



Cazadora de Recuerdos

MEMORIA TFG · CAZADORA DE RECUERDOS
CREACIÓN DE UNA SERIE INFANTIL DE BESTIAS
COLECCIONABLES

RAFAEL BETANCOR MARTÍN
Diseño · Universidad de La Laguna

TRABAJO DE FIN DE GRADO
Grado en Diseño · Universidad de La Laguna
Curso 2016-2017



MEMORIA DEL PROYECTO

ALUMNO: RAFAEL BETANCOR MARTÍN
TUTOR: FRANCISCO JAVIER TORRES FRANQUIS

RESUMEN Y PALABRAS CLAVES

Cazadora de Recuerdos se plantea como una serie de animación infantil. Se trata de la creación desde cero de la estética y argumento de una hipotética serie de dibujos animados enmarcada dentro del género de bestias coleccionables, presentándose así al más puro estilo de franquicias como Pokémon o YokaiWatch. Busca además ser consciente y consecuente con los problemas que implican el abuso de estereotipos en este tipo de formatos para los más pequeños. Con todo esto, el objetivo de este trabajo de fin de grado acaba traducándose a término último en la creación de las diferentes aplicaciones gráficas derivadas de la concepción de la hipotética serie.

Palabras clave:

Diseño, Identidad corporativa, Ilustración, Anime, Serie infantil, Dibujos animados, Estereotipos, Bestias coleccionables.

ABSTRACT AND KEY WORDS

Cazadora de Recuerdos is posed as a series of children's animation. It includes the creation from scratch of the aesthetics and argument of a hypothetical series of cartoons belonging to the genre of collectible beasts, presenting itself at the purest style of franchises such as Pokémon or YokaiWatch. It also seeks to be aware and consequent with the problems involved in the abuse of stereotypes in this type of formats for the little ones. With all this, the objective of this final project ends up being translated in the creation of the different graphic applications derived from the conception of this hypothetical series.

Keywords:

Design, Corporate identity, Illustration, Anime, Children series, Cartoons, Stereotypes, Collectible beasts

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	9
2. OBJETIVOS	10
3. METODOLOGÍA	12
4. INVESTIGACIÓN	15
4.1 ANIMACIÓN	17
4.2 PRINCIPALES REFERENTES	21
4.3 SALTO DE LA ANIMACIÓN: DEL CINE A LA TV	32
4.4 MANGA	33
4.5 ANIME	34
4.6 SERIES DE BESTIAS COLECCIONABLES	40
4.7 ESTEREOTIPOS EN LOS DIBUJOS ANIMADOS	47
5. CONCLUSIONES INVESTIGACIÓN	61
5.1 EL MUNDO DE LA ANIMACIÓN	63
5.2 ¿ES NECESARIO EL USO DE ESTEREOTIPOS?	63
5.3 ¿POR QUÉ UNA SERIE DE BESTIAS COLECCIONABLES?	64
5.4 APLICACIONES Y CANTIDAD DE PRODUCTOS	64
5.5 ESTILO GRÁFICO PARA SERIE DE B.C.	65
5.6 PROTAGONISTAS EN LAS SERIES DE B.C.	66
6. DESARROLLO	69
6.1 LA SERIE: CAZADORA DE RECUERDOS	71
6.2 ACERCAMIENTO A LA ESTÉTICA Y PROPUESTA DEFINITIVA	72
6.3 ACERCAMIENTO A LA MARCA Y PROPUESTA DEFINITIVA	76
6.4 APLICACIONES	78
7. CONCLUSIONES GENERALES DEL TFG	91
8. FUENTES CONSULTADAS	97

1. INTRODUCCIÓN

Suelo dedicar tiempo a la creación de personajes, al diseño de su apariencia y personalidad. Planteo una historia para ellos, un argumento y una motivación que les de una razón de ser.

En uno de estos casos tomé lápiz y papel pretendiendo crear a un protagonista para uno de esos proyectos que no van más allá de un par de bocetos en mi libreta; quería conseguir a un aventurero chaval que vagara por el mundo recolectando criaturas en su aventura, la historia que siempre he solido construir en mi mente desde que Pokémon inundara la infancia de toda mi generación.

Cuando ya había construido la apariencia de mi joven protagonista, cuando ya sabía que actitud tendría incluso imaginaba de que color sería su pelo, deparé en unos trazos emborronados que por casualidad habían quedado en la coronilla de mi personaje. De repente parecía que pudiera llevar una coleta. "¿Por qué no?", pensé en un primer momento. Nunca había visto un protagonista de este tipo de aventuras con el cabello largo. Pero entonces paré un poco más y le di otra vuelta a la cabeza: "¿Y por qué no una joven aventurera en lugar del impuesto varón?".

