



*P*rotocolo de Investigación

BÚSQUEDA DE UNA ESTRATEGIA PARA, POR MEDIO DEL TRABAJO DE ANIMACIÓN REALIZADO EN EL ÚLTIMO AÑO DE LA CARRERA, AUMENTAR EL RECONOCIMIENTO DEL ÁREA DE MEDIOS AUDIO VISUALES DE LA CARRERA DE DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA DE LA UAM-X, COMO FORMADORA DE DISEÑADORES DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA CAPACITADOS EN ANIMACIÓN.

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
ÁREA DE MEDIOS AUDIOVISUALES
MÉXICO 2002**

**DOCENTE:
Carrasco Zanini
Rincón Jaime**

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA XOCHIMILCO

BÚSQUEDA DE UNA ESTRATEGIA PARA, POR MEDIO DEL TRABAJO DE ANIMACIÓN REALIZADO EN EL ÚLTIMO AÑO DE LA CARRERA, AUMENTAR EL RECONOCIMIENTO DEL ÁREA DE MEDIOS AUDIO VISUALES DE LA CARRERA DE DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA DE LA UAM-X, COMO FORMADORA DE DISEÑADORES DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA CAPACITADOS EN ANIMACIÓN.

Institución que demanda:

AREA DE MEDIOS AUDIOVISUALES DE LA LICENCIATURA DE DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA.

Integrantes:

- Cabañas Magdaleno Alán.
- Contreras Vázquez Jahaziel.
- Falcón Manzano Eloir.
- García del Valle Alberto.
- Islas Alonso Marcelo.
- Lazcano Alcocer Luis.
- Melgar Valencia Fermín.
- Pérez Reséndiz Gerardo.
- Rodríguez Arellano Monzerrat.
- Santa María González Octavio.
- Tenorio Llamas Jazmín.

Área de Medios Audiovisuales.

- **Docente:**
Carrasco Zanini Rincón Jaime.
- **Asesores:**
Tapia Mendoza Alejandro.
Padilla Sobrano Roberto Antonio.

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
XOCHIMILCO**

ÁREA DE MEDIOS AUDIOVISUALES

**BÚSQUEDA DE UNA ESTRATEGIA PARA, POR MEDIO DEL
TRABAJO DE
ANIMACIÓN REALIZADO EN EL ÚLTIMO AÑO DE LA
CARRERA, AUMENTAR
EL RECONOCIMIENTO DEL ÁREA DE MEDIOS AUDIO
VISUALES DE LA CARRERA DE DISEÑO DE LA
COMUNICACIÓN GRÁFICA DE LA UAM-X,
COMO FORMADORA DE DISEÑADORES DE LA
COMUNICACIÓN GRÁFICA
CAPACITADOS EN ANIMACIÓN.**

INDICE

Justificación	11	Las Entrevistas	18
Panteamiento del problema	12	Resultados de las Hipótesis	21
Delimitación temporal	12	Conclusiones de las Hipótesis	21
Delimitación Espacial	12	Casas Productoras	22
Delimitación Semántica	12	Concursos	26
Oraciones Tópicas	13	Conclusiones de los Concursos	26
Metodología	13	La Historia	27
Marco Teórico	14	Historias Propuestas	27
Descripción	14	Historias	27

Historias de
Guerra y/o
Enagenación

30

Render

35

Historia Elegida

33

Resultados

35

El Concepto de
Diseño y los
Personajes

33

Bibliografía

41

Concursos

34

Story Board

34

Animatic

35

Texturización

35

Iluminación

35

BÚSQUEDA DE UNA ESTRATEGIA PARA, POR MEDIO DEL TRABAJO DE ANIMACIÓN REALIZADO EN EL ÚLTIMO AÑO DE LA CARRERA, AUMENTAR EL RECONOCIMIENTO DEL ÁREA DE MEDIOS AUDIO VISUALES DE LA CARRERA DE DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA DE LA UAM-X, COMO FORMADORA DE DISEÑADORES DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA CAPACITADOS EN ANIMACIÓN.

Justificación

El plan de estudios de la UAM-X exige que los alumnos realicen un proyecto de investigación durante el último año de la carrera. Por lo cual se integran diversas áreas de concentración, en las que se proponen diversos proyectos.

Dentro de la carrera de diseño de la comunicación gráfica, existen tres áreas de concentración: una de diseño editorial, otra la de ilustración y una más que es la de medios audiovisuales; en esta última se proponen diversos proyectos; uno de los cuales está vinculado al campo de la animación en el cual nos vamos a enfocar.

A este proyecto se le ha dado una continuidad a lo largo de las últimas cuatro generaciones como respuesta a la necesidad de desarrollar un área de trabajo que en el ámbito nacional está mayormente dominada por empresas extranjeras, por lo cual, las ideas o mensajes transmitidos por este medio están cargados con ideologías que no necesariamente corresponden a la problemática nacional.

La producción de la animación mexicana está dirigida en mayor medida al área comercial, con una menor participación en proyectos de carácter social y con una mínima producción en el ámbito narrativo. Estas áreas de acción no pueden ser abordadas sin un desarrollo de la o las disciplinas que se ocupan de ellas. Es un hecho que para que una disciplina se desarrolle

adecuadamente, requiere de un reconocimiento institucional y social que al mismo tiempo las acredite en su función.

La UAM-X como universidad pública tiene una responsabilidad; que la compromete como formadora de profesionales que no solamente cubran las demandas del campo laboral establecido, sino que puedan abordar problemas para los cuales tal vez no se haya contemplado al diseño como herramienta para su resolución; pensamos que ese es el caso de la transmisión de mensajes por medio de la animación.

El reconocimiento que se busca para el Área de Medios Audiovisuales (AMA) de la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica (DCG) es el que se refiere a su capacidad de transmitir un capital cultural (el conocimiento) de manera eficiente; por lo cual se empleará una animación, resultante del proceso de diseño que se desprenda de esta investigación, que manifieste lo aprehendido en esta área terminal, dando fe de su capacidad.

Los proyectos que nos anteceden han seguido una línea de trabajo que propone que la solución del problema debe buscarse a través de estrategias dirigidas por un lado al campo laboral y por el otro al interior de la Universidad. Estas estrategias proponen la participación en un concurso de animación para atacar el problema interno y la presentación de la misma animación como carpeta de trabajo para abordar el problema al exterior.

La producción de la que actualmente es capaz la Universidad (en cuanto a cantidad se refiere), obliga a que el

problema del reconocimiento se plantee a un plazo entre mediano y largo. Además de que el reconocimiento no solamente debe ser adquirido sino mantenido, por lo cual es necesario un esfuerzo constante y sostenido.

Nuestra opinión es que los trabajos de las generaciones que nos anteceden pueden y deben ser evaluados para ver de qué manera las estrategias propuestas han respondido a las hipótesis planteadas y para poder replantear el problema en nuestra investigación y poder tomarlas como una guía del camino que debemos seguir.

Planteamiento del Problema

Iniciamos el planteamiento del problema definiendo nuestro objeto de estudio, el cual consideramos que es propiamente los mecanismos, los agentes y las agencias sancionadoras que intervienen en la dinámica del reconocimiento de la animación en el campo de la enseñanza del diseño en la UAM-X y en el campo de la producción de la animación.

Delimitación Temporal

Esta investigación tomara en cuenta un periodo que abarca desde el planteamiento del proyecto de la generación del trimestre 00/P hasta el final del trimestre 02/I.

Delimitación Espacial

Esta investigación tomará en cuenta para la problemática del reconocimiento al interior de la UAM-X a los directivos de la división de CyAD de la UAM-X, así como a los concursos o festivales de animación de los cuales podamos obtener información sin salir del Área Metropolitana. Para la obtención del reconocimiento al exterior de la Universidad se tomarán en cuenta las compañías productoras de animación que se ubiquen en el D.F. y área conurbada, también en caso de justificarse, instituciones, compañías y organizaciones que puedan emplear la difusión de mensajes por medio de la animación y por otro lado dentro del Área Metropolitana.

Delimitación Semántica

Mecanismo: Sistema de desarrollo de una función o suceso.

Agente: Es el individuo que participa de la estructura de un campo mediante el *hábitus* que ha conformado de éste, y que compete en el mismo de acuerdo al sentido práctico que se deriva de ése *hábitus*.

Agencias sancionadoras: Las instancias sociales conformadas por aquellos que han conseguido el monopolio de la legitimidad en un campo determinado, por lo cual se les delega el poder para salvaguardar el sentido correcto de la cultura del campo mismo, estableciendo los mecanismos objetivos y subjetivos a través de los cuales se ejercen los efectos de imposición simbólica, de reconocimiento y de desconocimiento.

Dinámica: Por analogía con la física entiéndase como las acciones o conjunto que son producidas en un sistema de relaciones sociales.

Reconocimiento: Es la acumulación de un capital particular en la forma de honor, en el sentido de reputación o prestigio, conferido por las agencias sancionadoras como una validación o legitimación.

Animación: La producción de la ilusión de movimiento, el cual es abstraído y representado en filme, video o papel, partiendo de elementos originalmente fijos presentados en una sucesión en donde predomina la articulación de cuadro a cuadro.

Dependiendo de la duración de la animación, existen clasificaciones, tomadas del lenguaje cinematográfico, que las dividen en cortos y largometrajes.

Campo: Espacio social diferenciado históricamente en donde se establece y se ejerce una relación de dominio simbólico, y una competencia por la obtención de la "apuesta" o *illusio*, que es la que define la particularidad del campo.

Enseñanza: Conjunto de normas y disciplinas que se imparten en una escuela.

Campo de producción cultural: Éste se divide en dos, uno dirigido masivamente a un sector amplio y heterogéneo de población; definido como el campo de la gran producción; el otro es el campo de producción restringida, cuya producción está dirigida a los productores y a un público con gusto por este mercado interno. En este campo existen agencias sancionadoras y legitimadoras que avalan la producción del mismo.

Oraciones Tópicas

Fase 1

1. El propósito de esta investigación es determinar las estrategias dirigidas al campo de la enseñanza del diseño en la U.A.M.-X y al campo de la producción de la animación, que puedan contribuir al aumento del reconocimiento del Área de Medios Audiovisuales de la carrera de Diseño de la comunicación Gráfica de la U.A.M.-X.

1.1 El propósito de esta investigación es determinar los mecanismos, agentes y agencias sancionadoras que intervienen en la dinámica del reconocimiento en el campo de la Enseñanza del Diseño en la U.A.M.-X y en el campo de la Producción de la Animación.

1.2 El propósito de esta investigación es determinar dónde se encuentra y donde se puede insertar el Área de Medios Audiovisuales de la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica de la U.A.M.-X en los campos mencionados.

1.3 El propósito de esta investigación es analizar los mecanismos, agentes, agencias sancionadoras antes detectadas, para determinar cuales están a nuestro alcance para valernos de ello en el diseño, desarrollo e implementación de las estrategias que vamos a elegir.

1.4 El propósito de esta investigación es determinar qué estrategias han sido empleadas por las generaciones que nos anteceden para la adquisición del reconocimiento.

1.4.1 El propósito de esta investigación es analizar los agentes, agencias sancionadoras, y mecanismos que las generaciones pasadas determinaron.

1.4.2 El propósito de esta investigación es analizar y evaluar las estrategias empleadas por las generaciones pasadas.

1.5 El propósito de esta investigación es determinar donde y como intervienen los procesos de comunicación en el diseño, desarrollo e implementación de las estrategias elegidas.

1.5 El propósito de esta investigación es elegir las estrategias pertinentes para la obtención del reconocimiento en los campos investigados, para su desarrollo e implementación.

Fase 2

(Estos puntos serán ampliados en el trimestre correspondiente).

2. El propósito de esta investigación es desarrollar las estrategias elegidas tomando en cuenta los datos recabados mediante la investigación documental y de campo previamente realizado.

2.1. El propósito de esta investigación es determinar de qué manera los factores definidos y analizados influyen en la producción de una animación.

2.1.1. El propósito de esta investigación es desarrollar estrategias de comunicación adecuadas a las estrategias de obtención de reconocimiento elegidas.

FASE 3

(Serán agregados los puntos que sean pertinentes en el trimestre correspondiente).

3. El propósito de esta investigación es la implementación de las estrategias de obtención de reconocimiento elegidas.

Metodología

Para la realización de nuestro proyecto emplearemos investigación documental y de campo. En la investigación documental consultaremos libros y revistas especializadas, enciclopedias, diccionarios, internet, programas de televisión, videos de animación, y cualquier otro material pertinente.

Para la investigación de campo emplearemos el muestreo y entrevista de los posibles sancionadores y legitimadores de nuestra animación. Esto con el fin de obtener información que podamos diagnosticar, analizar y aplicar en el diseño, desarrollo e implementación de nuestras estrategias.

Para el diagnóstico del problema actual, contrastaremos los resultados de las entrevistas con la investigación documental, y de ambas con las estrategias propuestas por los compañeros de las generaciones anteriores y con las hipótesis que más adelante plantearemos, lo que nos permitirá establecer una relación directa con las estrategias de obtención de reconocimiento que habremos de diseñar, desarrollar e implementar.

Marco Teórico

Nuestra investigación requiere de bases sociológicas para comprender nuestro objeto de estudio, pensamos que las investigaciones realizadas por el sociólogo Pierre Bourdieu nos pueden otorgar un sustento teórico que define ampliamente los aspectos que nos interesan de las relaciones dentro de los campos que vamos a analizar. De él, emplearemos conceptos tales como: campo; agente; agencias sancionadoras y legitimadoras; hábitos; illusio; collusio; capital cultural, simbólico y económico; estrategias; y los que aún no tengamos contemplados. Esto nos permitirá conseguir lo planteado en las oraciones tópicas durante las diferentes fases del proyecto.

Dentro del diseño de las estrategias, tenemos que abordar el problema de la comunicación de nuestra animación como capital cultural objetivado para, por medio del mismo, obtener el reconocimiento que sirva como capital simbólico para el Área de Medios Audiovisuales, pensamos que este problema puede ser abordado mediante la teoría de Jorge Frascara, ya que él plantea que no existe un método general si no diferentes metodologías que dependen de las particularidades del problema a tratar. El problema no solamente se establece como una relación mercantil entre el diseñador y su cliente, si no que se debe tener la capacidad de comprenderlo y caracterizarlo como un problema humano, al cual se incide y se transforma a través de la comunicación. Además se retoma la responsabilidad social que adquiere el diseñador al desarrollar un mensaje que va a ser difundido en la sociedad, afectándola de diferentes maneras.

