tuvo que añadir un nuevo valor agregado (animación limitada, efectos de sonido, cámara, visuales, etc.) al producto para hacerlo más atractivo al consumidor.

Tal fue el caso de *Watchmen*, que en palabras de Thomas Gewecke, presidente de distribuciones digitales de la *Warner Bros* (casa productora de los *motion comic*), esperaban que la salida de los *motion comics* en los siguientes meses en el Internet, ayudara a generar seguimiento y expectativa al negocio por los siguientes años. Se planeó aprovechar de diferentes maneras el tipo de distribución, desde crear modelos gratuitos (su primer episodio en *iTunes*, en el 2008) hasta hacer que los consumidores compraran los demás modelos. Más tarde se vendieron dentro de un DVD que salió en conjunto para promocionar la película del mismo aclamado cómic en el año 2009.

Eso fue por mencionar sólo un caso suscitado entre los años 2008 y 2009, en el que los directivos de las empresas DC y Marvel se aliaron con casas productoras y distribuidoras de video para no sólo mantener la demanda de los fans de los cómics más allegados sino atraer a nuevos aficionados que aumentarían el consumo de sus productos.

Sin embargo, el *motion comic* no llegó a ser un simple producto de distribución en DVD con el fin de aumentar las ventas al exprimir un poco más una franquicia ya existente, sino también llegó como elemento de soporte audiovisual para filmes, series de televisión, juegos de video e instituciones promocionales en los diferentes soportes digitales.

2.2 El motion cómic como producto de promoción para diferentes productos audiovisuales

“It’s an interesting way to create a number of different configurations and packages, and give the consumers a lot of choices”.

Thomas Geewecke, citado por Sara McBride en su artículo *Web Draws on comics*, 2008)

Como producto individual, el *motion comic* genera impacto entre sus consumidores, quienes buscan el antes mencionado valor agregado que se vuelve darle sonido y un aparente movimiento a las viñetas dibujadas con un estilo artístico único e impecable. Por ello, grandes compañías productoras, especialmente aquellas que producen mercancías audiovisuales de recepción masiva, recurren a la inversión de promoción de sus marcas con algo diferente, tal como menciona Geewecke: “Le damos a los consumidores muchas opciones para escoger” (Ibid.) al crear un sin número de posibilidades visuales y auditivas para que el estímulo tenga más pregnancia en el consciente humano; a cambio de que la marca o el producto original quede dentro de sus mentes para llegar a ser consumida inmediata o paulatinamente.

Pese al interesante hecho de lograr dar la sensación de animación a un cómic, había todavía reservas acerca de si esto era una moda pasajera o un capricho de animadores. El sitio *Comic Worth Reading* (2009) publicó:

Cuando le agregas trucos de cámara y música a un cómic ¿sigue siendo un cómic? ¿o sólo una pobre excusa de caricatura hecha económicamente? ¿Están tratando de llegar a una nueva audiencia atraída por un nuevo formato disponible en puntos de venta más modernos? ¿Acaso esos hipotéticos nuevos lectores eventualmente llegaran a comprar cómics tradicionales? ¿O será ésta sólo otra manera de intentar hacer dinero de un contenido ya existente?

Con cada innovación vienen los detractores y algunos consumidores conservadores negados a creer que el cómic saliera del formato de papel (incluso cuando se negaban a pensar que podía ser distribuida en la web, con el mismo formato, pero digital), pese a ello, muchos otros aprovecharon dichos elementos creados con los nuevos programas para facilitar los efectos de movimiento de cámara, especiales y de audio, sin necesidad de tener grandes equipos de producción, para la distribución de sus productos, marcas, servicios, etc.

2.3. Series de televisión

Al hablar de estos productos audiovisuales tenemos en cuenta de la manera en que la historia se narra a través de varios episodios, presentándonos varios personajes que bien pueden ser efímeros o aparecer secuencialmente, convirtiéndose seres entrañables donde el televidente, fanático, le dota de una vida propia, pues en dicho universo, aquel personaje es y se siente *real*. Una serie de televisión, al igual que el cómic, depende no sólo del manejo de su historia, sino de la manera en que el guión maneja a los personajes, de qué manera pueden llegar a ser recordados; algunas de éstas series o son inspiradas en cómic o pasan a serlo después de lograr popularidad y empatía esperada por el público, esto es porque las compañías productoras están dispuestas a darle a sus aficionados más productos donde pueden ver a sus personajes y consumir sus historias.

Con base a dicha premisa, se hizo una selección de cuatro diferentes series de televisión donde sus casas productoras recurrieron al manejo del *motion comic* con el fin de promocionarlas; ya fuera durante el inicio del programa, durante su emisión y al concluir su periodo.

2.3.1. LOST GIRL: The Interactive Motion Comic

En este caso, el *motion comic* funcionó como una precuela especial introductoria de los hechos suscitados en serie de televisión *Lost Girl*; fue presentada antes de la premier del programa en la cadena de televisión canadiense *Showcase* el 20 de agosto de 2010. Se produjeron seis capítulos individuales; dichos comics introducían a la mayoría de los personajes principales: Bo, Dyson, Trick and Hale. *Showcase* se unió con *Bedlam Games* y *Prodigy Pictures* para desarrollar el fan-site desde antes del debut de la serie sobrenatural; ésta cuenta con descargas, video contenido



Figura 60. Lost Girl (2010). Escena animada del motion comic.

Figura 59. Lost Girl (2010) Póster de la serie.

exclusivo, guías de episodios, juegos y un foro de fans. Su promoción se expandió a los fanáticos de los cómics, extendiendo el universo de la serie de televisión al universo digital. Con una duración de cuatro minutos, este es el primer *motion comic online* interactivo creado para una serie de televisión, poniendo al fan en la silla del director, permitiéndole elegir su propia aventura, observando las consecuencias de sus acciones. Los introduce a un día en la vida diaria de la heroína de la historia, Bo, una súcubo que busca encontrar la respuesta a lo que es, intentando evitar sus oscuros impulsos.

Escrita por Navid Khavari, e ilustrado por Tigh Walker, el *motion comic* se presenta dentro de una atmósfera nocturna y densa, propia de una serie sobrenatural. La animación se limita a ciertos elementos del cuerpo de los personajes, pero aprovechan este recurso para dar vida a la ambiente, con efectos especiales de lluvia o neblina. Utilizan voces para narrar la historia; sin embargo, recurren igualmente al uso de globos y cajas de texto en ciertas secuencias.

Este cómic fue subido en la página oficial de *Lost Girl*, durante el debut del show, y aún ahora, los seis episodios (ya sin tener la opción de interactividad) pueden ser descargados gratuitamente.

2.3.2. BUFFY THE VAMPIRE SLAYER SEASON EIGHT

Aquí es pertinente introducirse desde las series de cómics que fueron publicadas por *Dark Horse Comics* del 2007 al 2011. Dichas series se manejaron como una continuación canon de la serie de televisión *Buffy: The Vampire Slayer*, sigue los eventos del final de temporada del show. Fue producido por Joss Whedon, quien escribió y coescribió tres de los arcos de la serie y varias historias de un capítulo auto conclusivo.

Su popularidad entre los fans le dio pauta para que *Fox Home Entertainment* produjera los *motion comics* basados en los primeros 19 números de la Temporada Ocho. El primer episodio

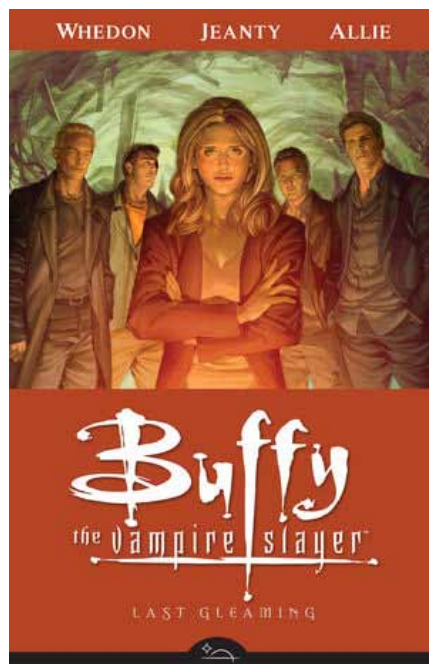


Figura 62. Buffy The vampire Slayer: Season Eight (2007-2011). Escena animada del motion comic.

Figura 61. Buffy The vampire Slayer: Season Eight (2007-2011). Portada del cómic.

fue lanzado en *Amazon video on Demand* y *iTunes* el 19 de Julio del 2010, con un *motion comic* nuevo lanzado cada lunes. Su marketing fue a tal grado de recopilar dichos episodios en *Blu-Ray* y *DVD Region 1*, el 4 de Enero de 2011; éste incluía un empaque de edición limitada ilustrada por Jo Chen y una reimpresión del primer libro de la serie. El *DVD* y *Blu Ray Region 2* fue lanzado el 3 de octubre de 2011.

Jo Chen es quien se encargó de la ilustración de las portadas de cada cómic, mientras que Georges Jeanty ilustró el cómic. La animación se extiende al cuerpo en ciertos elementos para darles más dinamismo, siendo complementados por efectos de cámara; al igual que a ciertas expresiones del rostro, sin llegar a animar la boca.

La popularidad tanto del cómic como del *motion comic* se debió a que los consumidores principales eran fanáticos de la famosa serie de televisión, quienes esperaban ansiosos por una temporada nuevas historias de sus personajes favoritos.

2.3.3. THE WALKING DEAD



Figura 63. The Walking dead (2003-presente). Portada del cómic.



Figura 64. The walking dead (2011-presente). Poster promocional de la serie.

En orden de promocionar la serie de televisión *The Walking Dead*, la cadena productora del programa *AMC* contrató a *Juice Films* para animar el arte de Tony Moore (ilustrador del cómic). Con una duración de ocho minutos y estrenada en Octubre de 2010 en el mismo sitio oficial de *AMC*, el *motion comic* presenta los eventos que sucedieron en la primera mitad del primer número del cómic. Generó una enorme expectativa a los fans, quienes se imaginaron el potencial que la serie tendría como una serie animada en *motion comic*; sin embargo, tanto programa como cómic han seguido un camino diferente en el transcurso de la historia, por lo que se ha tenido mucho interés por darle un seguimiento a este proyecto.



Figura 65. The Walking dead (2010). Escena animada del motion comic.

2.3.4. SPARTACUS: BLOOD AND SAND

Spartacus fue una serie muy popular en televisión emitida entre los años 2010 y 2013 fue la historia inspirada en la vida de dicho personaje histórico, pero ésta a su vez fue basada en la serie de cómics: *Spartacus: Blood and Sand*. En el año 2009, Kyle Newman se encargó de dirigir el proyecto de *motion comic*, mientras que Andy Collen y Jeff Krelitz tomaron la batuta en la producción.

Se animaron los cuatro títulos del cómic: *Upon the Sands of Vengeance*, *Shadows of the Jackal*, *The beast of the Carthage* y *The Shadow of Death*. La animación se maneja con efectos visuales para darle una mejor atmósfera, manejan movimientos tipo marioneta en el cuerpo (animación limitada), animando torso, brazos y rostro, en ocasiones deforman el cuerpo dando la sensación

de que está respirando. Así pues enfatizan los movimientos simulados de cámara debido al dinamismo de las series de combate y a los planos para dar más énfasis a las emociones.



Figura 66. Spartacus: War of Damned (2010-2013). Póster promocional de la tercer temporada.



Figura 67. Spartacus: Blood and Sand (2009). Portada del cómic.



Figura 68. Spartacus: Blood and Sand (2009). Banner promocional de los motion comics.

2.4. Filmes

Anteriormente ya se habían retomado *Watchmen* y *SAW* como dos ejemplos donde el *motion comic* se utilizó como producto promocional, por lo que es importante hablar de otras propuestas

donde por un lado, se realizaron en inspiración del filme y por el otro retomaron un comic de antaño y lo trajeron al mundo digital con efectos especiales. El *motion comic* puede ofrecerse como un valor agregado o material adicional dentro del mismo *marketing* de promoción, o bien, no puede tener una relación directa con dicho filme, pero si refuerza el valor de la marca, ganando adeptos de igual manera.

2.4.1. I AM LEGEND: AWAKENING

Originalmente se presentó como una novela gráfica que consistía en cinco diferentes historias manejadas como un *spinoff* del filme de *I am Legend* (2007). En ese mismo año, cuatro historias animadas como *motion comics* se incluyeron para la versión DVD en el material incluido de la película, ilustrados por Jason Chan (a cargo también de ilustrar la novela gráfica): *Death As a Gift*, *Isolation*, *Sacrificing the Few for the Many* y *Shelter*. Cada uno cuenta diferentes historias donde se muestra como los protagonistas lidian con la enfermedad y la devastación de sus hogares en diferentes partes del mundo. El mismo equipo que trabajó en la producción de *Broken Saints* se encargó de animar los *motion comics*.



Figura 69. I am legend (1954). De Richard Matheson, portada del libro.



Figura 70. I am legend (2007). Póster promocional de la película.



Figura 71. I am legend: Awakening (2007). Portada del cómic.

Death as a Gift: se presenta en la desolada ciudad de Beijing en China, donde la única sobreviviente decide suicidarse después de sentir la desesperación de no tener a nadie más a su lado.



Figura 72. Death as a Gift (2007). Escena animada del motion comic.

Isolation: muestra la historia de un prisionero que, al ser olvidado a propósito en la prisión Alcatraz, utiliza su tiempo para escribir sus memorias y escapar de dicho confinamiento. Al verse libre cree que está apunto de expiar sus culpas e iniciar una nueva vida, pero todo se distorsiona al ver que los muertos vivientes han invadido la ciudad.



Figura 73. Isolation (2007). Escena animada del motion comic.

Sacrificing the Few for the Many: se ubica en una de las selvas de Sudamérica, donde en un campamento varios médicos intentan salvar a los infectados de las comunidades indígenas marginadas, cuando, sin avisar, aparece el ejercito quien asesina a quemarropa a los sobrevivientes, todo esto siendo presenciado por dos hermanos quienes se escondieron entre la maleza.



Figura 74. Sacrificing the Few for the Many (2007). Escena animada del motion comic.

Shelter: Se presenta una familia adinerada en la ciudad de Nueva Delhi, India, quienes para intentar salvarse de la infección se meten en su bunker para protegerse, dejando fuera a la hija mayor Vatsala, quien no desea dejar a su novio afuera, le ruega por volver con ella al resguardo con su familia. Al no hacer caso de las indicaciones se infecta. Ella sufre alucinaciones producto de la rabia y el hambre, cree que aun está sana por lo que sin darse cuenta termina por alimentarse de su propia familia.



Figura 75. Shelter (2007). Escena animada del motion comic.

Los cuatro están presentados y realizados con los elementos de un *motion comic* básicos: efectos espaciales, de movimiento, efectos de sonido; sin embargo, tanto la tercera como la segunda animación se realizaron como si fuesen un corto animado; en cambio *Shelter* e *Isolation* respetaron el formato del cómic al incluir globos de texto, viñetas y texto en globos; en el último recurrieron a una voz en off que narra los pensamientos del protagonista.

2.4.2. THOR & LOKI: BLOOD BROTHERS



Figura 76. THOR & LOKI: BLOOD BROTHERS (1994). Portada del cómic.



Figura 77. THOR (2011). Póster promocional de la película.



Figura 78. THOR & LOKI: BLOOD BROTHERS (2011). Escena animada del motion comic.

Con una fecha de salida de casi dos meses de anticipación al primer filme THOR en los Estados Unidos, *Marvel Knight Animation* presentó *THOR & LOKI: BLOOD BROTHERS*, cuatro episodios de motion comic disponibles para *iTunes*, *XBOX Live* y *Playstation®Network* el lunes, 28 de Marzo de 2011. Cada episodio en alta calidad tuvo un costo de \$2.99 dólares, mientras que la calidad estándar estuvo disponible en un costo de \$1.99 dólares. *Marvel* no lo presenta como un producto promocional de la película de manera directa, pero plantea la idea de explotar la relación de los hermanos Loki y Thor, la cual es un hilo conductor importante en el filme.

Están inspirados por la aclamada novela gráfica de Rober Rodi y Esad Ribic (1994); ésta da una poderosa introspección dentro de las mentes de Thor y Loki, hermanos de la mítica tierra de Asgard; además de ser vistos como enemigos declarados, la historia plantea dudas acerca del odio que Loki le profesa a su hermano; y si este maestro del engaño es realmente el villano que han pintado todo este tiempo. Su insaciable deseo de poder y su enemistad con Thor toman un nuevo significado por la manera en que la novela gráfica lo expone y desarrolla.



Figura 80. The Woman in Black 2 (2014). Escena animada del motion comic.

Figura 79. The Woman in Black 2 (2014). Póster promocional de la película.

2.4.3. THE WOMAN IN BLACK 2 – MOTION COMIC PROMOCIONAL

Otro ejemplo más reciente del 2014 donde se recurre al *motion comic* es el promocional que se le hizo al filme de horror *The Woman in Black 2*, donde prescinden de los globos, usando la voz de un narrador; presentan elementos animados limitadamente, como movimientos de cuerpo de los personajes, objetos en cada escena. Este *motion comic* fue usado como si fuese un tráiler animado para el filme, explicando los sucesos que desencadenaron la maldición y la historia que cuenta.

2.5. Videojuegos

Los videojuegos, al igual que las películas, cómics o series de televisión, son capaces de crear universos extensos con diferentes personajes con una historia diferente que contar, y aunque la producción del videojuego llegue a su fin, sus creadores y productores se las ingenian para expresar dicha franquicia manteniendo una conexión con sus fanáticos. Por lo tanto, libros, cómics, juguetes, ropa de colección, cortos animados y *motion comics* no están exentos a utilizarse para ampliar las opciones de entretenimiento que se le ofrecen al consumidor.

2.5.1. HALO EVOLUTIONS

Precisamente esto sucede con *HALO*, la franquicia multimillonaria más fructífera de los últimos 13 años; la cual tiene su sitio oficial donde el fanático puede tener acceso a noticias, tiendas online, foros de discusión y a otros artículos de colección. Entre estos se encuentran los *motion comics HALO EVOLUTIONS*. Inspirados en la colección de historias cortas y poemas *HALO EVOLUTIONS – Essential Tales of the Halo Universe*, donde retomaron ciertas historias para adaptarlas al *motion comic*; éstas fueron: *Midnight in the Heart of Midlothian*, *The return*, *The Mona Lisa* (animados por la casa productora *One*) y la trilogía *Headhunters* (animada por *More Frames*).

Los videos están disponibles en su sitio oficial *halowaypoint.com*, mientras que se subieron a la plataforma *Zune Video Market Place* para ser adquiridos en dispositivos móviles por medio de un sistema de puntos como moneda. Sus precios van de 80 puntos (un único episodio) hasta 700 puntos (siendo éste el costo de *Mona Lisa*, el motion comic más largo de toda la serie, con 11 episodios).



Figura 81. HALO 4 (2012). Portada del videojuego para consola XBOX 360.



Figura 82. HALO EVOLUTIONS (2009-2010). Portada de libro.



Figura 83. HALO EVOLUTIONS: Midnight in the Heart of Midlothian (2012), escena animada del motion comic.

2.6. Promocionales publicitarios para marcas.

Hasta ahora, el *motion comic* ha surcado simplemente por el terreno del entretenimiento, donde se le ve como un producto promocional más que el cliente tiene la opción de consumir. Pero a veces no se toma en cuenta la importancia que tiene al momento de promocionar la marca a la que pertenecen, su marketing y publicidad va mucho más allá de mantener una interacción con el fanático, y este es el de mantener las ganancias para franquicias existentes que abren un nuevo campo para consumo.

En el 18 de Julio de 2008, Sarah McBride escribió un artículo en la sección de *Advertising and Marketing* del *Wall Street Journal*, dedicándose a la discusión de cómo ciertas compañías comenzaban a enfocarse al *nuevo tipo de entretenimiento en la Web*. La compañía *Warner* inició con el término *Motion Comic*, y en el artículo fue definido como un híbrido del cómic y la animación. Aquí la compañía se planteaba la posibilidad de una iniciativa para expandir la librería de la compañía *DC Comics* con un nuevo tipo de cómic para el Entretenimiento Web, éste podría ser distribuido en páginas de internet, plataformas de video y teléfonos móviles en demanda. Por supuesto, este plan de expansión tenía otro objetivo; y éste era el recobrase de la caída en las ventas de DVD's. *Warner Bros* esperó en ese entonces a que estos "híbridos" pudieran acarrear el interés de los fanáticos más acérrimos y atraer nuevos aficionados (consumidores).

Vieron una enorme necesidad de crear un producto nuevo en orden de abrir un nuevo mercado, así mismo este debía tener un valor agregado y "exclusivo" con el que se pudiera comercializar: "La gente no paga por el contenido de la Web, pero si se espera que éstos paguen por aplicaciones para teléfonos móviles o descargas de iTunes". (McBride, Sara, *Web draws on Comics* del *Wall Street Journal*, 2008)

En palabras de Diane Nelson, en ese entonces presidenta de la *Warner Premiere*, encargados de la producción directa de DVD en la Warner Entertainment, "el presionar una franquicia existente es la llave para sacar al negocio fuera de la quiebra", además plantea la posibilidad de "tener un acercamiento con los consumidores y romper con otros productos del "montón" en el área de contenido digital" (*Ibid*). Aquí los motion comics sirven como promocional de las marcas que los producen, porque el tener a personajes conocidos y queridos se vuelve en un enorme plus; siendo *Superman* y *Batman*, los grandes monstruos con los que *DC comics* decidió empezar la encrucijada al mercado digital.

Marvel Entertainment se unió a la iniciativa del motion comic con sus propios personajes más populares: *Iron Man* y *X-MEN*. Aunque el motion comic de *Iron Man* tuvo buena recepción para el público con su animación y efectos especiales que daban una apariencia 3D; *X-MEN* no tuvo la misma suerte debido al cambio radical en el tipo de animación, la cual parecía más deformar y entorpecer los movimientos de los personajes. Apostaron entonces por *Spider Woman*,

un personaje femenino menos conocido, pero cambiando su estrategia en la dirección de arte y animación, poniendo mayor énfasis en el trabajo ilustrado, la historia y la banda sonora.

En el 2009, el sitio *Comics Worth Reading* se pregunta si el motion cómic sería el futuro de los comics o una experimentación para subir ganancias para las marcas y compañías y dejó una pequeña respuesta al tomar en cuenta que la mayoría de estos productos sólo estaban disponibles para Estados Unidos. Ahora, se puede cuestionar dicha aseveración con la expansión que se ha tenido en las redes y comunicación del internet y las nuevas plataformas existentes para adquirir motion comics, pues siendo compañías que buscan globalizar sus marcas les era necesario dar la posibilidad a los seguidores de otros continentes de adquirir sus productos.