Fue así como de mi caso me detuve y reflexioné, dándome cuenta de que esto no era ni mucho menos una anécdota aislada en el mundo de la animación. Bastaba con ojear un par de series que se han emitido y emiten actualmente en nuestros televisores



Bocetos

para darnos cuenta de que los personajes se construyen siempre sobre un mismo canon. Dicho en otras palabras, que las series infantiles están repletas de estereotipos.

La creación de personajes entorno a estereotipos para los dibujos animados que consumen los más pequeños puede llegar a ser bastante preocupante ya que a término último esto puede acabar construyendo cierta intolerancia en los más jóvenes; el machismo o la homofobia, por ejemplo, suelen ir de la mano con estos prejuicios.

Frente a esto se planteó el tema para este Trabajo de Fin de Grado: la creación de una serie infantil que no atienda exclusivamente a estereotipos y que pueda crear conciencia de diversidad en los pequeños. Aunque no se creará la serie en sí, sino sus aplicaciones desde el punto de vista del diseño.

Para ello se pretende tomar un formato de éxito, el de las series de bestias coleccionables, que ha demostrado seguir en plena forma y rendimiento con el reciente éxito de Pokémon GO. Una fórmula que parece no pasar de moda.

2. OBJETIVOS

·OBJETIVOS GENERALES:

-Constatar mis conocimientos y competencias adquiridas durante el grado.

Demostrar la formación recibida tratando de abarcar distintas ramas del diseño que se imparten en la carrera, centrandonos así en ámbitos como:

- Ilustración
- Identidad corporativa
- Diseño editorial
- Gráficos animados

-Crear una serie infantil de bestias coleccionables.

Entendiendo que no realizaremos la serie de animación en sí misma, sino todo el trabajo gráfico que se puede explotar de ésta. Es decir, nos centraremos en la explotación comercial de la serie y sus personajes y no en la realización de los capítulos.

·OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Los objetivos específicos, es decir, atendiendo a la temática concreta de este Trabajo de Fin de Grado son:

-Diseñar una serie con un uso moderado y consecuente de los estereotipos.

Contar con personajes y mensajes que no atiendan estrictamente a los roles que por tradición se asignan a cada perfil de personaje. Conseguir con ello crear de forma subliminal conciencia de diversidad en los receptores, los más pequeños.

-Conseguir una estética clara, uniforme y adecuada al público al que va dirigido.

Contar con un estilo adecuado y eficaz. Es decir, una estética entendible y atractiva para los niños (potenciales receptores de esta serie) y que permita la creación de aplicaciones con una estética reconocible y unificada.

Alcanzar para ello un planteamiento abierto de creación de personajes para la serie infantil con el que conseguir 50 criaturas coleccionables y al menos 4 personajes protagonistas, todos ellos digitalizados en la estética oportuna.

-Explotar el factor coleccionista

Diseñar un catalogo de aplicaciones que en la medida de lo posible abarquen el factor coleccionista como una ventaja para el éxito de sus productos.

Con ese fin crear productos como:

-Editorial:

- Bestiario
- Revista

-Videojuegos:

- Vídeo Promo Videojuego
- Caja de videojuego

-Coleccionables:

- Juego de Cartas Coleccionables
- Calcomanías (+ diseño paquete del snack correspondiente)
- DVDs de la serie de TV

3. METODOLOGÍA

Para conseguir cumplir los objetivos anteriormente expuestos primero debemos realizar una labor de investigación para:

- Conocer aspectos básicos del mundo de la animación, desde su inicio hasta el punto que nos compete (parando sólo en aquellas figuras que nos puedan interesar).
- Conseguir referentes: contar con una valoración reflexiva y análisis de otras series.
- Comprender cabalmente en que medida están presentes los estereotipos en los dibujos animados y por qué supone esto un problema.
- Acotar el campo de actuación del diseño que abarca el proyecto (necesidades gráficas y aplicaciones)

Para ello se realizarán los siguientes ejercicios de investigación:

- Estudio general del campo de la animación, realizando un recorrido de más a menos.
- Análisis de casos concretos de series infantiles: ¿Cómo han explotado ya otras series este estilo de bestias coleccionables? ¿Cómo usar bien esta fórmula?
 - Construir una estética mirando hacia los exitosos referentes.
 - Abordar estéticamente los aspectos gráficos que se extraigan necesarios.
- Estudio acerca de los estereotipos en los dibujos animados: Casos, datos y generalidades
- Acercamiento y realización de primeras propuestas personales; aproximación al producto final tras el análisis más teórico.
- Resolución técnica del producto empleando tanto recursos más tradicionales como el entintado manual, como herramientas digitales como Photoshop, Indesign o After Effects.

Desde un punto de vista más académico también es señalable como la asignatura de "Ilustración Aplicada" ha servido de punto de partida para la realización de este TFG, y es también, por tanto, mencionable como parte de la metodología del trabajo.