Una vez resueltas las primeras etapas del proyecto, tendremos que objetivar el capital cultural obtenido a lo largo de nuestra investigación en la realización de una animación, para lo que podremos necesitar las teorías narrativas de Aristóteles, Bordwell y Todorov, o las teorías retóricas pertinentes dependiendo del tipo de animación que se deba hacer; lo mismo se aplica al desarrollo de los personajes. Para la producción de la animación nos guiaremos con el libro de Raúl García; con los tutoriales del programa de animación 3D Maya y con lo aprendido en clases.

Descripción

Gran parte de la sociedad delega en la universidad la facultad de sancionar el sentido correcto del conocimiento, no solo ante la sociedad que espera respuestas de ella, más en su funcionamiento interno. En su autonomía la universidad decide tanto los planes de estudio que dan validez institucional a los contenidos que se

enseñan en cada módulo, como los requisitos con que deben de cumplir los docentes para fungir como tales, respaldando así el capital cultural institucionalizado de estos, ratificando su capacidad en la disciplina a la que están advocados.

La sanción en este sentido se reparte entre las diferentes agencias sancionadoras que la U.A.M. ha dispuesto para su regulación interna de manera que dependiendo del nivel jerárquico de la agencia sancionadora será la pertinencia de la sanción; las agencias con menor nivel jerárquico como el AMA o la coordinación de la carrera, sancionan con relación a la particularidad de las disciplinas que se imparten; mientras que las agencias con un mayor rango de dominio, sancionan los aspectos formales y metodológicos de la enseñanza (de hecho no solo sancionan lo relativo a la enseñanza, pero este punto es el que atañe a esta investigación).

Esta división es lógica en la conformación de un campo, sobre todo en nuestra llamada democracia, el problema es que al delegar mayor poder a las agencias que sancionan en lo general, se establece una relación de dominio simbólico en la que, quienes dominan no conocen los aspectos específicos del campo, y quienes conocen estos aspectos no tienen el suficiente capital simbólico para hacer valer su punto de vista.

Esto sucede pese a que en la U.A.M. está establecido que estas agencias sancionadoras estén conformadas por agentes que representan a las diferentes divisiones, los departamentos, a los docentes, e inclusive a la población estudiantil. Sin embargo, la representatividad de quienes participan en estas agencias sancionadoras es muy cuestionable.

Otro problema es la forma de toma de decisiones, que se realiza planteando los problemas en una sesión exhaustiva de la asamblea y votando al respecto de los recursos que se van a destinar para la solución de los mismos.

Dado que todas las carreras tienen proyectos (educativos y de investigación) en marcha o generan nuevos, existe una competencia por la obtención de recursos humanos e infraestructura, por lo que el reconocimiento (explícito o implícito) de una división, carrera, departamento o área, puede ser determinante en las resoluciones votadas, de manera que los recursos destinados a las diversas actividades son un índice del reconocimiento que se ha alcanzado ante los diferentes niveles jerárquicos del campo.

El problema de un área como la de medios audiovisuales, es que su rango de acción en el campo es relativamente pequeño, y difícilmente puede tener una representación directa en estas agencias sancionadoras, lo cual enfatiza el hecho mismo de estar en el rango de lo desconocido por las mismas.

Podemos añadir que quienes tienen el papel de representar a agencias como el AMA (por estar estas inscritas en su jurisdicción inmediata), ya tiene un cierto grado de desconocimiento de la particularidad de la disciplina (este es el mayor problema del grado de especialización a la que la sociedad ha llegado), por lo tanto, no son reflejo fiel de las necesidades del área.

Por este motivo el área debe explicitar sus necesidades y proyectos para que sean validados a través de las diferentes capas de instancias en una manera políticamente correcta.

De lo anterior podemos deducir dos fuentes de reconocimiento a las que el AMA puede tener acceso y en forma muy general a las estrategias para conseguirlo, la primera esta relacionada en cuanto a lo formal y metodológico de la enseñanza, basta con cumplir con las normas establecidas para la aceptación dentro del campo; este es un reconocimiento de pertenencia que es sancionado por los organismos que como ya describimos sancionan a los planes de estudio y la pertinencia del capital cultural institucionalizado de los docentes, y que sin embargo, no sancionan el capital cultural objetivado de estos, entendiéndose éste como la parte que les corresponde en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los alumnos, es decir, la transmisión de parte de su conocimiento a los alumnos, que es el reflejado a sí mismo también por el capital cultural objetivado en el trabajo de estos últimos. Es por todo lo anterior que el AMA tiene que encontrar reconocimiento mediante agencias sancionadoras externas a la universidad que validen los aspectos específicos de la disciplina, siendo esta la segunda fuente de reconocimiento que intermedia entre el área y las agencias sancionadoras del campo de la enseñanza del diseño de la U.A.M.-X.

Un ejemplo de la segunda fuente del reconocimiento es el caso de los premios y concursos que establecen puntos de comparación entre las diferentes agencias, y las califican según sus estándares e intereses, otorgando diversos grados de reconocimiento. Esto funciona porque todas las agencias buscan el reconocimiento y entran en una apuesta (que conforma la ilusión), en la que mientras más agencias participen (en la competencia y en la sanción), mayor será el premio del ganador.

Por lo anterior que, a diferencia de las generaciones pasadas, las cuales hicieron una división entre el problema interno de la universidad y el problema externo, nosotros nos basaremos en la división de los dos campos arriba mencionados. El campo de la enseñanza del diseño (en el cual se encuentran los aspectos formales y metodológicos), y el campo de la animación (en el que están los aspectos particulares de la disciplina). El primero presumimos que no tiene un problema de reconocimiento, ya que es validado por los mecanismos mencionados, y por los

proyectos de los profesores sancionados por las comisiones dictaminadoras, lo cual es algo que no nos corresponde, en cambio el problema principal se encuentra en el segundo campo en el cual el A.M.A. debe encontrar su legitimación por medio de las agencias sancionadoras que vayan de acuerdo a sus principios y objetivos.

De acuerdo a la problemática planteada, la U.A.M.-X tiene la responsabilidad de dar respuesta a la necesidad social de la transmisión, preservación y creación de la cultura. Esta última, es quizás la más importante, pues determina la especificidad de la universidad; sin ella esta deviene un museo de la cultura, o un medio masivo de comunicación, regido por los intereses que dominan el mercado y la política. Ciertamente la UAM-X debe satisfacer las demandas de los campos de producción a los que están dirigidas las diferentes carreras; pero su papel en la sociedad debe sobrepasar este nivel, pues la creación de cultura, particularmente en forma de conocimiento, implica la capacidad de proponer modelos a seguir, por lo que la Universidad opera como un punto neutral de cambios sociales, fuente del desarrollo de la comunidad a la que pertenece y debe su existencia.

En la competencia que se da en el campo se establecen diferentes posiciones que determinan las relaciones de dominio simbólico que conforman el hábitus de los agentes que participan en el campo el cual les permite generar las estrategias que faciliten la consecución de sus objetivos (individuales o como parte de una agencia). De modo que nuestra percepción del campo al que pertenecemos influirá en las estrategias que elijamos, así que para aproximarnos a nuestra meta debemos asegurarnos de contar con la información pertinente y suficiente; para ello falta hacer una descripción específica de las funciones particulares de cada una de las agencias sancionadoras que operan en los campos en los que hemos de analizar el problema del reconocimiento.

En el campo de la enseñanza del diseño:

- Los estudiantes somos agentes que buscamos un capital cultural institucionalizado y la obtención de un tipo particular de conocimiento, para poder realizar una transacción de ellos, al egresar, por capital económico mediante la realización de un trabajo relacionado con el conocimiento adquirido.

- Al respecto el perfil del egresado definido por la Universidad dice que, quien obtiene el título de Diseñador de la Comunicación Gráfica está capacitado para resolver la producción de objetos gráficos de diseño para Medios Audiovisuales (como lo son los mismos medios audiovisuales, la animación en video y computación gráfica).

- Requerimos del reconocimiento para poder hacer uso de las opciones que tiene la Universidad para el desarrollo académico y también para obtener una ventaja al ingresar al campo de trabajo.

- El AMA es una agencia cuyo propósito institucionalizado (en congruencia con los objetivos de la carrera); es formar profesionales en el diseño y producción de mensajes gráficos que, a partir de conocer, comprender y aplicar los diferentes procesos que constituyen la práctica del diseño con relación a los medios audiovisuales, sea capaz de desempeñarse como organizadores de la comunicación gráfica.

- Capacitar comunicadores gráficos tanto en los conocimientos teóricos del diseño: teorías de la visión de la comunicación y semiótica, así como en el manejo de los elementos técnicos de la expresión y producción de los mensajes gráficos. Y formar profesionales capaces de asumir críticamente su práctica en el contexto de la realidad social.

- Requiere de reconocimiento para tener una mayor cantidad o una mejor calidad de recursos para el desarrollo de los proyectos que se llevan a cabo dentro de su tutela y así poder cumplir con lo ofrecido a los estudiantes capacitándolos de la mejor forma posible.

- Los docentes del AMA son agencias sancionadoras en relación con los alumnos teniendo la facultad de evaluar y designar calificaciones numéricas al desempeño de éstos en la particularidad de la disciplina. Sin embargo pese a que la Universidad valida su conocimiento de la disciplina que imparten, no fungen como agencia sancionadora para el AMA al estar circunscritos a ella.

- Otros docentes de la carrera de DCG y de las otras carreras de la división sancionan de la misma forma en la particularidad de sus pequeños dominios, pero en relación con el AMA fungen en calidad de agentes y agencias en igualdad de condiciones y por lo tanto en competencia por la obtención de reconocimiento y de recursos.

- La coordinación de la carrera de DCG es una agencia sancionadora, ya que tiene la facultad de seleccionar el personal que ha de laborar en la carrera, y por que es la primera instancia para tramitar cualquier cosa. Ante ella el AMA ya tiene un cierto grado de reconocimiento, sin embargo su capital simbólico es bajo pues está subordinado en última instancia a otras agencias sancionadoras.

- La directiva de la división es una agencia sancionadora que gestiona los asuntos que competen a la división de CyAD. Dentro de sus funciones debe administrar los recursos

destinados para la división, coordinar el trabajo que se realiza en la misma, y junto con los jefes de departamento, orientar a los alumnos asistida por asesores o consejeros de especialidad profesional.

- Recientemente, este puesto no ha sido ocupado por diseñadores de la comunicación gráfica, por lo cual es deducible un alto grado de desconocimiento hacia el AMA y su labor específica.

- El consejo divisional es una agencia sancionadora que tiene la facultad de formular planes de estudio y programas académicos de la división, designar a los jefes de departamento que integren la división, presentar al consejo académico respectivo el anteproyecto de presupuesto anual de ingresos y egresos de la división, planear el desarrollo y funcionamiento de la división, aprobar los proyectos de investigación, y, cuidar que el personal administrativo cumpla eficazmente las funciones de su competencia.

- Las comisiones dictaminadoras, son agencias sancionadoras con facultad para decidir en cuanto al otorgamiento de puntos (capital simbólico), para la categorización de los docentes, también pueden decidir acerca de la distribución de recursos humanos y decidir en definitiva sobre la contratación de personal académico.

De esta descripción obtenemos los indicios que nos permitirán elegir ante qué agencias sancionadoras queremos buscar el reconocimiento. Por un lado consideramos que debemos excluir a la coordinación de la carrera puesto que ante ella el AMA ya cuenta con reconocimiento, también descartaremos a las comisiones dictaminadoras pues consideramos que estas no sancionan al AMA como tal, sino al trabajo individual de los docentes. Quedarían por lo tanto la directiva de la división y el consejo divisional, su sanción en un momento determinado puede incidir en los asuntos del AMA como tal, y representan los niveles jerárquicos más elevados dentro del campo de la enseñanza del diseño.

No obstante, al tratarse este trabajo de la obtención de reconocimiento por medio de nuestro trabajo de producción de una animación, nos topamos con el problema de que entre el quehacer de estas agencias sancionadoras no está el sancionar el trabajo de los alumnos, esta es otra razón por la cual es necesaria la mediación de agencias sancionadoras ajenas al campo de la enseñanza del diseño para obtener el reconocimiento adecuado a nuestras necesidades.

De modo que el trabajo estará un poco más enfocado en el campo de la producción de la animación y en el campo de la enseñanza del diseño; nos limitaremos a determinar cuáles de las

agencias sancionadoras de cuales son consideradas válidas por los agentes de las agencias sancionadoras de éste.

Pasando al campo de la producción de la animación consideraremos, antes que nada, al término producción incluyendo la creación, difusión y consumo de un producto determinado (en este caso en un campo de producción restringida).

En este campo el AMA funge como productora de trabajadores que pueden llegar a ocupar varios puestos dentro de las empresas que producen animación, pero principalmente la competencia se da por el puesto de animador. Para obtener el reconocimiento por parte de algunas las agencias sancionadoras de este campo (como las casas productoras de animación), el AMA debe demostrar la calidad de su producción en un proceso continuo, para otras (como los concursos de animación) basta demostrar la calidad en un momento determinado. En la obtención del reconocimiento el AMA no ha intervenido como agencia, si no que ha dependido del trabajo de los estudiantes para que, siendo éste sancionado, haya una transferencia del capital simbólico de los alumnos al hacer esta referencia de su procedencia con relación al AMA o en los casos en que se pretenda emplear la sanción como capital simbólico ante las agencias sancionadoras del campo de la enseñanza del diseño de la U.A.M.-X la procedencia de esta. Sin embargo, lo más común es que las agencias sancionadoras del campo de la producción de la animación no califiquen la procedencia de los agentes que buscan su reconocimiento, si no la calidad de su trabajo de animación que entonces puede llegar a ser entendido como el resultado final de pertenecer o más comúnmente de haber pertenecido al AMA. Esta última aclaración se debe a que, debido a la programación del trabajo en los últimos trimestres de la carrera, los alumnos están en la posibilidad de emplear su trabajo de animación habiendo ya egresado.

