



FACULTAD DE COMUNICACIÓN
CARRERA DE MULTIMEDIA Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

CINE AMBULANTE DE ANIMACIÓN

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos
para optar por el título de:

Licenciada en Producción Audiovisual
Mención en Animación Interactiva

Profesor Guía
Miguel Ángel Baquerizo

Autora
Clara Varea
2010

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el/la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

.....

Miguel Ángel Baquerizo
Artes Digitales: Animación – Multimedia
100284014 - 6

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

.....

Clara Varea
171023556 - 3

AGRADECIMIENTO

Este proyecto fue realizado gracias al impulso y la colaboración de mi hermano Jorge Varea quien fue mi asistente de producción; a la disposición y los ánimos en todo el proceso de Belén Ribadeneira, mi madre; a las personas que participaron en la realización de las animaciones: Miguel Durango, Nicolás Dávila, Carlos Larrea, Cristina Franco, Emilia Albán, Juan Valencia, Alfonso y María Cuscagua; a la guía gráfica y teórica de mi tutor Miguel Baquerizo; y a todos los que han estado cerca a lo largo de toda mi carrera, mi familia, mis profesores y mis compañeros.

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo a todos los estudiantes de animación o artes visuales en general, que les sirva de referencia ésta que es una de las muchas formas en las que podemos difundir nuestros proyectos dentro de la ciudad y, porqué no, en las demás provincias. Pretendo dar un incentivo al desarrollo de la producción nacional de dibujos animados.

RESUMEN

El proyecto consiste en la muestra ambulante de cortometrajes animados, trabajos realizados por estudiantes, los mismos que fueron expuestos en una proyección gratuita en parques y plazas públicas. El objetivo principal es mostrar al público material audiovisual fresco, novedoso y hecho en su país, por lo tanto, hablado en su propio lenguaje y compartiendo su misma identidad cultural; dando paso así, además al desarrollo de la producción y difusión de trabajos realizados por animadores nacionales.

Se ha hecho una recopilación y una selección de animaciones de varios estudiantes de distintas universidades. Se han elegido trabajos con diferentes temáticas y técnicas pero todos aptos para ser mostrados públicamente a espectadores de todas las edades.

El resultado ha sido una respuesta positiva, tanto por parte de la gente que ha participado en la muestra, como por parte de la gente que ha asistido a las proyecciones. Lo que demuestra que éste es un proyecto viable para seguir realizándose o incluso hacerlo a mayor escala, por medio del cuál se pueden transmitir distintos mensajes que llegarían eficazmente a la gente; así podrían tratarse temas de interés comunitario, promoviendo el desarrollo cultural de la población; y por otro lado, se podrían conseguir auspiciantes que a la vez de publicitar cualquier tipo de proyecto estarían impulsando la industria y producción local de animaciones.

ABSTRACT

The project is about make an ambulant projection of animation short films, the free exhibition of works done by students of the city in parks and public squares. The main objective is to show to the public audiovisual material fresh, new and made in their own country, therefore, spoken in their own language and share the same cultural identity, thus leading also to the development of production and dissemination of work done by national animators.

It has collected a selection of animations of several students from various universities. Works have been chosen with different themes and techniques but all are eligible to be shown publicly to viewers of all ages.

The result has been a positive response, both by people who have participated in the sample, as by the people who attended the screenings. Which shows that this is a viable project to pursue its activities or even do in a larger scale, through which one can convey different messages to reach people effectively, and could be issues of the community, promoting cultural development of the population and on the other hand, it could get sponsors to both publicize any type of project would promote industry and local production of animations

Introducción	1
Capítulo Uno: El arte urbano.....	3
1.1 El grafiti	4
1.2 El teatro callejero.....	4
1.3 Cine en la calle	5
1.4 Publicidad de guerrillas o marketing radical.....	6
Capítulo Dos: La Animación.....	7
2.1 Historia de la Animación	7
2.2 Dibujos animados en el Ecuador	8
2.3 Técnicas de animación	10
2.3.1 Animación Tradicional	10
2.3.2 Dibujos Animados Computarizados	11
2.3.3 Animación Bidimensional	12
2.3.4 Animación Tridimensional	13
2.3.5 Animación Corpórea o Stop - Motion	13
2.3.6 Rotoscopía	14
2.3.7 Animación con Figuras Recortadas o Cut – Out	15
2.4 Procesos en la animación.....	16
2.4.1 El storyboard	16
2.4.2 El guión	16

2.4.3 El animatic.....	17
2.4.4 La caracterización o diseño de personajes	17
Capítulo Tres: El rol del espectador	17
3.1 El proceso de recepción	18
3.2 La exhibición	19
3.3 La constitución del público y sus determinaciones	19
3.4 La televisión y los nuevos modos de consumo	19
Capítulo Cuatro: Glosario.....	21
Capítulo Cinco: Propuesta	22
5.1 Formulación del proyecto	22
5.2 Objetivos	23
5.2.1 General	23
5.2.2 Específicos.....	23
5.3 Estudio de viabilidad.....	24
5.3.1 Beneficios Personales e Institucionales	24
5.3.2 Factibilidad Técnica.....	25
5.3.3 Factibilidad Organizativa	25
5.3.4 Factibilidad Social y Cultural	25
5.3.5 Factibilidad Económica	25
Capítulo Seis: Producción del material audiovisual	26

6.1 El mensaje de los grillos	26
6.1.1 Técnica.....	26
6.1.2 Procesos	26
6.1.3 Software	26
6.2 El bus de cada día.....	27
6.2.1 Técnica.....	27
6.2.2 Procesos	27
6.2.3 Software	28
6.3 Amanecer	28
6.3.1 Técnica utilizada.....	28
6.3.2 Procesos	29
6.3.3 Software	29
Capítulo Siete: Recopilación de cortometrajes	29
7.1 Investigación	29
7.2 Publicidad.....	30
7.3 Selección.....	30
Capítulo Ocho: Investigación para la proyección.....	31
8.1 Aspectos metodológicos.....	31
8.2 Estudio Financiero.....	31
8.2.1 Lista de gastos	32

8.3 Permisos	37
Capítulo Nueve: Ejecución del Proyecto	37
9.1 Fórmula para realizar las encuestas	38
9.2 Formato de la encuesta	39
9.2.1 Análisis de las encuestas	41
Capítulo Diez: Resultados	47
10.1 Conclusiones	47
10.2 Recomendaciones	48
Bibliografía	49
Anexos	52

Introducción

En Ecuador tenemos una cultura audiovisual muy escasa. El cine es una industria que recién comienza a abrirse campo y la televisión tiene pocos programas nacionales de índole cultural.

Siendo el lenguaje audiovisual un muy buen recurso de comunicación, con facultades de abarcar un contenido completo y enfatizar en el análisis, resulta eficaz promover la cultura por este medio. El alcance que tiene es de un público muy amplio ya que hasta los niños lo entienden y la variedad de temas que se pueden tratar es también muy grande.

Pasar reportajes o documentales culturales por la televisión resulta caro y poco efectivo ya que no hay muchos espacios ni horarios específicos para éste tipo de material. Una forma práctica de difundir videos culturales es por medio del cine, pero el porcentaje de gente que asiste es muy bajo.

De aquí surge la idea de mostrar los videos en lugares públicos, este proyecto de tesis se centra en demostrar la posibilidad de un medio de difusión audiovisual itinerante, inclusivo y gratuito; y brinda la oportunidad no solo de crear nuevos espectadores que no tienen acceso a salas de cine si no también de difundir trabajos independientes de estudiantes o aficionados que necesitan un espacio para mostrar sus realizaciones.

Se desarrollaron tres cortometrajes animados para la muestra, utilizando algunas de las técnicas de animación más utilizadas a lo largo de la historia de las caricaturas. Se proyectaron junto con otros trabajos de estudiantes que fueron seleccionados de una recopilación de animaciones que se hizo convocando a la gente a través de publicidad por Internet. La exhibición se realizó en parques y plazas del sector de Sangolquí, mostrando a la gente producciones de calidad que hacen referencia a nuestra propia cultura.

Para la investigación se revisaron libros y artículos sobre arte contemporáneo, animación y cultura audiovisual. Se realizó un estudio financiero para comprobar que la proyección de muestra era viable y factible. También las técnicas y las historias de las animaciones se definieron posteriores a la investigación del procedimiento para algunas técnicas y conceptos del lenguaje de las artes visuales. Además se hizo un estudio de la respuesta por parte de los espectadores ante la exhibición.

1 El arte urbano

El arte urbano, también denominado arte callejero, describe a todo el arte expresado en la calle, en lugares públicos; muchas veces de forma ilegal. El término viene de la traducción de la expresión en inglés *street art*.

La práctica de presentar espectáculos en lugares públicos existe desde hace muchos años, desde la pantomima practicada en la antigua Grecia, por ejemplo, la música y el baile de los espectáculos públicos romanos, o el canto y la poesía de los trovadores provenzales de la edad media; casi cada una de las formas de expresión artística tiene su propia historia por separado del origen de su estilo como arte urbano, pero un elemento muy determinante es el grafiti, que es como se denomina a la pintura en paredes, generalmente hecha con pintura en aerosol. Hoy en día existen muchas formas de expresión artística en la calle.

El arte en la calle se ha desarrollado en diversas ciudades de todo el mundo, entre las principales están las ciudades de Londres, Barcelona, Berlín, São Paulo, Buenos Aires, Bogotá y Toronto. Últimamente el movimiento de arte callejero en el país ha crecido en forma considerable; existen payasos, mimos, grupos de teatro, de danza; hay mucha gente que se dedica a la pintura mural o al grafiti; y también se hacen festivales de cine en la calle, presentaciones de documentales o trabajos audiovisuales independientes.

Como el arte callejero se presenta en lugares públicos y generalmente muy transitados, es común que pretenda sorprender a los espectadores y tener un mensaje bastante llamativo; muchas veces puede ser un mensaje subversivo que critica a la sociedad o a la política, un mensaje que invite a la reflexión; sin embargo, existen actualmente artistas que intervienen en el espacio público contratados por empresas y su presentación tiene objetivos comerciales o publicitarios.

1.1 El grafiti

En la última etapa de los años sesenta, varios grupos de jóvenes norteamericanos, de barrios marginales como el Brooklyn o el Bronx, expresan su desacuerdo con las estructuras sociales, políticas y económicas del sistema a través del famoso grafiti, que se trata de la pintura en las paredes de los espacios públicos (tapias, vallas publicitarias, andenes, túneles y vagones de metro). El grafiti también era una marca que afirmaba la existencia e identidad de grupos minoritarios despolitizados e indiferentes al *establishment*.

Jean-Michel Basquiat fue un pintor estadounidense de Brooklyn - Nueva York que en su juventud junto con Al Díaz, se introdujo en el mundo del graffiti, a finales de los años setenta. Luego trabajó junto a Andy Warhol y fue una figura exponente del *Pop Art*. Muchos músicos y artistas de la época compartieron su afición por la música rock, por el *breakdance* y el rap, y llevaron a cabo performances, filmes *underground* y grafitis.