4. INVESTIGACIÓN

4.1 ANIMACIÓN

4.2 PRINCIPALES REFERENTES

4.3 SALTO DE LA ANIMACIÓN: DEL CINE A LA TV

4.4 MANGA

4.5 ANIME

4.6 SERIES DE BESTIAS COLECCIONABLES

4.7 ESTEREOTIPOS EN LOS DIBUJOS ANIMADOS

4.1 ANIMACIÓN

4.1.1 ¿QUÉ ES LA ANIMACIÓN?

Hoy en día cuando en el mundo multimedia hacemos referencia a la “animación” por norma general hablamos de lo que comúnmente denominamos “dibujos animados”. Tal y como nos explica la agencia de publicidad y comunicación Pixel Creativo, la animación engloba el proceso que consigue dar movimiento a objetos o dibujos que por norma general estarían inanimados. Esto se consigue mediante la creación de una secuencia de dibujos o fotografías que ordenadas consecutivamente consiguen proyectar un movimiento creíble ante el ojo humano, el cual se presta a este juego de la ilusión visual.

“ La ilusión de cambio suave, sin cortes ni brusquedades, se debe a la existencia de un fenómeno fisiológico del sistema visual humano, llamado persistencia de la visión. Cuando una serie de imágenes son presentadas en sucesión rápida, el sistema visual mezcla las imágenes. Si las imágenes varían de una a otra ligeramente, el efecto final que se produce es la percepción de un continuo, de un cambio suave.”, explica Domingo Martín Perandrés, profesor de la Universidad de Granada.

Además desde la agencia añaden como animar no se resume sólo al proceso más técnico, sino que va más allá. Y es que la palabra “animar” tiene sus orígenes en el latín: *anima* cuyo significado sería *alma*. Por consiguiente podemos afirmar que animar

consiste en dotar de alma a objetos o dibujos, y es por esto que éste proceso acaba teniendo mucho más que ver con lo artístico que con lo técnico.

4.1.2 PRIMEROS CASOS DE ANIMACIÓN Y LA ANIMACIÓN HOY

Atendiendo a la web de la revista MuyHistoria podemos decir que Émile Reynaud (1818-1844), artista, ingeniero e inventor francés, está considerado como el precursor y pionero del cine de animación. Ya desde la década de 1830 se venían creando gran cantidad de juguetes y mecanismos ópticos destinados a crear la ilusión de movimiento mediante el empleo de secuencias de imágenes que pasaban ante distintos tipos de obturadores, pero fue en 1877 cuando Reynaud consiguió crear un aparato que eliminaba las interrupciones de la visión que se producían entre imagen e imagen; el Proxinoscopio, con el que consiguió proyectar por primera vez escenas animadas en buenas condiciones.

Pocos años después ya podríamos empezar a resaltar la figura de algunos autores que destacaron en el campo de la animación. “La animación resulta, en sus inicios, ya con el mismo Stuart Blackmon (Humorous phases of funny faces - 1906) una forma colmada de figuras caprichosas, imprevisibles, dislocadas, inestables, incongruentes más allá de cualquier explicación escrita, [...] y que si queremos culmina con los primeros

trabajos de Walt Disney: en 1923 produce *Alice's Wonderland* (seis cortos protagonizados por Virginia Davis)." (Ramos, 2010, p. 11 y 18)

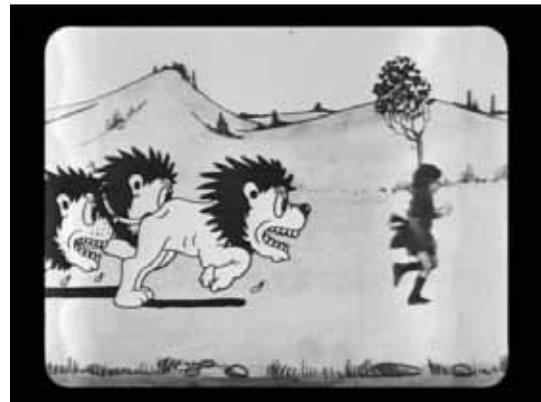
Pero desde entonces, y siguiendo con lo que explica Ramos, los procesos que se encuentran detrás de lo que llama la "fantasía de la mano hechizada" han cambiado mucho. Fue en 1955, en pleno declive de los estudios de animación convencional, cuando a la integración de los primeros ordenadores que permitían una computación gráfica (en esos inicios ordenadores de evidente uso militar) le seguirían numerosos esfuerzos para desarrollar "tecnologías de visualización" más avanzadas.

Esta llegada de los ordenadores y su gradual implantación en los procesos de producción ligados a la animación han acabado dando lugar a un debate que gira entorno a la lucha entre los animadores más tradicionales y la implantación de las nuevas tecnologías. Estas nuevas herramientas aparecieron con la justificación del ahorro de tiempo y dinero, automatizando los antiguos y tediosos procesos. Esto con el tiempo acabaría suponiendo una transformación más profunda de los métodos de trabajo y de las estéticas resultantes.