La relación entre el egresado y el AMA se va disolviendo con el tiempo a velocidades diversas, en lo cual influyen diversos factores, el primero es que el egresado quiera mantener esa relación, que generalmente ocurre cuando puede obtener algún beneficio de la misma; otro factor es la percepción que tienen las agencias del egresado, que varía en la medida en que éste se va integrando al campo laboral, lo cual termina por disolver los vínculos que permiten la transferencia del reconocimiento hacia el AMA.

También sucede que las características de una animación realizada por los estudiantes, debido a las limitaciones a las que se ve sometido, en el proceso de producción de la misma, generalmente le confieren un periodo de validez ante las agencias sancionadoras del campo de la producción de la animación, del cual se espera que se haya mejorado la calidad, además de que se

integran otras variables en la evaluación de la misma. Por esto es necesario que el reconocimiento se obtenga lo más pronto posible una vez terminada la animación para aumentar las posibilidades de que ese reconocimiento sea transferido al AMA.

Un problema para el egresado del AMA que quiere ingresar al campo de la producción de la animación es que debe declinar el título de diseñador de la comunicación gráfica, pues en este campo no es tomado en cuenta lo propio del diseño sino lo propio de la animación (aunque aquello pueda resultar ventajoso en el desempeño del egresado una vez establecido en el puesto de trabajo y le permita ascender en los puestos cuando hay esa posibilidad). Por lo anterior, al principio es necesario competir por puestos en un nivel jerárquico bajo y solo se puede ascender mediante otro tipo de capital simbólico conocido como experiencia. Así que para el egresado lo primordial es superar a una competencia de variadas procedencias para lo cual su mayor apuesta es la presentación de la animación como demo reel en la carpeta de trabajo.

Lo que falta averiguar es, si son tomadas en cuenta las sanciones positivas otorgadas por las demás agencias sancionadoras del campo como un factor que pueda aumentar la posibilidad de obtener el reconocimiento en agencias como las casas productoras de animación. Pensamos que esto podría darse sobre todo si esas agencias sancionadoras sancionan a las propias casas productoras. Este podría ser el caso de ciertos concursos o de algunos canales de televisión; para nuestro propósito en los que se tomen en cuenta el valor cultural o social de la animación aparte del técnico y de ninguna manera el valor comercial, pues creemos que el propósito de la Universidad concuerda con los primeros.

También dada la variedad de procedencias de aquellos con quienes vamos a competir por el reconocimiento es necesario saber si dentro de la jerarquía del campo es favorecida la especialización, y de serlo, si es que existe preferencia por alguna de las procedencias y los motivos por los que se da esa preferencia, de manera que de ser posible podamos realmente superar la oferta esos agentes o en el peor de los casos, (de forma maquiavélica) por lo menos superarla ante la percepción de la agencia sancionadora (esta es la trampa del reconocimiento).

El objetivo de la obtención del reconocimiento en este campo es que el hecho de provenir del AMA sea tomado en cuenta como factor importante para la sanción de inclusión en el campo obteniendo así una ventaja sobre la competencia que las futuras generaciones puedan aprovechar para facilitarse las oportunidades de desarrollo en éste medio (nosotros somos carne de cañón).

Puntualizando, en el campo de la producción de la animación:

- Las casas productoras de animación (o tal vez más propiamente algún agente o agencia dentro de la casa productora), son agencias sancionadoras, que califican la calidad de la animación que es presentada por los aspirantes a ingresar como trabajadores en las mismas, y al hacerlo califican la pertinencia del capital cultural que permitió la realización de la misma.

- Los directivos de las casas productoras de animación son agencias sancionadoras pues determinan las decisiones de la empresa en cuanto al proceso de producción y en cuanto al funcionamiento del personal. (Puede darse el caso de que un directivo no conozca de animación lo que lo invalidaría como agencia aceptable para el propósito de nuestra investigación).

- Los concursos y festivales de animación son agencias sancionadoras en la medida de que exista un proceso de selección en el que se sancione la calidad de la animación. Estas agencias además marcan estándares de calidad y de gusto señalando lo que es premiable o no.

- Las agencias que deciden la inclusión de la animación dentro de la programación de los medios masivos de comunicación conocidos como culturales son agencias sancionadoras que califican la pertinencia social y cultural de la animación. (Si bien estas agencias están vinculadas a la gran producción también es tomada como agencias sancionadoras en los concursos del campo de la producción restringida, también su sanción nos interesa por estar vinculada con la función social que la Universidad debe cumplir y pensamos que eso pudiera ser atractivo para las agencias sancionadoras del campo de la enseñanza del diseño de la UAM-X, y por último está nuestro interés personal de que se nos califique en este sentido y no solamente en lo técnico).

- Las agencias de publicidad y las casas productoras de comerciales son agencias sancionadoras que sancionan la producción de las casas productoras de animación, pero las descartaremos pues de momento no nos interesa un reconocimiento por el aspecto comercial de nuestra animación.

- Valiéndose de la redundancia, parte del público dentro del campo de la producción restringida es agencia sancionadora precisamente por ser agentes sancionadores o parte de una agencia sancionadora (éste es otro motivo por el cual es deseable el que nuestra animación sea transmitida por un canal de televisión).

De estas agencias sancionadoras principalmente nos interesa detectar cuáles son los criterios que emplean para determinar la calidad de una animación, y en segunda instancia si la procedencia institucional de quienes realizaron la animación, es o puede ser uno de esos criterios.

Las Entrevistas

INTERNAS

AL CONSEJO DIVISIONAL Y COORDINADORES DEL CyAD

1. ¿Sabe usted que existe un proyecto de animación dentro del Área de Medios Audiovisuales (AMA) en la Licenciatura de Diseño de la Comunicación Gráfica?

2. ¿Conoce el trabajo que se realiza en esa Área?

(Si la respuesta es sí)

3. ¿Cómo califica usted la calidad del trabajo que ahí se realiza?

- Excelente
- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo
- Pésimo

4. ¿Cree usted que el trabajo que se desarrolla en esa Área es digno de ser reconocido?

5. ¿Sabe usted si es importante que las áreas terminales sean reconocidas para obtener algún beneficio?

6. ¿En qué consistirían tal beneficio?

7. ¿Puede darnos un ejemplo?

8. ¿Cuál de las siguientes situaciones le parecería a usted más relevante para que el AMA sea reconocida dentro de la Universidad?

- Ganar un premio o reconocimiento en un concurso.

- Que alguna o algunas animaciones producidas por alumnos del AMA sean transmitidas por algún medio masivo de comunicación reconocido.

(Si la respuesta es "a")

9. ¿En qué tipo de concurso tendría que participar?

(Si la respuesta es "b")

10. ¿En qué tipo de canal tendría que ser transmitida?

11. ¿Considera que alguna de las opciones carece de importancia para el objetivo que se busca?, ¿por qué?

12. ¿Cree usted que la animación sea un medio para transmitir mensajes relevantes?

13. ¿Qué otras instancias o autoridades dentro de la universidad consideraría relevantes en la obtención del reconocimiento?

EXTERNAS

A LAS CASAS PRODUCTORAS DE ANIMACIÓN:

PRESENTACIÓN.

1. ¿Cuál es el carácter de su empresa?

2. ¿Cuántas personas laboran en ella?

3. ¿Con qué perfil cuentan las personas que trabajan en esta empresa?

4. ¿Dentro del personal que se encarga de los procesos de producción y post producción, destaca alguna carrera o especialización en particular?

• 1era. Hipótesis.

Las entrevistas que han aplicado los alumnos del área de medios audiovisuales (AMA) de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica de la UAM-X, así como la presentación de las animaciones hechas en la misma a lo largo de cuatro trimestres en la mayoría las casa productoras de animación de la Cd. de México son, en sí mismas, un mecanismo de conocimiento y reconocimiento para el AMA, dentro del campo de la producción de la animación.

5. ¿Recuerda usted si le han visitado anteriormente alumnos del área de medios audiovisuales (AMA) de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica de la UAM-X para hacerle una entrevista o para presentarle algunas de las animaciones que se hacen ahí?

6. ¿Recuerda algún trabajo presentado por ellos?

7. ¿Qué características destacaría de esos trabajos?

8. ¿Qué características descalificaría?

9. ¿Puede usted evaluar la calidad de las animaciones producidas por alumnos del AMA utilizando la siguiente escala?

- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Pésima

10. Tomando en cuenta estos trabajos, ¿considera usted que la enseñanza de la animación que se imparte en la UAM-X es adecuada y/o suficiente?

(Si la respuesta es «no»)

11. ¿Qué cree usted que haría falta?

• 2da. Hipótesis.

Al ingresar al campo de trabajo, el egresado de la universidad adquiere capital simbólico que posteriormente es transferido a la institución de la cual procede.

12. ¿Qué procedimientos utiliza en la selección del personal de su empresa?

13. ¿Dentro de estos procedimientos, es importante la procedencia escolar de los solicitantes?

(Si la respuesta anterior es «sí»)

14. ¿Por qué?

(Si es «no»)

15. ¿Le interesaría conocer la procedencia del solicitante una vez que es contratado?

16. ¿Si le agrada a usted la calidad del trabajo presentado por el solicitante, consideraría factible establecer un vínculo con la institución de la que procede para solicitar a sus egresados?

• 3ra. Hipótesis.

La calidad de la carpeta de trabajo del solicitante es indispensable para el ingreso del solicitante a la empresa.

17. ¿La calidad de la carpeta de trabajo del solicitante es un factor determinante en la selección del personal?

• **4ta. Hipótesis.**

La obtención de un premio en un concurso y la presentación de nuestro trabajo a través de un medio masivo de comunicación (TV), son factores que pueden influir en la incursión del animador al campo de trabajo.

18. ¿La obtención de un premio para nuestra animación en un concurso sería un factor que facilite nuestro ingreso al campo de trabajo?

19. ¿La presentación de nuestra animación a través de un medio masivo de comunicación (TV) sería un factor que contribuya en nuestra incursión al campo de trabajo?

• **5ta. Hipótesis.**

La calidad de la carpeta de trabajo es el factor más determinante que contemplan las personas encargadas de la selección del personal en las casas productoras de animación.

20. ¿Qué importancia le da usted a la presentación de la carpeta de trabajo respecto a los dos factores anteriores al seleccionar al personal?

21. ¿Qué factores se toman en cuenta para medir la calidad de una carpeta de trabajo?

22. ¿En qué consisten esos factores?

• **6ta. Hipótesis.**

La obtención de un premio para nuestra animación en un concurso es un método eficaz que contribuye en nuestra incursión al campo de trabajo.

23. ¿Cómo se jerarquizan esos factores?

• **7ta. Hipótesis.**

La transmisión de nuestra animación por un canal de TV es un método eficaz que contribuye en nuestra incursión al campo de trabajo.

24. ¿Cuál de los siguientes factores cobra mayor importancia como currículum del solicitante?

- Obtención de un premio en un concurso de animación.
- Transmisión de uno de nuestros trabajos por TV

Si la respuesta anterior es «a»:

25. ¿Qué tipo de concursos cree usted que tienen mayor relevancia?

26. ¿Ha usted participado como juez, en algún concurso de animación?, ¿cuál(es)?

27. ¿Si los alumnos del AMA de la UAM-X obtienen un premio en un concurso de animación, los solicitaría para incorporarse al personal de su empresa?

28. ¿Solicitaría a otros egresados de la misma área?

Si la respuesta anterior es «b»:

29. ¿En qué tipo de canal tendría que ser transmitida?

30. ¿Si una animación hecha por alumnos del AMA es transmitida por un canal de ese tipo, solicitaría a éstos para incorporarse al personal de su empresa?

31. ¿Solicitaría a otros egresados de la misma área?

Sobre la calidad de la animación:

32. ¿Qué factores se toman en cuenta para medir la calidad de una animación 3D?

33. ¿En qué consisten esos factores?

34. ¿Cómo se jerarquizan?

Desde nuestra perspectiva dividimos el campo de la animación en dos subcampos, el campo de la enseñanza del diseño de la UAM-X y el campo de la producción de la animación, cada campo cuenta con sus propias agencias sancionadoras y por lo tanto sus propios mecanismos de obtención de reconocimiento, ambos campos se relacionan en el momento en que el alumno egresado pretende validar el capital cultural adquirido en la escuela y por medio de ello ingresar al segundo.

En el campo de la enseñanza del diseño de la UAM-X determinamos que la agencia de la que era deseable el reconocimiento era el consejo divisional, ya que es el que sanciona lo referente a la división de CyAD en la cual se circunscribe el área de medios audiovisuales (AMA) de la carrera de diseño de la comunicación gráfica.

En cuanto al campo de la producción de la animación identificamos como agencias sancionadoras de los egresados a las casas productoras de animación.

Los festivales y concursos de animación son agencias sancionadoras que pueden pertenecer a uno u otro de los campos dependiendo quien los organice, el reconocimiento que otorgan es válido dentro de un campo restringido de actividad, lo necesario era determinar si el capital simbólico que otorgan es validado por las otras agencias encontradas.

También era necesario determinar los mecanismos empleados en cada campo y para cada agencia sancionadora para obtener el reconocimiento deseado.

Para esto realizamos investigación de campo y entrevistas en ambos campos de cuyos resultados obtuvimos una guía para la realización de una historia, el diseño de personajes, y la animación en 3D, así como para determinar las estrategias necesarias para emplear en cada caso.

En este reporte mostramos los avances logrados durante el tiempo transcurrido.

Resultados de las Hipótesis

Entrevistas externas

Al campo de la producción de la animación del D.F.

HIPOTESIS 1. Las entrevistas a las casas productoras de animación, funcionan como un mecanismo de conocimiento-reconocimiento para el AMA, dentro del campo de la producción de la animación, pero esto solo se logra con la presentación constante de las animaciones finales.

HIPOTESIS 2. Al ingresar al campo de trabajo, el egresado emplea el demo reel como capital cultural objetivado, la validación de éste es suficiente para ser contratado (habiendo vacantes).

Un buen desempeño dentro del trabajo, sobre todo durante las primeras semanas puede ser sancionado y generar un grado de reconocimiento hacia la institución del egresado por el cual las casas productoras podrían desear establecer vínculos con la misma para solicitar empleados en un momento dado.

HIPOTESIS 3. Esta hipótesis se cumple, ya que la calidad de la carpeta de trabajo junto con la entrevista (una demostración) es indispensable para el ingreso del solicitante a la empresa.

HIPOTESIS 4. Concluyendo esta hipótesis podemos determinar que la obtención de un premio en un concurso, no es un factor primordial para la incursión al campo de trabajo, ya que los factores que determinan este premio son variantes.