1.2 El teatro callejero

El espectáculo callejero es tal vez la forma más antigua de teatro, en las obras de la actualidad se puede observar la herencia de sus orígenes como ceremonias religiosas, por ejemplo. Esta forma de expresión cultural cambia la costumbre de presentar obras de teatro en una sala cobrando una entrada, y en lugar de esto realiza presentaciones públicas y gratuitas, a las que la gente se acerca de manera espontánea. Esto se hace con la idea de llevar el arte al pueblo. Así, en un lugar diferente, sin las condiciones estructurales del teatro convencional, se expanden y cambian, además, las técnicas teatrales.

Hacen teatro de la calle tanto artistas independientes como grupos de teatro profesionales, una de la virtudes de ésta forma de hacer teatro es que la gente que no podría haberse permitido nunca asistir a un espectáculo de teatro tradicional, puede presenciar un espectáculo en la calle.

Los espacios en donde se lleva a cabo esta actividad son generalmente sitios al aire libre y con un gran tránsito de personas, pueden ser lugares como parques, plazas, calles peatonales, bulevares, paseos públicos o centros comerciales. Éste nuevo estilo es muy común en algunas ciudades como Bogotá, Buenos Aires, Madrid, Valencia y Sevilla entre otras.

1.3 Cine en la calle

La tecnología que existe actualmente ha permitido que también se realicen proyecciones de video públicamente. Hoy en día existen festivales de cine en la calle con proyecciones en óptimas condiciones técnicas, en los poblados más apartados.

Se realizan exhibiciones de filmes en campañas con fines progresistas y humanistas, realizadas por organizaciones estatales o privadas, como el proyecto CNA, siglas de *Cinéma Numérique Ambulant*, por ejemplo, que es una asociación francesa que realiza un cine itinerante en África con temas de información sobre la salud o la lucha contra la pobreza, el cine al aire libre proyecta películas populares africanas junto a mensajes de UNICEF.

El objetivo del CNA es mostrar a las poblaciones más remotas, es decir, en aquellos lugares donde no hay distracciones ni radio ni televisión, en fin, mostrarles sus propias películas: películas de África. La gente aquí está realmente interesada en nuestras películas, no solamente porque carecen de muchas distracciones, sino también porque las películas que proyectamos y los temas que debatimos son problemas que ellos mismos experimentan todos los días.¹

También tenemos giras de documentales, como la que están realizando justamente en éste año Diego Luna y Gael García de Canana Films en colaboración con Cinépolis y el Festival Internacional de Cine de Morelia.

¹ Dolan, Sabine, 2006, http://www.unicef.org/spanish/infobycountry/niger_30623.html

La gira anual de documentales "Ambulante" fue puesta en marcha como un espacio que permite comprender la complejidad del espacio que nos rodea, a través de la búsqueda de estructuras para que mediante el diálogo y la opinión pública, se logren romper los paradigmas que limitan la comprensión del otro. (...) Pretenden que "Ambulante" logre la descentralización del cine documental en México, presentar los diferentes matices de este género, impulsar la producción del cine documental.²

En el país tenemos desde 1999 el festival de Cine en la Calle que nace “con el objetivo de proyectar cine al aire libre, transformando ciertos espacios de la ciudad en salas de cine masivas e itinerantes”.³ El Festival de Cine en la Calle proyecta una muestra gratuita de producción nacional e internacional de cortometrajes, “aportando a la concepción de calles libres de inseguridad y violencia, convirtiéndolas por horas en espacios amables que convocan a gente de todas las edades a disfrutar de un evento cultural.”⁴

1.4 Publicidad de guerrillas o marketing radical

En 1984 Jay Conrad Levinson publicó el libro “Marketing de Guerrilla” (Guerrilla Marketing), en donde propone que el *marketing*, en vez de apoyarse en grandes presupuestos, utilice la imaginación. En otro libro “Publicidad de Guerrillas” de Michael Dorrian y Gavin Lucas, se muestran distintos ejemplos de formas novedosas de hacer publicidad.

La industria de la publicidad atraviesa un momento de cambio. En una época en la que podemos escoger los medios de comunicación, los canales tradicionales como la televisión, la prensa o las vallas publicitarias ya no son siempre los más apropiados para que una marca llegue al público al que va

² International Business Times, 2010, <http://www.ibtimes.com.mx/articles/20100211/festival-cine-ambulante-sale-calles-mexico-diego-luna.htm>

³ PLAF, 2007, <http://festivaldecineenlacalle.blogspot.com/>

⁴ PLAF, 2007, <http://festivaldecineenlacalle.blogspot.com/>

destinada. Como resultado, las empresas internacionales están optando por poner en práctica campañas más imaginativas y originales con la finalidad de lograr que se hable de sus productos: Microsoft llenó Manhattan de pegatinas de mariposas; Volkswagen fabricó un modelo Polo de hielo y lo aparcó en una calle londinense; y Adidas colgó a dos futbolistas sobre las calles de Tokio desafiando el peligro.⁵

Éste nuevo concepto de publicidad está muy ligado al arte callejero, a la intervención en la calle, en el espacio urbano. Aunque el graffiti en sus primeros momentos tuvo sin duda una posición anti-publicitaria, en oposición a las vallas y carteles de los anuncios. Ahora existen artistas contratados por empresas o por los gobiernos locales para publicitar productos o animar campañas.

2 La Animación

2.1 Historia de la Animación

La animación se define como la “creación de una ilusión de movimiento a través de la unión de una secuencia de imágenes inmóviles”.⁶ El movimiento es fundamental, no sólo se trata de hacer que los dibujos se muevan sino más bien de dibujar el movimiento.

La animación es un proceso utilizado para dar la sensación de movimiento a imágenes o dibujos. Existen numerosas técnicas, los cuadros se pueden generar dibujando, pintando, fotografiando, creando un modelo tridimensional virtual. Incluso es posible animar objetos de la realidad y actores.

⁵ Agapea Factory, <http://www.agapea.com/libros/Publicidad-de-Guerrilla-Otras-Formas-de-comunicar-isbn-842522098X-i.htm>

⁶ Taylor, Richard, 2004, Enciclopedia de Técnicas de Animación, p.7

La animación es utilizada prácticamente desde que comenzó el cine. Para que el cine de animación naciera fue necesario inventar el paso de manivela o imagen por imagen sistema cuya paternidad es discutida entre Méliès, Chomon y Stuart Blackton.⁷

Georges Méliès pintaba ya los cuadros de la cinta de sus películas (El viaje a la Luna, 1902) Pero en realidad la animación, o mejor dicho los dibujos animados propiamente, se empiezan a distribuir masivamente con la televisión.

A finales de la década de los 50 la televisión empieza a ocupar un importante papel para la industria de la animación con programación como el club de Mickey Mouse, el pájaro loco o el show de Bugs Bunny; en la década de los 60 se establece ya como la principal forma de distribución de dibujos animados con programas tan famosos como Los Picapiedra, Los Supersónicos o Scooby Doo.

En la actualidad su uso se ha expandido a diferentes áreas y se ha incrementado considerablemente en la mayoría de países industrializados, es muy utilizada para publicidad televisiva o de eventos, en la realización de documentales, filmes institucionales o video clips musicales, y además ahora se realizan películas animadas para cine que tienen inversiones millonarias en su producción.

2.2 Dibujos animados en el Ecuador

En el año de 1964 se comienza a realizar animación cinematográfica (a blanco y negro y en cine de 16 mm) en el canal 4, llamado “La ventana de los Andes”, de propiedad de la *World Radio Missionary Fellowship* (HCJB); aquí trabajaba el caricaturista de Machachi, Gonzalo Orquera, quien “escribió al estudio de

⁷ Castro, Karina y Sánchez, José, Dibujos Animados y Animación. Historia y Compilación de Técnicas de Producción, 1999, p. 62

Walt Disney solicitando información sobre dibujos animados y le enviaron un catálogo con conocimientos básicos sobre esta técnica”⁸

Orquera, también conocido como “Orcatura” se dedicó de lleno a los dibujos animados, estudió un curso por correspondencia en la *Continental Schools* de California y más tarde viajó a Nueva York, en donde trabajó en una agencia de publicidad; con conocimientos, experiencia y equipos, regresa al Ecuador con el deseo de realizar producciones de ficción de dibujos animados, sin embargo, no contó con apoyo financiero y tuvo que dedicarse a la publicidad; en este campo tampoco obtuvo un sueldo que compense sus gastos, hasta que al final tuvo que vender sus equipos y aquí acabó su aporte al desarrollo de la animación en el Ecuador.

El quiteño, Miguel Rivadeneira, es otra de las personas que desarrolla dibujos animados a partir de 1980, Rivadeneira realiza ya varios cortos de ficción, los primeros, en donde trabajó con animación en papel recortado y animación corpórea, fueron producto del primer taller sobre técnicas de animación dictado en el país, seminario a cargo del animador uruguayo Walter Tournier.

Edgar Cevallos, director de la empresa de publicidad Cinearte, crea en 1989 a “Evaristo”, popular personaje representado por el también popular Ernesto Albán, para promocionar las campañas del Municipio del Distrito Metropolitano. En 1997, Evaristo llega a aparecer en un mundo totalmente animado junto con el personaje del cantante Julio Jaramillo, para una campaña contra la corrupción en el gobierno de Fabián Alarcón.

Cinearte produjo también a “Máximo” en 1992, un tucán, personaje de Disney, en una campaña auspiciada por UNICEF sobre los beneficios del uso de la sal yodada. Esta producción tuvo un presupuesto considerable y trabajó con animadores de varios países latinoamericanos, además, junto a empresas norteamericanas para el revelado de la cinta en 16 mm. El director de la

⁸ Castro, Karina y Sánchez, José, Dibujos Animados y Animación. Historia y Compilación de Técnicas de Producción, 1999, p.18

mayoría de los cortos de Máximo fue Rodolfo Díaz, animador cubano conocido como “Picallo” quien, junto a otros 30 dibujantes, animaba un minuto por mes. Entre los meses de octubre y diciembre de 1994 se realiza el primer curso de animación íntegramente dedicado a ésta técnica, el taller promovido por CIESPAL, marca el comienzo de una nueva etapa en el desarrollo de la animación en el país y produce una gran cantidad de empresas y proyectos posteriores. El curso estuvo a cargo de María Emilia Suárez y Juan Ruiz renombrados animadores cubanos.