"La aparición de Pixar y el triunfo de sus primeras películas hizo que muchas productoras cerrasen sus departamentos de "animación tradicional", queriendo unirse al nuevo carro del 3D, creyendo que la fasci-



Praxinixcopio



Alice's Wonderland (1923)

nación que generaba la nueva herramienta bastaría para conseguir los mismos resultados. Lo cual daba razón a todos aquellos que desde la industria tradicional habían temido a la progresiva incorporación de los ordenadores. [...] Pero ni el ascensor sustituye totalmente a la escalera ni el tren elimina el paisaje sino que lo reinventa.” (Ramos, 2010, p. 217 - p. 227)

Tal es así que hoy vemos como como las nuevas tecnologías no han eliminado las muestras de animación tradicional. “El actual auge de los efectos especiales generados por ordenador no parece haber acabado con el gusto por el rodaje de animación utilizando muñecos corpóreos. Títulos como *Pesadilla antes de Navidad*, *La novia cadaver*, *Chicken run*” (o la reciente *KUBO*), “nos muestra a las claras que el stop motion sigue siendo una técnica eficaz que cuenta con el favor del público contemporáneo.” (Ramos, 2010, p. 82)

4.1.3 TIPOS DE ANIMACIÓN

Si atendemos de nuevo a la explicación de la agencia de publicidad y comunicación Pixel Creativo, podemos realizar una clasificación de los diferentes tipos de animación que, a grandes rasgos, podemos encontrarlos.

1- Dibujos animados o Animación tradicional

Consiste en dibujo cuadro a cuadro o fotograma a fotograma.

En sus inicios se realizaba a través del dibujado y pintado de cada cuadro (incluido el fondo, escenario o background de la animación), para luego ser filmado en una cinta de película

En la década de 1910, se agiliza el proceso al aparecer la animación por celdas, inventada por Bray y Hurd, la cual consistía en usar laminas transparentes (conocidas como acetato), en las que se animaban los personajes sin tener que pintar el fondo en cada fotograma.

En la actualidad se utilizan diversos medios digitales.

2- StopMotion

Técnica de animación que no entra en la categoría de dibujo animado.

Consiste en aparentar los movimientos de objetos estáticos, capturando fotografías cuadro por cuadro o movimiento por movimiento. Se divide en :

- Animación de plastilina o claymotion (material maleable)
- Animación de objetos rígidos

3- Rotoscopía

Este tipo de animación consiste en dibujar directamente sobre la referencia, por ejemplo sobre los cuadros de la filmación de una persona real.

En *Blancanieves*, del primer largometraje Disney, fue animada de esta forma.

Se le considera un precursor del "mocap" o motion capture, nombre con el que se le conoce a la captura de movimiento por ordenador utilizado para recrear personajes digitales en el cine, como por ejemplo "Golum" de la trilogía "El Señor de los Anillos".

Existe cierto grado de controversia sobre si la rotoscopía es una auténtica animación y sobre su valor artístico como tal.

4- Animación por recortes o Cut out Animation

Técnica que usa figuras recortadas, ya sea papel o fotografías. Los miembros del cuerpo de los personajes se construyen a base de recortes.

La animación se logra moviendo y reemplazando las partes del cuerpo recortadas.

5- Animación 3D

En la animación en tres dimensiones un programa editor permite realizar animaciones y simulación de texturas, iluminación, movimientos de cámara y efectos especiales. Un tipo de animación puede tener un gran potencial visual.

Otras técnicas

Existen muchas técnicas de animación que sólo han sido utilizadas por unos y que son desconocidas para el gran público. Cada día muchos animadores exploran y descubren más de ellas. Entre estas podemos nombrar, por ejemplo, la pintura sobre cristal, la animación de arena o la pintura sobre celuloide.



Animación Stop Motion

4.2 GRANDES REFERENTES

4.2.1 WALT DISNEY

Walt Disney (5 de diciembre de 1901 - 15 de diciembre de 1966) fue una figura importante no sólo en el mundo de la animación, sino en la historia en general. De acuerdo a Canal Historia, Walt fue un productor, director, guionista y animador estadounidense. Nació en Chicago pero en 1909 se mudó a Kansas City cuando su padre enfermó.

Con los años, y con el dinero que ganaba vendiendo sus caricaturas, se matriculó en el Instituto de Arte de Kansas. Allí, mientras adquiría sus primeras nociones sobre las técnicas del dibujo, comenzó a descubrir el cine, un invento que le apasionó. Tras licenciarse se fue a vivir con su hermano y consi-

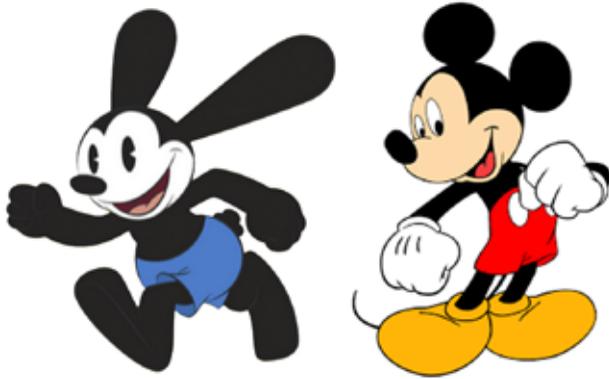
guió empleo como aprendiz de dibujante en una agencia de publicidad, la Pesmen-Rubin Commercial Art Studio, donde conoció a figuras como la del dibujante Ubbe Iwerks, con el que no sólo entabló amistad sino también negocio.