Lo mismo sucede con la presentación de la animación en un medio masivo de comunicación.

HIPOTESIS 5. La calidad de la carpeta de trabajo es en un 40% un factor determinante en la selección de personal en las casas productoras de animación aunado al desempeño realizado en la entrevista.

HIPOTESIS 6. Esta hipótesis no se cumplen ya que según los resultados de la encuesta, un premio no garantiza el desempeño del aspirante dentro del campo laboral.

HIPOTESIS 7. Las casas productoras de animación del D.F. y área conurbada no validan indiscriminadamente como capital simbólico la presentación de la animación por un canal de TV.

Algunas no lo validan al 100% y para otras depende el canal y el horario, así como el propósito de la animación, prefiriendo si concuerda con el trabajo de la compañía.

Conclusiones de las Hipótesis

No se pudo realizar un censo debido a que muchas de las empresas tenían compromisos de trabajo, sin embargo la similitud de las respuestas nos hace pensar que las empresas entrevistadas pueden ser tomadas como una muestra representativa suficiente para el área del D.F. y zona conurbada.

Con la evaluación de las Hipótesis se llega a la conclusión general de que la obtención de premios y la transmisión de la animación a través de un medio masivo no es reconocido como capital simbólico por parte de las casas productoras de animación Del D.F. y zona conurbada en su mayoría.

Cierto reconocimiento al AMA, es transferido por medio del desempeño del egresado dentro del campo laboral, aunado a la presentación del demo reel y las entrevistas.

Entrevistas Internas

Al campo de la enseñanza del Diseño en la U.A.M.-X

Personas e instancias a las que fue aplicada esta entrevista:

1. Coordinación de la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica.
2. Coordinación de la carrera de Diseño Industrial.
3. Coordinación de la carrera de Diseño de los Asentamientos Humanos.
4. Coordinación de la carrera de Arquitectura.
5. Jefatura del Departamento de Teoría y Análisis.
6. Jefatura del Departamento de Métodos y Sistemas.
7. Jefatura del Departamento de Síntesis Creativa.
8. Jefatura del Departamento de Tecnología y Producción.

Todas las personas entrevistadas consideran que es muy importante la obtención de reconocimientos externos a la universidad porque son juicios que miden la calidad de los trabajos con una visión que se enfoca exclusivamente en el objeto. Además pueden contribuir a una mayor difusión de las aportaciones de la universidad a la sociedad y refuerza el prestigio de la misma.

Todas las personas entrevistadas dijeron saber que existe el AMA pero sólo dos reconocieron haber visto algún trabajo realizado en la misma, ellos consideran que la calidad de los trabajos es muy buena comparándola con la producción de otras universidades y considerando que los recursos con los que se cuenta son escasos. También dijeron que sí son dignos de reconocerse.

Seis de ocho personas entrevistadas dijeron que para la obtención de un reconocimiento externo para los alumnos por su trabajo, sí es importante para que el área donde fue realizado obtenga algún beneficio, ya que los recursos con que cuentan las divisiones académicas son destinados en mayor parte a las áreas más productivas.

Una mayoría de los entrevistados dieron mayor importancia a la obtención de un premio en un concurso como alternativa para la lograr el reconocimiento del AMA considerando que es necesario un juicio experto que mida la calidad del producto de forma objetiva y que la legitime. Uno dijo que sería más relevante la difusión masiva a través de un canal de televisión puesto que a través de ello se lograría el reconocimiento social. El resto considera que las dos opciones son igual de importantes.

Las características que debería juntar el concurso para ser debidamente tomado en cuenta -dijeron- consisten básicamente en que sea serio, honesto, ético y que el jurado esté integrado por verdaderos especialistas en el campo.

Estrategia para el campo de la enseñanza

En este campo la estrategia más factible según nuestro análisis es la participación de la animación en varios concursos.

En segundo término está la estrategia de la exhibición en un canal televisivo que tenga el capital simbólico que nos beneficie, puesto que la estadística de los entrevistados mostró un interés significativo en este término.

Estrategia para el campo de la producción

La animación mostrada como demo reel, la posibilidad de obtener reconocimiento es una segunda instancia con la incidencia de los egresados por su desempeño en el medio laboral, durante la etapa de prueba, aunque existe la excepción de que el reconocimiento sea inmediato por medio de un demo reel extraordinario.

Estrategias a implementar

Partiendo de las conclusiones a las que se llegaron a través del análisis de las entrevistas. Las estrategias a elegirse por su factibilidad son principalmente la participación en concursos y la presentación de la animación como demo reel.

Otra estrategia que queda relegada pero no descartada, es la exhibición de la animación en un canal cultural.

Los resultados obtenidos en la investigación de campo corroboran en su mayor parte lo planteado en el protocolo del décimo trimestre con base en el marco teórico elegido, lo que revela un acierto en dicha elección y en la interpretación hecha al mismo, confirmando el aprendizaje.

Casas Productoras

· CUADRO POR CUADRO

Director: Jorge Edmundo Pérez Monroy
 Convento de Acolman #25 (guía Roji 56-4-c)
 Col. Jardines de Santa Mónica
 Tlalnepantla
 C.P. 54050 Edo. de México

Tel.: 53 61 60 28

Fax: 53 97 80 46

· **PROMO DIGITAL**

Director general: Gustavo Gou Cano

Circuito científicos # 36-1 (guía Roji 69-1-c)

Cd. Satélite

C.P. 53100 Naucálpán Edo. de México

Tel.: 55 72 39 19

Fax: 55 72 39 19 ext. 102

promodigital@mail.com

www.promodigital.com

· **FARRÉ PRODUCCIONES**

Director general: Juan Farré

Cholula #1515

Col. Maria Luisa

C.P. 64040 Monterrey, Nuevo León

Tel.: (8) 3 40 75 19

jfarre@farreproducciones.com

· **ATAVISA PUBLICIDAD**

Director General: Atalo Mata

Cerrada de Chiapas 40 «f» (guía Roji 96-1-e)

Col. Roma

C.P. 06700 México D.F.

Tel. 55 74 84 24

Fax. 58 84 37 04

· **LUMINANCIA**

Director: José Antonio Vidafía

Etla 15 (guía Roji 96-2-d)

Hipódromo Condesa

C.P. 01640 México D.F.

Tel: 52 72 90 37/52 73 19 79

mail@luminancia.com

· **CA ENTERTAINMENT**

Director: Lic. Jorge Guerrero Yunes

Montecito #38 oficina 12 piso 18 (guía Roji 96-3-d)

Col. Nápoles

C.P. 03810 México D.F.

Tel. / Fax: 54 88 09 89 / 54 88 24 98 / 54 88 09 98

· **CENTRO VISUAL EDUCATIVO**

Presidente: Lic. Manuel J. Larrea R

Torres Adalid #707-602 (guía Roji 96-3-d)

Col. Del Valle

C.P. 03100 México D.F.

Tel.: 56 69 23 83 / 55 43 23 94

Fax: 56 69 04 93

· **RAMM PRODUCTIONS**

Director general: Carlos Miranda

Av. Revolución 728 (guía Roji 96-5-b)

Nonoloapan, Mixcoac

C.P.03700 México D.F.

Tel.: 56 15 40 55

Fax: 55 50 85 56

· **OLLIN STUDIO**

Director: Diego Von Dorrer

Porfirio Díaz #39 (guía Roji 96-5-c)

Col. Noche buena

C.P. 03720 México D.F.

Tel.: 55 63 67 42

· **APPLE BOX**

Director: Francisco Torregrasa / Marco García / Eduardo Gurrola

San Francisco 1420 int. B (guía Roji 96-4-d)

Col. Del Valle

C.P. 03100 México D.F.

Tel.: 55 75 67 22 / 55 75 65 50

Fax: 55 75 25 99

· **VIDEO PRODUCCIONES MEXVER, S.C.**

Director: Ing. Armando Mejía Lavalle

Fresas 44 (guía Roji 96-5-d)

Col. Del Valle

C.P. 03100 México D.F.

Tels.: 55 75 02 25/55 59 29 17

digifilm@prodigy.net.mx

· **VISIOGRÁPHICS**

Director: Mario Novieló Gandolfo

Cerrada de Félix Cuevas #52 (guía Roji 96-6-d)

Col. Del Valle

C.P. 03100 México D.F.

Tel.: 55 59 03 69/55 75 60 21

Fax: 55 75 50 31

· **CINEFEX**

Director: Tomás Farkas

Luz Saviñón #502 (guía Roji 96-3-f)

Col. Del Valle

C.P. 03100 México D.F.

Tel.: 55 36 54 37 / 55 36 54 38

Fax: 56 87 01 45

· **COCINA ECONÓMICA VIDEO**

Pablo Corkidi

Tajín 139 int. 4 (guía Roji 96-3-f)

Col. Narvarte
C.P. 03020 México D.F.
Tel./Fax: 55 19 52 50
mgrafica@intranet.com.mx

· **AVV ANIMACIÓN 3D**

Director: Jorge de Valdés Franco
Luz Saviñón #13 int. 902 (guía Roji 96-3-f)
Col. Del Valle
C.P. 03900 México D.F.
Tel.: 55 43 47 43 / 55 43 43 95

· **GRUPO SONOLÓGICA SCUB**

Socios directores: Rodrigo de Burgos K./ Miguel Ángel González L./ Emilio Torres V./ Carlos A. Tenreiro
La quemada #319 (guía Roji 97-2-a)
Col. Narvarte
C.P. 03020 México D.F.
Tels.: 56 69 00 99/55 36 95 46

· **ARTE CINE VIDEO MARIO LUNA**

Director: Mario Luna
Canarias 204 (guía Roji 97-6-a)
Col. Portales
C.P. 03300 México D.F.
Tel. y Fax: 56 72 55 02

· **FENTÓN Y ASOCIADOS**

Director: Juan Fentón
Calz. de los leones #198 (guía Roji 109-1-a)
Col. Los Alpes
C.P. 01010 México D.F.
Tels.: 55 93 06 94 55 93
Fax: 55 93 46 67
fenton@prodigy.net.mx

· **GRETEL, S.A. DE C.V.**

Director de animación: Emilio Ramos
Cóndor 187 (guía Roji 109-1-a)
Col. Los Alpes
C.P. 01010 México D.F.
Tel.: 55 93 93 17
Fax: 56 60 19 48
emilio@gretel.com.mx
gretel@mpsnet.com.mx

· **CITY**

Director General: Jaime Langarica
Av. Santa Catarina 267 (guía Roji 109-2-a)
Col. San Ángel Inn
C.P. 01060 México D.F.

Tel.: 56 16 75 50
city@compaq.net.mx

· **NEW ART DIGITAL**

Director general: Demetrio Bilbátua
Altavista No. 140 (guía Roji 109-3-a)
Col. San Ángel Inn
C.P. 01000 México D.F.
Tel.: 56 16 40 00

· **BEATS AND BYTES**

Mercaderes #68 A (guía Roji 109-1-c)
Col. San José Insurgentes
C.P. 03900 México D.F.
Tel.: 55 93 54 30 y 54 46

· **ANIMÁTICA**

Director: Luis Ortiz
Iglesia #2 torre E despacho 901 (guía Roji 109-5-a)
Col. Pedregal de San Ángel
C.P. 01090 México D.F.
Tels.: 55 50 45 75/55 50 68 64
Fax: 56 16 26 52
animatic@mail.internet.com.mx

· **JS FILMS**

Director: Jorge Sánchez de la Barquera
Cda. Reforma #41 (guía Roji 109-2-e)
Col. Del Carmen Coyoacán
C.P. 04100 México D.F.
Tel.: 56 59 81 19
Fax: 55 54 65 43

· **POST STUDIO**

Director: Jorge Sánchez de la Barquera
Cerrada Reforma 41 (guía Roji 109-2-e)
Col. Del Carmen Coyoacán
C.P. 04100 México D.F.
Tel.: 56 59 81 19
Fax: 55 54 65 43

· **SEPROVI POST & RENTAS**

Director: Raúl Villanueva
Gerente general: Alejandro Villanueva
General Anaya # 303-B (guía Roji 109-2-f)
Col. Del Carmen Coyoacán
C.P. 04100 México D.F.
Tel.: 56 58 14 42/56 58 62 68
seprovi@yahoo.com.mx

· **DIGITAL TOONS**

Director: José Antonio Nicoli
Priv. Cuauhtémoc #10 (guía Roji 108-6-d)
Col. San Jerónimo Lídice
C.P. 10200 México D.F.
Tel.: 56 89 13 69
info@digitaltoons.com.mx

· **IL PRODUCCIONES**

Director general: Lic. Jorge Ruiz Sánchez
Cda. del convento #48-A C-1 (guía Roji 122-6-c)
Col. Santa Úrsula Xitla
C.P. 14420 México D.F.
Tel.: 56 55 15 88/56 13 55 98

· **EXPRESIONES Y CONCEPTOS**

Director general: Jorge Ruiz Sánchez
Cerrada del convento 48 A oficina D
(guía Roji 122-6-c)
Col. Santa Úrsula Xitla
C.P. 14420 México D.F.
Tels.: 55 13 55 98 /56 55 15 88
Fax: 56 55 15 88

· **DIDAXIS**

Directora de producción: Lic. Tere Costa C.
Cerrada de trigales #18 (guía Roji 123-3-e)
Col. Granjas Coapa
C.P. 14330 México D.F.
Tel.: 56 03 83 30
Fax: 56 73 35 94
didaxis@prodigy.net.mx

· **INDUSTRIA 3 FILM & POST**

Director General: Willy Sousa
Monte Camerún #212 (guía Roji 82-5-e)
Col. Lomas de Chapultepec
C.P. 11000 México D.F.
Tel./Fax: 55 40 10 03

· **IDEAS EN MOVIMIENTO**

Director: Jorge Landa
Paseo de las palmas #755-302 (guía Roji 82-5-e)
Col. Lomas de Chapultepec
C.P. 11000 México D.F.
Tels.: 55 20 01 13/52 02 81 44
Fax: 55 20 45 49
ideasmov@prodigy.net.mx

· **ADVOX**

Director comercial: Alejandro Margaona
Ignacio Zaragoza #8 (guía Roji 95-3-d)

Col. Lomas Altas
C.P. 11950 México D.F.
Tels.: 52 59 69 04 y 67 09
Fax: 55 70 38 24
contact@advox.com.mx
www.advox.mx