En cuanto a la enseñanza formal de dibujos animados, se puede decir que empezó en 1988, año en el que se inauguró la Universidad San Francisco de Quito. (...) se establece el estudio optativo de dibujos animados durante dos años.⁹

2.3 Técnicas de animación

Existen muchas y variadas técnicas de animación, algunas sólo han sido utilizadas por unos pocos y son generalmente desconocidas para el gran público. Entre estas se incluyen: pintura sobre cristal, animación de arena, pantalla de agujas, etc. Pero ahora detallaré un poco las técnicas más comunes, entre las cuales se encuentran la animación tradicional, la animación computarizada en dos y tres dimensiones, el *cut out* o animación de recortes y la rotoscopía, éstas son las principales técnicas que utilicé en la realización de la muestra de cortometrajes para el proyecto.

2.3.1 Animación Tradicional

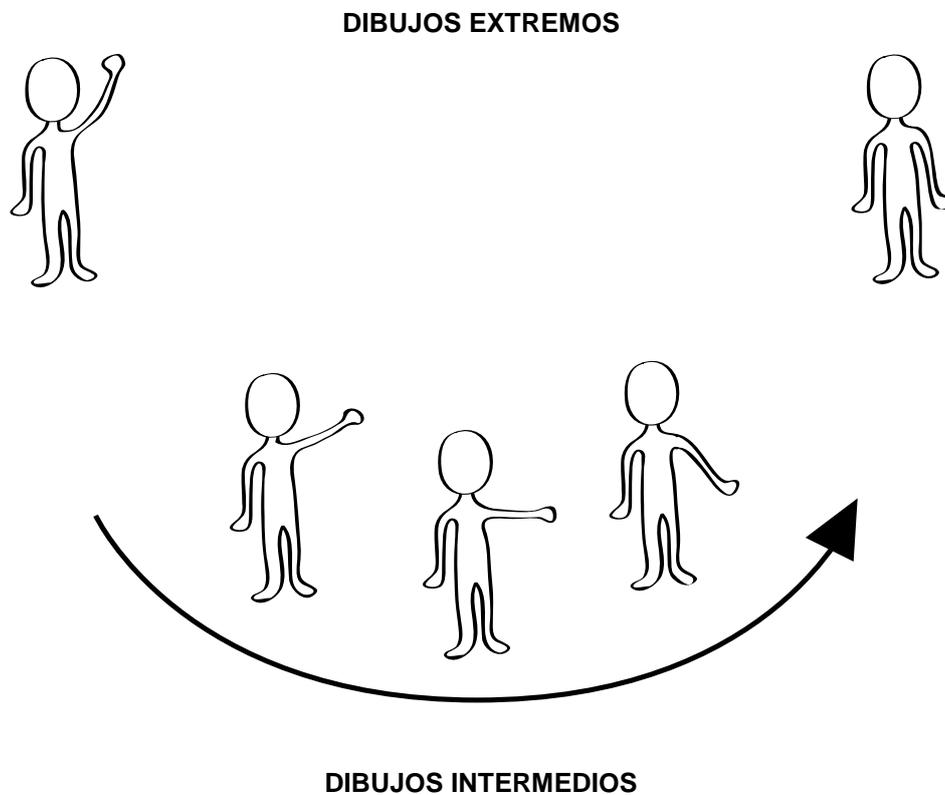
Los dibujos animados se crean dibujando cada fotograma. Al principio se pintaba cada fotograma y luego era filmado, proceso que se aceleró al aparecer la animación por celdas o papel de acetato inventada por Bray y Hurd en la década de 1910. Usaron láminas transparentes sobre las que animaron a sus personajes sobre el fondo.

⁹ Castro, Karina y Sánchez, José, Dibujos Animados y Animación. Historia y Compilación de Técnicas de Producción, 1999, p.28

El proceso consiste básicamente en dibujar puntos clave del movimiento, denominados extremos; y, partiendo de ahí, dibujar los cuadros intermedios. Por ejemplo, dibujamos un personaje con la mano levantada y después al mismo personaje con la mano abajo, el trayecto que seguiría el movimiento del brazo se va a dibujar con los cuadros intermedios. La cantidad de dibujos intermedios determinará el tiempo que tarde el movimiento; mientras más cuadros, más tiempo.

Fig. 2.1

Animación Tradicional



2.3.2 Dibujos Animados Computarizados

Ésta es la técnica que crea la simulación digital del movimiento. La esencia de los dibujos animados computarizados es la misma que la de los hechos a manera tradicional: una sucesión de cuadros de imágenes que crean la ilusión de movimiento.¹⁰

¹⁰ Castro, Karina y Sánchez, José, Dibujos Animados y Animación. Historia y Compilación de Técnicas de Producción, 1999, p. 182

En la animación computarizada el proceso es facilitado por una máquina, una computadora que tenga el software apropiado para trabajar en animación, el soporte aquí es la pantalla; mientras que, en la animación tradicional el proceso es manual, el soporte es el trazo en el papel o en el acetato. Sin embargo, “ambas metodologías son posibles gracias a una concepción, en su totalidad, humana”.¹¹

Una de las ventajas de ésta técnica es la reducción de costos y del tiempo de producción por lo que la mayoría de industrias de la animación han incorporado ésta técnica a sus animaciones.

Ésta categoría se puede clasificar principalmente en dos subcategorías, la animación bidimensional, comúnmente llamada 2D, y la animación tridimensional o 3D.

2.3.3 Animación Bidimensional

La animación bidimensional o 2D, como su nombre lo indica, trabaja en dos dimensiones (x – y), largo y ancho. De ésta forma también se trabaja en el papel pero la animación computarizada está hecha en programas especiales diseñados para facilitar el trabajo. Los paquetes de diseño de animación 2D han logrado la automatización del movimiento de las figuras, y ya no se necesitan dibujar todos los pasos cuadro a cuadro, es decir, dibujando los cuadros clave o guía, por ejemplo, ya los dibujos intermedios no serán necesarios, la computadora los hará sola.

Bastará con determinar las posiciones y el número de cuadro inicial y final de las figuras, el desplazamiento de éstas a lo largo de los ejes en cuestión, el

¹¹ Castro, Karina y Sánchez, José, Dibujos Animados y Animación. Historia y Compilación de Técnicas de Producción, 1999, p. 184

número de cuadros total de la secuencia y la magnitud de rotación; con estas especificaciones la máquina hará los dibujos intermedios.¹²

Esto se puede ver como una ventaja pero es un tema de debate. Hay animadores más tradicionalistas que no apoyan el resultado final de un trabajo mecanizado. En todo caso los programas actualmente también poseen la capacidad de producir una gran variedad de efectos ópticos.

2.3.4 Animación Tridimensional

En ésta técnica, en cambio, se trabaja con objetos virtuales tridimensionales (x – y – z), largo ancho y profundidad. Además se trabaja con luces y cámaras virtuales. “El animador modela los objetos, decide su textura y los ilumina. Se lo puede considerar una persona multifacética, ya que hace las veces de escultor, fotógrafo y director”.¹³

La palabra modelado se utiliza para referirse a la elaboración de figuras tridimensionales, los paquetes de animación 3D han diseñado un software específico para ésta tarea que cuenta con comandos muy sofisticados para la construcción de una extensa variedad de formas, “son complejos procesos matemáticos automatizados que funcionan de tal forma que el animador los pueda utilizar con facilidad”.¹⁴

2.3.5 Animación Corpórea o Stop - Motion

Ésta técnica comienza a desarrollarse en la ex Checoslovaquia, Polonia, Rusia y Alemania, en donde los teatros de marionetas eran muy comunes y los muñecos forman parte de una tradición artesana campesina.

¹² Castro, Karina y Sánchez, José, Dibujos Animados y Animación. Historia y Compilación de Técnicas de Producción, 1999, p. 210

¹³ Castro, Karina y Sánchez, José, Dibujos Animados y Animación. Historia y Compilación de Técnicas de Producción, 1999, p. 212

¹⁴ Castro, Karina y Sánchez, José, Dibujos Animados y Animación. Historia y Compilación de Técnicas de Producción, 1999, p.213

El stop - motion es la “ilusión de movimiento mediante la manipulación manual de objetos tridimensionales, cuyas poses son grabadas cuadro a cuadro (fotograma a fotograma) para posteriormente ser proyectadas”.¹⁵ Se trabaja en la animación de objetos, muñecos, marionetas, figuras de plastilina u otros materiales así como maquetas de modelos a escala. Se puede utilizar cualquier tipo de objetos, pero generalmente se construyen personajes específicos. Los materiales más comunes para la construcción de los muñecos son la arcilla y la plastilina, ya que son bastante maleables.

Esta técnica de animación consiste en aparentar el movimiento de objetos estáticos capturando fotografías. En general se denomina animaciones de stop - motion a las que no entran en la categoría de dibujo animado, esto es, que no fueron dibujadas ni pintadas, sino que fueron creadas tomando imágenes de la realidad.

2.3.6 Rotoscopía

La rotoscopía consiste en dibujar cada cuadro de una animación dibujando sobre una filmación original. Ésta técnica se basa en dibujar o calcar directamente sobre la referencia, que pueden ser los cuadros del video de una persona real por ejemplo, obteniendo así un movimiento mucho más realista. Así se transmite al dibujo la naturalidad y secuencialidad de movimientos, además de expresiones, luces, sombras y proporciones propias de una filmación.

Los hermanos Max y Dave Fleischer son reconocidos por inventar el rotoscopio, se trata de un dispositivo que permite a los animadores diseñar imágenes siguiendo una referencia filmada en vivo. Este invento puede ser considerado un precursor de la técnica de captura de movimiento digital. Fue utilizado, posteriormente en una vasta gama de dibujos animados, siendo los

¹⁵ Castro, Karina y Sánchez, José, Dibujos Animados y Animación. Historia y Compilación de Técnicas de Producción, 1999, p. 241, 242

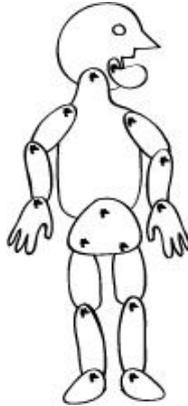
más notables Cab Calloway, Betty Boop en el inicio de la década de los años 30, y en la animación de los viajes de Gulliver.

La rotoscopía es una técnica de animación muy antigua, por lo general una excelente rotoscopía sería re-dibujando los 24 fotogramas por segundo que tiene una cinta de cine o los 30 fotogramas que tiene un video en formato digital, aunque haciendo menos cuadros se pueden conseguir fantásticos resultados. Por lo general se trabajan entre 8 y 22 cuadros. También se puede rotoscopiar otros formatos de vídeo como podría ser el 3D o cualquier tipo de animación, dejando como resultado final un tratamiento que suele destacar por sus líneas temblorosas. La rotoscopía puede llevarse a cabo con diversos softwares, otorgando así diferentes resultados a la composición.

2.3.7 Animación con Figuras Recortadas o Cut – Out

Aquí la creación de la ilusión del movimiento se da mediante la manipulación de figuras bidimensionales recortadas. En ésta técnica los elementos son planos pero al igual que en el stop - motion sus posiciones son grabadas de una en una para completar una acción.