Por otra parte, los casi nulos ejemplos de motion comic utilizado para fines más alejados del entretenimiento, demuestra el potencial poco aprovechado que tiene como herramienta para informar contenidos sin llegar a ser monótonos o de larga duración. De esta manera se podría transmitir el mensaje a más personas, quienes por diferentes cuestiones, no pueden tener acceso a cierta información. Además el motion comic no sólo tiene como soporte el internet, también se puede presentar en DVD, en alguna memoria externa por su formato ligero o como promocional exhibido dentro de alguna institución.

2.7. Motion Comic. Herramienta dinámica para la narrativa audiovisual dentro del filme.

Si bien existen películas inspiradas, adaptadas, en cómics, éstas no se separan del formato convencional de manejar la historia metiéndola bajo un contexto que cabe en el mundo real; usando actores de carne y hueso, con emociones y problemas que tratan de emular a los de una persona común, olvidándonos por un momento que es un personaje salido de una novela gráfica o cómic, pues pese a que inconscientemente, el espectador tiene la noción y certeza que eso es un universo inexistente, lo asume como posible y la historia puede seguir su curso.

Sin embargo, existen filmes con personajes y situaciones que salen igualmente del papel para ser trasladados a la pantalla grande; mas estos no pierden elementos gráficos bidimensionales que son aprovechados por los realizadores para darle un contexto y un estilo audiovisual totalmente diferente a las películas anteriores: estamos viendo una película que se basa en un comic,

el cual está presentado no como elemento aislado, sino que lo usan para enriquecer totalmente el lenguaje visual.

2.7.1. American Splendor

Filme estrenado en el año 2003, basado en un cómic autobiográfico creado en 1976 por el guionista *Harvey Pekar*, quien se valió de diferentes dibujantes para realizar sus series. Retrata la vida de un hombre mediocre y huraño que vive en un clásico suburbio estadounidense, por lo que retrata con un toque de ironía la vida de la clase obrera de ese país.



Figura 84. *American Splendor* (1976). Portada del cómic.

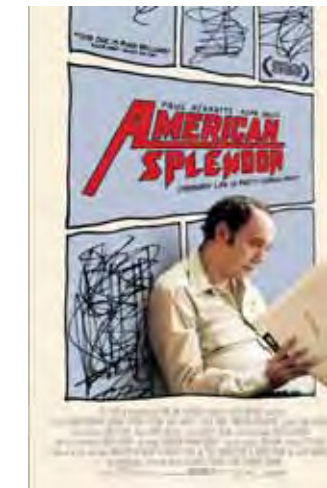


Figura 85. *American Splendor* (2003). Póster promocional del filme.

El filme se enfoca en las primeras series de *American Splendor* y en la edición especial *American Splendor: One year with Cancer*, en el que el protagonista (el guionista y creador del cómic) se le diagnostica cáncer y como parte de una terapia de aceptación, hace que uno de sus dibujantes viva con él y retrate todo un año del tratamiento. Es importante destacar el manejo de las transiciones entre una acción, escena o espacio temporal, donde como elemento gráfico incluyen viñetas del mismo cómic para generar el cambio entre un tiempo y otro. Ejemplo que

se puede ver en la etapa del año con el cáncer, donde se realiza ese elipsis de tiempo explicado con páginas de cómic (éstas no son del original, sino que fueron realizadas bajo la imagen de los actores), narrado por las voces de los personajes; hacen de la transición mucho más rápida y efectiva en el ambiente psicológico y emocional de dicha secuencia.



Figura 86 y Figura 87. *American Splendor* (2003), escenas del filme, ejemplificando el salto entre la realidad y la viñeta.

Este recurso visual está perfectamente explotado en el filme, pues logran que el personaje de carne hueso pase de manera espontánea a una viñeta (donde sólo su voz narra ante la imagen estática que tiene de vez en cuando movimiento en el cuerpo) y viceversa, obteniendo el dinamismo que no se esperaba ver dentro de una historia que no contiene a un personaje heroico o atractivo, sino más bien como la antítesis del protagonista, donde sus actos atraen consecuencias.

2.7.2 Scott Pilgrim Against the World

Al igual que la anterior película ejemplificada, *Scott Pilgrim Against the World* (2010) dirigida por Edgar Wright, es una adaptación en la serie de novelas gráficas *Scott Pilgrim* realizadas por Bryan Lee O'Malley, ambas parten de la premisa de Scott Pilgrim, quien al ver encontrado a la chica de sus sueños, Ramona Flowers, se entera que deberá enfrentarse a los tiene malvados ex novios de la chica que intentan matarlo sólo para ganarse su corazón definitivamente.



Figura 88. SCOTT PILGRIM (2004-2010), portada del cómic.



Figura 89. Scott Pilgrim Against the World (2010), Póster promocional.



Figura 90 y Figura 91. Scott Pilgrim Against the World (2010), escenas del filme, combina elementos gráficos del cómic.

Los efectos (*motion graphics*) de dicho filme son los que interesan en el análisis, pues es una película filmada con actores de carne y hueso que, gracias a los efectos especiales logran realizar acciones que solo son permitidas en el universo del cómic, así mismo, elementos gráficos (como onomatopeyas, globos, viñetas, cartuchos, líneas de dirección, pictogramas) aparecen para dar énfasis en ese mundo absurdo donde los personajes parecen no encontrarle nada fuera de lo común.

Como si la historia estuviese desarrollándose en el interior de las páginas del cómic, manejan elementos de violencia como si fuese algo cotidiano e incluso cómico al poner al personaje principal peleando con antagonistas bastante poderosos y malvados sólo para conseguir el amor de una chica, haciendo sátira de la sociedad en la que se vive y en lo tecnológicamente dependientes que las personas se han vuelto. Todo esto manejado dentro de la cultura de videojuegos en la que estamos inmersos, por ejemplo: las batallas que libra Scott con los antagonistas hasta llegar al máximo malvado es como un juego de *arcade*.

Además, en ciertas escenas del filme, al momento de realizar flashbacks por parte del personaje de Ramona al recordar a sus antiguos novios, los realizadores optaron por animar ciertos elementos de la novela gráfica en forma de motion comic para aumentar la sensación todavía más absurda del filme.

Ejemplifica los elementos tanto del cómic como cinematográficos y los fusiona sin caer en lo fuera del lugar, más bien, se tiene la sensación de que todos elementos son necesarios para el enriquecimiento visual y narrativo de la historia, que al ser un cómic de aventura y acción no podía dejar de lado los efectos sonoros y visuales que de alguna manera correspondían solamente a la historietta.

2.7.3. REPO! The Genetic Opera.

Este filme es una adaptación estadounidense del musical convertido en ópera rock dirigida por Darren Lynn Bousman, estrenado en el 2008. La historia se ubica en un mundo futurista y decadente, en la que le problema principal es provocada por una pandemia de fallos multiórganicos que ha devastado el planeta. La compañía de biotecnología *GeneCo* ofrece cualquier tipo de trasplante de órgano a un precio bastante alto. Aquellos que no cumplan con el pago tendrán

que devolver sus órganos; para recuperarlos, la compañía tiene a su mando cirujanos entrenados llamados *Repo man*, quienes, asesinan a los deudores al extraerles los órganos.



Figura 92. Repo! The Genetic Opera(2008). Póster promocional del filme.



Figura 93 y Figura 94. Repo! The Genetic Opera (2008), escenas del filme, motion comic que sirven de transiciones y saltos de tiempo.

En este caso, cuando el presupuesto de una película es limitado, se tienen que escatimar en los recursos visuales narrativos. Por ello, se recurrió al motion comic para narrar ciertas situaciones en la historia. Los flashbacks de las historias de los personajes principales, así como es usado para cambios de escenas, que por el recorte monetario no pudieron ser filmadas. Igualmente, es usado como recurso visual dinámico para el tráiler oficial. En primera instancia

es utilizado en pequeños fragmentos para narrar la premisa principal y presentar al antagonista en unos cuantos segundos. Posteriormente, en el tráiler se utiliza el recurso para introducir a los actores caracterizados como los personajes, quienes “salen” de su cuadro representándolos como una ilustración tipo cómic.

2.8. Plataforma de distribución online: NARR8. Editorial digital de novelas gráficas. Creadora de motion comics.

Hasta ahora, las compañías más importantes de cómics en alianza de estudios de animación han podido distribuir y vender sus *motion comics*, subiéndolos a plataformas de venta online de contenido musical y audiovisual; por ejemplo, *iTunes*, la tienda online en *XBOX Live*, *Amazon*, *Playstation®Network*. Eso representa ganancias para las empresas quienes esperan recuperar lo invertido; sin embargo, se da el caso de autores independientes que deciden crear su propio proyecto con los recursos que tienen a la mano, esperando obtener una retribución económica por ello.



Figura 95. NARR8. Logo.

Muchas veces las plataformas para video (*YouTube*, *DailyMotion*, *Vimeo*, etc.) son una solución para quienes han hecho el trabajo de animar, buscar y producir sus propios efectos especiales; pero en algún momento se debió plantear la posibilidad de crear una plataforma donde los artistas independientes puedan promover su trabajo y además se les asista para la creación animada de sus cómics; y esto es lo que hace *NARR8*.

Se pronuncia *narreight* en referencia al verbo *narrate*, (narrar en inglés). Es una plataforma, o cómo se hacen llamar, *un canal de distribución*, que permite visualizar motion comics o novelas seriadas online. Tiene su propia página Web; sin embargo, tienen una aplicación que se puede descargar en dispositivos móviles. Su empresa desarrolladora fue fundada por Alexander

Vaschenko en octubre de 2011, con una inversión inicial de 4 millones de dólares. Se lanzó en el otoño del 2012 y su primer contenido fue *La ciudad secreta*, del conocido autor de literatura fantástica Vadimir Panov. En un principio, los contenidos de NARR8 eran totalmente gratuitos, en febrero del 2013 pasó a un modelo *freenium*, el cual activa un uso de la moneda de cambio para el sitio llamada NARR; esto es con el fin de que el usuario pueda adquirir ciertas historias más exclusivas, más episodios, o contenido especial.

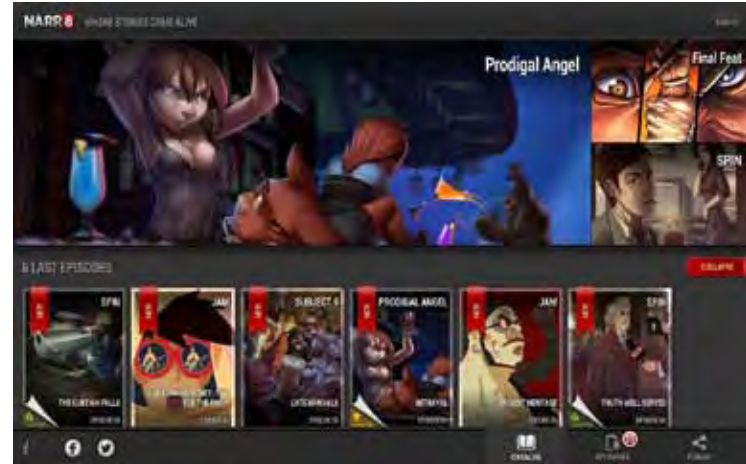


Figura 96. Interfaz de búsqueda de NARR8 edición español.

Además de la posibilidad de permitir a los artistas independientes de publicar sus obras con sus propios beneficios; en el 2013, NARR8 lanzó su propia herramienta generadora de contenidos por usuarios (*User-generated content*), la cual permite a los usuarios crear su propio contenido original añadiendo imágenes, animación, sonidos, efectos especiales para crear historias de su autoría y compartirlas a más de 800,000 seguidores de la plataforma. Estos contenidos en un principio serán gratuitos en la plataforma, pero cuando éste sobrepase 1,000 descargas (o vistas), a este usuario se le autorizará vender el contenido en NARR8.

El fundador, Alexander Vashchenko menciona “siempre ha sido importante para NARR8 el ser capaz de asistir a artistas talentosos y a los creadores, más importante aún, a los lectores. Por ello,

el implementar “StoryBulider”, le estamos permitiendo a nuestros seguidores creativos que desean compartir sus historias con nuestros 800,000 seguidores en todo el mundo. Estamos emocionados por continuar el crecimiento del producto NARR8 y dar seguimiento a lo que esta gran adición ofrecerá” (*Market Wired, NARR8’s ‘StoryBuilder’ Editing Tool will open popular Platform to indie artists and fan fiction*, 2013). No pudo elegir mejor momento para lanzar dicha herramienta, pues desde el 2006, se presentó un crecimiento importante en la popularidad del *e-book* (libro electrónico/digital), sobre todo en los *e-books* publicados por los mismos autores. La plataforma quiere fomentar la auto-publicación, además da herramientas para que dichos contenidos tengan un atractivo visual y sonoro que genere impacto, y gracias a su modelo *revenue-sharing* (ingresos compartidos) permite a los autores de las series populares generar ganancias de las ventas virtuales de sus productos.

2.9. Motion comic: productos experimentales e independientes.

Al ser un producto audiovisual relativamente fácil de producir, diversos directores se han aliado con ilustradores para producir series online con el formato de animación y novela gráfica. Dichos colaboradores presentan su trabajo en portales de videos de Internet o en sus propias páginas, donde los fanáticos son capaces de ver los episodios por una módica cantidad y además, por medio de publicidad también pueden adquirirse las novelas gráficas en físico como libro recopilatorio. Estos proyectos, propician lo que es la colaboración global de diferentes artistas que residen en países distintos, pero que, gracias a la conectividad e interacción que permite el uso del internet, estas personas pueden estar en el contacto suficiente para trabajar en conjunto y producir un proyecto de calidad.

Un ejemplo de ello, es Matt Pizzolo, quien se ha aliado con ilustradores y diversos artistas musicales de todo el mundo para presentar ideas frescas en cuanto a la trama y a la manera de realizar animación.

Por otro lado, existen aquellos artistas multidisciplinarios que combinan técnicas diversas para la producción, como Edson Oda, quien maneja técnicas tradicionales para sus proyectos, obteniendo resultados impactantes en la narrativa visual de sus obras.

2.9.1. Matt Pizzolo y Godkiller

Es considerado un *transmedia*, ya que este producto fue hecho para novela gráfica, *motion comic* y novela escrita, donde se presenta el mismo universo en diferentes plataformas. Creado por Matt Pizzolo, cuenta la historia de los seres humanos viéndose inmersos entre las batallas de Dioses caídos en un mundo devastado por las guerras nucleares y la violencia.



Figura 97 y Figura 98. Godkiller (2009) portadas de la novela y el cómic.

Para el *motion comic*, contó con el trabajo de ilustración de Anna Muckcracker (artista polaca), quien también ilustró el cómic. Usó la técnica de animación limitada, que se vale de los movimientos limitados de los personajes, a veces sólo animan de forma burda los cuerpos; utilizan bastantes efectos visuales como explosiones y manchas de sustancias; así como efectos espaciales de profundidad; combinando también motion graphics y la narración en formato radio drama. Fue sacado en formato DVD en Octubre del 2009 bajo el título: *God Killer: Walk Among Us – Episode 1*. En el 2012, *GodKiller 2: Tomorrow’s Ashes* fue publicado como un cómic enteramente digital.

Hasta el 2014, *Godkiller* pudo ser sacado como un cómic físico mensual a cargo de Black Mask Studios. Para la serie animada del motion comic, se reportó en Noviembre del 2014 que se estarán trabajando a manera de trilogías de larga duración (filmes) dirigidas por el propio Pizzolo.



Figura 99. Godkiller (2009), escena del motion comic.

GodKiller se vale de los efectos especiales y espaciales para contar la historia tan caótica de los personajes y del universo en el que están inmersos. Es una imagen sucia, oscura y desoladora, que contrasta con la paleta de color que gira en torno a los colores brillantes y fuertes para los personajes, quienes son dotados de un carácter explosivo que va acorde a la trama de la historia.

El motion comic destaca por el notable uso de formatos innovadores y experimentales. Pizzolo y el productor Brian Giberson le llama a esto “*illustrated film*”; una mezcla de elementos de animación, radio drama, videojuegos y motion comics. La diferencia que considera importante es el elaborado diseño de sonido, música y la interpretación de los actores de doblaje.

Pizzolo consideró que el trabajo de animación se adaptara a las necesidades visuales del estilo de Anna Muckcracker y comenta para el sitio web *Bloody Disgusting* (2009): “*Cuando decidimos hacer una adaptación animada del cómic, no pude visualizar cómo un enfoque de animación tradicional podría hacer justicia de las exuberantes y detalladas ilustraciones de Anna. Tenía perfecto sentido el adaptar el medio que fuera adecuado para su arte, no al revés.*”



Figura 99. Godkiller (2009), escena del motion comic.

2.9.2. Edson Oda y Malaria

Hasta ahora, sólo se han expuesto ejemplos de *motion comic* realizados por medio de software y programas que se ven restringidas por las técnicas de la animación limitada, que es complementada con diferentes efectos visuales y gráficos. Pero la imaginación y creatividad de un productor no se puede limitar a una sola herramienta ni atarse a las tecnologías para crear un producto de cómic con “movimiento”. Y este es el caso de *Malaria*, producido y realizado por Edson Noda, escritor y director de filmes nacido en Sao Paulo, Brasil. Actualmente reside en Los Ángeles.

Cuenta la historia de Fabiano, un joven mercenario que es contratado para matar a *La Muerte*. Para la realización de este cortometraje, se combinaron técnicas de *Origami* y *Kirigami*. Hace uso del *Napkin illustration* (ilustraciones en servilleta) para las transiciones de tiempo y el cine *western* como inspiración en el desarrollo argumental. Lo interesante en esto fue que para los efectos especiales y los cambios no se necesitó de la intervención de algún software, sino que en acción simultánea al estar grabando se realizaban dichos efectos; como doblar y rasgar el papel, manchar la hoja con tinta roja al mostrar una escena violenta, para culminar con quemar todo el trabajo producido. En el proceso de edición, añade la música y las voces que narran toda la historia, además de valerse de cuadros de diálogo de cada personaje.



Figura 101, Figura 102 y Figura 103. Malaria (2013). Escenas del motion comic, ejemplos de origami, y otros recursos para “animar”.

La intención inicial de la realización de este cortometraje fue para subirlo como una entrada al concurso *Djando Unchained Emergind Artist Contest*, pero por cuestiones de tiempo y limitaciones en el equipo de trabajo, decidió inscribir otro proyecto.

Malaria es un producto audiovisual donde el creador se involucra directamente para obtener el efecto de animado que se desea en pos de ilustrar el concepto elegido. Su narrativa la aprovecha con los elementos gráficos del cómic, donde las viñetas se intervienen con objetos de la realidad (el fuego, el cuchillo, tinta, etc.), complementando de una manera exitosa la tensión en el ritmo de la narración.

El *motion comic* se usó inicialmente como un producto que sirvió a los artistas/productores/creativos independientes para poder contar sus propias historias, ganar adeptos y con ello generar ganancias a un mediano/largo plazo. Posteriormente, por su carácter de fácil realización se utilizó para entrar a los mercados del entretenimiento, la publicidad y cinematografía, cuando éstos no requerían de la animación, el cómic o de los motion graphics para cumplir un objetivo en específico. Pues éste no se utiliza como un medio para difundir un mensaje, pues eso queda implícito al vender el motion comic como un producto más, o también se usa como una herramienta diferente que apoya en la narrativa visual de otro producto.



CAPÍTULO III

*El Motion Comic
en México.*



En el país sucede una situación totalmente diferente a la que existe en Estados Unidos, con respecto al consumo del cómic. Pues en el primero existe una franquicia fuertemente establecida con la capacidad de generar ingresos con lo que producen pues hay consumidores que logran mantener la demanda.

No resulta sorprendente decir que Estados Unidos ha mantenido el desarrollo de los cómics dentro de su cultura y crecimiento de su sociedad, pues ha encontrado una manera de hacer que los mismos habitantes se sientan identificados con los personajes que manejan; aprovechando de igual manera el contexto en el que se ven inmersos con el paso de las décadas: mencionando como ejemplo, el número especial número 36 del segundo volumen de *The Amazing Spider-Man*, donde dicho superhéroe se enfrenta al caos del atentado del 11 de septiembre, pues en el contexto el personaje se encuentra viviendo en Nueva York; y así como él muchos otros superhéroes se involucraron dando un mensaje de apoyo incondicional de manera simbólica al país.

Posteriormente se usó el internet para llegar a una audiencia internacional, con el surgimiento y popularidad de los webcomics; añadiéndose unos años más tarde, los motion comics, los cuales pueden adquirirse en las tiendas online como si fuesen una película cualquiera en diferentes partes del mundo.

Pero, ¿qué podemos decir del cómic en México?, en un principio, los cómics que se producían eran tiras cómicas para anuncios publicitarios y después pasaron a ser el un arma política de denuncia ante el disgusto de la población, retratados en situaciones y personajes de tipo satírico. Es cierto que México está estancado en la producción de ideas nacionales con la llegada del mercado extranjero, pero los nuevos ilustradores, guionistas y creativos se han hecho camino por la nueva red de información; las redes sociales, páginas web, aplicaciones móviles, etc., construyendo así un mercado de consumo para el producto narrativo nacional.

En su experiencia comentan que abrirse una brecha en esa inexistente industria es difícil, aún más el vivir de ello: [...] hoy en día no existe como tal el trabajo de creador de cómics remunerado en México. [...] A diferencia del cómic, la ilustración tiene una mejor remuneración y es más cons-

tante la cantidad de trabajo que puedes recibir como ilustrador para alguna agencia de publicidad, de diseño gráfico o alguna editorial. (Augusto Mora, entrevista al sitio Web COOL HUNTER, 2015).

Pese a que esa sea a situación nacional con el cómic, por otro lado, el género de la novela gráfica ha ganado fuerza entre los autores al grado de crear el Premio Nacional de Novela Gráfica en el año 2010. Dicho género es controversial en cuanto a su término, ya que se refiere a su formato de publicación y a que se considera un tipo moderno de historieta para adultos o lectores maduros. En ejemplos internacionales contamos con *Sin City*, *Sandman* y *Persépolis*; la novela gráfica, por lo general, cuenta una historia extensa, a veces de un solo tomo, es hecha por un solo autor que se encarga también de la ilustración. Aunque tuvo su origen a finales del siglo pasado, en México tuvo un declive de más de diez años y en la actualidad ha resurgido gracias a que los autores y editoriales han decidido apostar por su producción.