· **ANIMA POST**

Director: Ricardo Padua
Carretera México Toluca 1725
Local A-25 (guía Roji 95-5-a)
Col. palo alto
C.P. 05110 México D.F.
Tels.: 55 70 57 35
Fax: 55 70 99 62
aimo@animapost.com

· **KINOGLAZ FILM & VIDEO**

Rafael Rivera G. / Jorge Villela
Cuvier 61 (guía Roji 83-4-c)
Col Nueva Anzures
11590 México D.F.
Tel. /Fax: 52 55 31 25
kinoglaz@terra.com

· **FLASHBACK**

Director de Producción: Gonzalo García
Kepler #166 (guía Roji 83-4-c)
Col. Anzures
C.P. 11590 México D.F.
Tel. /Fax: 52 50 40 99/55 45 17 31

· **ÁNIMO**

Director: Miguel Vicencio Estrada
Bahía de todos los Santos 5 (guía Roji 83-4-d)
Col. Verónica Anzures
C.P. 11300 México D.F.
Tel.: 52 50 49 20
sincronia@infosel.net.mx

· **VIRGYN**

Gilberto Amézquita
Liverpool 17 (guía Roji 83-5-e)
Col. Juárez
C.P. 06600 México D.F.
Tels.: 55 46 98 89/55 46 01 13
Fax: 55 46 94 14

· **VIDEO AUDIO Y POSTPRODUCCIÓN**

Director: Ricardo Álvarez
Campos Eliseos 98-a (guía Roji 83-5-b)
Col. Bosques de Chapultepec

C.P.11580 México D.F.
Tel.:52 50 97 67
Fax: 55 31 64 69

· FICTION

Escot Evans/Raymundo Osorio
Thiers #100 (guía Roji 83-5-c)
Col Anzures
C.P. 11590 México D.F.
Tels.:55 45 40 90/52 50 16 78
Fax; 55 45 40 90
fiction1@netservice.com.mx

· GRUPO DE LEÓN

Presidente honorario vitalicio: Joaquín De León Manilla
Leibnitz #189 (guía Roji 83-5-c)
Col. Anzures
C.P. 11590 México D.F.
Tel.:52 50 69 69

· CIBERFILMS

Digital film director: Javier Gutiérrez
Operations manager: Susana Jacques
Pachuca 1-201 (guía Roji 83-6-c)
Col. Condesa
C.P. 06140 México D.F.
Tel. y Fax: 52 86 18 55
contacto@ciberfilms.com
www.ciberfilms.com

· 4MOTIONS STUDIO

Coordinador general: Luis Ernesto Treviño
Río Guadalquivir 38-902 (guía Roji 83-5-d)
Col. Cuauhtémoc
C.P.06500 México D.F.
Tel.:52 08 03 66/52 07 87 36
Fax: 52 07 87 32
info@4motions.com
www.4motions.com

· DIGITAL FILMS & VIDEO

Director General: Ulises Hinojosa
Av. Chapultepec #405 (guía Roji 83-6-d)
Col. Juárez
C.P. 06600 México D.F.
Tel.:52 07 24 89
Fax: 52 07 24 29

· PIXEL

Luis Miguel Jiménez Márquez
Guanajuato 53-01 (guía Roji 83-6-e)
Col. Roma

C.P. 06700 México D.F.
Tel.:52 19 30 93
Fax:52 19 38 64
pixel@axtel.net

· TALENTO

Director General: Francisco Outón
Director Jorge Torres
Tonalá #59 Col. Roma (guía Roji 83-6-e)
C.P. 06700 México D.F.
Tel.: 52 08 65 67

· COMPUTER GRAPHICS

Director: José Kuri
Álvaro Obregón 151-103 (guía Roji 83-6-e)
Col. Roma
C.P. 06700 México D.F.
Tel.:55 33 01 26
ppkuri@yahoo.com
www.computergraphicsmex.com

· DREAM FACTORY

Presidente: Ricardo Moss
Pomona #50 (guía Roji 83-6-e)
Col. Roma
C.P. 06700 México D.F.
Tel.: 55 33 05 24
Fax: 55 33 09 83

Concursos

Retomando lo investigado, fue realizada una investigación más amplia de concursos en los cuales pudiera participar nuestro cortometraje animado, con el criterio de que dichos concursos tuvieran categoría de animación 3D, principalmente; además se trató de conseguir videos de los cortometrajes ganadores de dichos concursos, con el propósito de investigar y analizar en qué se basaron los jueces para premiarlos.

Otro criterio de selección fue que las convocatorias y fechas límite estuvieran dentro de nuestra fecha de entrega para inscribir el corto en este año.

Conclusiones de los Concursos

Fueron una gran cantidad de concursos encontrados, aunque se presentaron diversos problemas al seleccionarlos, ya que en varios

casos no se encontró convocatoria para este año, otros no mencionan si tienen categoría de animación 3D, o si sólo están enfocados a la tradicional (2D).

Encontrar videos de los cortometrajes premiados también fue un gran problema, pero se consiguieron los más posibles.

Finalmente se encontraron una buena cantidad de concursos viables entre los que sobresalen "Pantalla de cristal", de México, en el que además cuenta con una buena cantidad de categorías en las que podría participar.

La Historia

Al incursionar en el campo de la animación, como estudiantes que desarrollamos una animación, vemos en los concursos una agencia sancionadora viable y determinante para obtener el reconocimiento.

Los concursos son un mecanismo utilizado por compañías de animación con gran experiencia en el ramo, por profesionales independientes y por estudiantes para obtener de esta manera prestigio o una forma de reconocimiento.

Antes de escribir nuestra historia vimos como un paso muy importante, el análisis de animaciones que fueron ganadoras en diversos concursos para determinar cuáles fueron los elementos necesarios al escribir una historia, para ganar uno o varios concursos específicos y de esta manera obtener el reconocimiento.

El análisis se dividió en dos apartados: La historia y el nivel técnico.

Al nivel de la historia se basó en los principios Aristotélicos más relevantes (tema, tópicos, fábula, premisa, etc.).

Al nivel técnico, el análisis se basó en los doce principios de la animación. Sin embargo, al tratarse de una animación en 3D se tomó en cuenta también, la calidad de la luz, texturización y modelado.

Historias Propuestas

Considerando el análisis de las animaciones, en el que se encontró que la mayoría carecía de carácter narrativo, prevaleciendo las

anecdóticas, y queriendo romper con lo convencional decidimos realizar una historia que destacara el factor narrativo para que de este modo, pudiera sobresalir de entre las demás y dando como resultado acrecentar nuestras probabilidades de obtener algún premio.

De acuerdo a lo que hemos aprendido en nuestra carrera, parte de nuestro trabajo es que el contenido de nuestros mensajes enriquezca la experiencia del espectador, por lo tanto las historias que inicialmente se plantearon tenían como requisito que partieran de una premisa y que no fueran simplemente anecdóticas.

Sin embargo, la variedad en la temática de las historias presentadas nos dificultó establecer un criterio de selección con el que pudiéramos decidir que historia ejecutar. Por lo tanto, se descartaron todas las historias realizadas y se decidió proponer otras en cuya fábula se incluyeran de una u otra forma los tópicos de la enajenación y/o la guerra (aunque no necesariamente una guerra armada; podía ser una guerra comercial, cultural, etc.).

De las historias propuestas varias cumplían los requisitos para su realización, pero de acuerdo con el tiempo requerido para la realización y de las exigencias de calidad para lograr el nivel de concurso internacional que buscamos, decidimos tomar una de las historias del trimestre anterior, que contaba con los mismos requisitos para ahorrar tiempo en ciertas fases del desarrollo de la misma y poder poner mayor atención a los detalles que permitieran un mejor resultado final.

Historias

1. POSIBILIDADES

Vemos a un hombre que se encuentra en una bifurcación del camino, el hombre está observando las señales que dicen a donde va cada camino, pero están incompletas. La pantalla se divide en dos y vemos al hombre que va a uno y a otro lado mientras el color del hombre que va en cada uno de los lados de la pantalla cambia de manera diferente dependiendo de la elección que tomó (también pueden cambiar otras cosas de su aspecto, por ejemplo se vuelve más gordo).

En cada uno de los lados, se vuelve a encontrar con otra bifurcación, entonces la pantalla se divide en cuatro y vemos en cada una de las partes al hombre siguiendo diferentes caminos y cambiando de manera distinta cada vez. Las divisiones se multiplican hasta que es imposible distinguir que sucede en cada una y vemos que la cámara se aleja y que las diferentes

divisiones se convierten en un fractal, la cámara se aleja todavía más y vemos que el fractal es una fibra que forma parte de la estructura de una calavera (con fondo rojizo), al alejarnos más nos damos cuenta de que la calavera pertenece a un feto que está en un útero.

2. ¿GOL??

Un padre de familia está sentado frente al televisor observando entusiasmado un partido de fútbol; a su lado (aproximadamente a dos metros) está su hijo que practica trucos bastante complejos con su pelota, el niño le habla a su papá para que lo vea, pero su padre está demasiado entretenido como para mirarlo o contestarle, en eso su papá toma una expresión de tensión y dice: ¡Vamos muchachos!

Nuevamente se relaja y se acomoda en su sillón mientras mira y escucha detenidamente el partido (inicia música zamba).

Dentro del partido hay un jugador que se destaca haciendo jugadas individuales mientras el comentarista dice frases bastante tontas elogiándolo, por fin el jugador hace un disparo hacia la portería del equipo contrario; por su parte el niño también patea su pelota. (Dentro del partido) el balón se dirige a la portería.

El papá de un salto se pone de pie. (Fuera del partido) la pelota del niño se dirige a la televisión. (Dentro del partido) el portero hace un gran esfuerzo para intentar alcanzar el balón.

El padre se lleva las manos a la cara. (Fuera del partido) la pelota del niño está cerca de golpear contra la televisión. (Dentro del partido) el portero está cerca de tocar el balón.

El papá hace una mueca ridícula de ansiedad. (Fuera del partido) la pelota apaga la televisión y solo vemos la pantalla apagada (todo se oscurece y se corta de tajo la música de zamba).

Sólo se escucha: ¡¡¡lárgate de aquí!!! (sonido del rebote de una pelota).

3. EL JUEGO

Un adulto de entre 40 y 60 años, bien vestido, juega ajedrez con un niño pobre, el niño comete errores en cada turno, con lo que el adulto se come todas sus piezas haciendo mucho alarde de ello.

En una jugada el niño deja descubierta su reina e inmediatamente el adulto utiliza su torre para comérsela sin darse cuenta de que hay peón detrás de la reina con el cual el niño se come a su torre.

El hombre se asombra y se molesta, queriendo desquitarse del niño utiliza la otra torre para comerse al peón, pero esto deja la torre a merced de un caballo con lo que el niño se come a la otra torre.

El hombre se enfurece y tira todas las piezas contra el niño que sale huyendo mientras el hombre le avienta también el tablero con el cual lastima al niño que huye más aprisa.

El hombre se queda llorando de rabia y tristeza y se pone a recoger todas las piezas poniéndolas en su caja.

4. UNA MONEDA

Se encuentra una señora de aspecto elegante dentro de su auto apurada por llegar a un destino pero el tráfico se lo impide; por mirar el reloj, se le cruza otro auto y ya no puede pasar, la luz roja del semáforo la detiene, grita y pega al volante, así que decide quitarse el último tubo enchinador que tiene en su copete, saca el maquillaje y comienza a pintarse los párpados de los ojos ella se está viendo por el retrovisor, mientras lo hace voltea un poco la mirada y ve a un niño de siete años aproximadamente encima de otro malabareando tres pelotas, es un niño de la calle disfrazado de payaso, él la ve, tiene cara de ternura y le sonríe, comienza a girar las pelotas más rápido, imagina que le da una moneda y corre hacia el puesto para comprar aquella torta que tanto ansia. Tiene bastante hambre.

Ella también comienza a dormir despierta y le llega rápidamente un pensamiento en donde ella le regala una moneda, el niño le dice adiós alegremente mientras ella se va alejando, entonces aparecen otros dos niños un poco más grandes y le quitan esa moneda, su padre del niño los ve y los aleja con murmullos y gestos de enojo y les quita la moneda a ellos también, el niño se la pide a su padre y ya no se la da así que lo toma del brazo con fuerza y se va caminando con él, caminando un poco por la vereda detiene al niño y lo sienta en la banqueta con gestos murmullos y ademanes de que no se mueva de ahí, él se sienta asustado y se le ve la cara triste con un acercamiento, pasan pocos segundos y al alejarse la cámara se ve que ya es de noche y sale su papá borracho acompañado de dos personas que lo tiran y lo golpean, el niño al tratar de defender a su papá uno de los señores lo toma del brazo y justo cuando le va a pegar la señora despierta por un dedo que le toca el hombro varias veces pidiéndole una moneda, ella se lo niega y se va.

El niño con tristeza ve alejarse a la señora en su auto, pero escucha un silbido y al voltear ve una mano saliendo de otro automóvil un poco extraño con una moneda en la mano, no le toma importancia y alegremente corre hacia allá y justo cuando va a tomar la moneda sale otra mano que lo toma y lo

sube al carro con fuerza, el trata de evitarlo, y de un golpe es subido al auto, mientras que este se va alejando rápidamente.

La moneda cae al piso rodando hacia la banqueta, mientras pasa la gente tranquilamente.

5. EL PERVERTIDO

Se observa una pared de un edificio de una unidad habitacional con anuncios de niñas perdidas, a lo lejos se oye una niña que se acerca hacia nosotros pero desenfocada de la pared.

En un auto a las espaldas de la pequeña un hombre la observa, con un gesto de satisfacción comienza a bajar del auto, da un portazo, está anocheciendo, la niña asustada comienza a correr, da vuelta en un edificio, el hombre corre con desesperación al dar la vuelta al edificio se percata que no sirve el alumbrado público en ese andador, comienza a buscar a la niña entre los autos estacionados, en eso escucha un ruido a sus espaldas, al voltear se percata que hay unos botes de basura, se acerca a ellos, atrás se encuentra a su víctima sentada en el piso con la cabeza agachada entre sus piernas, temblando de terror, suplicando en su interior no ser vista, él sonrfe morbosamente ante la desgracia de su víctima...