La animación con recortables es la forma más simple de emplear dibujos para crear una acción determinada. Se dibuja un personaje y se recortan sus partes, es decir, tenemos que tener por separado cabeza, tronco, brazos, piernas, pies, etc. Cada miembro es una pieza o más, por ejemplo las piernas y los brazos tendrán articulaciones en codos y rodillas. Es posible trabajar con todas las piezas libres y separadas; mientras más piezas y articulaciones tengamos el movimiento será más fluido. Aquí el ejemplo de una figura básica:

Fig. 2.2**Figura hecha para animación en *Cut Out***

2.4 Procesos en la animación

Existen distintos métodos para realizar una animación, dentro de los diferentes procesos tenemos algunos muy comunes como son:

2.4.1 El storyboard

El *storyboard* es la forma en que el animador desarrolla a través de imágenes dibujadas la acción que tendrá la película. Así se pueden definir planos, encuadres transiciones, movimientos de cámara, también se puede calcular cuánto tiempo se le dedica a cada secuencia y se puede detectar si existen problemas desde el comienzo.

2.4.2 El guión

Se parte de una idea o una historia escrita, existe el guión literario que es a historia contada a manera de teatro escrito, en prosa y con diálogos incluidos; y también existe el guión técnico que es la descripción de planos, movimientos de cámara y efectos o transiciones separadas por escenas. El guión se deriva del storyboard, un guión es la explicación escrita y detallada de la acción de un filme animado.

2.4.3 El animatic

El animatic o previsualización se realiza antes del proceso de animación. Un animatic es una pieza audiovisual, hecha con las imágenes del *storyboard* con un poco de movimiento que marque los puntos clave del tiempo sincronizado con la pista de audio. Esto sirve al animador para encontrar problemas en la duración de las escenas o en el guión antes de animar, reduciendo así tiempo de trabajo y gastos innecesarios.

2.4.4 La caracterización o diseño de personajes

Se tiene que pensar un personaje acorde con la historia que se va a contar. La caracterización o diseño de personajes es el estudio de los rasgos que tendrá un dibujo para que rime con la trama de la animación, esto creará un mayor impacto y facilitará la lectura del espectador, por lo tanto el mensaje se comprenderá mejor. El concepto del personaje se relaciona estrechamente con lo que éste personaje hará y también con la técnica empleada para dibujarlo.

3 El rol del espectador

“Quiero establecer un diálogo con los espectadores, sensibilizarles a todo lo que me preocupa, que tomen conciencia de lo que no han sabido o de lo que no se han atrevido a mirar de frente... distraer a las gentes con las preocupaciones de la vida no es el único medio que tiene el cine de proporcionar placer. Hacerles descubrir y reconocer ciertas cuestiones es otro”.

Andras Kovacs.¹⁶

¹⁶ Sánchez Noriega, José Luis, Historia del Cine, 2002, p. 73

3.1 El proceso de recepción

La sociología del cine plantea ciertas preguntas como: ¿Quién ve las películas, cómo y por qué? ¿Qué se ve, cómo y por qué? ¿Cómo se evalúan las películas, quién lo hace y con qué criterio?

La reflexión sobre el proceso de percepción debe tomar en cuenta perspectivas psicológicas, sociológicas, industriales, económicas, históricas, culturales, etc. La composición del público y su interrelación con las películas: cómo la sociedad proporciona temas, preocupaciones o debates al cine y cómo el cine influye en los valores, usos y costumbres de la sociedad.

Es verdad que desde los inicios hay una exploración desde la psicología que explica el éxito del cine en clave de ensoñación, de válvula de escape, de vivencia vicaria de situaciones inexistentes en la vida real, etc. (...) sin embargo a partir de los años 60 la mayoría de las indagaciones ubican al espectador en un lugar relevante.¹⁷

De estas últimas teorías se puede resumir que:

- a) el espectador no existe de un modo abstracto, es una construcción social, se debe considerar su marco cultural e histórico
- b) el significado que tenga una película depende del contexto social del espectador
- c) existe una dialéctica entre la ideología propuesta y la situación social del público
- d) el estudio sobre el consumo de películas ha de ser empírico y emplear encuestas y entrevistas¹⁸

¹⁷ Sánchez Noriega, José Luis, Historia del Cine, 2002, p. 73, 74

¹⁸ Sánchez Noriega, José Luis, Historia del Cine, 2002, p. 74

3.2 La exhibición

La sociología del cine indaga también sobre la composición y características del público a lo largo de tiempo. Los primeros estudios sobre el público se realizaron para averiguar los gustos y determinar la viabilidad económica de las películas. Otro tipo de estudios se ha ocupado de la exhibición, se han organizado salas en palacios en donde la película se acompañaba con orquestas y espectáculos en vivo; en ferias populares, en espacios especializados como los famosos cines de barrio en los cincuentas; las salas de arte y ensayo –de cine de autor en versión original- destinadas a minorías cinéfilas a finales de los sesenta. En la actualidad coexisten las grandes salas de los centros urbanos (en decadencia) y las multisalas (en expansión) que tienen una oferta más variada y se ubican en centros comerciales con espacios de consumo y ocio.

3.3 La constitución del público y sus determinaciones

En su búsqueda de la máxima rentabilidad, la industria del cine se ha valido de distintos procedimientos para lograr el favor del público. Es decir, antes del visionado de la película el espectador viene condicionado (construido) por una serie de factores que, en última instancia, tienen un origen industrial – comercial o son convergentes con él ¹⁹

Algunos ejemplos son las estrellas de cine, los géneros cinematográficos, los recursos tecnológicos espectaculares, la promoción publicitaria antes y después de los estrenos.

3.4 La televisión y los nuevos modos de consumo

El público de cine comercial actual se caracteriza por la masificación. Existen hoy en día estrenos masivos de muchas copias y pocos títulos. En las salas se intenta conseguir la mayor rentabilidad con proyecciones por el mínimo tiempo

¹⁹ Sánchez Noriega, José Luis, Historia del Cine, 2002, p. 75

a fin de publicitar a la par los nuevos estrenos que son los mismos en muchos cines a la vez.

Las grandes distribuidoras norteamericanas prescinden de películas que no vayan a obtener una recaudación mínima, lo que conlleva a una colonización cultural que desplaza a las culturas nacionales y/o minoritarias.²⁰

Todo el proceso es tan veloz, las gigantescas campañas publicitarias, los estrenos masivos y la duración de las películas en cartelera suceden en un tiempo tan corto, que burlan el efecto que podría tener la crítica y el juicio del público.

Por otra parte, el cine comercial masivo se dirige al sector dominante formado por adolescentes y jóvenes, lo que está suponiendo la infantilización del público cinematográfico: un cine de consumo fácil con historias supeditadas al efectismo de las secuencias, que propicia la reacción emocional (miedo, asco, carcajada, angustia,...) y la admiración espectacular; y, por el contrario, renuncia a la interacción racional, cognoscitiva y sentimental.²¹

En la televisión actualmente se transmiten películas en casi todos los canales, la televisión nacional o por cable es uno de los principales medios de difusión cinematográfica y también el que más público abarca, pero el público televidente está sometido a películas de consumo, a las relegadas a horarios de la madrugada, a la ausencia de películas en blanco y negro y, por supuesto, de cine mudo, a los géneros más populares como comedia, terror, acción o aventura, y a la recepción con dificultades debido a la desatención o al bombardeo publicitario.

²⁰ Sánchez Noriega, José Luis, Historia del Cine, 2002, p. 76

²¹ Sánchez Noriega, José Luis, Historia del Cine, 2002, p. 76

El video en DVD propicia en cambio un espectador más activo que tiene una nueva forma de lectura cinematográfica, con pausas o repetición de secuencias y escenas por ejemplo. Crea la oportunidad de formar una videoteca personal y poder ver cada película varias veces. Además en el disco vienen generalmente productos complementarios como avances, escenas eliminadas, entrevistas, *making off*, etc.

Otros modos de consumo cinematográfico en la actualidad son: Cine comercial de películas de exhibición ordinaria (no son grandes estrenos masivos), cine independiente y europeo con un público intelectual muy restringido como estudiantes universitarios o profesionales de nivel sociocultural; y la exhibición no comercial en festivales, cine clubes o centros culturales.

4 Glosario

Establishment: Conjunto de políticos e intelectuales que operan en favor del poder económico y social establecido.

Pop Art: El arte pop fue un importante movimiento artístico del siglo XX que se caracteriza por el uso de temas y técnicas basados en dibujos proveniente de la «cultura popular», tales como en anuncios publicitarios, libros de cómics y objetos culturales «mundanos».

Performances: Muestra escénica, muchas veces con un importante factor de improvisación, en que la provocación o el asombro, así como el sentido de la estética, juegan un rol principal.

Breakdance: Danza urbana que forma parte de la cultura Hip Hop surgida en las comunidades afroamericanas y latinoamericanas de barrios neoyorkinos como Bronx y Brooklyn en los años 1970.

Underground: término inglés con el que se designa a los movimientos contraculturales que se consideran alternativos, paralelos, contrarios o ajenos a la cultura oficial.

Fotograma: Cada una de las imágenes de una película fotográfica de las cuales se puede obtener una secuencia.

Software: Se refiere al equipamiento lógico o soporte lógico de una computadora digital, y comprende el conjunto de los componentes lógicos necesarios para hacer posible la realización de una tarea específica.

Making off: En español "Cómo se hizo", documental breve generalmente realizado durante la filmación de una cinta.

5 Propuesta

5.1 Formulación del proyecto

La idea de mostrar videos en lugares públicos surge de la necesidad de abrir espacios para mostrar trabajos realizados por estudiantes o aficionados; este proyecto de tesis se centra en demostrar la posibilidad de un medio de difusión audiovisual itinerante, inclusivo y gratuito.

Habrá un desarrollo mutuo interrelacionando al realizador y al espectador. La gente que asista a las presentaciones disfrutará de un evento de calidad, novedoso y de sana diversión, al cual se podrá ir en familia con la tranquilidad del ambiente que hay en un parque o una plaza; lejos del tumulto, la bulla y las colas interminables que existe en los centros comerciales donde se ubican las principales salas de cine de la ciudad, una exhibición al aire libre, de entrada

libre y espontánea también; y con programación nacional, con trabajos que hablan de nuestra cultura más cercana.

Este proyecto intenta promover el desarrollo de la industria de animación en el área de la realización de dibujos animados con contenido, con temáticas que interesen a la población, con historias que quieran ser contadas directamente desde los realizadores. La mayoría de animadores trabaja actualmente para publicidad, en este campo es en el único lugar en donde la animación a encontrado un espacio para su desarrollo, ha servido mucho para la adquisición de experiencia profesional. En estos días tenemos animadores de muy alto nivel. Además la publicidad ha abierto campo laboral al animador y ahora existen muchas más escuelas y universidades que capacitan a los estudiantes en ésta área. Por esto, la idea también es tener el evento abierto a gente que quiera auspiciarlo, promoviendo a través de éste medio campañas o publicitando productos.