“Los tiempos dorados de historietas mexicanas como Simón Simonazo y Memín Pinguín han desaparecido. La nueva narrativa gráfica nacional ya no se compra en los puestos de periódicos, sino en las librerías a través de un género que, aunque incipiente, gana lectores día con día: la novela gráfica.”

(Bautista Eduardo, *La novela gráfica crece como apuesta editorial en México*, El Financiero, 2015)

Uncle Bill, creado por Bernardo Fernández (BEF), con seis mil ejemplares agotados en el 2015, es uno de los libros nacionales que se pueden encontrar a la venta dentro de diferentes librerías; el autor mencionó a el periódico El Financiero que *“El auge de la novela gráfica en México comenzó hace cinco años. Antes no existían las condiciones editoriales necesarias para que el negocio fuera sostenible”* (ibid); pese a eso señala, que aún el mercado todavía no es sólido y le falta continuidad. Por otro lado, Diego Rabasa, editor de Sexto Piso (editorial encargada de publicar *Uncle Bill* y otras 13 novelas gráficas en circulación), menciona que ese genero llegó tarde

a México, además de que en otros países como España, Francia y Estados Unidos cuentan con una industria más consolidada, sobre todo, al tener editoriales especializadas, como *Salamandra Graphics*, *Astiberri* y *Fulgencio Pimentel*.



Figura 104. Portada de novela gráfica Uncle Bill, por BEF, 2015.

México continúa creciendo en el campo de la narrativa gráfica, y aunque no hay datos precisos de cuanto a aumentado el rubro, Rabasa brinda a El Financiero cifras de las ventas de las novelas gráficas en circulación de su editorial en el 2015. *Pancho Villa toma Zacatecas*, de Eko y Paco Ignacio Taibo II, y *La Calavera de cristal*, de BEF y Juan Villoro, han vendido más de cinco mil ejemplares cada una. *Diario de Oaxaca*, de Peter Kuper, más de cuatro mil.

En el mismo artículo, José Luis Trueba Lara, editor y escritor, asegura que hay tres razones por las cuales la industria editorial mexicana puede confiar en el género de la novela gráfica; éstos son: el creciente número de lectores jóvenes, la buena calidad de las propuestas y el predominio de la cultura visual. Trueba Lara menciona *“Debemos entender que la gente está leyendo cosas diferentes, por eso la novela gráfica ha ganado tantos metros cuadrados en las librerías”* (Ibidem).

Cuando se habla de editorial independiente actual, *Resistencia* predomina. Esta editorial ha apostado desde hace ocho años a la novela gráfica nacional, iniciando en la industria *underground*

y que ahora ve un boom en cuanto al consumo de ese género. Apenas en el 2007 sus tirajes de novela gráfica alcanzaban mil ejemplares, Ahora llegan a los dos mil. Antes publicaban uno o dos libros al año; actualmente, hasta seis. Su directora, Josefina Larragoiti, menciona que los números de *Resistencia* se han disparado en un 50 por ciento. Menciona también, que la novela gráfica fue considerada por muchos escritores, libreros y editores como un género menor, *“[...]La miraban con desdén. Los autores trabajaban desde una escena muy escondida. Un día nos dimos cuenta de los nichos de lectores que construimos con el paso de los años. Y de pronto sucedió lo esperado: el crecimiento del mercado”*. (Bautista Eduardo, *La novela gráfica crece como apuesta editorial en México*, El Financiero, 2015)

Con el crecimiento del género, han surgido apoyos incluso por parte de los organismos públicos. Conaculta lanzó, a través de su Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA), un programa de becas para dibujantes. Larragoiti menciona el ejemplo de la novela gráfica *Los bandidos de Río Frío* (historia original de Manuel Payno, adaptación de Francisco Hagenbeck e ilustrada por BEF), a cual se ha vendido bien en la Secretaría de Educación Pública (SEP) con el apoyo de Conaculta para su edición.



Figura 105. Portada de novela gráfica Los bandidos de Río Frío, 2013

Aunque los números y las editoriales hablan con esperanza acerca del desarrollo de la novela gráfica, aun se mantiene dentro de la conversación la enorme desventaja que se tiene al momento de producirla. BEF menciona que realizar una obra de ese tipo implica muchos años de trabajo, citando su propio ejemplo, crear y terminar *Uncle Bill* le tomo cinco años. Por lo que menciona que para que el negocio prospere, considera que los grandes sellos trasnacionales se compromentan a lanzar periódicamente este tipo de propuestas.

El cómic tiene lugar dentro de la publicidad, mientras que de forma independiente trueno o tarda en generar ganancias; por otro lado, la novela gráfica parece ser un rubro con el que se puede trabajar, debido a que es una industria con un desarrollo actual y continuo que conlleva tiempo y dedicación para completar una sola obra. Mientras tanto, el *motion comic* se abre camino en el país no como una forma de entretenimiento o un ejercicio visual, sino una herramienta publicitaria para resolver la necesidad de un cliente, donde los realizadores saben sacar provecho de los recursos visuales que tienen para que el mensaje se entienda y pueda ser atractivo.

3.1 ¿Qué pasa con el Motion Comic en México? ¿Hay una industria?

Después de hacer una revisión sobre la historia del cómic y su desarrollo hasta llegar a una industria establecida principalmente en los Estados Unidos, Europa y Asia, me detengo a pensar en lo que pasa en el entorno mexicano, ¿Qué pasa con los historietistas, guionistas y artistas que desean formar parte de la industria para vender y dar a conocer sus obras? ¿Existe una manera de hacerlo en México?; si uno piensa que existe una industria como tal dentro, no podrá siquiera realizarlo porque ello no existe.

“Somos el país del mundo que consume más historietas y fotonovelas por habitante, y éste consumo, gústelo o no a las élites de la palabra de nuestro país, es la piedra angular de la cultura popular mexicana, junto con la televisión y la radio.”

(Monsivaís, Carlos, 1982, pp. 8)

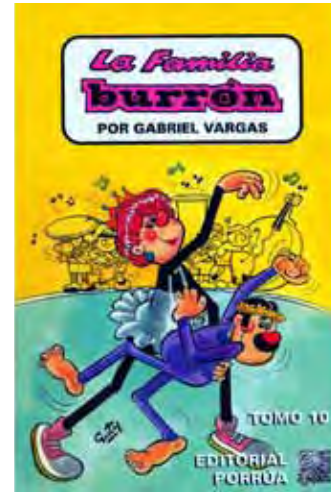


Figura 106. La Familia burrón (1937). Gabriel Vargas, portada del tomo 10.



Figura 107. El gallito inglés (sin año). Portada de la edición número 7.

En el ensayo que contiene la cita, Monsivaís expresó su fuerte necesidad de que el cómic fuese estudiado con rigor debido a su influencia en la cultura de masas que se tenía en México, por su carácter de cumplir el doble propósito de vender y satisfacer. No sólo ello, hace énfasis en mostrar el impacto que esto tiene en la cultura de los mexicanos, ya que ésta *“se elabora y se constituye con la información que le proporcionan las canciones populares, las historietas, los locutores de radio emisoras que emiten música tropical y los porta voces de la televisión privada”* (ibid).

La gráfica en México no sólo ha sido usada en los medios de entretenimiento o publicidad; sino que tiene una intención de protesta, utilizando el humor satírico para mofarse de la realidad; comenzando por la caricatura política dibujada por moneros en el Porfiriato. Más adelante, La familia Burrón (1937), la historieta mexicana más popular, se encargaba de hacer denuncia a los problemas que enfrentaba en su época; pero resulta desafortunado que, a pesar de haber tenido una pequeña industria del cómic naciente, aun vendiendo material de entretenimiento para las masas, no pudieran evitar que el mercado extranjero de los cómics terminara por dominar cualquier brecha comercial.

El mexicano consume cómic, es cierto, y aunque la razón por la que no se consume producto nacional es porque estamos más expuestos a un cómic de superhéroes que son de más fácil acceso ya que se encuentran en cualquier puesto de periódico o tienda especializada; en su historia se encuentran más causas por las que la industria del cómic mexicano nunca se asentó. Aun con los proyectos de cómic independiente que eran las revistas *Gallito Inglés* y *Taller del perro*, que inicialmente buscaban impulsar el talento nacional, por la falta de compromiso y constancia entre los colaboradores, dichas iniciativas no pasaron de ser pequeños tirajes sin ganas de crecer y desarrollarse como marca o empresa, ¿qué fue lo que falló?

En su tesis, Octavio Jiménez (2013) hace mención a que la trayectoria de ambos proyectos reflejan la dificultad de mantenerse en una editorial independiente en México, sobre todo por la razón de que su producto principal fuera el cómic, ya que por la falta de iniciativas y políticas académicas, institucionales y empresariales, no se pudo abrir las oportunidades de desarrollo para el cómic nacional. Pero puedo considerar que aquello solo es la punta del iceberg del problema; ya que en los 90 no se tenía el apoyo que ahora se tiene del internet y otras redes sociales que son usadas por diferentes artistas para difundir, sin mencionar el no sólo dar a conocer sus mensajes, sino también vender su trabajo.



Figura 108. Jours de Papier (2013-presente). Tira ilustrada por Tania Camacho, subidas a su página oficial en Facebook.

El maestro Mauricio Gómez Hernández habló acerca del cómic como mercancía, y que aún en estos años *“produce desgaste, trueno como producto comercial, negándose a innovar con tecnologías nuevas”*. (conferencia *El Lienzo infinito: cibercómics*, 20 de febrero, 2014). Consciente de que el cómic que se comercializa actualmente sigue siendo el importado, mencionó que no se había tenido la oportunidad de crecimiento con los autores independientes, hasta la llegada del internet.

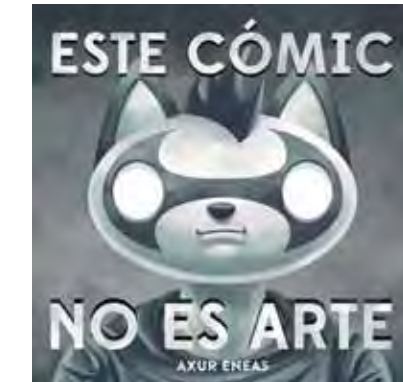


Figura 109. Este cómic no es arte (2014). Axur Eneas, portada de la novela gráfica.

La situación cambia, porque el autor o artista ya no sólo se expone ante millones de ojos de diferentes partes del mundo conectados a la red, sino que también genera interacción directa con ese público, y aquí es donde se vuelven administradores de su propia marca, además de creadores. En la conferencia mencionada, Axur Eneas y Tania Camacho hablaron de sus propias experiencias al entrar en el mundo digital. Axur mencionaba que no había industria del comic ni métodos para entrar a ella porque no existía, y que igualmente se ha cambiado la perspectiva de ver el cómic, dejando de ser un producto aislado, sino que se vuelve una MARCA que el autor debe aprender a vender y a promocionar. Señalan que para alcanzar un éxito considerable, la experimentación y promoción de las redes sociales se ha vuelto un aliado para poder entrar en un mercado creado específicamente para su difusión; pese a ello, siguen considerando que la animación y cómic sigue siendo una rama donde es difícil tener acceso, pero que, gracias a las nuevas oportunidades y herramientas se vuelve una posibilidad.

Augusto Mora (creador de *Muerte Querida*), por su parte, comenta al Sitio Web COOL HUNTER (2015): “Las agencias de publicidad y editoriales mexicanas muchas veces requieren de las historietas para resolver sus necesidades gráficas, pero aun en México es una industria que se encuentra en una importante crisis.”



Figura 110. Este cómic no es arte (2014). Axus Eneas, viñeta.

Otras opciones que ayudan a que el cómic nacional actual se mantenga en el mercado, además de la distribución Web, son las páginas de campaña fondeadora, donde el autor pide ayuda económica para financiar el proyecto; y los concursos realizados por diferentes organizaciones que financian el proyecto para su edición en formato físico. Alejandra Gámez, inició su propuesta en su página en Facebook con *The mountain with teeth*, el cual es un proyecto de microhistorias, éste se recopiló en dos libros que pudo publicar gracias a una campaña fondeadora. En el 2015, resultó ganadora en la convocatoria SecuenciArte de la organización Pixelatl, con su novela gráfica *Un claro en el Bosque*.



Figura 111. Viñetas de *The mountain with teeth*. Figura 112. Portada de *Un claro en el bosque* (2015).

El cómic tiene una brecha de mercado explotable cuando se utiliza para fines publicitarios o cuando se trabaja con un mensaje en específico, y eso aumentando los recursos visuales que los efectos de varios programas pueden darle a animar de una forma limitada al producto es un acierto más para quienes buscan dedicarse de alguna manera a la creación de motion comic para resolver una problemática.

3.2. Ejemplos de aplicación de Motion Comic en México.

En México, el uso del motion comic está ligado por lo general al objetivo de dar a conocer un mensaje en específico, trabajarlo para que éste pueda ser digerido por el público target; todo esto siendo resuelto por ilustradores y un equipo de animación que trabajan desde la perspectiva de pensamiento de las agencias de publicidad y del uso del diseño para resolver una necesidad.

Con la excepción de *Muerte Querida*, el proyecto cultural *Saga del Popol Vuh* y el proyecto independiente *Moonü animated*, los demás ejemplos mencionados son productos realizados con el fin de dar a conocer un producto o un servicio de consumo para un público en específico, mostrando los dos espectros en los que el motion comic se ha desarrollado en el país.

3.2.1. Saga del Popol Vuh. Aventuras mayas por Planeta Anawak, cómic, motion comic, proyecto de difusión cultural.

El cómic *Popol Vuh*, Aventuras mayas fue un proyecto creado por Planeta Anawak, un canal de TV Web dedicado a difundir la cultura y espiritualidad de las culturas hispanoamericanas, en el año 2012.



Figura 114. La saga del Popol-Vuh: “Los Gemelos Cósmicos” (2012). Escena animada del motion comic.



Figura 113. La saga del Popol-Vuh: “Los Gemelos Cósmicos” (2012). Portada de la segunda parte del cómic.

Está basada en relatos del libro sagrado maya *Popol Vuh*, su primer (y único número) se enfoca en las aventuras de los Gemelos *Junajpú* e *Ishbalanke*. Se realizó con el fin de destacar las raíces, costumbres e historias indígenas, sus publicaciones tienen como objetivo contribuir al acercamiento de los niños y jóvenes a la cosmovisión e historia maya. Dicho proyecto buscaba además, la inclusión de valores que afirmen una identidad propia, no la que los medios han impuesto a través de la globalización y apropiación de costumbres ajenas a los mexicanos. Dicho trabajo requirió de investigación exhaustiva, por ello, comentan que se vieron en la necesidad de consultar historiadores, sacerdotes mayas y todo aquel estudioso que pudiera darle un claro entendimiento del libro sagrado. En el cómic es importante rescatar la importancia que le dieron para entender el tema, para más tarde poder hacer su contenido más fácil de entender y más entretenido para su público objetivo.

Sin embargo, recurrieron a los lenguajes visuales para una mayor facilidad de entendimiento, en especial con el diseño de personajes, pues convierte a los seres que forman parte de historias sagradas de una cultura, en arquetipos de héroes y villanos a los cuales los jóvenes se ven familiarizados por la gráfica a los que los medios los tienen expuestos. La saga de Los Gemelos fue financiada por el programa *Guardianes Dondé* y *Rescate de raíces*, al igual que el motion cómic, producido por *Canal Ceró* para la Fundación *Rafael Dondé*.

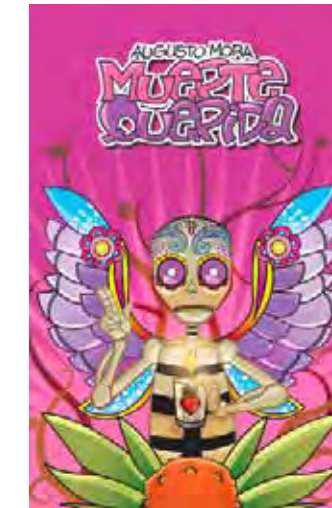


Figura 115. *Muerte Querida* (2012). Augusto Mora, portada del libro recopilatorio de las tiras cómicas.

La animación limitada del *motion comic* maneja el efecto especial de multi-planos para marcar la profundidad de campo. Los personajes no están del todo animados, sino que saltan en la pantalla en una acción general, para hacer la secuencia dinámica, usaron movimientos de cámara; así como se valieron de narración en off y sonidos incidentales.

3.2.2. Muerte Querida. Motion Comic por Augusto Mora.

Muerte Querida es una tira cómica satírica que retrata la vida del *Presidente Enjuto Buendía*, un imponente esqueleto con un par de cuernos en su cabeza, cínico y descarado, el cual tiene a *Re-*

gino, un alebrije como secretario, en el Pueblo de Mictlan-tepec *El cerro de los muertos*. Apareció en el Periódico *La Fuerza* y posteriormente en la revista *MAD México*; actualmente su creador le creó un sitio Web para subirlo como un *webcomic*, cuenta también con un libro que recopila las tiras cómicas: *Fuertes Declaraciones: Diario de un Presidente*.

Augusto Mora usa la imaginativa satírica mexicana para mofarse de los asuntos y escándalos políticos, mezclándolos con la tradición y colorido del arte popular. En la entrevista realizada por el sitio web *COOL HUNTER*, habla sobre el proyecto:

“Uno de mis temas recurrentes también es la sátira. México en la vida política y social. Me gusta hablar y retomar temas que suceden en el hábito de la vida pública y los utilizo para hacer humor, mi título “*Muerte Querida*” es humor político. También y de manera un poco más seria me interesan mucho los movimientos sociales, cómo y por qué circunstancias se van dando, pero también recurro mucho a los personajes solitarios que cuestionan a esa sociedad y su conducta.”
(CoolHunter Web. Augusto Mora: *Muerte Querida*. 2013)



Figura 110. Este cómic no es arte (2014). Axus Eneas, viñeta.

Aunque cada tira puede ser vista desde el sitio Web, Mora subió una serie de animaciones en su canal de *Youtube* a manera de *motion comic*, animando de forma limitada a los personajes, mientras que el fondo se encuentra totalmente estático, utilizando los diferentes planos de la imagen para dar la sensación de tridimensionalidad, los globos se animan a falta de voces, pero si maneja una pista musical en el video con una duración no más de un minuto. Es un ejercicio simple pero cabe destacar el uso de las herramientas para simular el movimiento, y la sensación de profundidad de campo, elementos recurrentes y básicos de todo *motion comic*.

3.2.3. Moonü animated. Proyecto webcomic,-motion comic.

Moonü: Fully animated comic book cuenta la historia de Bruno, un niño de diez años adicto a los videojuegos, que se ve transportado a la tierra de Damu, donde conoce a Moonü, un peculiar habitante. Ambos tienen que reparar el daño que causó la intrusión tecnológica de Bruno en el frágil ecosistema de ese mundo. La concepción del proyecto estuvo a cargo del director Miguel Ángel Reyes, es co-fundador de *Qi Studios*, junto con Eduardo Pichardo, y ésta está a cargo de la producción del cómic en colaboración con Ocho Venado Producciones; a ambos estudios se encuentran en la Ciudad de México.

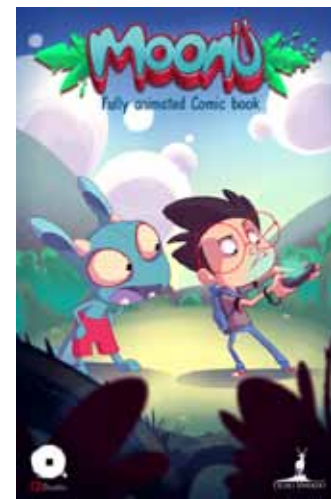


Figura 118. Moonü fully animated comic book (2015-presente). Hoja de personaje.

Figura 117. Moonü fully animated comic book (2015-presente). Portada del webcomic.

Este cómic interactivo está diseñado para trabajarse en animación 2D, los realizadores desean seguir los métodos de la vieja escuela al realizar cada cuadro clave (*keyframe*) dibujo por dibujo. Así mismo, desean desarrollar una app para la distribución de su cómic junto con beneficios para sus consumidores; tales como: Opciones de video, Opciones de audio (subtítulos, lenguaje), contenido descargable y paneles animados interactivos contenidos en cada página de la historia (que consta de 15 páginas).

Aunque se prefiere enfatizar en la característica de interactividad y *full animation*, *Moonü* contiene ciertas características del *motion comic* que se presentan en su video promocional, esto es que no todas las viñetas están enteramente animadas, sino que retoman ciertos objetos para darles movimiento, mientras que otros elementos se mantienen estáticos; los fondos se manejan en multiplanos para dar la sensación de profundidad, así mismo, la banda sonora se vuelve un personaje más para dar ambientación. Desgraciadamente, este proyecto se encuentra actualmente truncado debido a la falta de recursos económicos para su desarrollo; el 27 de Julio de 2015, los realizadores, quienes habían puesto el proyecto a una página de donaciones, no lograron alcanzar la meta de obtener la determinada cantidad que tenían contemplado para realizar el proyecto.

3.2.4. Motion Comic en la publicidad, BLAUER MOTION COMIC por DON PORFIRIO.

Don Porfirio es un estudio de *Broadcast Design* y *Motion Graphic*, situado en Yucatán México. Fueron invitados a crear un proyecto para el lanzamiento de la marca de manufactura para uniformes de alta tecnología para cuerpos policíacos y de rescate *Blauer* en Latinoamérica. Para ello utilizaron el *motion comic* para representar a los cuerpos policíacos como si fuesen guardianes del orden público, o superhéroes reales ataviados con sus propios atuendos de combate.

En la animación se hace una mezcla de elementos gráficos 2D y 3D, el estilo 2D se maneja como un cómic clásico de superhéroes, con el estilo de sombras marcadas y expresiones exageradas para lograr más impacto. Hace uso de los planos para lograr la profundidad de cámara así como juegos y movimientos de cámara. En cambio, trabajaron con ciertos objetos animados de forma limitada, hace uso de sonidos y musicalización para dar la sensación de que efectiva-

mente se está viendo un *motion comic* de héroes del día con día. Crean también a 4 personajes recurrentes haciendo uso del equipo de la marca *Blauer* para enfrentar las dificultades en las que se enfrentan.



Figura 119, Figura 120, Figura 121. BLAUER MOTION COMIC. Realizado por estudio DON PORFIRIO, escenas del motion comic.

Su intención cambia, ya que su lenguaje es puramente visual, presenta una historia mostrando a nuestros héroes en la vida real en diferentes situaciones extremas que requieren de sus servicios, pero también maneja un formato de catálogo de los productos que la compañía crea y distribuye para la protección de los agentes. En el uso de sus elementos 2D manejan efectos de movimiento de cámara simulando la perspectiva para darle una sensación de profundidad, se le ambienta con efectos de sonido y musicalización, para hacernos creer que efectivamente es un cómic de superhéroes.