FINAL 1

En ese momento sorpresivamente levanta su rostro la niña, no es precisamente una niña ante el se descubre una figura espectral que grita ante él, no es cualquier anima, es una de las niñas de los boletines, al darse cuenta el de esto comienza a aferrarse de su brazo izquierdo lo traiciona el corazón, cae muerto ante la mirada impávida de la niña, la cual comienza a caminar alejándose al mismo tiempo que se desvanece.

FINAL 2

En ese momento temblorosamente levanta su rostro la niña, es sonrfe con placer al ver el pánico de la niña, sorpresivamente ese rostro se transforma en una figura fantasmagórica él comienza a aferrarse de su brazo izquierdo lo traiciona el corazón, cae muerto, la niña se desvanece, y su espíritu vuelve al aviso de extraviada que esta en la pared a sus espaldas.

FINAL 3

En ese momento sorpresivamente levanta su rostro la niña, no es precisamente una niña ante el se descubre una figura espectral que grita ante él, al darse cuenta el de esto comienza a aferrarse de su brazo izquierdo lo traiciona el corazón, cae muerto ante la mirada impávida de la niña, y su espíritu vuelve al aviso de extraviada que esta en la pared a sus espaldas.

6. ESPECIES

Al principio aparece un dinosaurio comiendo y de repente se presenta una gran explosión —que se entendería que es el catadismo que acabó con esa especie— arrastrándolo violentamente. Después aparecerá la primera especie humana y en la esquina de la pantalla aparecerá también el año, el nombre de la especie y el número de individuos. Estos humanos primitivos desaparecerán por la era glacial.

Aparece otra especie humana posterior, el año y el número de individuos; estos desaparecerán por la aparición de otra especie más fuerte...

Después se verá un año futuro muy lejano y aparecerá el hombre, y de fondo se verá un sol inmenso que poco a poco acaba con la vida en el planeta.

7. HABLA

En una misma pantalla se verán seis acciones simultaneas cada una en un pequeño recuadro. En cada recuadro se ve a una persona triste, solitaria y desamparada caminando por la calle o acostada en su cama o en alguna situación similar, nerviosas y demacradas. La intención de cada una es suicidarse, cada una de forma distinta a las demás (una se corta las venas, otra se ahorca, otra se dispara con una pistola, otra ingiere pastillas, otra se arroja de un puente peatonal, etc.). En el clímax de la escena aparecerá un mensaje escrito que diga:

Cada 40 segundos se comete un suicidio en algún lugar del planeta. En estos ____ minutos han muerto 6 personas. Muchos no lo harían si tan sólo tuvieran alguien con quien hablar.

Después de este mensaje aparecerá una sola escena en la pantalla completa en donde se verá a una persona dialogando con la que intentaba suicidarse ofreciéndole su ayuda y saludándola.

8. BEBÉ ÁNTRAX

Un bebé está acostado en su cuna, se escucha la voz de la mamá hablando con el niño, diciéndole que no se preocupe, que ella tendrá que salir pero que ya va a llegar la nana que solicitó a la agencia, suena el timbre y la mamá se despide del bebé con un beso, (nunca vemos el rostro de la mamá, solamente parte de su cuerpo que se atraviesa por la cámara y cuando se despide del bebé vemos un over shoulder desde el punto de vista de la mamá), la mamá va a abrir (fuera de cámara) y después de saludar a la nana le da instrucciones, mientras tanto el bebé está entretenido con sus juguetes cuando de pronto se hace popó en los pañales y hace un gesto de asco voltea hacia la puerta del

cuarto y extiende la mano y hace algunos sonidos tratando de llamar a su mamá, pero ella no lo escucha y le da la última instrucción diciendo «regreso en una hora no vayas a abrirle la puerta a nadie y no confíes en ningún extraño», el bebé hace una expresión de aceptación ante esta última aseveración de la mamá, la nana le dice a la mamá (con un acento extraño), «sí señora», la puerta se cierra y vemos desde un punto de vista del bebé cómo la nana entra (es una mujer inmigrante de piel y cabello oscuros) y dice «que bonito bebé, no te preocupes voy a cuidarte en lo que tu mamá regresa» (el bebé hace un gesto de enfado) la nana prende la televisión en una telenovela, se acerca al bebé y al hacerlo se percata del olor del pañal, dice «uuff, este bebé necesita una limpiadita», comienza a cambiarlo y lo limpia, agarra un pañal limpio y busca en una mesita sin encontrar lo que está buscando, le dice al bebé, «espérame tantito voy a traer el talquito de mi bolsa» la nana sale y el bebé patatea, entonces en un corte informativo la tele hace mucho escándalo, el bebé voltea a ver la tele y comienzan a pasar una noticia acerca de los ataques terroristas con ántrax, el locutor hace constantemente alusión al «polvo blanco», subiendo el tono de la voz cada que lo dice, el bebé comienza a espantarse con la voz del locutor que cada vez más histérico dice «y aquí están unas fotos del terrorista», y muestra una foto de un talibán, el niño se fija atentamente en los rasgos de la foto, entonces hace una expresión de duda y en su mente comienzan a dar vueltas las ideas de las últimas palabras de la mamá, las palabras del locutor, el bote de talco, la foto de la televisión y el rostro de la nana, entonces se queda pensando en el rostro de la foto y en el de la nana, entonces le quita la barba al talibán y le hace crecer el pelo y el rostro queda igual que el de la nana, el bebé se asombra y se asusta al imaginarse a la nana echándole talco y él muriendo de antrax, entonces escuchamos la voz de la nana que dice, «no te desesperes mi amor ya voy», el bebé con gran temor emplea todas sus habilidades para bajarse de la cuna y corre a esconderse, la nana comienza a gritar alarmada, y dice «el bebé, ¿dónde está?», comienza a buscarlo hablándole, «nene ¿a dónde te fuiste?», el bebé se espanta aún más y se mete en un closet, la nana lo sigue buscando y se acerca al lugar donde el bebé está escondido, el bebé retrocede y tira una caja de zapatos de la cual sale una pistola, el bebé la mira y la recoge, al hacerlo su rostro cambia y cobra mayor confianza, la nana se acerca a la puerta del closet, el niño escucha los pasos y mira la sombra debajo de la puerta, levanta con trabajo la pesada pistola y apunta en dirección de la puerta, la nana abre despacio la puerta del closet el niño está observando y comienza a apretar el gatillo, desde el punto de vista de la niñera vemos como abre por completo la puerta, se escucha un disparo y la nana se queda congelada y después se desploma muerta y vemos al niño parado sosteniendo la pistola tembloroso mientras respira agitadamente y muestra los ojos abiertos por la angustia y comienza a sonreír de manera siniestra.

Historias de Guerra y/o enagenación.

1. DESPUÉS DE LA GUERRA

Un hombre está sentado en medio de una habitación oscura. La expresión de su rostro tiene una sonrisa, el hombre cierra los ojos y su sonrisa se hace más expresiva, entonces recuerda como disparaba su arma sin ton ni son en un campo de guerra.

Cuando abre sus ojos observa que sus manos tienen sangre y los vuelve a cerrar.

Ahora recuerda que tiene una granada en sus manos y la avienta hacia una casa la cual explota en pedazos.

Abre los ojos mientras sigue sonriendo aunque ahora está sudando.

Cierra nuevamente los ojos, en ésta ocasión aparece de pie y tiene una pistola en sus manos, en el piso hay un hombre mal herido. Se dispone a darle el tiro de gracia. Cuando abre los ojos se ríe como un auténtico tonto, se dirige hacia la puerta y se da cuenta que no la puede abrir.

Se enciende una luz y la habitación está forrada de colchones. Es una clínica psiquiátrica, él ha terminado loco.

2. AMOR DE TELEVISIÓN

Dentro de una flamante pasarela se encuentra una mujer rubia modelando, despampanante y simpática, con medidas únicas (90, 60, 90), cabello quebrado, ojos claros, tez apañada (bronceada), rasgos finos, con un lunar gris sexy (arriba de la boca) largas piernas y gran maquillaje; luce un bikini color cyan, zapatillas azul rey y un sombrero grande hecho de palma, se escuchan sonidos de cámaras fotográficas (flashes) y multitud de aplausos; ella, camina al ritmo de la música «moderna» del momento: electrónica, house, dance o pop; a su lado y al mismo tiempo camina descalzo un hombre galán y carismático, fornido, lampiño, bronceado y rubio; él modela un traje de baño verde pegado con un grande bulto en la parte genital, una chaqueta de piel corta con borrega y unos lentes oscuros, dan una vuelta en el centro de su trayectoria y siguen caminando, mientras al fondo se ve la firma del diseñador delante de un inmenso espejo; al llegar a la esquina del pasillo dan una vuelta de nuevo y toman una pose, sonrían y se coquetean el uno al otro, se dan un beso en la mejilla. De pronto, justo al separarse, a la mujer rubia se le empieza a alisar y oscurecer el cabello a negro, su tez bronceada cambia a blanca y de su bello cuerpo comienzan a salir lonjas por

todas partes: del estómago, de los brazos, de las piernas; los pechos y las nalgas se hacen flácidas, en las piernas comienzan a salir vellos, los ojos se hacen pequeños y de su rostro comienzan a salir pecas, los cachetes y la papada crecen, el lunar se hace más grande y con vello; se da cuenta que el hombre la ve con aspecto de terror pero él también está cambiando, su altura igual que el miembro se vuelve pequeño, le sale una pequeña barriga, mientras que comienza a adelgazar, y de su pecho y piernas comienza a salir vello, se miran horrorizados y gritan mientras miran en el suelo el disfraz, el sonido de la música se detiene mientras comienzan a oírse murmullos, ellos voltean a todas partes, alguien suelta la carcajada y se vuelven entre sí y vuelven a gritar, corren al final del pasillo y al verse en el espejo se desmayan.

Se despiertan, todo era un sueño, se encuentran frente a un negocio de televisores, voltea «la gorda» hacia la derecha y «el chaparro» hacia la izquierda y nuevamente sueltan un grito de horror, pero poco a poco éste la cara de horror se va convirtiendo en tristeza, se miran de nuevo y sueltan un suspiro mientras los dos viran en caminos diferentes con gran melancolía mientras corre una lágrima de su mejilla (se divide la pantalla). Cada uno va camino diferente, mientras escuchan las campanadas de una iglesia, comienzan a ver su reloj (al mismo tiempo), recuerdan algo importante, corren mientras la pantalla hace una transición a negro.

Se vuelve la pantalla dividida en dos y se ve como cada uno entra en su respectivo apartamento velozmente la encienden, cambian de canales, hasta que encuentran ese canal que les gusta, besan la televisión y se ve en la TV de ella a un actor de telenovela, mientras él ve la porrista de un partido de fútbol americano, (mismos personajes que se encontraban en sus sueños), voltean la mirada hacia abajo, y hacen un gesto tristemente con la cabeza (como diciendo no).

3. MARIANA EN EL PAÍS DE LAS MARAÑAS

En un día soleado y caluroso, en un jardín a la orilla de un río se encuentra una niña que aburrida descansa en la hierba. De pronto con gran estrépito cruzo delante de ella un conejo blanco de ojos rosados que con gran prisa dijo «-Ay, Ay Dios mío - pero que tarde es-», Alicia sorprendida siguió al conejo que presuroso se metió en una madriguera. Sin pensarlo Alicia entro en la madriguera en donde sorprendida por lo oscuro que estaba, cayo en un hoyo el cual no parecía tener fin, en ese momento escucho una voz senil y temblorosa no diegética que le decía

«-Mariana, me podrías traer un vaso con agua, y esta respondió, si abue-», Mariana deja su lectura y sale de la habitación donde se encontraba su abuela escuchando un radio con música de los 30's. La decoración de la casa es estilo Art. Nouveau de los 40's. Mientras tanto afuera se escucha un ruido

de motores de avión, que se incrementa poco a poco, desde la calle se vislumbra una formación de bombarderos de la segunda guerra mundial que arrojan hileras de objetos que zumban al caer. En la habitación donde está la abuela se escucha un estruendo y de pronto un televisor rompe el techo y cae encima de la abuela de Mariana desapareciendo de la escena; la tele de aspecto antiguo se enciende sola y después de un poco de estática aparece un sujeto, Mariana regresa al cuarto con un vaso con agua, tímidamente dice, ¿abuelita donde estas?, de pronto algo llama su atención en la televisión. Este es el momento en que el sujeto presenta como programa estelar el cuento clásico de "Alicia en el país de las maravillas". Mariana asombrada arroja el vaso con agua y se sienta encima de su libro a ver la TV.

Alicia al llegado al fondo del túnel y se encuentra extrañada del lugar, está todo oscuro y no sabe que hacer, a lo lejos ve al conejo blanco que corre hacia un vestíbulo el cual está lleno de puertas. Ella se dirige hacia el, y al llegar ha entrado el conejo en una de ellas bastante peculiar. Esta puerta deja ver en su interior, una gran plaza comercial donde todo es brillante, lujoso, adornado con arbustos y rosas blancas, y lleno de aparadores que exhiben productos. Ella trata de entrar por la puerta pero es demasiado estrecha para su cuerpo, se extraña de esto y comienza a desesperarse, de pronto una sonrisa se aparece enfrente de ella, la cual la sorprende al ver como se completa un gato a partir de esta, el gato le dice que si desea entrar tiene que beber de un refresco mágico, el cual al instante aparece en la mesa en forma de una lata de cola. Ella sin pensarlo lo acepta por el anhelo que tiene de entrar. Al beberlo una música pop surge y Alicia se envuelve en destellos y adquiere una figura delgada y alta. Ahora con su nuevo aspecto entra a disfrutar de la plaza comercial. Dentro es interceptada por una elegante flor que le ofrece cosméticos y servicios que presumen de mejorar su apariencia al cambiarle el color de cabello a rubio y maquillarla; Mariana acepta el servicio y su cabello y rostro son mágicamente pintados. Ella se observa en un aparador contiguo fascinada con el resultado.

Se hace una toma de frente a Mariana mostrando que ahora se ve diferente, ella tiene a un lado un frasco de tinte y su cabello está opaco, enmarañado y de color mostaza, y su rostro quedó como pan enharinado con boca de payaso.

De regreso al país de las marañas, ella sale de otra tienda despidiéndose del sombrerero, adulando su nuevo estilo; de nuevo se regresa a la toma de ella frente al televisor, y es mostrada con colores chillantes y sin composición.