El cine ambulante, llega a barrios urbanos o rurales y se instala en plazas o parques públicos. Dando la oportunidad no solo de crear nuevos espectadores que no tienen acceso a salas de cine si no también de difundir trabajos independientes de estudiantes o aficionados que necesiten un espacio para mostrar sus realizaciones.

5.2 Objetivos

5.2.1 General

Desarrollar tres cortometrajes animados para realizar una exhibición de muestra. Proyectarlos en parques y plazas junto con más trabajos animados de estudiantes y gente interesada que quiera difundir su material.

5.2.2 Específicos

1. Proporcionar de manera gratuita una exhibición de materiales audiovisuales realizados en Ecuador, trabajos de calidad estética y temática, realizados por estudiantes o aficionados.

2. Mostrar a la gente producciones que hagan referencia a nuestra propia cultura, al cuidado ambiental y a opiniones políticas populares, entre otros temas.
3. Tener un espacio constante en el cuál los realizadores jóvenes o también con experiencia, puedan exhibir trabajos que muestren su opinión, su perspectiva y lo que quieren comunicar a su sociedad más cercana.
4. Entretener al público que se acerque voluntaria y espontáneamente, con programación apta para ser vista en familia.
5. Receptar trabajos de gente interesada que se comunique con el proyecto a través de la publicidad por Internet, se clasificarán y escogerán los trabajos que más se acerquen al tema de esta muestra.
6. Analizar la reacción que tengan los espectadores que asistan ante el evento

5.3 Estudio de viabilidad

5.3.1 Beneficios Personales e Institucionales

La comunicación audiovisual es una herramienta de trabajo que tiene mucha acogida pero poco espacio de difusión. La idea de partida es abrir las opciones, crear un medio accesible tanto para productores profesionales como para estudiantes o aficionados, un medio por el cual pueden mostrar su trabajo colaborando así con el proyecto.

La temática de los trabajos que se exhiben tiene fines culturales, educativos o simplemente de entretenimiento pero siempre con una identidad propia; esto es un servicio para la comunidad, así que, se podría conseguir financiación de instituciones gubernamentales o no gubernamentales, fundaciones nacionales o extranjeras, que se encarguen de proveer fondos para la realización de proyectos sociales; o bien de empresas que necesiten publicitar sus productos a través de éste medio.

5.3.2 Factibilidad Técnica

Para la exhibición del material audiovisual se necesita equipo de proyección, equipo de sonido y transporte. Estos equipos son fáciles de conseguir, pueden ser alquilados o prestados. En el caso de que el proyecto tuviera una ejecución constante sería conveniente comprar los equipos.

5.3.3 Factibilidad Organizativa

Se trabaja con personas interesadas en el éxito del proyecto, y, por lo tanto, comprometida con el desarrollo del mismo; gente que garantiza la eficacia en la ejecución asegurando buenos resultados.

5.3.4 Factibilidad Social y Cultural

El proyecto se realiza como un elemento que forma parte del impulso del desarrollo cultural en la ciudad y ha tenido una muy buena acogida en la muestra así que es socialmente aceptado.

5.3.5 Factibilidad Económica

En el caso de que el evento se realizara de forma permanente se necesitaría algún tipo de auspicio, el cuál sería fácil de conseguir ya que el cine ambulante es un medio publicitario eficaz y es también una vía útil para hacer campañas o transmitir cualquier tipo de mensaje. El público que asiste está conformado por gente de todas las edades y condiciones sociales así que tiene un alcance muy amplio.

Para la exhibición de muestra los equipos fueron prestados o alquilados y la gente que colaboró trabajó voluntariamente.

6 Producción del material audiovisual

El proyecto arranca con la realización de tres cortometrajes animados elaborados en distintas técnicas, que se hicieron específicamente para la exhibición de muestra, se detallan a continuación:

6.1 El mensaje de los grillos

La primera animación se titula “El mensaje de los grillos”, es una historia basada en el cuento de Juan Carlos Valencia, actor de teatro ecuatoriano, que trata sobre unos grillos cantores que superan la tristeza con la música. El mensaje que transmite esta historia es muy simple, combatir las adversidades con buen ánimo.

6.1.1 Técnica

Esta animación se realizó en 2D, se realizaron dibujos amigables siguiendo una línea infantil y se compuso la música especialmente para la animación.

6.1.2 Procesos

Para éste trabajo se hizo previamente un guión y un animatic que ayudaron a sincronizar la historia con la música, además de facilitar la caracterización del personaje, para diseñarlo acorde con la voz del cantante. Listo esto se pudo después animar ya los dibujos finales. (Ver anexo 1 en el DVD adjunto)

También se hicieron unas plantillas o *model sheets* que son los dibujos del personaje visto desde todos sus ángulos: de frente, de perfil, tres cuartos y de espaldas; o bien en posiciones extremas.

6.1.3 Software

- Adobe Flash CS4 Professional ®
Este es un programa de animación 2D que fue utilizado para la producción del animatic.
- Adobe Photoshop CS4 ®

Con este programa para fotografía y pintura se dibujaron y retocaron fotogramas de la animación.

- Adobe Illustrator CS4 ®

Se diseñaron fondos y personajes utilizando este programa para dibujo e ilustración.

- Corel Painter 11 ®

Programa de ilustración y edición de fotografías.

- Adobe After Effects CS4 ®

La animación fue hecha en su mayoría con este programa de animación y post producción.

- Reason 4 ®

La música y la voz se grabaron y mezclaron con este programa de edición de sonido.

6.2 El bus de cada día

Es el segundo trabajo que nace de una historia esbozada en la clase de “Maya” (paquete de animación 3D de la marca Autodesk), como se llamaba entonces la primera materia de animación tridimensional que se impartía en la carrera para la malla curricular del año 2006, ya con las técnicas aprendidas durante todo el período universitario pudo ser realizada.

Es la historia de una hormiga que se cansa de su rutina en la ciudad y escapa al campo. Invita a reflexionar sobre el estrés que se lleva en la vida de las grandes ciudades.

6.2.1 Técnica

Se utilizó la técnica de animación tridimensional y se realizó un trabajo de postproducción para la iluminación y los efectos visuales. Los fondos se dibujaron aparte en base a fotografías retocadas.

6.2.2 Procesos

Se realizaron, previos a la animación, un guión y un storyboard, en donde se señalaron concepto, trama, planos y secuencias. Además se elaboró un diseño

de personajes con referencias de fotografías de animales reales. (Ver anexo 2 y 3 del DVD adjunto)

También se hizo una búsqueda en varios bancos de sonidos, incluida la biblioteca sonora que tiene el área de audiovisuales de la universidad, para hacer una recopilación de efectos y sonorizar el cortometraje.

6.2.3 Software

- Autodesk Maya 2008 ®
Programa para diseño y animación 3D con el que se trabajaron personajes y animación.
- Adobe Photoshop CS4 ®
Aquí se realizó la creación de fondos y texturas
- Adobe Illustrator CS4 ®
Con éste programa se hizo el storyboard, además se diseñaron personajes y escenas.
- Adobe After Effects CS4 ®
Los efectos especiales y la iluminación de todo el corto fueron hechos en éste programa.

6.3 Amanecer

La historia de esta animación es sacada de una leyenda popular de autoría anónima, no es de las leyendas más conocidas pero tiene una trama divertida. El objetivo de éste trabajo es principalmente entretener y hacer reír. Se usa un lenguaje bastante popular, que se conecta muy bien con el público.

6.3.1 Técnica utilizada

Para ésta animación se utilizó la técnica de la rotoscopía, se investigaron métodos y recursos para trabajarla ya que no es una técnica muy común, por el contrario, bastante nueva en el país.

6.3.2 Procesos

Se escribió el guión y luego se filmó un video de base, se pintaron cuadro a cuadro las distintas secuencias del video y se grabaron después la voz y los efectos de sonido. (Ver anexo 4 en el DVD adjunto)

6.3.3 Software

- Adobe Premier Pro CS4 ®
Este es un programa de edición de video en donde se trabajaron los fotogramas para el rotoscopiado.
- Adobe Illustrator CS4 ®
Aquí se realizaron dibujos que después se sobrepusieron en los fotogramas.
- Adobe Photoshop CS4 ®
Se dibujó cada fotograma utilizando el photoshop.
- Adobe After Effects CS4 ®
Con el programa se trabajó la mezcla final de los cuadros, los dibujos y el audio.

7 Recopilación de cortometrajes

7.1 Investigación

En los últimos años las instituciones que ofrecen carreras de animación en su pensum ha crecido velozmente, en el ambiente universitario, en institutos y escuelas de animación se puede encontrar una gran cantidad de trabajos realizados por jóvenes animadores.

Los animadores desean mostrar su obra, ejemplo de esto es la acogida que ha tenido el festival de animación “Animec”²² que ya por dos años consecutivos

²² Animec, 2009, <http://www.animecfest.com/index.php?q=node/15>

hace una muestra de películas animadas nacionales e internacionales con premios a los participantes.

En el año 2009, el cortometraje ganador del primer premio en la categoría cortometrajes nacionales del festival, fue el de Daniel Pazmiño, estudiante de la Universidad de las Américas, su cortometraje fue parte también de la exhibición del Cine Ambulante de Animación.

7.2 Publicidad

Se publicó por Internet un espacio de promoción para que la gente interesada en publicar sus trabajos se comuniquen con el proyecto.²³

7.3 Selección

Se obtuvieron muchos trabajos muy buenos pero se hizo una selección de ocho cortometrajes además de los realizados para el proyecto, los títulos son:

1. Sit (UDLA)
2. Me voy a volver (USFQ)
3. En la vereda (USFQ)
4. Vivo (USFQ)
5. Cantuña (UDLA)
6. El secreto de los Llanganates (USFQ)
7. El Ataque (USFQ)
8. Colibriña (UDLA)

Juntando todos los cortometrajes seleccionados y los producidos dentro del proyecto, la proyección tuvo una duración de cuarenta minutos.

²³ Varea, Clara, 2010, [http://www.facebook.com/profile.php?v=app_2344061033 &id= 667791692#!/event. php?eid=301617859585](http://www.facebook.com/profile.php?v=app_2344061033&id=667791692#!/event.php?eid=301617859585)

8 Investigación para la proyección

8.1 Aspectos metodológicos

La metodología que se utilizó para la ejecución del proyecto, es de tipo explorativo, ya que no es un proyecto común en nuestro país. Así que se hizo una investigación previa para especificar las fases del proyecto.