Con él fundó en 1922 la compañía Laugh-O-Gram Films, que produjo exitosos cortometrajes basados en cuentos infantiles. A pesar de los ingresos, los gastos acabaron produciendo que la compañía tuviera que cerrar. Tras esto, un desalentado Walt Disney se trasladó a Hollywood donde comenzaría de nuevo a producir dibujos animados.

Así, no fue hasta 1926 cuando Disney comenzara a cosechar relativo éxito con la creación de personajes. "Realiza a Oswald



Walt Disney junto a Mickey Mouse



Oswald y Mickey Mouse

el conejo y más tarde surgiría el gran héroe Mickey Mouse, figura principal de su exitosa carrera. La Universal adquiere los derechos de la serie de Oswald, que ahora es dirigido por Walter Lantz. El 19 de septiembre de 1928 se estrena en New York Steamboat Willie, primera película sonora donde aparece Mickey Mouse. A partir de entonces la producción Disney va a asegurar su puesto en el mercado, convirtiéndose en modelo de la fantasía infantil.” (Ruiz, 1995, p. 6)

Posteriormente realizó una serie de “Sinfonías tontas”, como La danza del esqueleto (1929) o Árboles y flores (1932). En 1934 crearía a el Pato Donald y tres años más tarde realizaría el primer largometraje animado, Blancanieves y los siete enanitos, al que le seguiría una gran lista de clásicos animados. Así en la década de los 50 Walt Disney Productions ya era una de las mayores productoras cinematográficas.

4.2.1.1 LAS PELÍCULAS DE DISNEY: DESDE BLANCANIEVES HASTA PIXAR

Atendiendo a la lista del periódico 20 Minutos haremos un recorrido cronológico por las principales películas de la franquicia desde que comenzó su andadura:

En los años 30 Disney ya producía diversos cortometrajes basados en cuentos de hadas, como Los tres cerditos o El patito feo. Pero no fue hasta 1937 que la productora lanzara su primer largometraje animado: Blancanieves y los siete enanitos.

Cuando en 1934 se supo que Disney planeaba la producción de un largometraje la industria de la animación bautizó el proyecto como “la locura de Disney”. Todos pensaban que este proyecto supondría la ruina de la compañía. Sin embargo, un par de años más tarde y con un par de préstamos bancarios de por medio (el presupuesto inicial de la película era de 250.000\$ y acabó costando 1.488.000\$) la película se estrenó con gran ovación y siendo la más taquillera de su año.

En la década de los 40 se estrenaron otros clásicos como Pinocho, Dumbo, Bambi o Fantasía. Esta última, que consistía en la puesta en imágenes animadas de ocho piezas de música clásica. Ésta no contaba con un argumento unitario y suponía además una apuesta bastante arriesgada por parte del estudio que no acabó, ni mucho menos, exenta de críticas.

“A muchos molestó que Disney se atreviera a dar su “interpretación” de intocables clásicos de la música y que se cometiese el sacrilegio de hacer pequeñas modificaciones en las partituras.” (Ramos, 2010, p. 35)

“En fantasía no faltaban referencias religiosas con el broche final del Ave Maria. Es muy significativo que Disney desechara un boceto en el que una enorme cruz triunfaba sobre el monte. [...] Otros creaban controversia acerca de la posición de Disney ante el evolucionismo por su pez con patas Eusthenopteron.

Además le acusaban también de mostrar a los peces danzantes del Cascanueces con unos maquillajes y caídas de parados que invitaban a la prostitución. Tenemos a Disney atacado por los liberales y por los conservadores. Sin duda no tuvo tiempo para aburrirse”(Ramos, 2010, p. 37)

En los años 50 el éxito volvió a la compañía con La Cenicienta. A ésta le seguirían películas como Alicia en el país de las maravillas (1951), Peter Pan (1953), La Dama y el Vagabundo (1955) o La Bella Durmiente (1959). “Disney estaba persuadido de que había llegado al culmen de su carrera artística con su superproducción en 70 mm Technicromo La Bella Durmiente. Era la obra de su vida, su obra maestra y sin duda una auténtica obra de Arte, así, con mayúsculas. Y preparó algo más que un simple lanzamiento publicitario: una gran exposición itinerante para exhibir por galerías y



Blancanieves y los 7 enanitos



La Bella Durmiente

museos la evolución del Arte de la Animación que habría llegado a la madurez con su nueva película.” (Ramos, 2010, p. 31)

Sin embargo, “su pintura en movimiento no tuvo el éxito que esperaba y la colección de originales preparada para la triunfal gira por galerías y museos acabó olvidada en Japón, país en el que realizó una última serie de exposiciones en 1960 y donde tuvo una enorme influencia sobre la animación japonesa como puede verse en las producciones Toei de la época.” (Ramos, 2010, p. 32)

A pesar de esto, la compañía se consolida con el primer parque Disneyland en California.