De regreso al país de las marañas, es inducida por otro personaje (el gusano) al vicio del cigarro y al alcohol, de regreso a la toma de ella frente al televisor (la realidad), la vemos bien

borracha en una atmósfera llena de humo, con botellas y cigarrillos tirados por todo el lugar.

4. EN EL CAMPO

En un verde campo vuela una mariposa, una vereda lo atraviesa, en medio de esta aparece un niño con un cántaro de agua despreocupado, repentinamente se detiene algo brilla entre el pasto al niño lo intriga se acerca, conforma va avanzando se esclarece ante el una bayoneta, comienza a correr para tomarla, justo un paso antes de tomarla, se oye una explosión el niño sale volando cae su cuerpo mutilado de las piernas, ha pisado una mina antipersonal...

5. POR SER UN SOLDADO DE VERDAD

Por una vereda camina un niño lleva una vara que imagina que es una ametralladora y avanza estrepitosamente como si realmente estuviera librando una batalla disparando hacia las piedras simulando que son enemigos agasapados entre la hierba, acercándose al final a ellos a rematarlos en eso al llegar a dar muerte final a uno de ellos ve a unos pasos un casto oxidado y un fusil, se emociona y corre hacia ellos emocionado, casi al llegar se oye un estruendo grita mientras que sale volando envuelto en sangre su cuerpo cae sin piernas mientras que el se desmaya retorciéndose en su propio dolor y sangre...

6. ¿MIEDO AL MEDIO ORIENTE?

Un pequeño ve en la televisión imágenes de un mundo con odio, cólera, envuelto en dolor y sangre un rasgo distintivo gente con ciertos rasgos color de piel, barba, facciones determinadas, dicen que son el enemigo y que ha que tener cuidado de ellos, tocan el timbre, corre a ver quien pone un banco para ver por el ojo de pescado; es un hombre similar a los de la tele. Van por el lo asesinará como a los de la tele corre a la recámara de sus padres, saca el arma del buró su padre tiene las balas en una caja dentro del mismo cajón, "vamos el es muy pequeño para saber como cargarla" repetidas veces le contestó su padre a su madre cuando le decía que debía tener más cuidado con el niño. Con su manos de apenas 7 años y recordando tantos programas en donde hacen uso de las mismas, carga el revolver, con tan solo 2 balas mientras que el timbre toca con más insistencia el desesperado corre se pone de frente a la puerta toma la pistola y dispara justo debajo de la mirilla, cae del impacto, su madre a dos departamentos platica con la vecina, al oír el estruendo sale corriendo se asoma al pasillo y ve tumbado en el suelo al repartidor de pizzas en un charco de sangre, junto con la caja que ella había encargado, la mira hasta que sus ojos quedan en blanco...

7. ILLUTIO.

Vemos la panorámica de un pueblito rural, en un acercamiento a las afueras del pueblo vemos un par de niños en unos columpios jugando; mientras lo hacen, comienzan a escuchar el sonido de unos motores de avión y la música de las Valquirias, los niños interrumpen su juego y buscando la procedencia del sonido ven a lo lejos que se aproximan unos aviones en formación. Los niños se ven entre sí extrañados y vuelven a mirar los aviones.

Mientras tanto vemos en el interior de uno de los aviones, la carga son bombas que comienzan a moverse para ser arrojadas, en otra toma vemos como las bombas comienzan a caer. Los niños se asustan y corren hacia el pueblo, una bomba está cayendo en una trayectoria encontrada con la de los niños. Uno de los niños tropieza y el otro lo ayuda justo a tiempo para evitar la bomba que se entierra en el suelo pero no explota. Otras bombas caen en el pueblo, una rompe una estatua de un héroe indefinido, otra cae en un puesto donde venden maíz y nopales, otra cae en un telar y otra en donde hay ollas de barro. Todas hacen algunos destrozos pero ninguna explota.

Volvemos a donde están los niños que aún temerosos ven la bomba y se acercan solo un poco, en ese momento un mecanismo de la bomba hace que ésta se abra, los niños se asustan y retroceden. De la bomba sale una televisión robótica que se enciende. Lo mismo ocurre con todas las otras bombas.

Un locutor comienza a hablar diciendo que por fin ha llegado lo que todos esperaban, les dice que no tengan miedo y que se aproximen a la pantalla, cuando los niños se acercan aparece en la pantalla una espiral que los hipnotiza e inmediatamente después un comercial de hamburguesas. Mientras esto ocurre escuchamos el sonido de un tanque, vemos la oruga del tanque que avanza; al abrir la toma vemos que nota de un tanque de guerra convencional, pues no está camuflado si no que tiene propaganda de una cadena de hamburguesas. El tanque se instala junto a una laguna y comienza a succionar el agua y comienza a arrancar con unos brazos robóticos unos nopales de una nopalera cercana, entonces escuchamos procesos de maquinaria dentro del tanque mientras vemos como se mueven algunas partes externas del mismo, también vemos los deshechos que el tanque arroja al aire y tierra. Una vez terminados sus procesos el tanque se transforma desplegándose como una tienda de hamburguesas y mostrando un anuncio espectacular que dice «Hamburguesas 100% nacionales» y que muestra a un niño a punto de dar una mordida a una hamburguesa, los niños corren a comprar; hacemos un corte y vemos los envases de refrescos y hamburguesas vacíos tirados en el piso y los niños tirados también junto a la televisión con las barrigas infladas, en ese momento la tele comienza a pasar anuncios de bebidas alcohólicas, de cigarrillos, películas de guerra y vemos cómo

alrededor del pueblo comienzan a llegar más tanques y helicópteros que traen tiendas que venden esos productos.

Transcurrido el tiempo vemos que el pueblo es ahora una pequeña ciudad y que el medio ambiente está devastado y que ya no hay recursos. Vemos que los tanques comienzan a levantarse e irse, vemos un piloto en un avión que recibe una orden por la radio, él contesta «enterado», acciona un interruptor y comenzamos a escuchar la música de las Valquirias mientras vemos el mecanismo de las bombas dentro del avión que comienza a funcionar de nuevo.

8. EL EDÉN

Partimos del close up de una manzana, abrimos la toma y vemos a Adán recargado en una piedra mirando la nubes, mientras tanto Eva recoge unas flores; de pronto se percata de que algo se mueve en unos arbustos, curiosa se acerca a investigar que es, entonces de los arbustos sale una televisión que en su pantalla muestra estática, después muestra las barras de calibración de color previas a la programación, Eva llama a Adán y cuando éste llega la televisión comienza a mostrar comerciales haciendo alusión a una gran variedad de productos hechos con manzanas; a Adán y a Eva se les antojan las manzanas y voltean a ver el árbol de manzanas. Hacemos una elipsis y vemos el árbol sin manzanas y hacemos un acercamiento a un montoncito de centros de manzana tirados en el suelo mientras cae uno más; entonces se escucha un trueno y todo se nubla y oscurece, Adán y Eva se muestran temerosos. Hacemos una transición y vemos a Adán y a Eva que salen desterrados del paraíso hacia un paraje inhóspito (un desierto muy caluroso), ellos entonces llegan hasta una piedra y se sientan en ella, Eva comienza a llorar y Adán la consuela, en eso les sale nuevamente la televisión que les comienza a mostrar toda clase de anuncios y mientras lo hace empiezan a aparecer productos (de todo tipo) alrededor de ellos, entonces vemos sus rostros que se alegran. Hacemos un corte y vemos a Adán y a Eva ataviados estrafalariamente (Adán con traje de buzo, una raqueta en una mano y una lap top en las piernas y Eva con un abrigo un celular y joyas por todos lados y con plastas tremendas de maquillaje, ambos rodeados de toda clase de artefactos comerciales) mirando fijamente la televisión pero ahora con caras de hastío y en una posición de cansancio. Es entonces cuando con gran entusiasmo la televisión les muestra un comercial de un Spá que se llama Edén diciendo: “¿cansado de la agitación de la vida moderna?, venga a disfrutar de un paraíso en Spá el Edén. Entonces Adán y Eva furiosos comienzan a corretear a la televisión (Eva con un palo de golf y Adán con telescopio) entonces la televisión queda acorralada y observa temerosa a sus agresores, vemos un close up de la pantalla temblorosa, se escucha un golpe y se apaga la TV.

Historia Elegida

Existe una gran variedad de géneros entre las animaciones premiadas.

Las de mayor presencia, son las animaciones anecdóticas, es decir, aquellas que muestran cualquier situación sin necesariamente querer transmitir algún mensaje específico y que generalmente tiene un propósito cómico.

Por otro lado también encontramos animaciones narrativas, las cuales consisten en historias que transmiten un mensaje específico, que se puede estructurar en forma de premisa.

Otra categoría es la de las animaciones de carácter abstracto, que son las que desarrollan meramente una experimentación plástica de los medios 3D.

Por último encontramos la aplicación de la animación con fines científicos, en la experimentación y creación de modelos para la mejor comprensión de teorías o fenómenos.

De las anteriores en la que centramos nuestro interés es en la categoría de la narración, ya que creemos que es uno de los géneros en los cuales podemos desarrollar más ámbitos del diseño como un arte liberal, es decir, percibiendo una situación humana sacarla de su contexto y dar una opinión a través de la creación de una historia, con el propósito de generar una reconsideración por parte del espectador, del tópico de la historia e incidir positivamente en la sociedad.

Para decidir la narración se discutieron con detenimiento las cualidades de cada una de las historias, determinando cuales tenían una estructura narrativa mejor elaborada, y transmitían un mensaje de mayor calidad a nuestro juicio.

El Concepto de Diseño y los Personajes

Consiste en lograr una representación estilizada de la realidad, por medio de la alteración de las proporciones del cuerpo humano; en la cual exista un “realismo” en las consecuencias de los actos de los personajes, también se busca desarrollar una estilización en la plástica visual y no en el movimiento, pero sin distorsionarlas a tal grado que pierda su cualidad humana llegando a ser un humanoide, no deseamos perder la solidez de los personajes, es decir, sin recurrir al a la exageración, ni al estiramiento y el encogimiento. No queremos personajes

caricaturescos relacionados con la comedia, con el objetivo de obtener una mayor coherencia con el género trágico.

En el caso de los ojos, consideramos que por medio de la exageración del tamaño de éstos, obtendremos mayor expresividad y también podemos mostrar el grado de humanismo de los personajes, es decir que, a mayor tamaño de ojos mayor grado de humanismo y en la ausencia total de los ojos, menor humanismo. Respecto a la complexión de los personajes necesitamos generar un estilo que nos permita transmitir la idea de fragilidad y vulnerabilidad.

Los objetos y el entorno tendrán una proporción natural y se integrarán los personajes a él valiéndonos de la igualdad de las texturas, colores e iluminación que se les aplicarán a todos los elementos, esto con el fin de no dar la idea de que los personajes son ajenos a su entorno.

Los personajes tienen en común que son vulnerables física y psicológicamente y están vulnerados de diferentes maneras por la situación que están viviendo, perdiendo su personalidad que se diluye en el entorno. Esto se expresa en la complexión de los soldados por la que necesitan usar vestimentas muy elaboradas que los protejan. En la niña se refleja en su dependencia afectiva con el muñeco.

Diseño particular de cada personaje

Niña Jhoan: necesitamos que el rostro de la niña sea suficientemente expresivo y que por medio de sus ojos muestre su inocencia y humanismo; su complexión deberá mostrar vulnerabilidad y deberá estar acorde a la situación en la que vive, al igual que su semblante, ropa y cabello (éstos deberán hablar del pasado de la niña).

Soldado Dieter Dietrich: en el caso del soldado al igual que la niña su complexión deberá denotar vulnerabilidad que será atenuada por medio de la ropa y aditamentos para la guerra, con el fin de dar a entender que su fortaleza radica en su arma y uniforme. El tamaño de los ojos que serán más grandes que los de todos sus compañeros, pero más chicos que los de la niña.

Muñeco (Nonó): en cuanto al muñeco, necesitamos que el público sienta empatía por él, por lo que no deberá ser grotesco, sino por el contrario el muñeco deberá mostrar una estructura redondeada con extremidades cortas y redondas; deberá ser tierno mas no meloso (empalagoso), que muestre una hechura casera que transmita la idea de que el muñeco tiene una historia relacionada con la vida familiar de la niña.

Escuadrón: el grupo de soldados será relativamente homogenizado, en cuanto a que no tendrán ojos y mantendrán la misma complexión que el soldado Dietrich, no obstante en el caso del sargento tendrá características de un hombre insensible, enérgico y corrupto.

La apariencia y los uniformes de los soldados deberán ir de acuerdo a la situación en la que están por lo que se verán sucios desalineados y sombríos.

Concursos

De los cerca de 100 concursos de cine, video y animación iniciales se hizo una primera elección basándonos en criterios que favorecían a los concursos que tuvieran categoría de estudiantes y/o de animación, con lo cual el número se redujo a 40 concursos que cumplen con alguno de los requisitos, de entre estos seleccionamos 5 basándonos en el criterio de que la fecha límite de recepción de las animaciones, coincidiera con nuestra fecha límite de entrega del trabajo y que tuvieran además una categoría de animación 3D, pues consideramos que al competir en concursos no especializados en 3D o en otras categorías se disminuye nuestra posibilidad de obtener un reconocimiento, porque los criterios del jurado se diversifican.

Los concursos seleccionados son a nivel nacional: Pantalla de Cristal y Expresión en corto, y a nivel internacional: Ottawa International Student Animation Festival, Animamundi (Brasil) y el Festival de animación en Vancouver.

Estos 5 concursos son los que consideramos adecuados para participar, sin embargo no descartamos la posibilidad de participar en alguno de los 35 restantes.

Story Board

Se conoce como story board, una serie de imágenes fijas, elaboradas a través de medios artísticos, que permiten un acercamiento al montaje de una historia, en el se describen las acciones de cada escena, debe mostrar los encuadres que van a emplear las cámaras, la duración de las tomas, los cuadros clave o key frames (en el caso de una animación), los dialogos de las escenas y cualquier otra indicación que sea útil.

Animatic

Es utilizado para tener una previsualización de las tomas.

En este es donde se contemplan las acciones de los personajes así como el movimiento de cámaras, con la finalidad de dar una idea aproximada de lo que serán las acciones principales y el timing dentro de la animación final.