Se consultaron artículos y eventos publicados en Internet que mostraban la experiencia de proyectos parecidos en algunas ciudades.²⁴

8.2 Estudio Financiero

En la capital hay una asistencia habitual a las salas de cine bastante alta “En Quito sí existe público para el cine. (...) la cantidad de público que acude diariamente a la cadena “Multicines” en el año de 1998 supera las 60 mil personas”.²⁵

Durante este último mes han aparecido dos nuevos complejos multisalas ubicados en la periferia de Quito. Uno está ubicado en San Rafael, dentro del centro comercial San Luis, y el otro, inaugurado el pasado viernes en el River Mall. (...) en Sangolquí, donde hay una población de alrededor de 300 000 habitantes.²⁶

Para el año 2009 el número de salas en la ciudad se ha multiplicado, lo que demuestra que la demanda de ver películas por parte de la gente es grande en una cultura como la nuestra. Sin embargo no todos los habitantes tienen la capacidad económica para pagar una entrada de cine que está en un precio

²⁴ Porta, Carles, 2009, <http://puckcinemacaravana.blogspot.com>

²⁵ Diario Hoy, 3 de abril 1998, p. 9-A, <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/quito-se-multiplica-en-cine-66378-66378.html>

²⁶ El Comercio, 12 de noviembre 2006, http://www.elcomercio.com/noticiaEC.asp?id_noticia=74598&id_seccion=7

que promedia los 4 dólares. En la provincia de Pichincha la pobreza por ingresos es del 20% y en el Ecuador del 36% (Fuente: INEC – ENEMDU, Diciembre 2009) Datos proporcionados por el SIISE (Sistema integrado de indicadores sociales del Ecuador).

El cine ambulante brinda a la población un evento gratuito, se solventa a sí mismo con publicidad o auspicios, ofreciendo un aporte a la cultura y al desarrollo social.

Los gastos para la producción de cortometrajes no están tomados en cuenta en el estudio, ya que solo tres de los cortometrajes presentados fueron realizados específicamente para el proyecto. Los demás trabajos fueron realizados anteriormente por estudiantes en trabajos de tesis en su mayoría u otros motivos varios. Todo el material fue entregado de manera voluntaria para la proyección, ya que el cine ambulante significa también una oportunidad para los realizadores, a quienes les interesa poder exponer y difundir los trabajos y encontrar un espacio también gratuito para esto.

La forma de recopilar cortometrajes, en un principio, es aceptando las animaciones de las personas que voluntariamente, y sin fines de lucro, quieran mostrar su trabajo y transmitir su mensaje. Si el proyecto fuera realizado a mayor escala sería conveniente tomar en cuenta también gastos de producción.

8.2.1 Lista de gastos

8.2.1.1 Precios de alquiler

En ésta sección se encuentra el equipo y los elementos indispensables para la exhibición. Se detallan a continuación los precios de alquiler de equipos y de una pequeña publicidad realizada a base de entrega de volantes:

(Ver anexo 1).

8.2.1.2 Precios de compra

En ésta sección se encuentra el equipo y los elementos indispensables para la exhibición. Se detallan a continuación los precios de compra de equipos y los gastos para una publicidad a mayor escala:

A continuación los cuadros de costos de alquiler y de compra:

Tabla 7.1
Cuadro de Costos Directos (Alquiler)

	Detalle	Costo (en dólares)
Equipos de Proyección	Proyector	50
	Reproductor	25
	Pantalla	10
	Parlantes	20
	Subtotal*	105
Instalación	Carpa	50
	Sillas (40)	40
	Instalaciones eléctricas y cableado (50 metros de cable)	10
	Subtotal*	100
Total*		205

Tabla 7.2
Cuadro de Costos Indirectos (Alquiler)

	Detalle	Costo (en dólares)
Instalación	Instaladores	80
	Luz	10
	Transporte	50
Subtotal*		
		140
Publicidad	Diseño de Volantes	50
	Impresión de Volantes	40
	Repartición de volantes	20
Subtotal*		
		110
Total*		250

Tabla 7.3
Cuadro del Costo Total por Alquiler

Subtotal de Costos Directos	\$ 205
Subtotal de Costos Indirectos	\$ 250
Total	\$ 455

Tabla 7.4
Cuadro de Costos Directos (Compra)

	Detalle	Costo (en dólares)
Equipos de Proyección	Proyector	1000
	Reproductor	200
	Pantalla	100
	Parlantes	300
	Subtotal*	1600
Instalación	Carpa	200
	Sillas (40)	200
	Instalaciones eléctricas y cableado (50 metros de cable)	100
	Subtotal*	500
Total*		2100

Tabla 7.5
Cuadro de Costos Indirectos (Compra)

	Detalle	Costo (en dólares)
Instalación	Instaladores	80
	Luz	10
	Transporte	50
Subtotal*		
		140
Publicidad	Diseño de Volantes	150
	Impresión de Volantes	500
	Repartición de volantes	200
Subtotal*		
		850
Total*		990

Tabla 7.6
Cuadro del Costo Total por Compra

Subtotal de Costos Directos	\$ 2100
Subtotal de Costos Indirectos	\$ 990
Total	\$ 3090

* Para la realización de un evento más grande se deberían tomar en cuenta además gastos en la coordinación del proyecto con sueldo a los organizadores.

8.3 Permisos

Para que la presentación del evento sea posible y legal se solicitaron los respectivos permisos en cada uno de los dos lugares en donde se realizaron las proyecciones.

La primera muestra se proyectó en el parque de la capilla “San Miguel” en el barrio de Selva Alegre – Sangolquí, para lo cuál se envió un oficio al presidente del barrio el Sr. Mario Molina (Ver anexo 2).

En la plaza central del centro comercial San Luis Shopping, ubicado en San Rafael, se realizó la segunda exhibición, para lo cuál se habló personalmente con la administradora del centro comercial la Sra. Carmen Rodriguez.

En el parque se publicitó el evento con la entrega de los volantes pero en el centro comercial esto no estaba permitido, sin embargo, los administradores del lugar anunciaron por los parlantes el evento invitando a la gente a asistir.

9 Ejecución del Proyecto

A los lugares previstos se llegó dos horas antes, un equipo de personas colaboró con los preparativos: armar la carpa, instalar las conexiones eléctricas, hacer las pruebas de sonido y ubicar las sillas.

Antes de la presentación se hizo una breve explicación del proyecto al público presente y después de la proyección se pudo conversar un poco con los espectadores acerca de su apreciación. El ambiente que existe en un parque o en una plaza, cuando la gente está de paseo, relajada; se presta para armar foros o debates después de las proyecciones. Mucha gente se acercó a felicitar la iniciativa o incluso a averiguar a los organizadores cómo se podría contratar un servicio como éste.

Después de proyectar los cortometrajes animados se realizaron encuestas a los espectadores que asistieron para medir los resultados del impacto que causó la muestra en las personas. (Ver anexo 3)

9.1 Fórmula para realizar las encuestas

Para determinar el impacto que tuvo en la gente el cine ambulante de animación y para conocer su opinión sobre las características del evento:

Grupo Objetivo: Capacidad de la carpa (40 personas), público asistente a cada proyección.

Fórmula 9.1

Fórmula para realizar las encuestas

$$n = \frac{Z^2 pq N}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

n= ? muestra

e= 5% (0,05) margen de error

Z= 1,96 confiabilidad (95% de confiabilidad y 5% error)

N= 40 número de posibles encuestados

p= 0,50 probabilidad a favor

q= 0,50 probabilidad en contra

Resultados:

$$n = \frac{1,96^2(0,5)(0,5)(40)}{40(0,05)^2 + 1,96^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 38,416/1,0604$$

$$n = 36,2$$

Muestra: 36 personas.

9.2 Formato de la encuesta

Las encuestas se entregaron a la gente que se acercó a ver la proyección y que voluntariamente quiso llenarlas, los niños que fueron aproximadamente la mitad del público no participaron en las encuestas. En total hubo 38 personas encuestadas.

Las preguntas están dirigidas a demostrar el éxito y la viabilidad de una exhibición como esta, a averiguar la percepción y los intereses del público y también a investigar sobre la dirección que deberían tener las temáticas, la finalidad que podrían tener los cortos al transmitir un mensaje y cuáles serían los medios de auspiciar el proyecto.

El formato de las encuestas es el siguiente:

ENCUESTAS PARA EL CINE AMBULANTE DE ANIMACIÓN

Lugar del evento:

Sexo:

Edad:

Por favor responda las siguientes preguntas:

1. ¿Le gustó venir?
SI NO
2. ¿Volvería a asistir?
SI NO
3. ¿Le parece que el cine ambulante de animación puede servir para:
 - a) El desarrollo cultural
 - b) La identidad nacional
 - c) Un medio de Publicidad
4. Este tipo de evento debe ser dirigido a:
 - a) Niños
 - b) Jóvenes
 - c) Adultos
 - d) Todos
5. ¿Qué tipo de películas le gustaría ver más?
 - a) De entretenimiento
 - b) Didáctica
 - c) Infantil
 - d) Familiar
 - e) Histórica
 - f) Documental
6. ¿Le parece bueno el lugar elegido para la proyección?
SI NO OTRO LUGAR

9.2.1 Análisis de las encuestas

El análisis debe tomar en cuenta el sector en donde se ha realizado la investigación que se ubica en la parte central de la urbe del Valle de los Chillos. Además se debe anotar que aproximadamente la mitad del público que asistió estaba conformada por público infantil. Las encuestas solo se realizaron a personas adultas pero los niños disfrutaron mucho del evento. (Ver anexo 5 en el DVD adjunto)

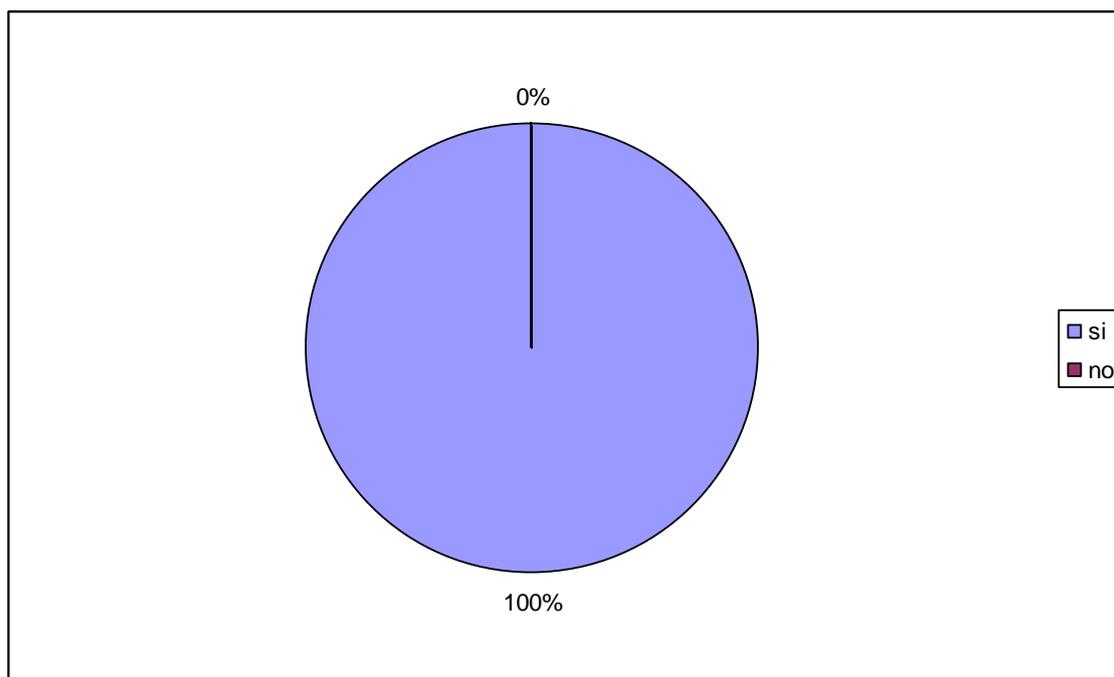
Pregunta 1

¿Le gustó venir?