3.2.5. La Familia García. Motion Comic promocional para Nacional Monte de Piedad.

El ejemplo a exponer es la manera en que la institución de Asistencia Privada de Préstamo Nacional Monte de Piedad aprovecha de la narrativa visual y animada del *motion comic* para dar a conocer los beneficios que ofrece a sus clientes. Bajo el nombre de *La Familia García*, se presentan situaciones recreadas por ésta familia de personajes, y cómo es que resuelven sus problemas financieros con ayuda de los servicios de la institución. Los episodios se pueden ver en el canal oficial de *Youtube*, así mismo son reproducidos en las sucursales en pantallas de exhibición en las salas de espera. Pese a que su animación se limita a los movimientos de cámara entre cada viñeta, la narración es llevada por las voces de los personajes en turno, quienes explican junto con texto en globos y cuadros, los pasos a seguir para llevar a cabo la transacción del préstamo de dinero.

Se destaca su lenguaje sencillo y la sensación de confianza que quieren lograr transmitir con dicho promocional.



Figura 122, Figura 123 y Figura 124. La Familia García (2014–2015). Escenas del motion comic.



CAPÍTULO IV

“MONSTRUOS”

*Pre, Pro, Postproducción de un Motion Comic
(Historia Original)*



Este capítulo tiene como fin el de documentar el proyecto práctico de *Motion Comic* “MONSTRUOS”. Desde la preproducción se presentaron problemáticas que debieron resolverse en el transcurso del desarrollo.

La idea principal fue pensada inicialmente para ser llevada al cómic impreso como parte de un proyecto de fin semestre, el cual cuenta con un tomo auto conclusivo en el año 2013. Sin embargo, se realizó una encuesta informal en la Escuela Nacional de Artes Plásticas, pidiendo que leyeran el cómic, para que dieran su opinión y críticas para mejorarlo en cuanto al entendimiento del mensaje y el estilo de ilustración. El resultado fue que se mostró un gran interés en la historia y en que se continuara. Por ello, se decidió trabajarlo desde otro soporte para desarrollar la idea MONSTRUOS.



Figura 125. MONSTER (2013), Dummy de portada del cómic “Monstruos”.

En un principio, MONSTRUOS se realizó con el fin de probar que se podía producir un motion comic en un tiempo relativamente corto con sólo una persona a cargo de toda la producción. Previamente se realizó un *animatic* del proyecto completo con una duración de cinco minutos, pero, con ello se tomó en cuenta que debido a cuestiones en el tiempo y a los limitados recursos con el equipo de trabajo; se decidió realizar un minuto con un fragmento de la ESCENA 2, sin contar con el tiempo añadido por los créditos iniciales y finales. Se trabajó en tres apartados dentro del proceso creativo, documentando el trabajo con imágenes y formatos diferentes.

En la preproducción se presentan los aspectos técnicos definidos y desarrollados antes de iniciar la fase de producción. Se compila desde la parte de definición de formato y técnica a utilizar; al igual que los documentos previos en la relación del proyecto gráfico, tales como: diseño de personaje, fondos, guiones, storyboard y *animatic*. Es importante hacer énfasis en los elementos comunes encontrados en los ejemplos de motion comic estudiados con anterioridad, pues éstos son los que se podrán identificar en el producto final. En algunos casos, en vez de usar onomatopeyas se dio el uso de globos de diálogo, que se van a animar para que enfatice el sonido que están manejando. Narración en off, fondos estáticos, objetos de animación limitada, movimientos de cámara para simular profundidad y el audio. Los elementos a utilizar se definieron dentro de la etapa de preproducción, se contemplaron sus ventajas y desventajas para el tiempo de producción y postproducción.

En el apartado de producción y postproducción se documentará el proceso de ilustración; posteriormente el proceso de edición de animación, así como la grabación de audio y selección de banda sonora, sonidos ambientales e incidentales. Se hace un previo repaso en los procesos a desarrollar para proteger la obra, para la difusión en la Web debido al carácter de auto publicación en el que se está manejando el proyecto. Así mismo, al igual que con el cómic impreso, se realizó una encuesta del motion comic, midiendo el interés del público con el fragmento producido, el cual se subió a la plataforma de video Vimeo en un periodo de 2 meses y se usó Facebook para su difusión.

Con ello se desea comprobar el interés que el público tiene por ver contenido producido de manera independiente, con diferentes plataformas que hoy en día nos facilita a los productores independientes la difusión y distribución.

4.1 Preproducción

En el desarrollo de preproducción para un proyecto audiovisual se toman en cuenta los recursos que se tienen para producir: humanos, técnicos y económicos. Con base a ellos se hace un plan de trabajo organizado en un cronograma, ya que así puede definirse el tiempo en que se estará desarrollando.

Al tenerlo definido, se inicia la documentación del proyecto, al ser un producto audiovisual se necesitan herramientas como el argumento, el storyline los guiones (literario y técnico), storyboard y por último el animatic. Con la dirección de arte se comienzan a definir el estilo visual del proyecto: el color, tanto de los fondos como de los personajes; en los cuales se manejó la psicología del color para lograr dar a entender la connotación emocional del entorno con sólo observar el proyecto.

Se hace una selección tipográfica si se necesita, definir el formato final de video, la duración; en las cuestiones gráficas se le dio un apartado a los elementos del cómic a utilizar como parte de la gráfica fundamental del motion comic y se realiza el diseño de personaje. Cada documento puede llegar a tener cambios en el desarrollo, puesto que al pensarlos se hace dando un aproximado de los tiempos y cuestiones técnicas que pueden ser modificadas en el proceso de producción y post producción.

4.1.1. Técnicos

En este apartado se desglosa dichos recursos para comenzar con la producción del motion comic. Al ser un proyecto de auto publicación con recursos limitados, se economizará tanto en el proceso de ilustración, animación y postproducción, con respecto a los programas y herramientas a utilizar.

| ILUSTRACIÓN |
|-----------------------------------------------------------------------|
| Computadora de escritorio MAC, sistema operativo OS X Versión. 10.5.8 |
| Tablet Wacom Intuos 4, Modelo: PTK-440 |
| Adobe Photoshop CS5 |
| ANIMACIÓN, AUDIO Y EDICIÓN DE VIDEO |
| Adobe Premiere CS5 |
| Adobe After Effects CS5 |
| Micrófono audio-technica PRO 24-CM Stereo. |
| GRABACIÓN DE AUDIO – GARAGE BAND |

4.1.2. Recursos Humanos

En este apartado me enfoco en el capital humano que colaborará en la pre, pro y postproducción del proyecto. En este caso, todo el proyecto se llevar a cabo por una sola persona. Con ayuda de un cronograma, se dividirán las actividades a desarrollar, como el diseño de personajes, ilustración, animación y el proyecto de promoción y difusión en las redes sociales. En el caso de la actriz de doblaje, se contempla una persona para el personaje principal en la animación. Mientras que en la musicalización se usarán pistas que estén bajo la licencia *Creative commons*. El proyecto está contemplado en terminarse en un lapso mínimo de dos meses y máximo tres meses, en el que se contemplan los fines de semana para reuniones con las grabaciones de audio y composición. Mientras que el proceso de ilustración y animación se contemplará con tres horas de trabajo de lunes a viernes y el uso completo de los sábados.

4.1.3. Recursos Económicos

En este apartado se percibe el recurso monetario para llevar a cabo el proyecto. Se contempla un apoyo de 1,500 pesos quincenales. Tanto para la producción de la musicalización y la grabación de voces para los personajes, se economiza totalmente en la producción de las ilustraciones y animaciones. En cuanto al proceso de publicación se trabajará con la micro empresa de diseño editorial THÉSICA para la impresión y encuadernación de los tomos de la tesis y la memoria gráfica del proyecto.

4.2. Documentación del proyecto.

Para el registro ordenado de las actividades a desarrollar en la producción del motion comic, se necesitó dividir los documentos de acuerdo a las áreas a desarrollar. Se inició con un plan de trabajo o cronograma, en el que se dividió las labores de pre, pro y postproducción, por días y meses, contemplando las horas de trabajo; sin embargo, se presentaron cambios en el documento, debido a inconvenientes con el tiempo o adelantos del trabajo.

Al tener el cronograma, se inició con la elaboración de hoja de estilo, el cual tiene información sobre las tipografías a utilizar en el proyecto, la paleta de color principal, la técnica y elementos gráficos a usar. Esto último fue importante enfatizar ya que, de acuerdo al arte elegido para el *motion comic* se deseó que tuvieran elementos propios del cómic. Contiene el formato, duración y tipo de animación utilizada para la salida final; por último se agrega un espacio para la identidad gráfica del autor.

Para la preproducción se necesitó tener el formato de hoja de personaje, que incluyen su perfil físico y psicológico, bocetos y su imagen final en diferentes vistas, así como su paleta de color. Se tiene el formato para la idea inicial con la que comenzó la historia, para pasar al argumento y el storyline que ayudó a evitar cambios drásticos en el desarrollo.

La creación de los guiones también se documentó, iniciando por el guión literario y guión técnico; que pasaron al *storyboard*, donde se pulieron y descartaron algunas tomas de la escena elegida, y el *animatic*, para tener claro el tiempo de duración de cada toma y la duración aproximada del fragmento a animar.



NOMBRE DEL PROYECTO: "MONSTRUOS"

NOMBRE DEL DOCUMENTO: PLAN DE TRABAJO/CRONOGRAMA

| AGOSTO | | AÑO: 2015 | | | | | | | |
|------------------------------------|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------|------------------------------------------|---------|--|--|--|
| LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SÁBADO | DOMINGO | | | |
| 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 1 | 2 | | | |
| REVISIÓN CAPITULO UNO | TERMINAR CRONOGRAMA/INICIAR HOJA DE ESTILO | | TRABAJAR HOJAS DE ESTILO DEL MOTION COMIC: | TRABAJAR HOJAS DE ESTILO DEL MOTION COMIC: | | | | | |
| 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | | | |
| INICIO DE GUION LITERARIO | DEADLINE PARA GUION LITERARIO, EMPIEZA GUION TECNICO | DEADLINE PARA GUION TECNICO, INICIA STORYBOARD (FORMATOS) | STORYBOARD | STORYBOARD | CAPITULO 2 | | | | |
| 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | | | |
| STORYBOARD | DEADLINE PARA STORYBOARD | ANIMATIC | INICIA DOCUMENTACIÓN | DEADLINE PARA DOCUMENTACION | CAPITULO 2 | | | | |
| 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | | | |
| INICIO CON PERSONAJES-DISEÑO-COLOR | INICIO CON PERSONAJES-DISEÑO-COLOR | PERSONAJES COLOR | DEADLINE PARA PERSONAJES DISEÑO | INICIA PROMOCIÓN EN FACEBOOK | CAPITULO 2 | | | | |
| 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | | | |
| HOJA DE ESTILO | DEADLINE HOJA DE ESTILO | REVISIÓN DE AVANCES | PRODUCCIÓN: INICIO DE ILUSTRACIÓN DE TOMAS | PRODUCCIÓN: ILUSTRACIÓN DE TOMAS | ENTREGA A REVISION CAPITULO 2 A DIRECTOR | | | | |



NOMBRE DEL PROYECTO: "MONSTRUOS"
 NOMBRE DEL DOCUMENTO: PLAN DE TRABAJO/CRONOGRAMA

| SEPTIEMBRE AÑO: 2015 | | | | | | |
|----------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|---------|
| LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SÁBADO | DOMINGO |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | PRODUCCIÓN: ILUSTRACIÓN DE TOMAS | PRODUCCIÓN: ILUSTRACIÓN DE TOMAS | PRODUCCIÓN: ILUSTRACIÓN DE TOMAS | PRODUCCIÓN: ILUSTRACIÓN DE TOMAS | PRODUCCIÓN: ILUSTRACIÓN DE TOMAS | |
| 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| PRODUCCIÓN: ILUSTRACIÓN DE TOMAS | PRODUCCIÓN: ILUSTRACIÓN DE TOMAS | PRODUCCIÓN: ILUSTRACIÓN DE TOMAS | PRODUCCIÓN: ILUSTRACIÓN DE TOMAS | PRODUCCIÓN: ILUSTRACIÓN DE TOMAS | PRODUCCIÓN: ILUSTRACIÓN DE TOMAS | |
| 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| PRODUCCIÓN: ILUSTRACIÓN DE TOMAS | PRODUCCIÓN: ILUSTRACIÓN DE TOMAS | PRODUCCIÓN: ILUSTRACIÓN DE TOMAS | PRODUCCIÓN: ILUSTRACIÓN DE TOMAS | PRODUCCIÓN: ILUSTRACIÓN DE TOMAS | POSTPRODUCCIÓN | |
| 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 |
| POSTPRODUCCIÓN | POSTPRODUCCIÓN | BÚSQUEDA DE AUDIOS | BÚSQUEDA DE AUDIOS | BÚSQUEDA DE AUDIOS | INICIO DE CASTING PARA VOZ DE CUERVO | |
| 28 | 29 | 30 | | | | |
| RECEPCIÓN DE VOCES | RECEPCIÓN DE VOCES | REVISIÓN DE VOCES PRUEBA PARA CUERVO | | | | |

NOTAS: ILUSTRAR UNA TOMA POR DÍA



NOMBRE DEL PROYECTO: "MONSTRUOS"
 NOMBRE DEL DOCUMENTO: PLAN DE TRABAJO/CRONOGRAMA

| OCTUBRE AÑO: 2015 | | | | | | |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|----------------------------|---------|
| LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SÁBADO | DOMINGO |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| | | | | | GRABACIÓN DE VOZ DE CUERVO | |
| 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| EDICIÓN DE VOZ | REVISIÓN DE ANIMACIÓN SIN AUDIO | EDICIÓN DE VOZ Y AUDIO A VIDEO | EDICIÓN DE VOZ Y AUDIO A VIDEO | REVISIÓN DE ANIMACIÓN CON AUDIO | REVISIÓN DE TIMING | |
| 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 |
| SUBIR PRUEBA DE VIDEO A VIMEO, REVISIÓN DE DIRECTOR | CORRECCIÓN DE ERRORES EN VIDEO | CORRECCIÓN DE ERRORES EN VIDEO | EDICIÓN DE CRÉDITOS FINALES | EDICIÓN DE CRÉDITOS FINALES | CAPÍTULO 3 | |
| 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
| CAPÍTULO 3 | CAPÍTULO 3 | REVISIÓN DE VIDEO FINAL DE DIRECTOR | RECOPIACIÓN DE DOCUMENTOS | | | |
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | |
| CORRECCIONES FINALES DE ANIMACIÓN | CAPÍTULO 3: DEADLINE | ENTREGA DE CAPÍTULO 3 A DIRECTOR | | | | |



NOMBRE DEL PROYECTO: "MONSTRUOS"
 NOMBRE DEL DOCUMENTO: PLAN DE TRABAJO/CRONOGRAMA

| NOVIEMBRE | | AÑO: 2015 | | | | |
|--------------------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------|--------------|---------|
| LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SÁBADO | DOMINGO |
| | | | | | | 1 |
| | | | | | | |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| ENTREGA DE REVISIÓN. | CORRECCIÓN DE ERRORES EN CAPÍTULOS | CORRECCIÓN DE ERRORES EN CAPÍTULOS | CORRECCIÓN DE ERRORES EN CAPÍTULOS | CONCLUSIONES | CONCLUSIONES | |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| ENTREGA DE CONCLUSIONES A DIRECTOR PARA REVISIÓN | REVISIÓN DE BIBLIOGRAFÍA | RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DE IMÁGENES DE REFERENCIA | ENTREGA DE CONCLUSIONES | CORRECCIÓN DE CONCLUSIONES | | |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 |
| REVISIÓN FINAL DE TODO EL DOCUMENTO | REVISIÓN FINAL DE TODO EL DOCUMENTO | REVISIÓN FINAL DE TODO EL DOCUMENTO | | | | |
| 30 | | | | | | |



Hoja de Estilo/Dirección de Arte
 Nombre del proyecto: "Monstruos"
 Escena: 2
 Duración: 1:42 minutos

1. Tipografía

HOMINIS
**ABCDEFGHIJKLM
 NOPQRSTUVWXYZ**



Courier
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890?;!:"'-. ,

Courier New
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890?;!^*~ç_~;~.-'çp`+



Uso en diálogo, onomatopeyas, acción del personaje CUERVO. Mantiene legibilidad aún siendo alterada para su uso en los globos de texto y animada por la herramienta puppet en After Effects.

Usado en las tomas 2,6,7 y 14.

Tipografía Courier usada para títulos y encabezados, tanto dentro de los créditos finales como en los documentos del proyecto.

Tipografía Courier new usada para cuerpo de texto, tanto en los créditos finales como en los documentos del proyecto.



Hoja de Estilo/Dirección de Arte
 Nombre del proyecto: "Monstruos"
 Escena: 2
 Duración: 1:42 minutos

2. Color en "Monstruos"

| PALETA DE COLOR PARA ENTORNOS | |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| COLOR | PSICOLOGÍA |
| Verde | Naturaleza. Decadencia (podredumbre, moho, corrosión). |
| Marrón/ Café | Podredumbre, suciedad. Viejo, desagrado. |
| Azul | Sombrío, distante, melancolía, soledad, frialdad, aislamiento, inercia, depresión, tristeza. |
| Negro | Oscuridad, noche, muerte Tinieblas, misterio Lo desconocido. Muerte, duelo Inspira tristeza, reposo, pena |
| Gris | Resignación. Polvo, telarañas, envejecimiento, viejo Color de la guerra |
| Rojo | Violencia, sangre |
| Blanco | Pureza autoridad Claridad Omnisciencia Plenitud Espiritualidad |



| PALETA DE COLOR PARA PERSONAJE | |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| COLOR | PSICOLOGÍA |
| Verde | Naturaleza |
| Azul | Espiritualidad, inmortalidad, fidelidad, fe, sabiduría. Poder oculto (oscuridad, siencio). Soledad |
| Negro | Combina misterio con el poder, que puede servir para el bien y el mal Se asocia con connotación negativa. |
| Gris | Envejecimiento |
| Blanco | Espiritualidad |



El uso del color es importante en el proyecto, ya que recae en éste la atmosfera que se desea transmitir en todo el motion comic; así mismo ayudará a dar a conocer las características psicológicas de los personajes ya que por la duración del proyecto no se podrá dar tiempo a una introducción extendida de ambos.

El entorno se sitúa en un cementerio, por lo tanto debe mantener una imagen lúgubre, triste y miserable.

CUERVO es un personaje con la característica de ser sobrenatural místico y sabio pese a que en su aspecto físico no lo aparenta, como indica su perfil de personaje.



Hoja de Estilo/Dirección de Arte
 Nombre del proyecto: "Monstruos"
 Escena: 2
 Duración: 1:42 minutos

3. Elementos gráficos del cómic en la animación



En los motion comics revisados previamente, algunos obvian el apoyo de los globos y cajas de texto usados en sus contrapartes impresas. Sin embargo, otros les dan uso en la pantalla, ya sea animándolos ligeramente, usándolos en sus onomatopeyas o, para el uso del diálogo completo sin alterar del todo el formato del cómic, usando voz para los personajes sin caer en la redundancia.

En cuanto a las viñetas, éstas son sustituidas para que la imagen abarque la pantalla, sin embargo, se usa este recurso en una de las escenas, que fue donde CUERVO cava la tumba, ahí se divide la pantalla en dos viñetas que aparecen una después de la otra cuando sus acciones se completan. Esto es con el fin de crear una elipsis temporal que dé a entender que la acción duró un tiempo determinado sin perder la continuidad.



Hoja de Estilo/Dirección de Arte
 Nombre del proyecto: "Monstruos"
 Escena: 2
 Duración: 1:42 minutos

4. Técnica gráfica

Debido al limitado tiempo así como los recursos humanos, el tipo de técnica gráfica utilizada será digital, principalmente en los entintados y color. Así mismo, se emulará el estilo del cómic americano, enfatizando el manejo de plastas en el color, con sombras duras al igual que el lineart.

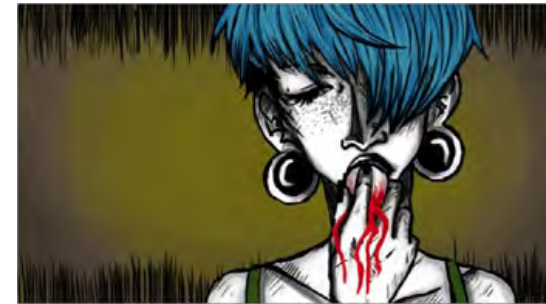
5. Cuestiones técnicas: formato, duración, tipo de animación

El formato de video elegido será MOV funcional tanto para DVD como para Web. Con un formato de audio ACC de 32 a 44 khz.

La resolución de tamaño estándar elegida es de 720x480, se contemplará realizarse en el tamaño 1280x720, utilizado para alta definición.

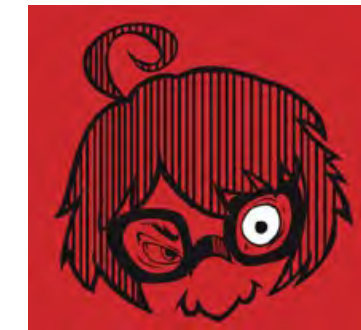
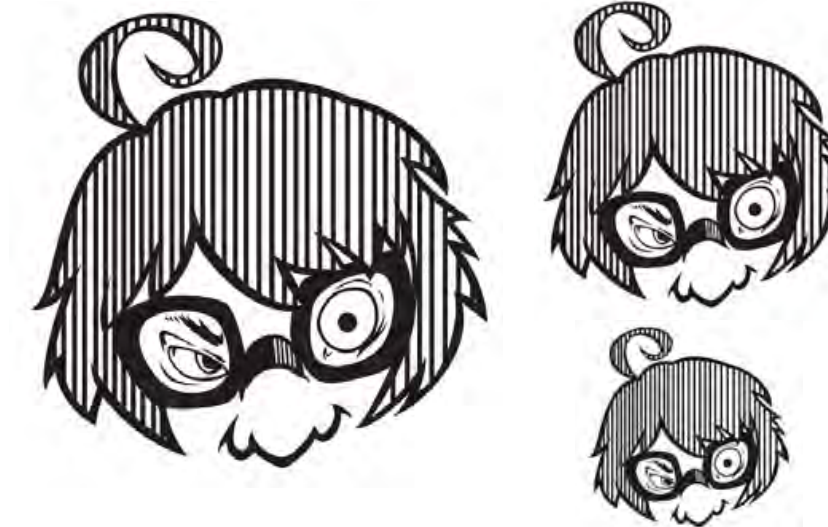
La duración de la animación si se realiza completa es de cinco minutos; sin embargo, por cuestiones de limitación de recursos humanos y de tiempo se ha decidido hacer un fragmento con una duración de un minuto aproximado.