En los sesenta destacan películas como Mery Poppins (1964), que con sus 5 oscars demostró la maestría de la compañía para mezclar animación y escenas de acción real. Un par de años más tarde, tras la primera película del famoso Winnie the Pooh, Walt Disney moriría, pero esto no detendría la creación de muchas más películas.

Las siguientes décadas de los setenta y ochenta fueron las más críticas para Disney. Apenas se produjeron films (sólo podemos destacar la película Robin Hood en 1973) y la compañía callo en una de sus mayores crisis. No obstante fue en 1983 cuando se creo el canal Disney Channel, y un par de años más tarde la compañía se recuperaría experimentando otro éxito similar al de Blancanieves; La Sirenia (1989) abriría la época del renacimiento de Disney.



La Sirenitac

Fue en estos años además cuando Disney hace tándem con Pixar y compite contra la rampante Major Dreamworks. De esta unión nace una de las más exitosas películas de la franquicia y la primera realizada totalmente con ordenador: Toy Story (1995). A esta década pertenecen icónicos títulos como La

Bella y la Bestia (1991), Aladdin (1992), El rey león (1994), Pocahontas (1995), El Jorobado de Notre Dame (1996), Hércules (1997), Mulán (1998) o Tarzán (1999).

A partir de los 2000 el éxito no ha mermado ni mucho menos. Películas como Buscando a Nemo (2003), Los increíbles (2004), Cars (2005), Up (2009), Tiana y el Sapo (2009), Frozen (2013), Zootropolis (2016) o Vaiana (2016) demuestran que el estudio sigue en plena forma.

Por otra parte, gran éxito tuvieron también películas de live action como la saga de Piratas del Caribe o la de Crónicas de Narnia.

4.2.1.3 DISNEY EN LA HISTORIA DE LA ANIMACIÓN: EL DIBUJO ANIMADO COMO PRODUCTO DE MASAS

Si hablamos de la historia de la animación no podemos obviar hacer hincapié en la factoría Disney. Nunca fue conformista con sus producciones y logró ser pionera en la utilización de numerosas innovaciones técnicas en el cine de animación.

“Las ambiciosas pretensiones artísticas de Walt y de sus dibujantes fueron consecuencia de su éxito. Blancanieves fue algo inesperado e insólito. En los medios artísticos y universitarios se recibió como una obra de arte, en 1938 la universidad de Harvard concedió a Disney el Master of Arts Honoris Causa.” (Ramos, 2010, p. 35)

Y es que, a pesar de que tras las primeras

obras y la admiración general que produjeron sus películas la animación volvió a un segundo plano, Walt Disney fue quien consiguió convertir los menospreciados dibujos animados en un sofisticado medio de expresión artístico.

Disney también destaca por haber contado con un equipo de animadores de primera fila cuyos méritos, no obstante, acabaron siempre difusos, pues por la propia publicidad de la compañía parecía que Walt Disney fuera siempre el autor total de todas las películas. “Los propios estudios de animación (también en Disney) evitaron el reconocimiento de sus artistas, que para ellos eran simples piezas del engranaje de una fábrica comercial. Se puede replicar afirmando que sus nombres figuraban en los rótulos de las películas, pero no siempre y no todos.” (Ramos, 2010, p. 40)

Walt Disney acabó convirtiendo los dibujos animados en un producto de masas. Tal es así que, a pesar de que muchas de sus películas son obras maestras del cine de animación, con los años el estudio empezó a centrarse en complacer los gustos del público, acentuando una cierta tendencia al kitsch y al exceso de sentimentalismo.

Fue tal el poder y la presencia de Disney que dificultó la aparición de propuestas de animación alternativas, entendiendo que era la única forma viable de hacer animación y teniéndolo siempre de influencia.



Varios personajes de Disney

“Llegados a este punto digamos bien claro: Disney representa el magma esencial para toda la gran animación norteamericana. Disney sirve el más sabroso caldo de cultivo para el cartoon contemporáneo. Desde esa escuela industrial hubo luego estampida de creadores hacia otros estudios surgiendo divisiones de animaciones como la Warner.” (Ramos, 2010, p. 97)

4.2.2 WARNER

Warner Bros Animation (la división de animación de la Warner Bros) es también uno de los estudios de animación más famosos de Estados Unidos y del mundo en general.