SI	38
NO	0

Gráfico 9.1

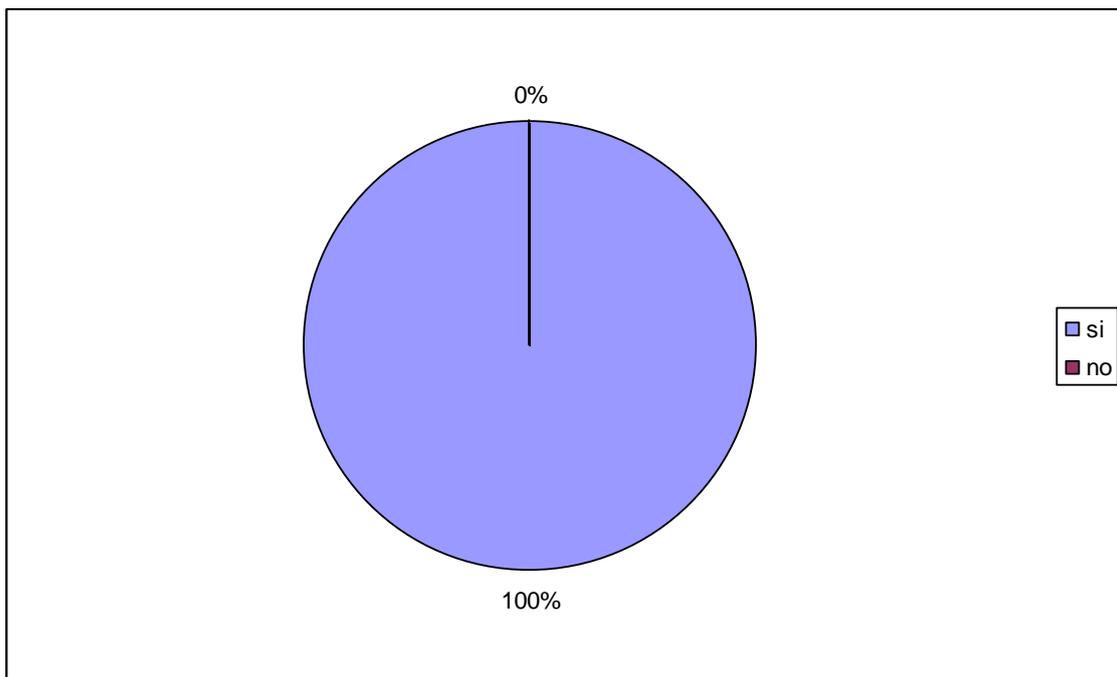
Tabulación de la encuesta, pregunta 1



Pregunta 2

¿Volvería a asistir?

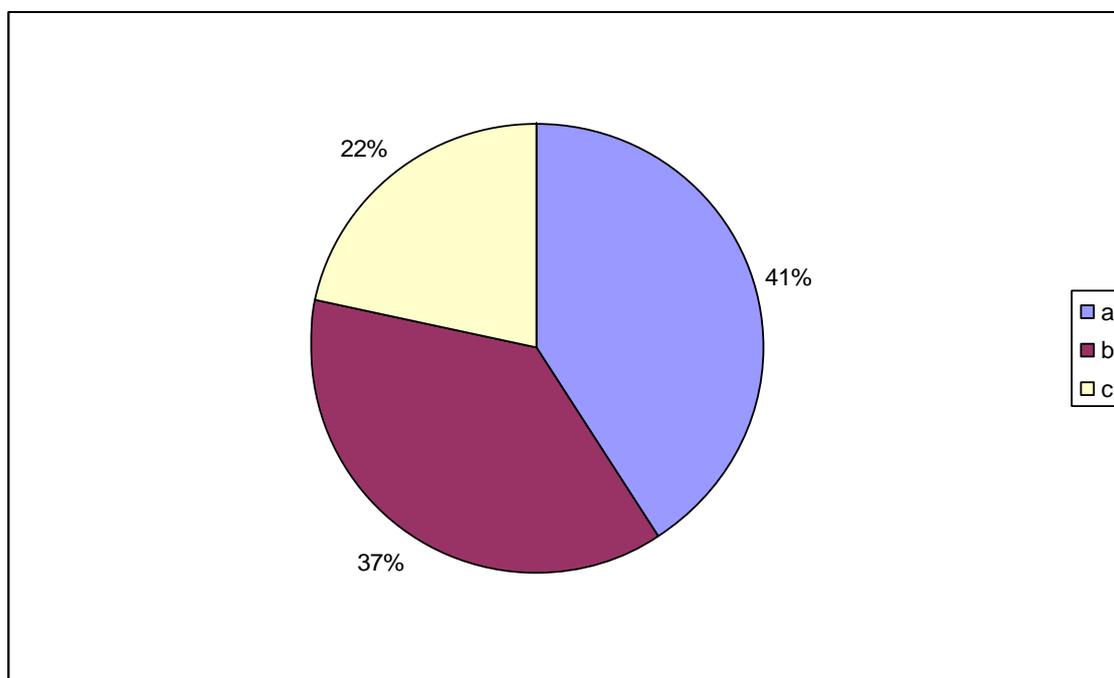
SI	38
NO	0

Gráfico 9.2**Tabulación de la encuesta, pregunta 2**

Pregunta 3

¿Le parece que el cine ambulante de animación puede servir para:

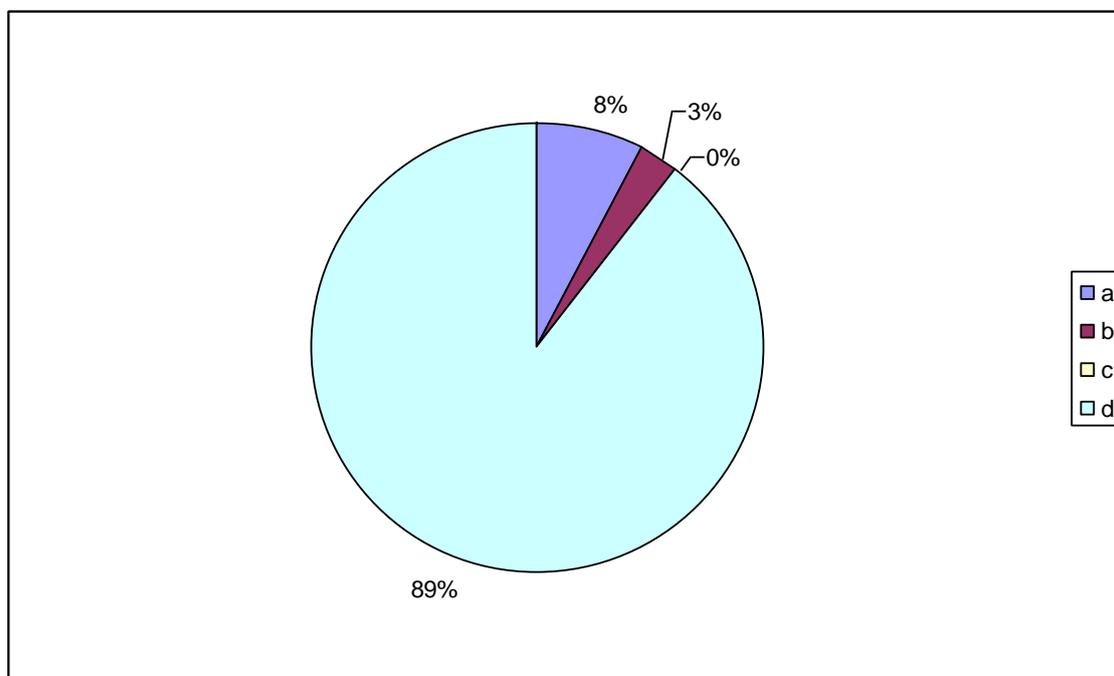
- a. El desarrollo cultural
- b. La identidad nacional
- c. Un medio de Publicidad

Gráfico 9.3**Tabulación de la encuesta, pregunta 3**

Pregunta 4

Este tipo de evento debe ser dirigido a:

- d. Niños
- e. Jóvenes
- f. Adultos
- g. Todos

Gráfico 9.4**Tabulación de la encuesta, pregunta 4**

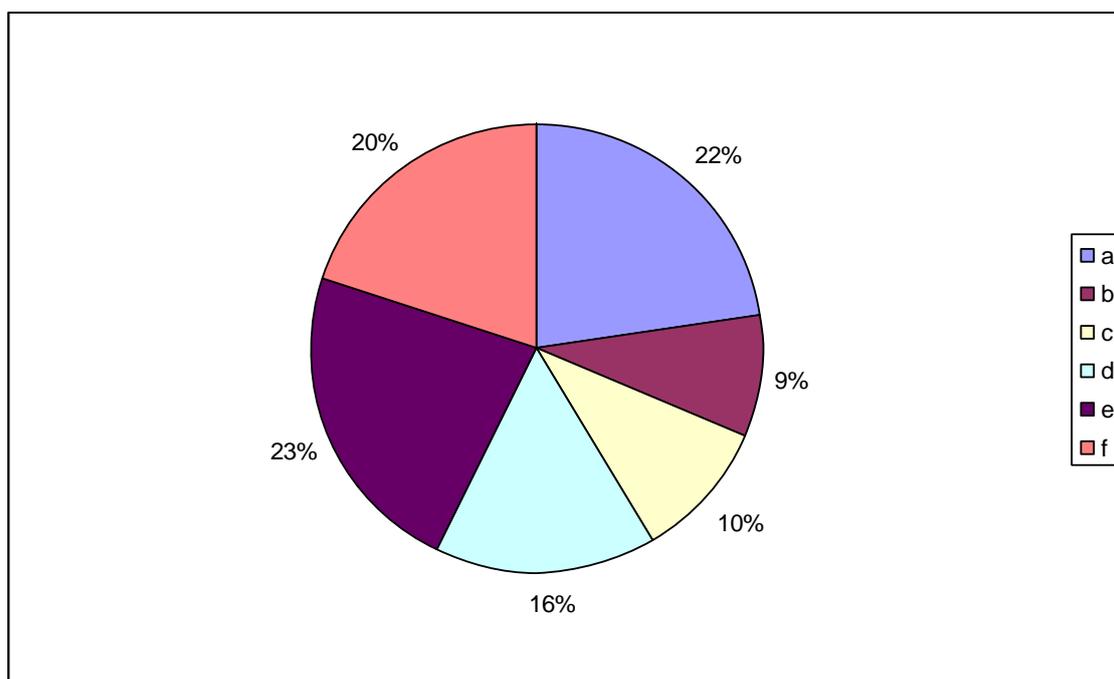
Pregunta 5

¿Qué tipo de películas le gustaría ver más?