Entra en la categoría de animación limitada.



Hoja de Estilo/Dirección de Arte
 Nombre del proyecto: "Monstruos"
 Escena: 2
 Duración: 1:42 minutos

6. Identidad gráfica



Floresans Black
 ABCDFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxy
 1234567890`~+ç-.,

MARISOL GUTIÉRREZ



Hoja de personaje **CUERVO**
 Nombre del proyecto: "Monstruos"
 Escena: 2
 Duración: 1:42 minutos

| PERFIL FÍSICO: CUERVO | |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nombre: | No tiene, es un cuervo que al cumplir los 100 años fue dotado de poderes y una forma humana. |
| Apodo: | - |
| Fecha de nacimiento: | Desconocida |
| Edad: | más de 100 años, aparenta de 25 años. |
| Sexo: | Femenino (un cuervo hembra) |
| Nacionalidad: | Desconocida, aunque su paradero es un pueblo remoto (plantado entre los siglos XVIII y XIX). |
| Altura: | 1,60 cm |
| Peso: | 45 kilogramos |
| Complexión: | delgada, casi escuálida; pero tiene la suficiente fuerza para tumbar a cualquier criatura al ser un ser sobrenatural. |
| Color de ojos: | grises |
| Color de cabello: | Es azul en la parte superior y en la parte inferior es color negro. |
| Color de piel: | pálido, casi grisáceo. |
| Rasgos distintivos: | CUERVO tiene unas largas pestañas y una lánguida mirada, unas uñas negras largas que le sirven para un propósito, sacarle los ojos a los muertos, tiene unas enormes expansiones en ambas orejas y un piercing en la nariz larga, es pecosa. |
| Poderes/talentos: | CUERVO es un ser que al cumplir los 100 años de vida se le dio la habilidad de tomar forma humana sin ser percibida por los humanos. Sin embargo, para alimentarse, tiene que comer las almas a los recién fallecidos. Esas almas se alojan en los ojos. Puede también materializar sus alas de cuervo y volar grandes distancias |

| PERFIL FÍSICO: CUERVO | |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Cometido: | Simplemente quiere tener una existencia igual como la de cualquier otro ser. Cree que su actividad es justificada y no necesariamente es mala por alimentarse para sobrevivir. |
| Ocupación: | - |
| Vestimenta: | |
| Estilo: | CUERVO lleva un abrigo y una bufanda gruesos y viejos, para resistir el frío. Unos pantalones holgados y unas botas puntiagudas. |
| Materiales: | Telas de algodón, gabardina. |
| Accesorios: | Sus expansiones negras en cada oreja y su piercing en la nariz. |
| Armas: | no suele ser un ser agresivo, pero si se le provoca puede usar la pala que carga para desenterrar los ataúdes como arma. |
| Familia/origen | CUERVO no tiene familia ni un origen definido, después de cumplir 100 años de vida dejó de importarle sus raíces para sólo vivir su nueva existencia. Sus compañeros son los cuervos que residen en el cementerio que frecuentemente visita en Escocia; es algo callada, y prefiere decir las cosas de una manera sincera y sin revuelos |
| Educación/conocimientos: | tiene conocimientos de herbolaria y botánica, así mismo, puede hacer cierto tipo de rituales mágicos que sólo se les permite a los seres sobrenaturales mayores de 100 años. |
| Amigos | Los demás cuervos. |
| Relaciones: | vive en aislamiento, no se permite dejarse ver por los humanos. |
| Aptitudes: | es muy tranquila y honesta, bastante consciente de lo que es y de lo que hace. |
| Trabajo/Empleo: | - |



Hoja de personaje **CUERVO**
 Nombre del proyecto: "Monstruos"
 Escena: 2
 Duración: 1:42 minutos

| PERFIL PSICOLÓGICO: CUERVO | |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Personalidad: | CUERVO es bastante calmada, paciente, reservada y algo taciturna. |
| Motivaciones/Necesidades: | Tiende a entrar a los cementerios a alimentarse de las almas de los recién fallecidos, abre las tumbas y les saca los ojos. |
| Puntos débiles: | normalmente es muy tranquila pero al ser provocada puede ser un ser vil y agresivo. |
| Puntos fuertes: | es sabia, le gusta aprender de los humanos y de todo lo que le rodea. |
| Causas de: | |
| Miedo: | Que la priven de su existencia. |
| Ira: | que le digan lo que tiene que hacer y que no respeten lo que es. |
| Felicidad: | es simple hecho de vivir y de conocer la hace muy feliz. |
| Lecciones por aprender: | en todo momento hay una lección que aprender. |
| Detalles: | |
| Cosas favoritas: | su pala y su abrigo. |
| Color: | gris |
| Comida: | : los ojos de los humanos, sus almas. Prefiere las almas de la gente mayor, jamás se alimenta de niños. |
| Bebida: | pulpa de frutas y flores |
| Cosas que detesta: | |
| Color: | amarillo |
| Comida: | almas de los niños y los gusanos |
| Bebida: | pulpa de frutas y flores |
| Aficiones: | Esperar en los cementerios, en ocasiones se mete en las bibliotecas de los pueblos a leer. |

| PERFIL PSICOLÓGICO: CUERVO | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ideología/camino espiritual | no tiene una, no sabía siquiera de la existencia de un dios o de un demonio hasta la llegada de ÁNGEL, simplemente cree en la madre naturaleza y en el transcurso de su equilibrio. |
| Tendencias políticas: | ninguna, no le interesa. |
| Ambiciones: | no tiene ni una. |
| Otras filosofías: | todos merecemos una existencia por igual. |
| BREVE HISTORIA | |
| CUERVO es un animal que al cumplir los cien años de vida en el mundo se le dio la capacidad de adquirir forma humana y poder deambular entre los vivos. Este poder se lo otorgaron los seres del bosque gracias a su deseo de conocimiento sin maldad, pero a cambio de dicho privilegio, debía alimentarse de las almas de los fallecidos. No distingue entre el bien y el mal, se alimenta porque tiene que hacerlo y no porque quiera dañar. Al terminar de comer vuelve a enterrar el cuerpo y así la gente no se percata del hurto en sus difuntos. | |
| Es una persona muy calmada que solo quiere existir sin molestar, pero ÁNGEL le imposibilita ese sueño, así que le declara la guerra saliéndose del cementerio a robarle los ojos a una niña fallecida en el mismo velorio. | |



Hoja de personaje **CUERVO**
 Nombre del proyecto: "Monstruos"
 Escena: 2
 Duración: 1:42 minutos



BOCETOS



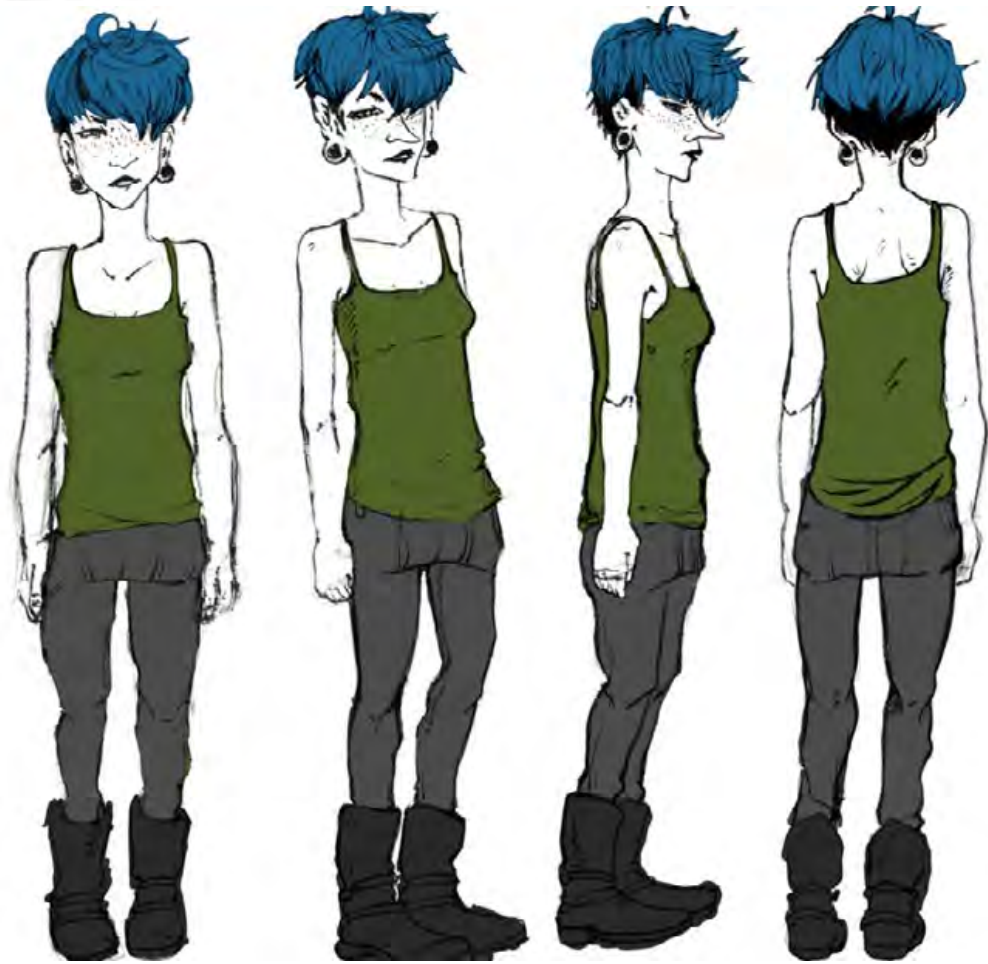
Hoja de personaje **CUERVO**
 Nombre del proyecto: "Monstruos"
 Escena: 2
 Duración: 1:42 minutos



CUERVO 1



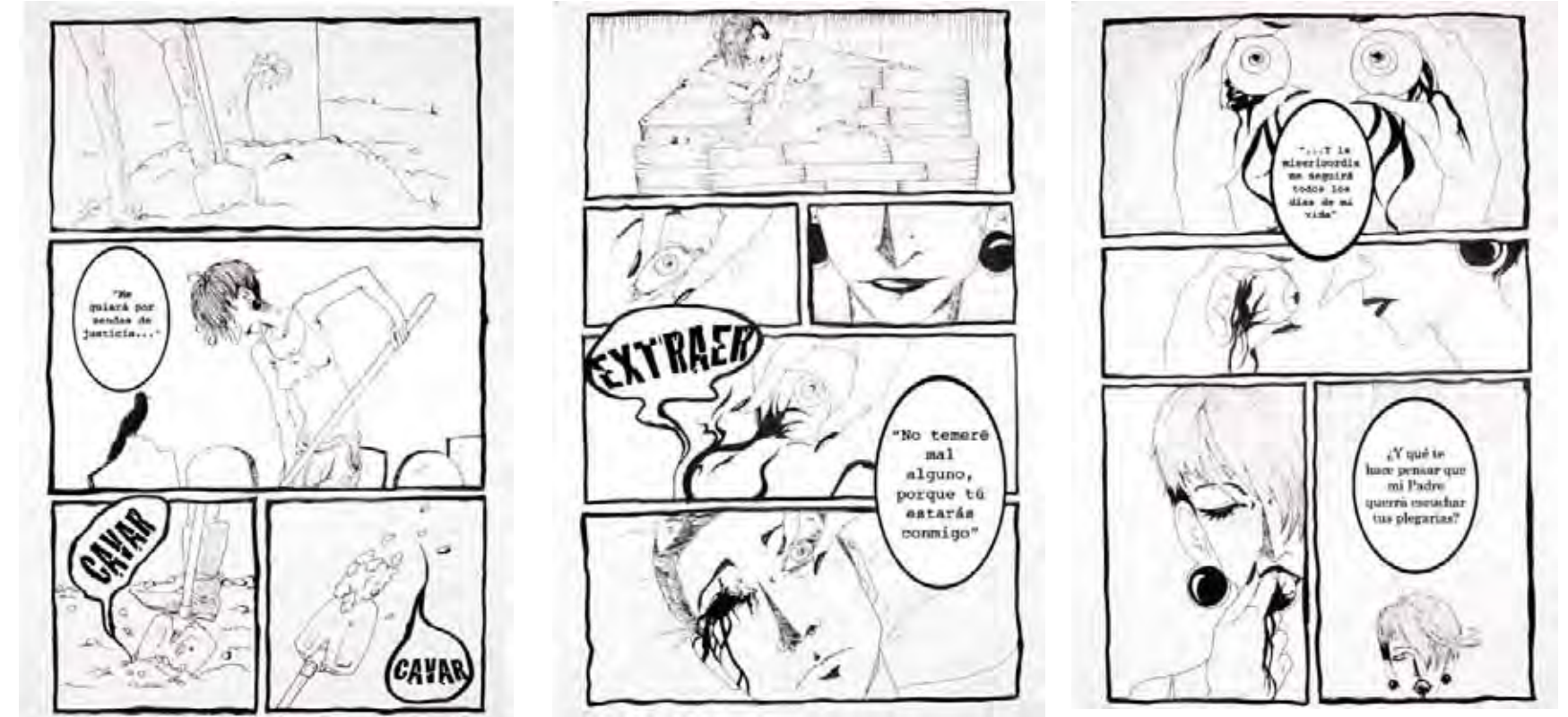
Hoja de personaje **CUERVO**
 Nombre del proyecto: "Monstruos"
 Escena: 2
 Duración: 1:42 minutos



CUERVO 2



Hoja de personaje **CUERVO**
 Nombre del proyecto: "Monstruos"
 Escena: 2
 Duración: 1:42 minutos



Páginas del cómic "MONSTRUOS"



Hoja de personaje **CUERVO**
 Nombre del proyecto: "Monstruos"
 Escena: 2
 Duración: 1:42 minutos



Viñetas del cómic



NOMBRE DEL PROYECTO: MONSTRUOS
 DURACIÓN: 1:42 MINUTOS APROX.
 NOMBRE DEL DOCUMENTO: ARGUMENTO Y STORYLINE

Idea inicial

La idea partió de las frases: "Cría cuervos y te sacarán los ojos" y "Los ojos son la ventana del alma", se desarrolló el concepto de la historia del personaje CUERVO, a partir de ella se planificaron el escenario y el argumento.

Se crea el ideal de que no existe un cielo o un infierno para los humanos, sin embargo, sólo los niños pueden entrar al paraíso como pequeños ángeles ya que no tienen pecado alguno que los mantenga pegados al suelo como los adultos quienes, al morir, sus almas se quedan encerradas en sus ojos, en una nada total, sin castigo ni recompensa.

CUERVO prefiere las almas adultos ya que los pecados los hacen mucho más apetitosos por lo tanto tiene predilección a los ojos de tales cadáveres. En la historia de CUERVO, se inspiró de la leyenda de los yokais en Japón, los cuales son animales u objetos que pueden obtener poderes sobrenaturales al cumplir 100 años.

Argumento

En el cementerio de un viejo pueblo de costumbres arraigadas habita CUERVO, un ser longevo al que se le concedió un cuerpo humano para pasear entre los seres humanos al cumplir 100 años; como única condición, debe ingerir almas humanas para poder sobrevivir. Por ello, espera a los recién fallecidos para desenterrarlos y sacarles los ojos, donde según cuentan las viejas costumbres, ahí es donde el alma se resguarda. Sin embargo, prefiere los ojos de las personas mayores, ya que los pecados que cargan sus almas los hacen más apetitosos. Un día, momentos después de desenterrar un cuerpo y sacarle los ojos, ÁNGEL aparece, un ser arrogante quien no tarda en condenar sus actos llamándola "monstruo", CUERVO, ofendida por tal trato, intenta



NOMBRE DEL PROYECTO: MONSTRUOS
 DURACIÓN: 1:42 MINUTOS APROX.
 NOMBRE DEL DOCUMENTO: ARGUMENTO Y STORYLINE

explicarle su condición, y que es un ser que tiene todo el derecho de vivir. ANGEL, en su posición de ser divino, considera aquello un acto profano; así que le roba los ojos y los destruye antes de que ella se los comiera, pero con ello, demuestra el desprecio que le tiene a la raza humana.

Es tal el enojo de CUERVO, que decide robarse los ojos del cadáver de una niña en su velorio; la misma alma que ANGEL estaba buscando para llevarla al cielo, ya que los niños son los únicos seres que pueden acceder al paraíso. CUERVO, quien no disfruta el sabor del alma pura de un niño, termina por liberarla, antes de escapar y dejar atrás ese pueblo junto con ANGEL, quien comienza una pequeña guerra personal contra el otro ser.

Storyline

Se presenta una procesión llevando un ataúd al cementerio. Se dispone a enterrarlo mientras realizan los últimos rezos, ninguno de los presentes se percata de la presencia de CUERVO.

Al irse, CUERVO se dispone a desenterrar el ataúd, al llegar hasta él lo abre y rápidamente le saca los ojos al cadáver. En el momento en que va a comerse uno de los ojos, aparece ÁNGEL. Éste reta a CUERVO arrebatándole los ojos; ambos comienzan con una confrontación verbal que termina con ÁNGEL destruyendo los ojos, ante los ojos estupefactos de CUERVO, ÁNGEL se va. Anochece totalmente y en una gran casona se presencia un funeral, hay personas hablando en voz baja y sollozando; pronto una mujer grita alertando a los demás. Ve el cadáver de la niña que están velando sin ojos. ÁNGEL presencia esto como un acto de total profanación; CUERVO está en las puertas del cementerio con los ojos de la niña, los cuales, al final, deja ir.



NOMBRE DEL PROYECTO: MONSTRUOS
 DURACIÓN: 1:42 MINUTOS APROX.
 NOMBRE DEL DOCUMENTO: GUIÓN LITERARIO

ESCENA 1/Exterior/Cementerio/tarde/lluvioso

Se escucha los golpeteos de las gotas de lluvia junto con las pisadas de la procesión que aparece por el camino de tierra. Es un sacerdote, una mujer y cuatro hombres que cargan un ataúd de madera, conforme van avanzando se escuchan los graznidos de los cuervos, los cuales están encima de la entrada del cementerio.

Al momento de oír un trueno, los cuervos emprenden el vuelo.

Se observa la entrada del cementerio, totalmente gris y desolada.

ESCENA 2/Exterior/Cementerio/tarde/lluvioso

Comienzan a enterrar el ataúd, se escuchan los sonidos de las palas cavando y lanzando montones de tierra que caen en la fosa cubriendo poco a poco el ataúd.

SACERDOTE (voz en off)

El señor es mi pastor; nada me faltará.

El sacerdote es un hombre viejo, quien tiene la mirada cansada mientras recita los versos de la biblia. Se escuchan los sollozos de una mujer, mientras los hombres han enterrado el ataúd.

SACERDOTE



NOMBRE DEL PROYECTO: MONSTRUOS
 DURACIÓN: 1:42 MINUTOS APROX.
 NOMBRE DEL DOCUMENTO: GUIÓN LITERARIO

"Confortará mi alma..."

Se quedan un momento para rendirle respeto al muerto quien yace enterrado, después comienzan a caminar, dejando ver a una figura que está sobre una lápida sin ningún problema para mantener el equilibrio.

Espera un momento hasta no escuchar ningún ruido, CUERVO lanza un suspiro y baja de la lápida. Se acerca a la tumba recién enterrada, se quita su abrigo, dejando ver su escuálido cuerpo y cabellos de color azul, comienza a cavar.

CUERVO (Voz en off)

"Me guiará por sendas de justicia..."

Después de mucho esfuerzo, logra llegar hasta el ataúd.

CUERVO (voz en off)

"Aunque ande en el valle de la muerte..."

Coloca sus manos en uno de los extremos de la caja de madera y lo abre rompiendo la tapa, dejando totalmente expuesto el cadáver recién enterrado. Se sube encima del cuerpo y con cuidado le abre uno de los párpados, al ver el ojo opaco sonrío y se lo extrae.

CUERVO (voz en off)



NOMBRE DEL PROYECTO: MONSTRUOS
 DURACIÓN: 1:42 MINUTOS APROX.
 NOMBRE DEL DOCUMENTO: GUIÓN LITERARIO

"No temeré mal alguno, porque tú estarás conmigo..."

Con cuidado le extrae el otro ojo. Tiene entre sus manos ambos ojos recién extirpados, con un poco de sangre coagulada y el iris totalmente nebuloso.

CUERVO (voz en off)

"Y la misericordia me seguirá todos los días de mi vida..."

Acerca uno de los ojos a su boca y lentamente comienza a engullirlo sin masticarlo.

ÁNGEL (voz en off)

¿Y qué te hace pensar que mi Padre querrá escuchar tus plegarias?

CUERVO, aun con el ojo dentro de su boca voltea y alza la mirada, para buscar al dueño de aquella voz. Un cuervo está observando todo desde el hombro de la escultura de un ángel de expresión triste

ÁNGEL (voz en off)

A ti... que sólo estás profanando suelo santo con tus inmundas blasfemias.

Se presenta ante CUERVO la figura de un ser encapuchado con sombrero, y una máscara de pájaro, totalmente vestido de blanco.

ÁNGEL



NOMBRE DEL PROYECTO: MONSTRUOS
 DURACIÓN: 1:42 MINUTOS APROX.
 NOMBRE DEL DOCUMENTO: GUIÓN LITERARIO

"arrancándole el alma a su tan amadas criaturas en su sepulcro... y engulléndolas justo como el ser despreciable y salvaje que eres"

"Demonio... ¿Te has dado cuenta del pecado que estás cometiendo"

CUERVO lo observa sin inmutarse por sus palabras

ÁNGEL (en off)

¿Sabes del castigo que hay para los de tu clase?

CUERVO al terminar de escuchar las palabras de ÁNGEL, cierra su boca engullendo totalmente el ojo. ÁNGEL presencia aquello, más no se puede ver su expresión por la máscara que lleva puesta.

ÁNGEL

Realmente asqueroso...

El ojo que cuervo tiene en la boca sale disparado de ella al momento lastimándole, al igual que el otro ojo que tiene en su mano. Los ojos revolotean en círculos.

ÁNGEL (en off mientras los ojos están volando en círculos)



NOMBRE DEL PROYECTO: MONSTRUOS
 DURACIÓN: 1:42 MINUTOS APROX.
 NOMBRE DEL DOCUMENTO: GUIÓN LITERARIO

Te has descarriado del rebaño de mi Padre... pero eres una oveja que no debe ser regresada al camino correcto.

ÁNGEL tiene en su mano los ojos que levitan y giran lentamente, como si fueran contenidos.