Texturización

Este es un proceso que se emplea en animación 3D, que nos permite aplicar texturas, ya sea bidimensionales procedentes de una fotografía o de un mapa de bits generado en alguna aplicación de gráficos por computadora, o bien, tridimensionales generadas por los mismos programas de animación 3D.



Iluminación

Es un proceso en el cual se eligen las cualidades de las luces que van a iluminar los escenarios y a los personajes de acuerdo al requerimiento plástico visual de la obra. Para lograr los efectos de iluminación deseados se emplean distintos tipos de luces, que pueden ser ambientales (luz de día), focales (spot light), de relleno, etc.

Render

Es una de las etapas finales de los proyectos de animación asistida por computadora, en ella la aplicación hace el cálculo de todos los elementos que intervienen en la toma animada (movimiento, efectos, texturas, imágenes, etc.), y la convierte a un formato adecuado para su proyección en cine o video, en tiempo real.

Resultados

Nuestra intención para este trimestre, era usarlo para animar, renderizar y post-producir. Sin embargo al hacer los ejercicios de animación para la entrega final del trimestre pasado nos percatamos de problemas en el set-up del cuerpo de los personajes

y que por nuestra inexperiencia en su momento nos parecieron fáciles de resolver. Aunado a esto, todavía faltaba modelar las expresiones faciales de los 6 personajes, el modelado de la ciudad, así como la iluminación y texturización de todo lo anterior.

La corrección de set-up y el modelado de expresiones faciales nos consumieron tres cuartas partes del trimestre, mientras que el modelado de la ciudad, la texturización y la iluminación rebasó el tiempo del trimestre.

En base a los conocimientos que habíamos adquirido de las clases creíamos dominar el programa Maya por lo que realizamos un calendario a solicitud del profesor, el cual resultó muy ingenuo pues pensábamos que el proceso de creación sería más rápido, en este calendario planteábamos aproximadamente dos semanas para terminar el set-up y comenzar a animar, lo cual nos llevaría a otras dos semanas entre las que tendríamos tiempo de hacer una presentación para correcciones y una presentación definitiva de animación; posteriormente dos semanas de texturización y una de iluminación, tres semanas de render, dos semanas de postproducción; incluso pensábamos que la postproducción se podría realizar en una semana y tendríamos una semana de colchón en la cual podríamos resumir el reporte y dar los retoques convenientes o modificaciones a la animación. Quizá sobre decir que, después de la primera semana ya habíamos roto el calendario.

Nunca pensamos en que el programa Maya tuviera tantas variables, ni en el tiempo que nos tomaría aprender lo suficiente para realizar la animación que teníamos pensada. A esto se añade que en el sistema que se emplea para enseñar en la carrera de diseño gráfico una gran parte del aprendizaje se obtiene empíricamente y este empirismo es fomentado por la mayoría de los docentes. Esto da como resultado el desperdicio de recursos valiosos (tiempo y esfuerzo) sobre todo tomando en cuenta el sistema trimestral de la U.A.M.-X.

Debido a los objetivos que estaban planteados en el programa del décimo trimestre entre los cuales se menciona que los alumnos deberán escoger un concurso para meter en él su animación; consideramos que perdimos tiempo valioso analizando los mecanismos de reconocimiento, tiempo que se podía haber utilizado para la realización del proceso de animación y tener una agenda menos pesada. Tomemos en cuenta que para poder realizar el proyecto con la complejidad que alcanzamos (y que creemos necesaria para lograr el objetivo de la obtención de

reconocimiento) fue necesario emplear el tiempo de la huelga (al igual que los de proyecto de «Diferente») así como tres periodos de recuperación (tomando en cuenta el apoyo de realización en décimo).

Ahora sabemos que nuestro conocimiento es de lo más básico, probablemente no se pueda aprender o enseñar más que esto en un año de proyecto terminal, sobre todo respetando los protocolos establecidos y el tiempo que hay que dar a las otras materias que acompañan al proyecto.

Así que como era de esperarse cometimos toda clase de errores, los cuales tuvimos que resolver acudiendo a la ayuda del programa y recordando nuestras clases básicas de los tutoriales y los ejemplos con las esferas, pues el equipo con el que cuenta la escuela no soporta archivos mas pesados.

De hecho se armaron computadoras pensando que tendrían la capacidad suficiente para trabajar con facilidad el programa, pero nos tuvimos que enfrentar con incompatibilidades entre el software y el hardware que resultan frustrantes, lo que nos lleva al factor humano ya que en la carrera no nos habíamos enfrentado a un trabajo que requiriera tanto de nosotros.

Por lo que con cada nuevo problema la moral del equipo decaía y buscábamos pretextos para evadirnos de la responsabilidad. Además para que la animación pueda tener la difusión que nosotros pretendemos fue necesario comprar la licencia del programa Maya.



ARMA DEL SOLDADO DIETRICH

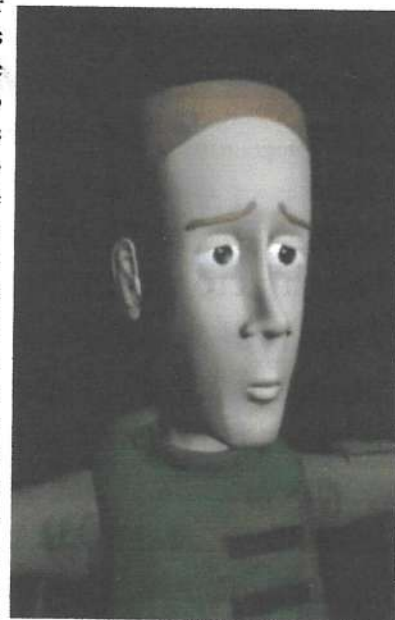
La demanda de tiempo del proyecto fue un factor determinante. La inversión de este varió conforme al interés de los integrantes y sus posibilidades. Las jornadas de trabajo variaron según las etapas del proyecto, comenzando con un promedio de seis horas diarias en días escolares y después se decidió reunir todos los equipos de cómputo y tener un centro de trabajo para poder coordinarnos con mayor eficiencia.

Esto trajo beneficios, pero también redujo las horas de trabajo hábiles a un promedio de cuatro horas diarias. En la última etapa, al ver los tiempos reducirse el trabajo tuvo que incrementarse de 10, 12, 16 y hasta 18 horas diarias con el fin de alcanzar nuestras metas.

Estas variantes en la dedicación del proyecto en parte se debió a la fatiga, hastío y a la frustración de trabajar empíricamente con un programa con una curva de aprendizaje como se ve el Maya.

Otro problema con el que se trabajó fue la planeación y logística con lo que caímos en varios errores que atrasaron el trabajo posterior.

Muchos de los problemas a los que nos enfrentamos nos obligaron a echar por los suelos muchas de las propuestas que habíamos planteado para el proyecto, tal es el caso de el uso generalizado de texturas acuareleadas, que se vio restringido en su mayor parte a los edificios y objetos del entorno, pero para los personajes se requería un nivel de detalle que nos impidió realizar con acuarelas un mapa de bits que estéticamente resultara acorde a nuestras expectativas, así que optamos por acentuar un realismo estilizado en las texturas que se puede apreciar en la totalidad de la animación, pero sobre todo en los personajes, y entre ellos el mayor detalle facial corresponde a Johan (la niña).



Otro aspecto para el que nos faltó tiempo y conocimiento fue el uso de partículas, directamente en la animación o en post-producción.

Los personajes aún tienen algunos problemas en el set-up, que tuvimos que disimular en los casos que fue posible, y que tendremos que resolver para meter la animación a concursos, sobre todo tuvimos problemas serios con el uso de «fillets» para su uso en los hombros o en las piernas, pues sufrían deformaciones que no supimos como evitar, de manera que resolvimos modelar

por completo el costado de los personajes, donde parte del torso forma una sola pieza con el brazo, las piernas de los personajes son también una sola pieza, en particular la niña fue la más problemática, y la que mantiene el mayor reto en cuanto a resolver deficiencias en la falda y suéter, para ella empleamos un esqueleto especial con costillas y una especie de crinolina para cada pierna, aún así en ciertas poses extremas se sigue traspasando la falda. También en cuanto a la niña tuvimos que resolver el gateo en parte importante de la historia, para lo que tuvimos que desarrollar movimientos especiales y el hecho de que por lo mismo sus brazos solamente están embonados al cuerpo. Los lugares donde mantuvimos el uso de «fillets» fueron las coyunturas de los dedos, las botas de los soldados, y los párpados de dos de los personajes.

Nunca se nos advirtió el problema del tamaño de los archivos, es decir, la cantidad de geometría para que la animación



SOLDADO
Y GENERAL



fuera óptimamente manejable, y solo se nos aconsejó al respecto una vez que nos enfrentábamos al problema, ese fue el caso del tanque que sale al principio, y los edificios, en ambos casos se procuró un alto detalle el cual resultó en mega archivos que aún optimizados aumentaron los tiempos a la hora de estructurar la ciudad y animar a los personajes *in situ*, la totalidad de las tomas fueron realizadas en escenarios de bajísima resolución lo cual causó problemas de logística y la necesidad de readaptar la animación al importar los personajes animados a la escena definitiva.



En cuanto a las texturas uno de nuestros mayores problemas fue la creación de cabello para la niña y para Dietrich, el soldado principal, el problema se debió a la incapacidad de realizar una transparencia total en un material «blinn», necesario para que el cabello tuviera reflejos coherentes con la iluminación, el problema consistía en que maya mantenía un borde opaco en el filo de la geometría al usar un mapa de bits, aparte de que en partes donde debería haber transparencia el material generaba reflejos, esto se trató de resolver con un layered shader sin



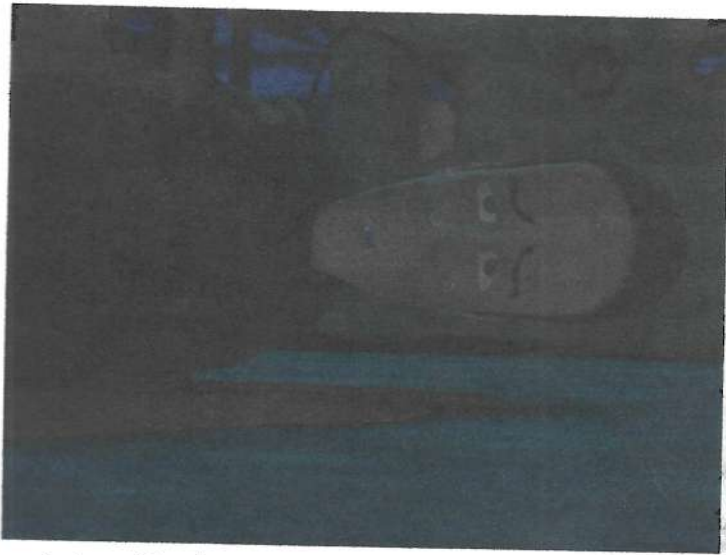
DIETRICH AGONIZANDO



DIETRICH PREPARANDOSE PARA
DISPARAR.



JOHAN ABRAZANDO A SU MUÑECO



DIETRICH DESANGRÁNDOSE

del material, este material se aplicó a varios pares de planos intersectados a lo largo de su eje longitudinal. El efecto se logró al animar colores incandescencia valores de intensidad del *glow* en el shader, y la visibilidad y escala en la geometría, pero como no podían faltar las complicaciones, resulta que por motivos que aún no podemos discernir, en algunas escenas el efecto se rendiera de manera correcta y en otras no, obviamente hemos revisado los valores de los shaders, de las geometrías, las opciones de render de ambas tomas y no hemos hallado que es lo que cause la mal función.

resultados positivos, la transparencia la resolvimos con una rampa pues fue la única forma que encontramos para que maya no dejara el filo opaco, sin embargo esto nos impidió darle al cabello un contorno interesante, el reflejo inoportuno lo resolvimos con un mapa de reflectividad. Para el color del cabello empleamos cabello real escaneado para la niña y fotografiado para el soldado, en ambos casos fue necesario el retoque digital. Una parte donde logramos un uso apropiado del layered shader fue en el rostro de la niña, con lo que logramos la apariencia de humedad en los labios, el tanque y el jeep fueron otros objetos donde fue aplicada la misma técnica para lograr una apariencia oxidada, en el caso de los juegos del parque un efecto similar se consiguió con un material sencillo con bump mapping y texturas propias de Maya.

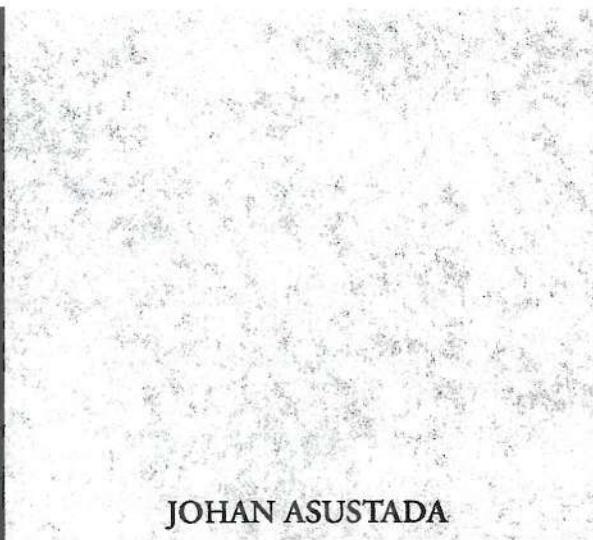
Otro problema con las texturas estuvo relacionado con la logística y con el enrutamiento deficiente de los mapas de bits no solamente por factores humanos sino también por bugs en el programa mismo.

En la iluminación se tuvieron problemas para emplear luces de relleno, por la cantidad de elementos que intervienen en cada toma, para los cuales era una tarea talachuda el establecer la vinculación de los objetos con las luces, también la conversión del formato rgb a ntsc fue una ardua labor.

Los efectos especiales (los disparos) se realizaron con un material blinn al cual se le añadió un mapa de transparencia, un mapa de intensidad y el efecto *glow* propio

JOHAN BUSCANDO ALIMENTO





JOHAN ASUSTADA

NONÓ EN EL SUELO Y MANCHADO
DE SANGRE



Bibliografía:

- Grijalbo. *Diccionario enciclopédico*. Ediciones Grijalbo SA de CV. 1986. España.
- Bourdieu, Pierre. «Cosas dichas». Editorial GEDISA. 1996. España.
- Andión, Eduardo. «Pierre Bourdieu y la comunicación social». UAM-X. 1999. México.