- a. De entretenimiento
- b. Didáctica
- c. Infantil
- d. Familiar
- e. Histórica
- f. Documental

Gráfico 9.5

Tabulación de la encuesta, pregunta 5

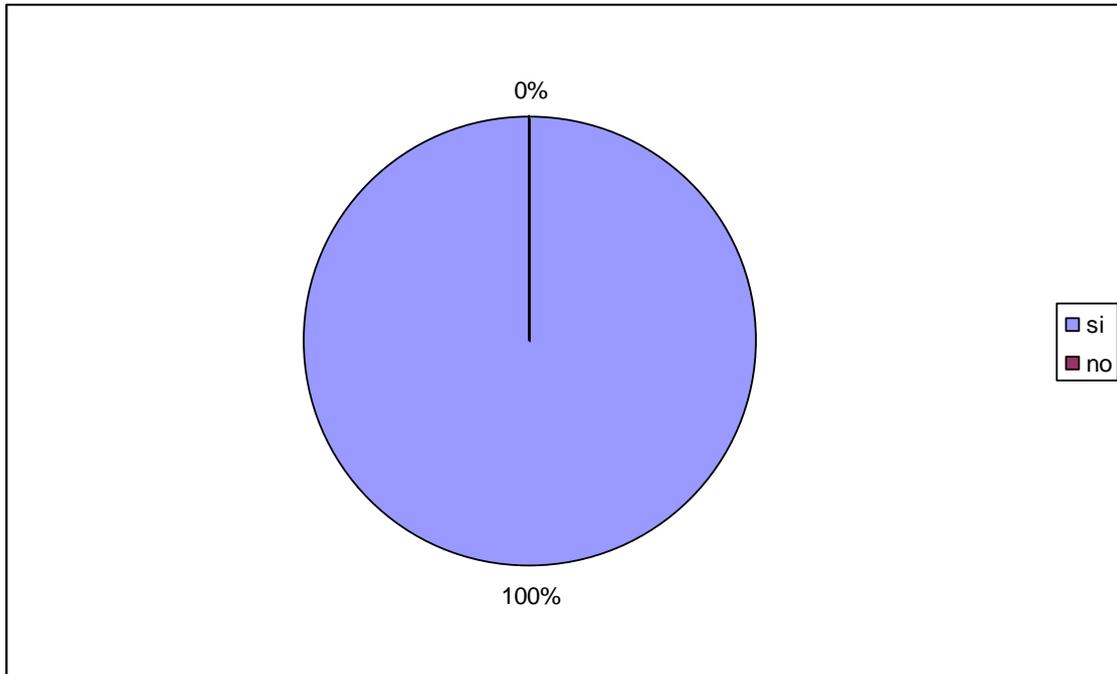


Pregunta 6

¿Le parece bueno el lugar elegido para la proyección?

SI 38

NO 0

Gráfico 9.6**Tabulación de la encuesta, pregunta 6**

Respuestas para OTRO LUGAR:

Colegios

Universidades

Parque de la Carolina

Condado Shopping

Más parques

10 Resultados

10.1 Conclusiones

En los resultados del análisis se pueden observar algunas de las preferencias de la gente encuestada, como las temáticas que más les agradan que son: películas históricas, documentales y películas de entretenimiento, en ese orden.

Además se puede registrar la asistencia de personas de todas las edades y la opinión de la gente con respecto a que la exposición sea para un público abierto.

También nos podemos dar cuenta de los niveles en que aporta el evento a la sociedad, según las mismas personas, en primer lugar, impulsa el desarrollo cultural, después refuerza una identidad nacional; y por último permite la posibilidad de que el proyecto sea auspiciado por publicidad.

Las encuestas demuestran la aceptación del público a la exhibición, muchas se mostraron entusiasmadas y se acercaron a dar sus felicitaciones por la iniciativa. De hecho el organizador de las fiestas patronales de Sangolquí averiguó la manera de llevar el Cine Ambulante al festejo.

El proyecto representa no solamente un logro a nivel profesional si no también a nivel personal y humano. La alegría general y el ánimo que las personas tienen un domingo en el parque, generaron una respuesta positiva por parte del público y permitieron a la gente sentarse en la hierba a conversar o seguir jugando después de la función.

Las expresiones de concentración de los espectadores ante un lenguaje nuevo y diferente, las reacciones de asombro al escuchar una música o una frase popular, la risa de los niños al ver los dibujos; hicieron que el evento fuera una experiencia bonita y gratificante.

10.2 Recomendaciones

Se plantea seguir con el desarrollo del proyecto, que la muestra sirva de referencia para saber que hay como abrir un espacio de difusión de dibujos animados de una manera sencilla y económica. Que además el proyecto serviría para el desarrollo cultural de la sociedad, especialmente de los niños; y que sería una vía efectiva de transmitir mensajes publicitarios o de campañas sociales, así que, sería relativamente fácil encontrar auspiciantes.

Bibliografía

- Castro, Karina y Sánchez, José, Dibujos Animados y Animación. Historia y Compilación de Técnicas de Producción, Ediciones CIESPAL, 1999, p. 18 – 29, 62 – 92, 181 – 228, 241 – 263.
- Taylor, Richard, Enciclopedia de técnicas de animación, Editorial Acanto, 2004, p. 7 – 63.
- Sánchez Noriega, José Luis, Historia del Cine, Alianza Editorial SA, Madrid, 2002, p. 73 – 80.
- Gubern, Román, Cine Contemporáneo, Salvat Editores, 1973, p. 132 – 141.
- Dolan, Sabine, Un cine ambulante ofrece diversión y educación a los pobladores del desierto de Níger, http://www.unicef.org/spanish/infobycountry/niger_30623.html, 2006, 23/02/10
- International Business Times, El festival de cine “Ambulante” sale a las calles de México, <http://www.ibtimes.com.mx/articles/20100211/festival-cine-ambulante-sale-calles-mexico-diego-luna.htm>, 2010, 23/02/10
- PLAF, Experiencias de Cine en la calle, <http://festivaldecineenlacalle.blogspot.com>, 2007, 09/11/09
- Agapea Factory, Publicidad de Guerrilla. Otras formas de comunicar, <http://www.agapea.com/libros/Publicidad-de-Guerrilla-Otras-Formas-de-comunicar-isbn-842522098X-i.htm>, 2006, 09/11/09
- Porta, Carles, Puck Cinema Caravana, <http://puckcinemacaravana.blogspot.com>, 2009, 09/11/09
- DIARIO HOY, 3 de abril 1998, p. 9-A, <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/quito-se-multiplica-en-cine-66378-66378.html>, 22/01/10
- El Comercio, 12 de noviembre 2006, La proliferación de multisalas de cine no ha saturado el mercado,

- http://www.elcomercio.com/noticiaEC.asp?id_noticia=74598&id_seccion=7, 22/01/10
- Animec, Competencia Ecuatoriana,
<http://www.animecfest.com/index.php?q=node/15>, 2009, 22/01/10
 - Varea, Clara, Cine Ambulante de Animación,
http://www.facebook.com/profile.php?v=app_2344061033&id=667791692#!/event.php?eid=301617859585, 2010, 12/02/10
 - Bellas Artes Swingalia.com, Historia del teatro callejero,
<http://www.swingalia.com/teatro/historia-del-teatro-callejero.php>, 2007, 29/01/10
 - El Universo, El cine sale a la calle,
<http://www.eluniverso.com/2007/09/21/0001/260/21998ACD3CC64743ADE62AC0F161C8A4.html>, 2007, 29/01/10
 - Miradas, CNA, Cine digital ambulante,
http://www.eictv.co.cu/miradas/index.php?option=com_content&task=view&id=482&Itemid=89, 2010, 23/02/10
 - Observatorio de medios, Publicidad de guerrillas (y arte en la calle),
<http://www.observatoriofucatel.cl/guerrillas-publicitarias-y-arte-en-la-calle>, 2008, 29/01/10
 - Código visual, Publicidad de guerrilla,
<http://codigovisual.wordpress.com/2007/10/19/publicidad-de-guerrilla>, 2007, 09/11/09

Bibliografía de Glosario:

- Wikipedia, Animación, <http://es.wikipedia.org/wiki/Animacion>, 2010, 23/02/10
- Wikipedia, Arte urbano, http://es.wikipedia.org/wiki/Arte_callejero, 2010, 23/02/10
- Wikipedia, Dibujo animado, http://es.wikipedia.org/wiki/Dibujo_animado, 2010, 23/02/10

- Wikipedia, Arte Pop, http://es.wikipedia.org/wiki/Arte_pop, 2010, 23/02/10
- Wikipedia, Performance, <http://es.wikipedia.org/wiki/Performance>, 2010, 23/02/10
- Wikipedia, Breakdance, <http://es.wikipedia.org/wiki/Breakdance>, 2010, 23/02/10
- Wikipedia, Cultura Underground, http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_underground, 2010, 23/02/10
- Wikipedia, Software, <http://es.wikipedia.org/wiki/Software>, 2010, 23/02/10
- Diccionario Español, <http://www.acanomas.com/Diccionario-Espanol/86068/ESTABLISHMENT.htm>
- Google, La Web, http://www.google.com.ec/search?hl=es&lr=lang_es&defl=es&q=define:making+of&ei=LceFS4TUHMmPIAeh-vT8Cw&sa=X&oi=glossary_definition&ct=title&ved=0CAgQkAE

Anexos

1. Diseño de Volantes
2. Oficio entregado al Sr. Mario Molina
3. Encuestas

Anexos en el DVD adjunto

1. Animatic de “El Mensaje de los grillos”
2. Tornamesa del personaje de “El bus de cada día”
3. Storyboard de “El bus de cada día”
4. Video de base para la rotoscopía
5. Video de la proyección en el parque
6. Fotos de la exhibición
7. Animación 1 “El Mensaje de los grillos”
8. Animación 2 “El bus de cada día”
9. Animación 3 “Amanecer”