ÁNGEL

Deberías ser sepultado, porque la existencia que estás viviendo no es tuya. La estás robando de los mediocres humanos

Se muestra las lápidas del cementerio una tras otra.

ÁNGEL (en off)

Esos corderitos de mi padre... tan bárbaros e inútiles. Que le lloran a un cadáver putrefacto.

CUERVO escucha atentamente aun en la fosa, más su expresión sigue siendo desinteresada, y hasta aburrida.

ÁNGEL (en off)

"...que ahora es saqueado por un demonio de apetito insaciable"

CUERVO sale de la fosa con lentitud, no se molesta en hacer tanto alarde ni siquiera en su voz, que suena aburrida y cansada



NOMBRE DEL PROYECTO: MONSTRUOS
 DURACIÓN: 1:42 MINUTOS APROX.
 NOMBRE DEL DOCUMENTO: GUIÓN LITERARIO

CUERVO

No me llames demonio... Pájaro arrogante y maleducado... ¿tu padre no te enseñó modales? ¿Acaso no sabes que no debes interrumpir la merienda de alguien? (con voz firme) No cometo ningún crimen... los altos espíritus así lo dictan para mi supervivencia.

A cambio de este cuerpo... debo arrebatárselos su última y más preciada posesión...

ÁNGEL la escucha, mas no se puede ver su expresión por la máscara que lleva en el rostro, así mismo, los ojos continúan flotando alrededor de su dedo.

CUERVO
(en off)

No me juzgues por querer vivir...

CUERVO es interrumpida al observar como los ojos comienzan a quemarse.

ÁNGEL

Tú, aberración, no mereces recibir la luz de la vida de mi padre, y prefiero destruir el alma de este infeliz mortal a ver como le pones tus sucias garras...

CUERVO le observa, a ensombrecido su expresión



NOMBRE DEL PROYECTO: MONSTRUOS
 DURACIÓN: 1:42 MINUTOS APROX.
 NOMBRE DEL DOCUMENTO: GUIÓN LITERARIO

ÁNGEL

Vaya con que MONSTRUO más repulsivo y altanero me vengo a encontrar

CUERVO entrecierra los ojos, se le ve molesta y con su mano toma su pala

CUERVO
¿MONSTRUO?

CUERVO levanta la pala y corre hacia ÁNGEL dispuesto a atacarlo, pero éste extiende sus alas generando una ventisca que empuja a CUERVO haciéndola caer, ÁNGEL la observa.

ÁNGEL

Podría destruirte ahora, sería algo sencillo. Pero debo atender una encomienda más importante...

CUERVO se encuentra aturdida pero se recupera del impacto y rápidamente levanta la mirada pues ÁNGEL A EMPRENDIDO EL VUELO

ÁNGEL (en off)

Un alma joven espera su elevación al paraíso, El tiempo para mi en la tierra es limitado...



NOMBRE DEL PROYECTO: MONSTRUOS
 DURACIÓN: 1:42 MINUTOS APROX.
 NOMBRE DEL DOCUMENTO: GUIÓN LITERARIO

CUERVO observa como la imponente sombra de ÁNGEL cubre su cuerpo y gran parte de la tumba que profanó momentos atrás, luce sorprendida.

ÁNGEL (en off)

... Y no voy a desperdiciarlo con un insecto que no tiene alas. Nos volveremos a ver, no creas que voy a pasar por alto tu existencia.

ÁNGEL emprende el vuelo dejando sola a CUERVO. Ella muestra una expresión frustrada.

CUERVO (lanza un mohín)
Con que MONSTRUO ¿eh?

ESCENA 3/Exterior/CASONA/noche.

En una vieja casona de apariencia opulenta, se escuchan llantos lastimeros, el viento sopla y todo está envuelto en la oscuridad de la noche. Sólo se llegan a percibir las tenues luces de las velas que salen de las ventanas.

ESCENA 4/Interior/CASONA/noche.

En una de las habitaciones de la casona que está tenuemente iluminada por velas se escuchan murmullos de personas adultas y algunos sollozos más audibles y lastimeros.



NOMBRE DEL PROYECTO: MONSTRUOS
 DURACIÓN: 1:42 MINUTOS APROX.
 NOMBRE DEL DOCUMENTO: GUIÓN LITERARIO

Hombre 1 (voz en off)

¿Cómo fue que murió?

Mujer 1 (voz en off)

Cayó al lago y se ahogó, estaba paseando en bote con su familia...

Mujer 2 (voz en off)

Pobre pequeña... sólo tenía 6 años

De pronto sus murmullos son interrumpidos por un grito lastimero de una mujer. Se distingue el pequeño ataúd de madera, iluminado por dos velas.

Hombre 1 (voz en off)

¿Qué sucede?!

Mujer 3 (voz en off, aterrada)

¡NO ESTÁN!

Hombre 2 (voz en off, alterado)

¡EXPLÍCATE MUJER!

Mujer 3 (al borde del llanto)



NOMBRE DEL PROYECTO: MONSTRUOS
 DURACIÓN: 1:42 MINUTOS APROX.
 NOMBRE DEL DOCUMENTO: GUIÓN LITERARIO

Sus ojos...

Dentro del ataúd está el cuerpo de la niña fallecida, con su vestido blanco y un rosario entre las manos entrelazadas. Pero su rostro está cubierto de sangre y de sus ojos sólo quedaron cuencas vacías.

Mujer 2 (en off, grita asustada)

¡SE LOS HAN ARRANCADO!

Mujer 1 (asustada, voz en off)

¡Dios mío! ¡¿Quién pudo haber hecho esto!

Mujer 3 (fuera de sí, voz en off)

¡UN DEMONIO! ¡SE LOS LLEVÓ PARA TRAGÁRSELOS!

Mientras los gritos y el pánico se desata en la habitación, ÁNGEL aparece sin que den cuenta de su presencia, éste se acerca y echa un vistazo al ataúd.

ÁNGEL

Vaya... pero qué desastre...



NOMBRE DEL PROYECTO: MONSTRUOS
 DURACIÓN: 1:42 MINUTOS APROX.
 NOMBRE DEL DOCUMENTO: GUIÓN LITERARIO

Se quita el sombrero que lleva puesto junto con la máscara, se vislumbra el rostro de un hombre joven extremadamente pálido de cabello blanco al igual que sus cejas y pestañas. Su expresión es dura y mantiene el ceño fruncido.

ÁNGEL (su voz es suave, pero puede notarse un tinte de molestia)

Al parecer no tengo que subestimar a este monstruo... no volverá a verme la cara de idiota...

ESCENA 5 Exterior/Cementerio/Noche

CUERVO está sentada encima del arco de la entrada del cementerio, está absorta mirando hacía un punto en la nada, el humo del cigarro que está fumando flota suavemente. En su hombro se encuentra un cuervo quien al parecer, descansa junto con ella.

ÁNGEL (voz en off)

...Eso puedo jurarlo. Yo mismo me encargaré de sacarle los ojos.

CUERVO

No tenía por qué decirnos esas cosas tan horribles. Llamarnos "Monstruo"... Ni siquiera me gusta el sabor de las almas puras de los niños y ahora...

Muestra los ojos de la niña danzando, e intentando salirse de sus dedos.

CUERVO (voz en off)



NOMBRE DEL PROYECTO: MONSTRUOS
 DURACIÓN: 1:42 MINUTOS APROX.
 NOMBRE DEL DOCUMENTO: GUIÓN LITERARIO

¿Qué voy a hacer con esta?

El cuervo grazna llamando su atención.

CUERVO

¿Huh? ¿Hablas de liberarla?

Se escucha otro graznido del cuervo, CUERVO sonríe y lentamente deja que los ojos comiencen a flotar lejos de ella.

CUERVO

Buena idea, así tendremos tiempo para irnos en lo que ese ángel la encuentra...

Mientras observan los ojos flotar lejos de ellos, CUERVO extiende sus alas de color negro, éstas reposan en su espalda.

CUERVO

Y hay otra cosa en la que se equivoca, no seré un insecto... pero tengo alas y las uso para volar.

FIN



NOMBRE DE PROYECTO: MOTION COMIC "MONSTRUOS"

DURACIÓN: 1:42 MINUTOS APROX.

ESCENA: 2

| ESCENA | DESCRIPCIÓN | PLANO /ÁNGULO | MOV. CÁMARA | AUDIO | TIEMPO | OBSERVACIONES | ANIMACIÓN |
|--------|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| | LOGO MARISOL GUTIÉRREZ | | | | 00:00 - 00:06s | APARECE EN CUADRO | ANIMACIÓN A PUPILA |
| 1 | Espera un momento hasta no escuchar ningún ruido | PLANO GENERAL/LATERAL | - | SONIDO AMBIENTAL: VIENTO, TRUENOS (Ha dejado de llover, por lo que se escuchan lejanos), graznidos de cuervos a lo lejos | 00:06 - 00:10s | FADE IN A CUADRO | MOVIMIENTO DE LA BUFANDA |
| 2 | CUERVO está encapuchada, no se aprecia su rostro, lanza un suspiro. | PRIMER PLANO/LATERAL-PERFIL DE CUERVO | - | Incidental: Suspiro de CUERVO, Viento en segundo plano. | 00:10 - 00:15s | DESVANECIMIENTO DEL GLOBO SIN INTENCIÓN DE REDUNDANCIA | ANIMACIÓN PARA EL GLOBO DE TEXTO |
| 3 | CUERVO BAJA DE LA LÁPIDA | PLANO DETALLE/LATERAL A PIES DE CUERVO | - | SONIDO AMBIENTAL: Viento, golpeteo de la suela de una de las botas contra el suelo | 00:15 - 00:20s | CUIDAR EL TIMING DEL MOVIMIENTO | MOVIMIENTO DE LOS PIES DESCENDIENDO |

| | | | | | | | |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| 4 | Se acerca a la tumba recién enterrada | PLANO DETALLE/FRONTAL HACIA LA TUMBA | - | SONIDO AMBIENTAL: Viento, golpeteo de la pala chocando contra la tierra, cuervos | 00:20 - 00:25s | REVISAR ESTUDIO DE MOVIMIENTO DE LA FLOR, CUIDADO CON EL MOVIMIENTO SINCRONIZADO DE LA PALA Y EL PIE | PALA Y PIERNA DERECHA (DESCENDIENDO) FLOR (LA MUEVE EL VIENTO) |
| 5 | se quita su abrigo, dejando ver su escuálido cuerpo y cabellos de color azul, comienza a cavar. | PLANO MEDIO/LATERAL AL CUERPO DE CUERVO | - | Diálogo: CUERVO (Voz en off) "Me guiará por sendas de justicia..." SONIDO AMBIENTAL: Sonido de CUERVO CABANDO, VIENTO. | 00:25 - 00:29s | CUIDAR SINCRONIZACIÓN DE AUDIO Y MOVIMIENTO DEL CUERPO Y LA PALA | CUERPO DE CUERVO (BRAZOS, TORSO, CABEZA) PALA |
| 6 | Mete la pala dentro de la tierra | INSERT/FRONTAL A PALA | - | SONIDO AMBIENTAL, VIENTO, SONIDO DE CABAR LA TIERRA | 00:29 - 00:33s | SE MANTIENE LA VIÑETA DEL CÓMIC/USO DE GLOBO DE TEXTO | ANIMACIÓN PALA Y PIE |
| 7 | Saca un poco de tierra lanzándola | INSERT/FRONTAL A PALA | - | SONIDO AMBIENTAL, VIENTO, SONIDO DE CABAR LA TIERRA | 00:33 - 00:36s | SE MANTIENE LA VIÑETA DEL CÓMIC/USO DE GLOBO DE TEXTO | ANIMACIÓN PARA PALA Y TIERRA |
| 8 | Después de mucho esfuerzo, logra llegar hasta el ataúd. | PLANO GENERAL/PICADA A ATAUD | - | Dílogo: CUERVO (voz en off) "Aunque ande en el valle de la muerte..." VIENTO PISTA DE MUSICA: | 00:36 - 00:41s | NOMBRE DE PISTA: Castello di Trokai, Interprete: Kosta T USAR a partir del del minuto 6:03 | FLOR MECIDA POR EL VIENTO |

| | | | | | | | |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------------------------------------|----------------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| 9 | Coloca sus manos en uno de los extremos de la caja de madera | DETALLE/FRONTAL A MANOS | - | SONIDO AMBIENTAL: Madera crujiendo al ser forzada | 00:41 - 00:48s | | MANOS DE CUERVO |
| 10 | y lo abre rompiendo la tapa dejando totalmente expuesto el cadáver recién enterrado. | PRIMER PLANO/FRONTAL A CADÁVER | - | SONIDO DE OBJETO: TAPA DEL ATAÚD SIENDO DESLIZADA | 00:48 - 00:52s | | TAPA DEL ATAÚD DESLIZARSE |
| 11 | CUERVO se encuentra encima del cuerpo | GENERAL A FIGURA/LATERAL DE CUERVO | - | Diálogo: "...no tomeré mal alguno" MUSICA: | 00:52 - 00:56s | CONTINUA PISTA EN SEGUNDO PLANO | CUERPO DE CUERVO(BRAZOS, TORSO, CABEZA) PALA |
| 12 | CUERVO sonríe | DETALLE/FRONTAL A SONRISA | - | Diálogo VOZ EN OFF: "...porque tu estarás conmigo" MUSICA: | 00:56 - 00:59s | CONTINUA PISTA EN SEGUNDO PLANO | SONRISA DE CUERVO, simulación de movimiento en tres cuadros usando fade out |
| 13 | Abre uno de los párpados | DETALLE/PICADA A OJO DE CADÁVER | DOLLY IN A DOLLY OUT DEL OJO | AUDIO DE EXTRACCIÓN DE LA CARNE EN RIGOR MORTIS | 00:59 - 01:03s | CONTINUA PISTA EN SEGUNDO PLANO | DEDOS MOVIENDOSE SIMULANDO EXTRAER EL OJO |
| 14 | y se lo extrae. | DETALLE/LATERAL A MANO Y OJO | - | SONIDO DE LA CARNE SIENDO EXTRAIDA | 01:03 - 01:06s | CONTINUA PISTA EN SEGUNDO PLANO, MOVIMIENTO DE LAS VENTAS PARA SIMULAR VIDA | OJOS SIENDO EXTRAIDO Y MANO SALIENDO DE CUADRO |
| 15 | Con cuidado le extrae el otro ojo. | PRIMERÍSIMO PRIMER PLANO/FRONTAL A ROSTRO DE CADÁVER | - | SONIDO DE LA CARNE SIENDO EXTRAIDA | 01:06 - 01:09s | CONTINUA PISTA EN SEGUNDO PLANO | DEDOS MOVIENDOSE SIMULANDO EXTRAER EL OJO |

| | | | | | | | | |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|---|-----------------------------------------------------------------------|----------------|--|-----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| 16 | Tiene entre sus manos ambos ojos recién extirpados, con un poco de sangre coagulada y el iris totalmente nebuloso. | INSERT/FRONTAL DE OJOS | - | Diálogo: CUERVO (voz en off) "Y la misericordia me seguirá..." | 01:09 - 01:14s | | CONTINUA PISTA EN SEGUNDO PLANO, MOVIMIENTO DE LAS VENTAS PARA SIMULAR VIDA | MANOS DE CUERVO Y VENAS ENTRANDO A CUADRO |
| 17 | Acerca uno de los ojos a su boca | DETALLE/LATERAL CUERVO | - | Diálogo: CUERVO (voz en off) "Y la misericordia me seguirá..." Musica | 01:14 - 01:17s | | CONTINUA PISTA EN SEGUNDO PLANO | MANO DE CUERVO Y VENAS ACERCÁNDOSE A SU ROSTRO |
| 18 | CUERVO se mete un ojo a su boca | PRIMER PLANO/FRONTAL A CUERVO | - | Diálogo: CUERVO (voz en off) "todos los dias de mi vida..." Musica | 01:17 - 01:22s | | FADE OUT A NEGRO | MANO DE CUERVO HACIA SU BOCA, VENAS, BOCA ABRIENDOSE |
| | CREDITOS FINALES | | | | 01:22 - 01:42s | | CONTINUA PISTA EN PRIMER PLANO | |



Storyboard

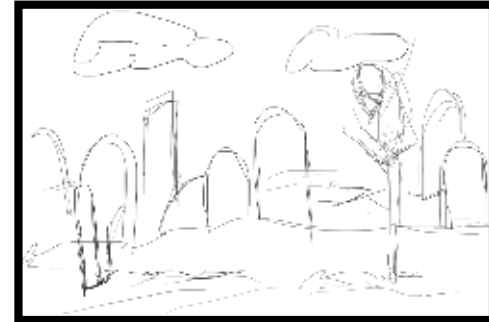
Nombre del proyecto: "Monstruos"

Escena : Ext. Cementerio

NTSC DV WIDESCREEN

Personaje en pantalla: CUERVO

Página 1 de 3



Plano general. **FADE IN a CUADRO.**
Audio: Sonido ambiental, Viento, truenos (ha dejado de llover), se escuchan a lo lejos graznidos de cuervos.
Animación: Flor y Bufanda.



Primer Plano/Perfil de CUERVO
Audio: Sonido ambiental, Viento, suspiro.
Animación: Globo de "Suspiro"
Notas: desvanecimiento del globo.



Plano detalle a los pies de CUERVO
Audio: Sonido ambiental, Viento, golpeteo de la suela de las botas contra el suelo.
Animación: movimiento de los pies descendiendo.



Plano detalle a piernas y a flor de la tumba.
Audio: golpeteo de la pala abriéndose contra la tierra.
Animación: pala y pierna derecha. Flor(mecida por el viento)



Plano medio CUERVO
Audio: Sonido ambiental (viento, truenos), sonido de cabar latierra
Animación: Cuerpo de CUERVO (torso, cabeza, brazos)



INSERTS de pala cabando y lanzando tierra
Audio: Sonido ambiental, Viento, golpeteo de la suela de las botas contra el suelo.
Animación: Ambas viñetas entran en el cuadro. Primera viñeta:Pala y Pie Segunda viñeta: Pala y tierra
Notas: aquí se mantiene la viñeta del cómic.



Storyboard

Nombre del proyecto: "Monstruos"

Escena : Ext. Cementerio

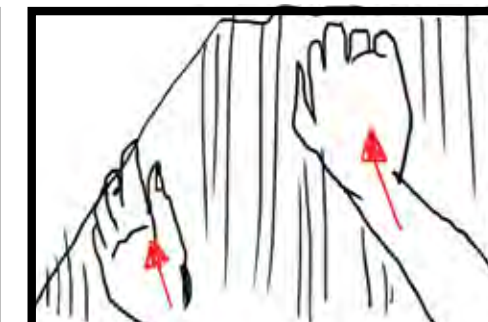
NTSC DV WIDESCREEN

Personaje en pantalla: CUERVO

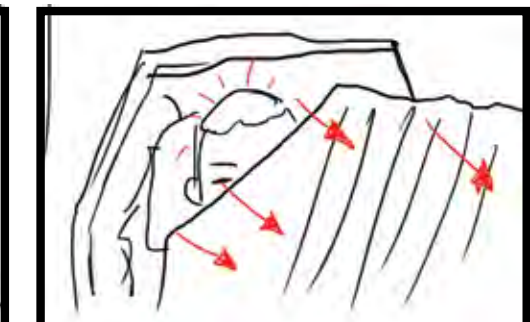
Página 2 de 3



Plano general /Ángulo en picada hacia el ataúd desenterrado.
Audio: sonido ambiental (viento).
Animación: flor mecida por el viento.



Plano detalle a manos intentando abrir el ataúd.
Audio: Sonido ambiental (viento, truenos), sonido de madera crujiendo.
Animación: manos de CUERVO



Primer Plano/Frontal del cadáver siendo revelado tras la tapa.
AUDIO: sonido de madera crujiendo/siendo deslizada.
Animación: tapa del ataúd siendo retirada.



Plano figura/Ángulo perfil de CUERVO
Audio: Diálogo en off:
"...no temeré mal alguno..."
Animación: cuerpo de CUERVO (cabeza, brazos, torso)



Plano detalle a sonrisa de CUERVO
Audio: Sonido ambiental (viento), respiración suave.
Animación: sonrisa de CUERVO



DETALLE de ojo del cadáver.
AUDIO: ojo siendo extrirpado
Animación: dedos abriendo el párpado.
Nota: Dolly out al ojo.



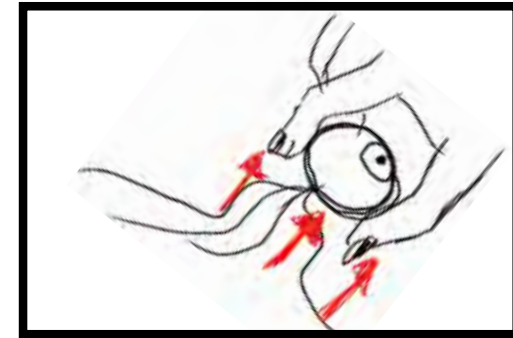
Storyboard

Nombre del proyecto: "Monstruos"

Escena : Ext. Cementerio

NTSC DV WIDESCREEN

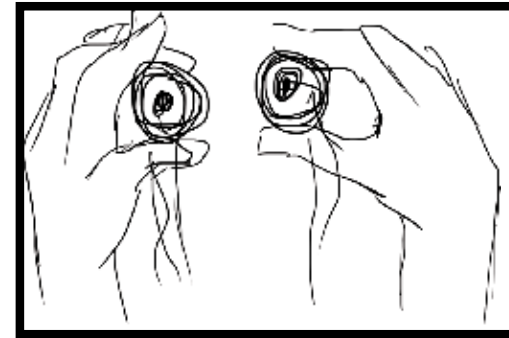
Personaje en pantalla: CUERVO



Detalle del ojo.
Audio: Extracción del ojo.
Animación: ojo siendo extraído.



Primer primer plano del cadáver.
Audio: carne siendo removida.
Animación: dedos extripando el ojo.



INSERTS de ojos/frontal
Animación: Manos entrando a cuadro.
venas de ojos moviéndose.



Plano Detalle/Perfil de CUERVO.
Animación: Mano de CUERVO acercándose
junto con el ojo.



Primer plano de CUERVO/Frontal
Imagen a FADE OUT.
Animación: Mano de CUERVO metiendo el ojo a su
boca.



CRÉDITOS FINALES

4.3. Animatic

El animatic se define como la reproducción del storyboard en secuencia, puede estar apoyada en la pista sonora. Se usa para tener un primer acercamiento de cómo se narrará visualmente la historia.

El tiempo de narración de MONSTRUOS es lento, por ello, con ayuda del animatic se calcularon los tiempos necesarios entre cada escena estática o en movimiento dentro del cuadro para evitar una duración larga innecesaria y que se permitiera una mejor lectura visual. El tiempo de duración de cada toma se registró en el guión técnico, el cual aún en el proceso de producción sufrió cambios.



Figura 126, Figura 127, Figura 128. Escenas del animatic de "Monstruos".

4.4. Producción y Post producción. Softwares y su manejo.

Para evitar dificultades y atrasos en el plan de trabajo, se utilizaron software con el que se tienen el mejor manejo para las etapas de producción y postproducción, el cual fue la paquetería Adobe CS5, y el programa Garage Band para grabación y edición de audio. Sin embargo, cuando había

problemáticas en cuanto a la resolución de ciertas partes de producción, como el uso de las herramientas de animación, se recurrieron a tutoriales de portales de video en Internet. En Adobe photoshop se trabajó el arte, que incluía las pantallas divididas en diferentes planos y carpetas que pudieron ser exportadas con facilidad a After effects, éste software fue usado para la animación del producto. Adobe Premiere se utilizó con el fin de unir cada toma animada, el audio (diálogos, musicalización, efectos sonoros) y los créditos.

4.4.1. Arte. Adobe Photoshop.

Para el proceso de producción, se trabajaron fondos (o layouts) multiplanos. Estos son fondos recurrentes en la animación bidimensional que dan una sensación de profundidad. Anteriormente se utilizaba una mesa multiplano. Hoy gracias a los software puede simularse por medio de capas o layers ordenadas en carpetas dentro del documento .psd.

En la animación de MONSTRUOS los fondos del tercer y último plano se mantienen estáticos, mientras que la animación llega a ocurrir en el segundo y primer plano. En el segundo plano se mantiene la animación limitada de ciertos elementos que ambientan la composición del ambiente, mientras que el movimiento principal se efectúa en el primer plano. Cada plano se trabajó en diferentes capas que se agruparon en carpetas dentro del archivo, al cual se llamó SCREEN señalándose con el respectivo número de escena previamente establecido en el guión técnico y storyboard.



Figura 129. Mesa de trabajo en adobe photoshop.



Figura 130. Toma 1 de Monstruos.

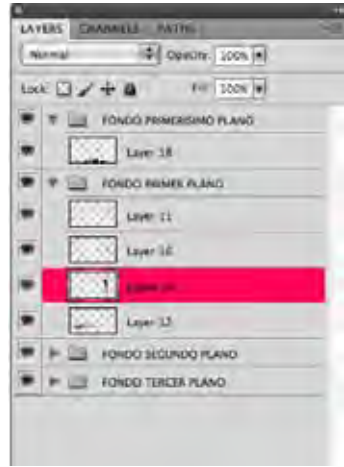


Figura 131. Planos divididos por capas de trabajo, y organizados en carpetas.

4.4.2. Animación. After Effects CS5

La versión CS5 de los programas de Adobe cuentan con ventajas en el momento de trabajar un proyecto. After Effects permite importar archivos ya sea de Adobe Photoshop o Adobe Illustrator respetando el número de capas que se han trabajado, esto facilitó la animación dentro de los cuadros. Para evitar que el movimiento fuera totalmente limitado, se contó con la herramienta puppet, usando la jerarquía de los elementos de lo que se deseaba animar.



Figura 132. Ícono de la herramienta "puppet"

Por ejemplo, en la animación del cuerpo del personaje CUERVO, se separó la cabeza, el mechón de cabello, brazos y piernas de acuerdo a lo que se deseaba animar. Con ayuda de las jerarquías se colocaron anclas en puntos que determinan el movimiento (ej. En el hombro, codos y muñecas de los brazos).



Figura 133. Ejemplos de puntos de anclaje.

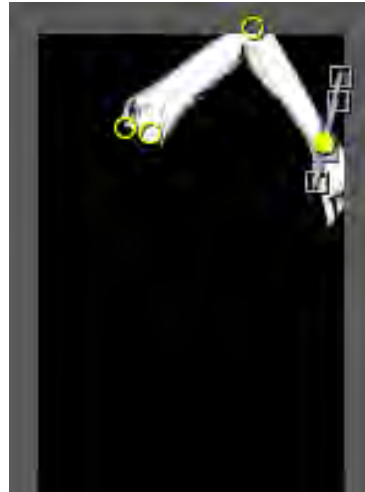


Figura 134. Los puntos de anclaje divididos en la mesa de trabajo.

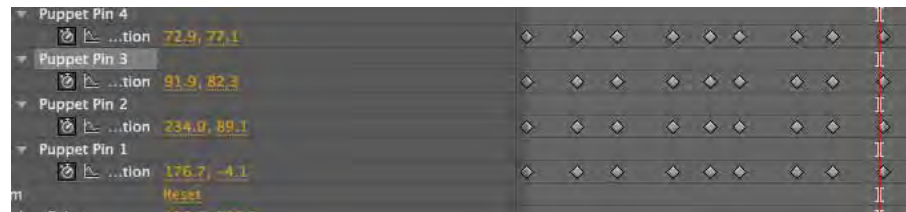


Figura 135. Objeto a animar.



Figura 136. Mesa de trabajo de After Effects CS5

En otros objetos la animación fue simulada, tomando recursos básicos como el desvanecimiento de capas y sobre posición de otras para lograr la alusión de movimiento. En otros casos se utilizaron herramientas del programa como: Posición, escala y rotación.

Se le prestó total atención al *timing* (sentido del tiempo) entre la animación de los movimientos tanto del personaje CUERVO como de los elementos de su entorno. Esto ayudó a que los movimientos fueran creíbles; en este caso, con respecto a su estructura física, peso, carácter, temperamento e intención del movimiento.



Figura 137. Escena a animar con herramientas de After Effects CS5

4.4.3 Edición de video. Adobe Premiere CS5

En Adobe Premiere se editaron las tomas por separado y se unieron para formar el producto final, también se terminó de editar y montar el audio final, tanto para los diálogos, efectos sonoros y musicalización. Se trabajó la edición de transición de cada toma en la animación, las cuales no se tomaron en cuenta en el animatic originalmente pero para la visibilidad del proyecto en cuanto

a su lapso de tiempo decidió contemplarse su uso en algunas tomas para evitar saltos abruptos entre cada toma. Este fue el proceso final de revisión de tiempos, pues al tener los elementos unidos podían notarse las fallas en cuanto al timing de las diferentes animaciones, por lo que volvió a trabajarse desde After effects la misma toma para ser posteriormente reemplazada en Adobe premiere.



Figura 138. Mesa de trabajo de Adobe Premiere CS5

4.4.4 Audio. Voz de personaje, musicalización, efectos de sonido.

Se decidió grabar el audio en la aplicación para OSX Mac llamado Garage Band, el cual también permite una edición básica y funcional del audio. Fue usado para la grabación y edición de voz del personaje.

Para MONSTRUOS fue muy importante pensar acerca de los elementos sonoros que lo compondrían. En el motion comic es fundamental pensar que el sonido no es un elemento decorativo; por sus limitantes en cuanto a la animación, la banda sonora se vuelve parte fundamental para las funciones narrativas y expresivas del proyecto.

Diálogos: La parte narrativa está a cargo de los diálogos, tanto orales como los textuales colocados dentro de globos de texto.

En las redes sociales se publicó durante una semana la vacante para el casting de doblaje, sólo se requirió de una persona para la voz de CUERVO. Se pidió que previamente las candidatas recitaran el único diálogo que tiene el personaje en la animación. Se les dio una breve semblanza del perfil psicológico y físico del personaje para que pudieran realizar cada audio fue revisado junto con la animación terminada sin audios para revisar la sensación del personaje. Se seleccionó a Alejandra Cano de 21 años de edad, para ser quien preste su voz a CUERVO, ya que cuenta con las características que se busca para el personaje.



Figura 139. Maquetas de grabación de voz.

Incidentales: Estos son producidos por el personaje, CUERVO realiza acciones donde manipula objetos en las escenas. En la ESCENA 2, lanza un fuerte suspiro; durante la ESCENA 3 realiza un salto para bajar de la lápida donde está sentada. En la ESCENA 6 realiza la acción de cavar la tumba con una pala, hasta llegar al ataúd donde en la ESCENA 8 rompe la tapa del ataúd y la desliza para apreciar el cadáver.

Ambientes: La secuencia se efectúa en el exterior que es el cementerio donde CUERVO se dispone a desenterrar el ataúd para quitarle los ojos. El clima en el lugar es lluvioso, se escuchan truenos a lo lejos y el viento sopla con fuerza, indicando que está a punto de llover.

Efectos: En MONSTRUOS los efectos sonoros cayeron en la acción de CUERVO al sacar los ojos del cadáver. Para esto, se mezclaron sonidos totalmente ajenos a la extracción de un miembro del cuerpo humano en estado de rigor mortis. Un pedazo de tela húmeda siendo golpeada contra una superficie y una lechuga siendo estrujada en las manos fueron los sonidos que simulaban la extracción de los glóbulos oculares.

4.4.4.1. Musicalización: composiciones de uso libre Creative Commons.



Figura 140. Logo de Creative Commons MX

Se cuenta con páginas web en la que compositores suben sus trabajos para el uso libre de éstas de acuerdo con la ley Creative commons. Se seleccionó la pista sonora que pudiera ser reproducida en proyectos independientes con los permisos pertinentes dentro del registro. Compositores de diferentes partes del mundo deciden subir sus pistas en diferentes bancos de música y audio en el Internet, la mayoría de los casos se pueden descargar gratuitamente. Para MONSTRUOS fue importante buscar el tipo de licencia conveniente para el uso dentro del video. En este caso fue la licencia de Atribución-No derivadas, la cual me permite hacer uso de las pistas para compartir dentro de cualquier medio y soporte, incluso comercialmente.



Figura 141. Infografía de Creative Commons MX. Atribución No Derivadas.

4.5. Publicación en redes sociales y portales de video.

Por el carácter de investigación del documento, no se publicó totalmente en las redes sociales, ni se registró en la página oficial de Creative Commons MX. Sino que se decidió recurrir a una prueba de exposición de tres meses, en la página oficial del productor (MariGuanaChan Official

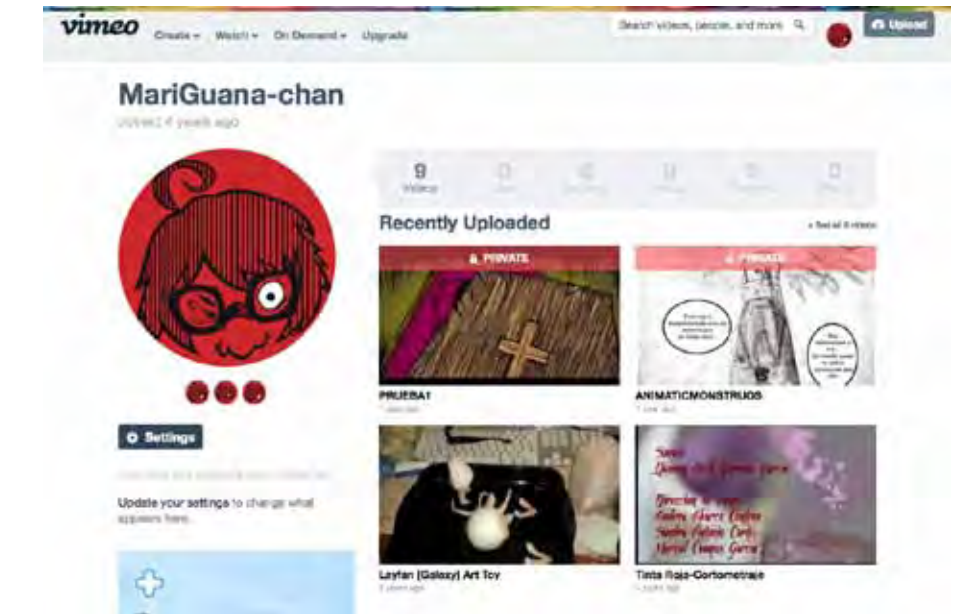


Figura 142. Interfaz de VIMEO en la cuenta oficial del autor.

Page), así como en la cuenta oficial del portal de video VIMEO. De igual forma, hubo contacto con las personas que participaron en la prueba de la versión impresa del motion comic. Se dieron críticas constructivas para mejorar la calidad de ilustración, animación y sonido del motion comic; pese a ello, el interés por la historia fue tal que quisieron ver el motion comic terminado con sus cinco minutos de duración. La trama les resultó atractiva, considerando a CUERVO como un personaje poco común a los arquetipos de un protagonista.

El sondeo dio como resultado que en efecto, un proyecto escolar que se desarrolla hasta ser un proyecto independiente de distribución, obtiene beneficios si se incentiva la creación desde su formación académica en la universidad; como una alternativa diferente a las incubadoras de PyMe.

En cuanto a los inconvenientes que se tuvieron con el proyecto, se presentaron las mismas problemáticas que se expusieron en el segundo capítulo. Por desgracia, se estancó quedando el tomo 1 y el fragmento del motion comic, por falta de tiempo y compromiso, además de contemplar diferentes alternativas para que la historia continuara.

Debido al interés del público, se contempla la posibilidad desarrollarlo y mejorarlo con el tiempo, eliminando los periodos de prueba y subirlo como un producto seriado con tiempo definido para publicación online; registrarlo a un sistema de fondeo cuando haya pasado un determinado periodo de tiempo para obtener más recursos (económicos, humanos y técnicos); con los debidos beneficios para las personas que decidan apoyarlo.



CONCLUSIONES

La animación completa (*full animation*) es un producto con un costo de producción elevado, sin importar el país donde se produzca; incluye una agenda llena de trabajo dividido en un grupo amplio de colaboradores; en cambio, el *motion comic*, por su característica de producto limitado, tiene sus orígenes en un proyecto casero sin fines de lucro, mostrando lo accesible que es este producto para quienes tengan una historia que contar y el dominio de un software básico para animación instalado en sus computadoras personales. Al igual que la animación limitada, las personas se dieron cuenta que ya cualquiera podía producir sus propios cómics animados sin la necesidad de recurrir a costosas herramientas o a un gran equipo de trabajo para su elaboración.

Por otro lado, los historietistas no tenían ningún problema con cruzar las líneas entre lo real y lo fantasioso ya que cualquier cosa que podían plasmar en un papel podía ser posible con sólo dibujarlo a diferencia de la animación. Pero para dotar de movimiento lo inmóvil fue necesario que estos dibujantes aprendieran trucos con el fin de simular el movimiento, ya fuera con líneas de acción o empujando los barridos propios de la fotografía, ellos se las arreglaron para que dentro de las viñetas el movimiento de acción se presentara dentro de las cabezas de los lectores.

El *webcomic* también tuvo un origen *underground*, cuando el Internet comenzó a ser un recurso importante de distribución, ya que las editoriales pequeñas e independientes quebraban por falta de recursos y apoyo. Cualquiera puede dibujar una historieta y subirla a la red para compartirla; esto da libertad creativa. El *webcomic* puede ya no tener el mismo interés que se tuvo cuando recién se explotaba, pero todavía es un producto utilizado para artistas que aún desean dar distribución a sus historias, para generar ganancias a mediano-largo plazo. En los inicios del año 2000, el *motion comic* comienza a surgir de forma independiente a la par que los

realizadores recurrieron a animar rudimentariamente los cómics para volverlos un agregado más dentro de los productos promocionales de otras obras audiovisuales (filmes, en primera instancia, para después pasar a series de televisión y videojuegos); incluso, como producto inicial previo al estreno de la película.

Esto hizo ver el potencial del *motion comic*, tanto como producto principal y/o valor agregado dentro de la campaña publicitaria. A partir del año 2003, se decidió rescatar historias y personajes de cómics, que bien no obtuvieron la buena recepción que se esperaba, para reinventarlos dentro de un soporte distinto por medio de los recursos de movimiento, banda sonora y estilos diversos de ilustración, así lograr hacerlos atractivos al público consumidor existente y atraer a otros nuevos.

Estados Unidos no sólo consume cómic, sino que es de los mayores productores gracias a las grandes empresas constituidas por todo un equipo no sólo creativo, sino administrativo y financiero; con ello pueden distribuir de manera internacional títulos de los cuales estamos muy familiarizados, inclusive aquellos que no son adeptos a leer historietas pero que suelen ir al cine a disfrutar de los filmes de súper héroes inspirados en sus cómics. El público consumidor de cómics está muy bien establecido y es fiel a los productos y marcas que les es de su interés; sin embargo, gracias a la nueva era de la conectividad web, donde se es más fácil estar en contacto gracias a las redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea por Internet; las marcas (empresas editoriales de cómics, principalmente estadounidenses) comenzaron a adoptar un acercamiento con los consumidores, buscando una manera en el que un producto viejo pudiera volver a generar ganancias; aunque dudaban que los propios consumidores se llegaran a interesar por algo viejo

aplicado de otra manera al punto de pagar por ello por medio de tiendas y plataformas especializadas online, o en producto físico como DVD y Blue-ray.

Pese a que el *motion comic* no terminó siendo una moda pasajera, el mercado del cómic convencional no se ve en un punto de declive y el producto audiovisual se volvió un producto en conjunto de apoyo al material impreso (generando el producto *transmedia*), en el que se vendía como una nueva manera de ver y sentir el cómic. Esto no sólo se centró en las grandes compañías, sino que la motivación por crear algo novedoso y original se extendió hacia los nuevos artistas, ilustradores y creativos; éstos se sintieron con la necesidad de desarrollar su propio producto con las herramientas que pudieran facilitarles el proceso de producción.

Desde *Broken Saints* (2001-2005), que fue desarrollado con el software de animación Flash en la cochera de una casa particular; se ha visto un avance considerable en la creación de herramientas que apoyan en el desarrollo del motion comic, volviéndolo un producto de creación relativamente barato no sólo para los creadores independientes, sino también para desarrolladores que lo ven como un recurso audiovisual que resuelve las necesidades de un presupuesto limitado. Su versatilidad es tal, que puede desarrollarse con diferentes elementos gráficos tomados de otras áreas (cómic, diseño, animación, cinematografía, etc.), para lograr una historia fluida con un mensaje bien establecido y que el espectador pueda comprenderlo.

El *motion comic* no tiene una extensa historia, pero al igual que la animación y el cómic, obtuvo el interés dentro del mundo *underground*, sustentado por la idea de que *cualquier persona puede hacerlo*, por su accesibilidad en los desarrollos y costos de producción; esto lo llevó a ser un producto fácil de crear no sólo para las grandes empresas con el presupuesto y equipo

suficiente para lograr una producción de forma más rápida; sino también para personas con un equipo de producción más casero, con el propósito inicial de querer expresar las ideas, historias que tienen en sus mentes, manteniendo una buena calidad final. Porque estos creadores independientes inician con la idea de compartir su obra hacia un público que cada vez exige más interacción con quien lo produce, buscando cierta empatía y conexión con lo que lee o ve. El público busca más estar cerca a su realidad con personas con las que se pueden identificar, esto comienza a generar ganancias con el proyecto independiente, ya que la demanda aumenta y la oferta de consumo aparece.

Si bien el fenómeno donde los realizadores producen sus propias historias independientes para más tarde generar rentabilidad de ello, es una constante desde la creación de *Broken Saints*; en México apenas se encuentra en su mejor momento. Nos hemos vuelto consumidores de lo que la web nos ofrece, estamos conectados desde diferentes dispositivos, sin alejarnos realmente de las personas y nos es casi imposible estar ajenos a los cambios visuales de otras propuestas emergentes de los creadores creativos de diferentes partes del mundo. Es cierto que por la situación social y cultural de nuestro país, el cómic no es algo que pueda ser un negocio rentable a corto plazo; más el objeto de estudio no es el comportamiento de la sociedad dentro de las redes sociales, sino el cómo éste se ocupa como un medio donde se puede compartir y exponer lo que un realizador independiente produce, además de buscar el apoyo que se necesita para continuar ofreciéndoselo a su público.

Carlos Monsivais (1982) menciona en sus ensayos que el público mexicano consume tanta historieta como ve televisión o escucha la radio; si bien la historieta inició como un elemento

gráfico que satisfacía la necesidad de un cliente dentro del ámbito de la publicidad (al igual que en los orígenes del cómic en Estados Unidos); pero comenzó a tener un discurso más político y social que se valió de la sátira para hacer protesta en contra de los problemas cotidianos de la sociedad mexicana. La historieta y la caricatura forman parte del contexto cultural del país; sin embargo, esto no ayudó a que la distribución del cómic extranjero poco a poco suprimiera el nacional hasta su desaparición.

El mexicano consume un cómic que le llega a través de centros de distribución o desde un dispositivo móvil (ya sea comprando el producto o adquiriéndolo de forma ilegal por internet) siendo principalmente productos estadounidenses o japoneses; pero en la década de los noventa, un grupo de historietistas decidieron crear editoriales independientes para asentar una industria nacional del cómic, al mismo tiempo que impulsar los proyectos editoriales. *Gallito Inglés* y *Taller del perro* fueron las iniciativas que aunque contaban con buenas intenciones, no funcionaron por la falta de compromiso y constancia de sus propios colaboradores. Hoy en día, aún se tiene la idea de que producir un cómic es una mercancía “que truena y es desgastante”, ya no por la falta del apoyo de instituciones académicas o gubernamentales; sino la propia desidia del productor al poco interés de apoyarse en las tecnologías nuevas.

El Internet y las plataformas que ofrecen a los realizadores nacionales la oportunidad de crecimiento con respecto a su obra; ésta pasa a ser de un producto gráfico expuesto de forma gratuita a una marca capaz de venderse porque existen consumidores que están dispuestos a pagar por adquirir dichos artículos. El fenómeno de interacción en tiempo real ayuda a que el realizador esté en constante comunicación con su público, los cuales apoyan el producto que se realiza, pues no sólo les gusta, sino que generan cierta empatía con lo que se les ofrece. Ya no basta con entretener, o dibujar cosas atractivas, sino hacerle sentir al espectador emociones con las que se identifique, ya sea con los personajes o las situaciones en la trama del cómic.

Esta idea suena atractiva para cualquier realizador independiente que piense poder sustentarse solo con su propio producto original; sin embargo, este no es el caso, pues sucede en un periodo de mediano a largo plazo para que pueda generar ganancias. Ilustradores como Axur Eneas y Tania Camacho, platicando de sus experiencias, coinciden que para lograr la rentabilidad

de sus productos como marcas independientes son necesarios el compromiso, la constancia y la comunicación con el público/consumidor; para lograr que el proyecto se lance y comience a sustentarse requiere tiempo, siendo difícil introducirse por las características del mercado mexicano; sin embargo, se está volviendo una realidad ya que ésta red de distribución se abre camino utilizando el internet como un recurso importante para la distribución de su trabajo independiente. Facebook, principalmente, ha sido adoptado por productores independientes para compartir al público lo que realizan con ayuda de sus propias páginas de autor que funciona como una marca; en un inicio, están conscientes de que su producto no va a generar ganancias a corto plazo, se disponen entonces a atraer espectadores con un producto audiovisual de calidad, para que en un futuro, éste llegue a volverse un consumidor fiel de lo que el realizador le ofrece.

El motion comic se manifiesta tanto en la publicidad como en los proyectos independientes; mas en México, aun se mantiene un desequilibrio de producción en el que los realizadores se ven en la necesidad de trabajar en otras áreas diferentes o relacionadas, trabajando las ideas de otros; estancando o dándole cierto tiempo de desarrollo a las propias, Augusto Mora, menciona que no se puede vivir enteramente del cómic independiente, sino que el realizador debe lograr un balance entre las horas laborales ya sea en estudios, despachos de diseño o agencias publicitarias; con el tiempo para impulsar sus proyectos, el internet ayuda a que organizar los propios horarios y esto se vuelve una posibilidad cuando se piensa y organizan desde el inicio los tiempos de producción y se planea desde medio a largo plazo para evitar la desilusión y poco compromiso con los trabajos independientes.

El que el motion comic funcionen en la industria de la publicidad es una manera en la que el creativo puede resolver problemáticas poniendo en práctica sus conocimientos de diseño en el desarrollo del *brief*, hojas de estilo en la dirección de arte y desarrollo de mensaje; en este caso, los alumnos egresados de la ENAP tienen la seguridad de poder ejercer en ese tipo de agencias que buscan dar soluciones de maneras mucho más novedosas y atractivas en un mercado competitivo donde es importante ganarse la confianza del consumidor y mantenerlo fiel al producto. Aunque se menciona que un realizador puede equilibrar su trabajo con sus proyectos, se cree que un alumno desde sus años formativos en la carrera puede iniciar con la producción de sus

propios productos, hasta llegar el punto de que éstos puedan comercializarse con el apoyo de la universidad sin esperar a sus últimos años o recurrir a las incubadoras PyMe. Pensar y desarrollar un proyecto independiente para que se pueda distribuir y vender a pequeña escala por los beneficios que se han desarrollado en las plataformas web y redes sociales.

“MONSTRUOS”, inició como el proyecto de dos semestres de un cómic impreso para la clase/taller de Historieta I y II (2013), el cual presenta la historia auto conclusiva sobre el conflicto de ideologías entre un espíritu pagano del bosque y un ángel de la religión cristiana. Ese mismo año se hizo un sondeo para medir el interés que el público daba a la historia, tomando como sujetos los alumnos de la ENAP. Se concluyó que la historia en sí resultó atractiva, se entendía por los personajes y sus acciones, ya que el cómic cuenta con pocos cuadros de diálogo y una pequeña interacción entre los personajes principales (CUERVO y ÁNGEL). Se retomó el cómic pero esta vez para desarrollarlo en el soporte audiovisual, emulando los motion comic que tienen su origen en una impresión. Los conocimientos a los que se recurrieron fueron la producción audiovisual, ilustración y desde la perspectiva del diseño, se apoyó en las disciplinas para la planeación del proceso artístico, elementos gráficos de relevancia para el diseño audiovisual (hoja de estilo, psicología del color, tipografía).

En la preproducción, como todo producto audiovisual se tienen que plasmar las ideas en papel, se crea el argumento y se escribe junto con el storyline para no perder el tiempo en nudos argumentales poco necesarios para la trama principal; las hojas de personaje. un guión literario para las descripciones de cada viñeta y los diálogos; un guión técnico, donde se divide por toma en pantalla, junto con especificaciones técnicas (sonido, animación y tiempo de duración de cada toma). En el guión técnico y storyboard se establecieron tiempos aproximados en la duración de las tomas, pero sólo en el animatic pudo notarse el acierto o las problemáticas que tenía extender un movimiento por dos o cinco segundos. Pese a la planeación previa, en la producción hubo modificaciones de dicho *timing* de movimiento y tiempo de duración de tomas, cuando la animación comenzaba a tomar forma y el sentido del tiempo entre cada acción hacia que se viera natural, si debía modificarse, o menguar el cambio de toma con una transición de video.

Desde el punto de vista del diseño, la hoja de estilo se utiliza para evitar caer en las dis-

tracciones en las elecciones de color, tipografías, diagramaciones, íconos distintivos dentro del arte del cómic; en las hojas de personajes incluyen un estudio del color para que los personajes reflejen sus personalidades sin la necesidad de hablar demasiado. Esto ayuda a que en un periodo corto de tiempo el personaje pueda transmitirle empatía o alguna emoción al espectador con el adecuado uso del color. En la producción del motion comic, para animarlo, se recurrió a técnicas básicas para el estudio del movimiento que permitiera que las acciones de los personajes fueran lo más creíbles y fluidas posibles, lo más que la animación limitada del motion comic y el propio software permitieran. En el proceso, cuando no se está consciente del movimiento a realizar, se da una sensación de estar trabajando a ciegas; por ello, el procedimiento de ensayo y error puede lograr un resultado de emular el movimiento con el cuerpo de uno mismo para su estudio; al mismo tiempo que es de vital importancia el *timing*, pues es necesario conocer el tiempo en el que se realiza un movimiento, tomar en cuenta el peso muscular de la persona que lo realiza y el tipo del material del que está hecho el objeto con el que se realiza la acción. Para la elección de la banda sonora que se componía de diálogos, efectos, audios incidentales, ambientales y la musicalización se decidió trabajarse en la postproducción, cuando la animación del motion comic se viera completa; aunque se habían hecho ciertas elecciones previas desde el guión técnico, en la prueba final con el producto animado se realizaron modificaciones que durante la producción parecieron pertinentes con el fin de lograr un mejor resultado. Para los efectos sonoros, fue necesario hacer uso de la creatividad y una biblioteca de sonidos que pudieran emular los que necesitaba para la sonorización de la animación, cuando la producción tiene recursos limitados, se tiene que recurrir al ingenio y resolver los problemas de la mejor manera y que en el producto final, el audio logre ser creíble.

Al tener el motion comic finalizado, se realizó una prueba durante un lapso de 3 meses, a manera de sondeo, como se hizo con la versión impresa. El motion comic se subió a la cuenta oficial de la plataforma de video VIMEO y compartió al público por medio de la página de autor en Facebook (MariGuanaChan Official Page), también se compartió en dos grupos de Facebook enfocados en la animación e ilustración. Se mantuvo contacto con unas cuantas personas del sondeo del cómic y se les mostró la versión animada. La recepción del fragmento con duración

de un minuto, trajo respuestas y opiniones variadas desde críticas constructivas sobre la calidad sonora en el diálogo y la técnica de ilustración, que consideraban necesitaban mejorarse. Pero fue el interés del público que pedía la versión completa, incluso un volumen 2 del cómic. Posteriormente se quitó el video, pero el sondeo dio como resultado que en efecto, un proyecto escolar que puede desarrollarse como producto para su distribución y venta a mediano-largo plazo, puede resultar beneficioso si se incentiva la creación desde su formación académica en la universidad; como una alternativa diferente a las incubadoras de PyMe. La investigación y proyecto se plantearon desde la perspectiva de desarrollar un producto gráfico/audiovisual; sin embargo, puede trabajarse en las demás orientaciones, ya sea productos editoriales, multimedia, fotografía y soportes tridimensionales.

En cuanto a los inconvenientes que se tuvieron con el proyecto, se presentaron las mismas problemáticas que se expusieron en el segundo capítulo. Por desgracia, se estancó quedando el tomo 1 y el fragmento del motion comic, por falta de tiempo y compromiso, además de contemplar diferentes alternativas para que la historia continuara. Pero en algún punto, se desea continuar la idea, desarrollarlo y mejorarlo con el tiempo, eliminando los periodos de prueba y subirlo como un producto seriado con tiempo definido para publicación online; de ser posible, registrarlo a un sistema de fondeo cuando haya pasado un determinado periodo de tiempo para obtener más recursos (económicos, humanos y técnicos). El producto independiente de contenido original se consume en México, y de alguna manera se mantiene en segundo plano los años o estatus del creador, ya que las plataformas y redes sociales permiten omitir datos personales de la persona, así le dan prioridad al producto con una buena calidad audiovisual; el realizador deja de verse como un individuo detrás de una computadora que comparte sus ideas y pasa a ser una marca que se difunde y distribuye.

Se han generado estudios sobre el cómic y su menosprecio así como el poco aprovechamiento de la animación en el país; pero ahora, con el fenómeno de conexión y publicación de las redes sociales y web, no se puede seguir escudándose tras esa excusa. México no está aislado de los cambios mundiales ni de las nuevas ideas que pueden llegar a estimular el proceso de realización. Por eso, dentro de la carrera universitaria de diseño y comunicación visual, se nos debe impulsar a la producción independiente y no sólo enseñarnos a trabajar el diseño para poder resolver la exigencia de producto ajeno a nosotros, con un cliente que espera que su problemática gráfica pueda ser resuelta. Porque las herramientas que se nos dan no debemos emplearlas de manera técnica, porque tenemos la noción de cómo y para qué funcionan, y nos generamos de un análisis y crítica para emplearlas de la mejor manera posible.

Dentro del medio, dejamos de ser diseñadores y productores para volvemos la marca del producto que producimos; pues estamos en contacto con nuestro público que se vuelve el consumidor, que se ve atraído por la carta de presentación y se vuelve fiel al punto de hacerlo formar parte del desarrollo del proyecto, volviéndose parte fundamental con su acercamiento constante hacia la marca. Esta tendencia global se debe a que en la actualidad dejamos de cierta manera la individualidad anónima, para formar parte de una colectividad dentro de la red social que se traslada a la realidad cuando se genera una interacción de manera simultánea. Como comunicadora visual, no puedo estar ajena a la interacción que se da día con día dentro de mis propias redes sociales; tanto las personales como las páginas de autor, y en este caso hay que aprovechar esa herramienta para promocionar las producciones independientes ya sean motion comics o webcomics; esto servirá también a impulsar a nuevas generaciones de alumnos a iniciar con sus propios proyectos desde que están estudiando para generar un plan a largo plazo que pueda resultar en un producto rentable.



GLOSARIO

ANIMACIÓN CÍCLICA: Cuando se anima a un personaje haciendo una acción repetitiva, como por ejemplo andar, se puede animar cómo el personaje pone el pie izquierdo, y luego el derecho y luego repetir esta secuencia una y otra vez mientras atraviesan un fondo que también se va repitiendo.

BRIEF: El briefing es la parte estratégica de la preparación de una acción publicitaria. Es la elección ordenada, estratégica y creativa de los datos que permitirán definir los objetivos publicitarios de forma correcta y medible. Es un documento escrito donde el departamento de mercadeo debe poner toda la información necesaria para dejar claras las diferencias comerciales y definir lo que se quiere conseguir con la publicidad. Lo crea la empresa cliente con su información del mercado y con las líneas básicas del plan de mercadeo de la marca que desea publicar. Es un documento resumen, muy sintético, que facilita la labor de la agencia.

CELL OVERLAY: Es un celuloide con objetos inanimados usado para dar la impresión de un primer plano cuando se colocan al frente de un cuadro preparado.

DISEÑO AUDIOVISUAL: Es un sistema de comunicación [...] una percepción visual y auditiva que se convierte en estímulos. Su objetivo es buscar soluciones a problemas comunicativos ligados a ideas que utilizan la imagen como forma natural de transmisión de contenidos.

DISPARAR A 2: Técnica de animación de hacer las escenas rápidas a 12 fotogramas por segundo en lugar de 34.

FLIPBOOK O FILOSCOPIO (1868): patentado por John Barnes Linnet. Es un libro que tiene una serie de imágenes secuenciales que van variando gradualmente de una página a la siguiente. Para que cuando las páginas se pasen con rapidez, las imágenes parezcan que se animan.

MANGA: Es la palabra japonesa para designar a las historietas en general. Fuera de Japón se utiliza tanto para referirse a las historietas de origen japonés como al estilo de dibujo utilizado en el manga.

MOIRE: Es un patrón de interferencia que se forma cuando se superponen dos rejillas de líneas con un cierto ángulo, o cuando tales rejillas tienen tamaños ligeramente diferentes.

MONEY SHOT: técnica desarrollada por Yasuo Otsuka, que consiste en reducir costos usando animación elaborada para enfatizar escenas y realizar animación más modesta (animación limitada la mayoría de las veces) para el resto.

PHENAKISTOSCOPE (nickelodeon, 1832): creado por Joseph Antoine Plateau. Consiste en una rueda giratoria en el que se colocaban una secuencia de movimiento por medio de los dibujos separados, al girar la rueda frente a un espejo simulaba el movimiento continuo.

PRAXINOSCOPIO (1877): es similar al zoótropo, fue inventado por Émile Reynaud. Se mira por el encima del tambor, dentro del cual hay una rueda interior con unos espejos formando ángulos, los cuales reflejan las imágenes dibujadas sobre tiras de papel. Como resultado, se observa una secuencia nítida, una animación estable donde las imágenes se fusionan y logran el efecto animado.

ROTOSCOPIA (1912): creada por Max Fleischer, es una técnica de animación que consiste en redibujar o calcar un fotograma teniendo otro como referencia. Una rotoscopia ideal sería con 25 fotogramas.

TAUMATROPO (Wonderturner, 1824): llamado Maravilla giratoria, es un juguete óptico que consiste en un disco con dos imágenes diferentes en ambos lados y un trozo de cuerda a cada

lado del disco. El disco se gira rápidamente produciendo la ilusión de que ambas imágenes son una sola. Fue inventado por John Ayrton Paris.

TRANSMEDIA: (También conocida como la narrativa transmedia o narración multiplataforma) es la técnica de contar una sola historia o experiencia de la historia a través de múltiples plataformas y formatos que utilizan las tecnologías digitales actuales.

TRAVELLING: Consiste en un desplazamiento de la cámara variando la posición de su eje. Estos movimientos suelen ser por desplazamiento de la cámara por una persona, grúa, etc.

XEROGRAFÍA: Sistema de reproducción que, por medios fotoeléctricos, permite obtener en seco y sin contacto copias de un texto, una imagen, etc., en la animación lo usaban de tal forma que fotocopiaban dibujos directamente sobre el acetato mediante este proceso

ZOÓTROPO (1834): creada por William George Horner. Compuesta por un tambor circular con unos cortes, los cuales funcionan de mira para el espectador. Los dibujos se ponen en tiras en el interior y al girar se da la ilusión del movimiento.



BIBLIOGRAFÍA

Libros

- Barbieri, Daniele (1991). *Los lenguajes del cómic*. Ediciones Paidós Ibérica S.A. España.
- Barnwell, Jane (2009). *Fundamentos de la creación cinematográfica*. Editorial Parramón Arquitectura y diseño, España.
- Eisner, Will (1985). *Comic & Sequential art*. Tamarac, Florida. Editorial Poorhouse.
- García Córdoba, Clemente (1999). *Los cómics: dibujar con la imagen y la palabra*. Editorial Humanitas, España.
- Gubern, Román, Casca, Luis (1991). *El discurso del cómic*. Ediciones cátedra, Madrid.
- Guerra Larson, Samuel (2010). *Pensar el sonido. Una introducción a la teoría y la práctica del lenguaje sonoro cinematográfico*. México. UNAM, Centro Universitario de Estudios Cinematográficos.
- Linares, Marco Julio (1989). *El guión, Elementos, formatos, estructuras*. Ciudad de México, Alhambra.
- Marshall, Lindsey. Meachem, Lester (2010). *Cómo usar imágenes en diseño gráfico*. Editorial Parramón, España.
- Raflos, Rafael. Colomer, Antoni (2003). *Diseño Audiovisual*. Editorial Gustavo Gili S.A. Barcelona.
- Raimondo Souto, H. Mario (1976). *Manual de cine. Audiovisuales y videoregistros*. Barcelona, Editorial Omega.
- Varios Autores (1982). *Simbología del Cómic, El cómic es algo serio*. Ediciones Eufesa, México.
- Wells, Paul. Quinn, Joanna, Mills, Leo (2010). *Dibujo para animación*. Editorial Blume, Singapur.
- White, Tony (2006). *Animación del Lápiz al papel: Técnicas clásicas para animadores digitales*. Ediciones Omega, España.

Tesis

- Jiménez Quiróz, Octavio (2013). *Del Gallito Inglés al Taller del Perro: Páginas recientes para una historia de la historieta mexicana independiente* (Tesis de licenciatura). Escuela Nacional de Artes Plásticas UNAM. México.
- López Silva, Binisa Georgette. (2013) *Conocimientos de Percepción Aplicados en Motion Graphics* (Tesis de licenciatura). Escuela Nacional de Artes Plásticas UNAM. México.

Fuentes electrónicas

- Animatic: definición y ejemplos (2013). Recuperado el 17 de Julio de 2015 <http://lanuez.blogspot.mx/2013/11/animatic-definicion-y-ejemplos.html>
- Augusto Mora: Muerte Querida. Entrevista a Augusto Mora (2013). Recuperado el 17 de Julio de 2015 <http://coolhuntermx.com/augusto-mora/>
- Black Mask Studios launches tube comics: new age motion comics. (2015) Recuperado el 17 de Julio de 2015 <http://bloody-disgusting.com/news/3335311/black-mask-studios-launches-tubecomics-new-age-motion-comics/>
- Bautista, Eduardo. La novela gráfica crece como apuesta editorial en México (2015). Recuperado el 8 de agosto de 2015. <http://www.elfinanciero.com.mx/after-office/la-novela-grafica-crece-como-apuesta-editorial.html>
- Blauer: Motion Comic. Portafolio de Don Porfirio Studio. Recuperado el 5 de Enero de 2015 <http://donporfirio.tv/285963/3402387/work/blauer-motion-comic>
- Creative commons México, página oficial. Recuperado el 3 de julio de 2015. <http://www.creativecommons.mx/registro-commoners/>

- Cult Icons Topline Halo-8's 'Godkiller'. Entrevista a Matt Pizzollo, oir Brad Miska (2009). Recuperado el 17 de mayo de 2015 <http://bloody-disgusting.com/news/15395/>
- Godkiller made into an Illustrated film. Trailer. Recuperado el 1 de septiembre de 2013 en <http://www.wired.com/underwire/2009/10/post-apocalyptic-godkiller/>
- HALO. Información de HALO Evolutions motion comic. Recuperado el 14 de agosto del 2014. <https://www.halowaypoint.com/es-mx>
- I am Legend Awakening, reseña y recuperación de imágenes de los motion comics. Recuperado el 8 de octubre de 2013 http://www.digitalmotioncomics.com/motion_comic/i-am-legend-sacrifice-1
- Mcbride, Sarah. Web Draws on Comics (2008). Recuperado el día 3 de julio de 2014 <http://www.wsj.com/articles/SB121634908179464605>
- Post- Apocalyptic Comic GodKiller emerges as Illustrated film. Recuperado el 1 de septiembre de 2013 <http://www.wired.com/underwire/2009/10/post-apocalyptic-godkiller/>
- Smith, Craig. The illustrated film vs the motion comic. Is there a difference? Recuperado el 1 de septiembre de 2013 <http://craigjamesmith.wordpress.com/2010/07/30/the-illustrated-film-vs-the-motion-comic-is-there-a-difference/>
- Técnicas III: Animación limitada y anime. Cronología de la animación limitada y sus técnicas (2010) Recuperado el 23 de Septiembre de 2015 <http://animacionartesanal.blogspot.mx/2010/02/tecnicas-iii-animacion-limitada-y-anime.html>
- What is a motion comic? Definición de un motion comic. Recuperado el 1 de septiembre de 2013 <http://www.digitalmotioncomics.com/content/what-motion-comic>

- What's the point of a motion comic? (2009). Recuperado el 12 de Agosto de 2014 <http://comic-sworthreading.com/2009/08/23/whats-the-point-of-a-motion-comic/>
- Motion Comics: Historietas Audiovisuales. Por Tomás Garcia, definición y ejemplos de motion comic. Recuperado el 11 de Agosto de 2014 <http://www.neoteo.com/motion-comics-historietas-audiovisuales/>

Fuentes Audiovisuales

- Heyman, David (Prod.) Akiva Goldsman y Protosevich, Mark (Guionistas) (2007). *I am Legend. Material Adicional. Motion Comics*. Estados Unidos de Norteamérica. Warner Bros.
- Hope Ted (Prod.) y Springer Berman, Shari, Pulcini, Robert (Guionistas) (2003). *American Splendor* [Película]. Estados Unidos de Norteamérica.
- Gitter, Eric. Park, Nira. Platt, Marc (Prod.) Y Wright, Edgar. Bacall, Michael (Guionistas) (2010). *Scott Pilgrim vs. the World* [Película]. Estados Unidos de Norteamérica, Reino Unido y Canadá. Universal Pictures.
- Seagle, Matthew (Prod.), Vatsalya, Nitin (Director) (2003). Broken Saints. Documentary [Documental]. Vancouver, Canadá.

Fuentes audiovisuales electrónicas:

- Cardoso, C. (6 de diciembre de 2014). *Jerarquías After*. Recuperado el día 20 de mayo de 2015 <https://www.youtube.com/watch?v=bjPoBrG8EeM>
- Díaz Ramajo, M. (1 de agosto de 2015). *Animación Limitada y Técnicas de Anime*. Recuperado el día 10 de octubre de 2015 <https://www.youtube.com/watch?v=NjzSFpu3LT8>

Reiniger, Lotte (1926). *Die Abenteuer des Prinzen Achmed (Las aventuras del príncipe Achmed)*

subido el 3 de septiembre de 2009. Recuperado el día 15 de Julio de 2013. <https://youtu.be/UcTo1Pg-jDM?list=PLvFBkdjBN2-7NuPz7CE1L95gRMZTtJEQv>

Trimpe, Alex (2011) *The World is Obsessed With Facebook*. Recuperado el 15 de Julio de 2014

<https://www.youtube.com/watch?v=xJXOavGwAW8>

Fuentes de audio y descarga:

Musicalización, pista “Wings for Mi...” de Kosta T, recuperado el día 16 de abril de 2015 <http://freemusicarchive.org>

Efectos de sonido. Recuperados el día 16 de abril de 2015 <http://www.freesound.org>





Esta TESIS titulada,
Realización de Motion Comic "MONSTRUOS".
Producto audiovisual independiente como una alternativa creativa de producción
para los alumnos de Diseño y Comunicación Visual,
fue escrita por Marisol Gutiérrez Sánchez
para obtener el grado de Licenciada en Diseño y Comunicación Visual,
por parte de la Facultad de Artes y Diseño (FAD),
perteneciente a la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).
Este libro fue impreso en la CDMX
en algún momento del año 2016.