El estudio fue inicialmente fundado en 1933 como Leon Schlesinger Productions. Ésta era una compañía independiente que producía la famosa serie de los Looney Tunes, con la que popularmente se asocia siempre al estudio de la Warner y de la que hablaremos más adelante. Schlesinger vendió en 1944 el estudio a Warner Bros y continuó operando bajo la denominación de Warner Bros Cartoons Inc durante casi otros veinte años más.

Por aquellos comienzos “Warner Bros no tenía las pretensiones y oportunidades de otros estudios como Disney, y destruyeron la mayor parte de sus originales. Contaban con muy bajos presupuestos, por lo que reciclaban los materiales limpiando los celuloideos ya borrados para volverlos a utilizar. Y las filmotecas, creadas a partir de los años 30, se dedicaron a coleccionar y guardar las películas de animación, los carteles y algunos materiales publicitarios, pero se olvidaron de los dibujos animados.” (Ramos, 2010, p. 100)

Aunque el estudio se ganó su hueco gracias a tener su propio estilo. Éste no surgió de un día para otro y nació imitando las referencias de Disney. “El estudio Warner inicial-

mente empezó, como casi todos, imitando a Disney –asegura Cruz Delgado-. Su primera estrella, Bosko, era un niño negro cuyo aspecto recordaba mucho a Mickey Mouse; y las primeras Merie Melodies querían ser como las Silly Symphonies disneyanas. Más que un corto en concreto –continúa-, creo que lo que marca un giro definitivo en el estilo es la llegada al estudio de Tex Avery que, aunque solo estuvo siete años allí, introdujo un tipo de humor totalmente nuevo, creó al Pato Lucas y desarrolló al conejo que acabó siendo Bugs Bunny” (Jiménez, 2016, en línea)

El estudio permaneció prácticamente inactivo durante la década de los setenta y reapareció en 1980 con nuevos trabajos relacionados con los Looney Tunes. A partir de los noventa la sección de animación de la Warner se ha dedicado a la creación de series de dibujos animados para la televisión, destacando su vinculación con la adaptación de historias pertenecientes al mundo de los personajes de DC Comics.

4.2.2.1 LOONEY TUNES: GRANDES ESTRELLAS DE LA COMPAÑÍA

De acuerdo a la entrevista de Jesús Jiménez a Cruz Delgado y Alfons Moliné acerca de su libro “El universo Warneriano” para rtve.es, fue gracias a su surrealista humor que Porky (1935), El Pato Lucas (1937), Bugs Bunny (1940) y el resto de los Looney Tunes fueran los únicos que han hecho sombra, e incluso superado, a los dibujos del gigante de Disney.

“Los Looney Tunes triunfaron con un humor mucho más surrealista y disparatado que su principal competidor, Walt Disney, y que se conoció como el “estilo Warner”. Básicamente – nos comenta Cruz Delgado Sánchez-, el estilo Warner se apoya en dos rasgos esenciales. Por un lado la caracterización de los personajes, a los que supieron dotar de unas personalidades únicas con las que cualquier espectador se puede identificar a pesar de que casi todos fueran animales. Por otro, la perfecta puesta en escena de los gags y las situaciones cómicas por encima de la historia que contaban, con un dominio del “timing” pocas veces igualado”. (Jiménez, 2016, en línea)

Resulta curiosos como toda una generación de cineastas, tales como Tim Burton, Robert Zemeckis o Joe Dante, que se criaron viendo estos dibujos, terminaron añadiendo ese “estilo Warner” a sus propias películas de acción real.

“Los Looney Tunes son capaces de todo. Desmedidos, rampantes e inexistentes... por eso dan mucho de que hablar. Y mientras que algunas de las criaturas de Disney han propiciado ensayos de gran calibre los Looneys inspirarían un análisis psiquiátrico. Porque son arquetipos del error, nuestros sospechosos habituales. Su lema; “born to lose”. Una deontología ejemplar de la derrota. Si, ellos son lo peor, por eso viéndolos fracasar una y otra vez nos sentimos mejor.” (Ramos, 2010, p. 106)



Personajes de Looney Tunes

Siguiendo la línea de la obra de Ramos podemos también afirmar que existen una serie de Leyes del Universo animado según la Warner que obedecen esta legión de antihéroes:

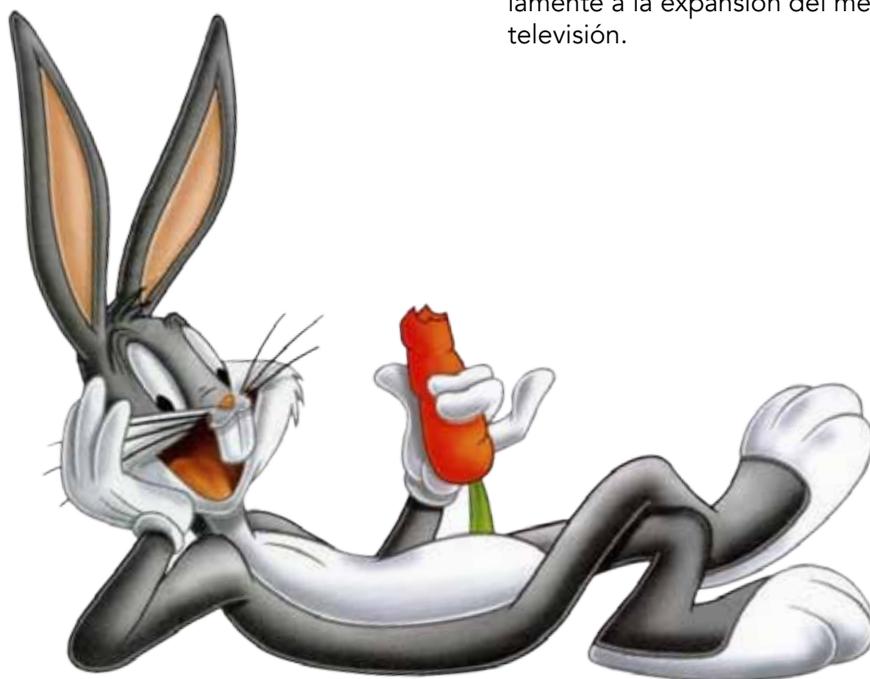
-PRIMERA LEY: la de persecución perpetua. Lo suyo es un atropellado elogio infinito de la maltrecha figura del perseguidor universal.

-SEGUNDA LEY: la del eterno trastorno. Un volver a empezar para nunca acabar

-TERCERA LEY: principio de no gravedad permanente, bien combinado con el de

metamorfosis continua, "ellos creaban pero nada se destruye, todo se transforma". (Ramos, 2010, p. 95)

Sin embargo, tras más de dos décadas como reyes del humor animado, los años setenta supusieron, como ya dijimos, una crisis para los dibujos animados de la Warner en concreto, y en general para el sector de la animación americana. No por una bajada en la popularidad de los cartoons, que seguían retransmitiendo por televisión con bastante éxito, sino que este declive tanto comercial como estético se debía a una reducción en el mercado de los cortos para cines paralelamente a la expansión del mercado de la televisión.



Bugs Bunny

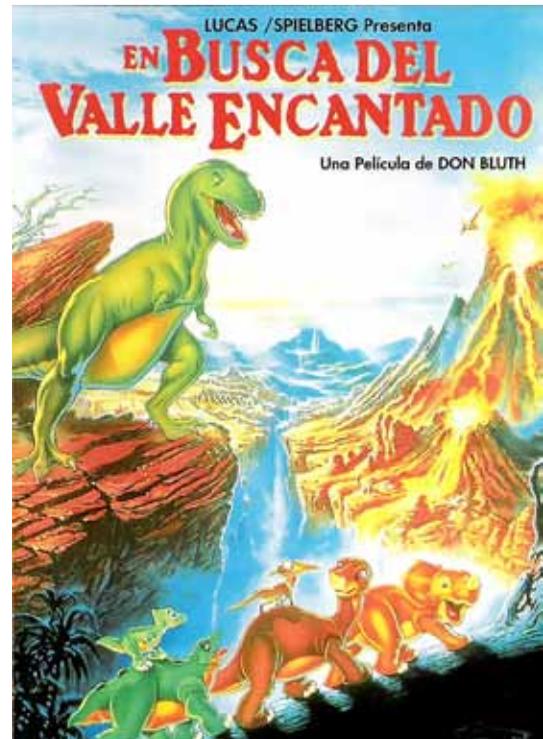
4.2.3 DON BLUTH

Su nombre quizá no este en la memoria colectiva, pero es digno de mención la labor y aportación de Don Bluth al mundo de la animación.

Atendiendo a QuéFueDeMagazine podemos decir que Don Bluth fue un director, productor, guionista y animador americano nacido en 1937. Su creación como la de muchos otros también esta marcada por Disney; quedó fascinado al ver "Blancanieves y los siete enanitos" de pequeño en el cine y fue esa la razón por la que se aficionó a dibujar para más tarde introducirse en el mundo de la animación.

De echo, Bluth formó parte de la factoría Disney por unos años, y trabajó de jefe de animación en películas como "Robin Hood" o "Los rescatadores". Pero si pasó a la historia de la animación fue por sus propias producciones. Aunque su primer largometraje como director fue a principios de los ochenta con "NIHM. El mundo secreto de la señora Brisby" (que a pesar de tratar temas más maduros seguía bastante la línea de Disney) luego se introdujo por un tiempo en la animación para videojuegos, donde se le vincula con títulos como "Dragon's Lair".

Pero fue tras esto cuando empiezan a llegar sus obras emblemáticas, tras empezar a colaborar con Steven Spielberg para su segundo largometraje "Fievel y el nuevo mundo", que cosecho mucho éxito, llega



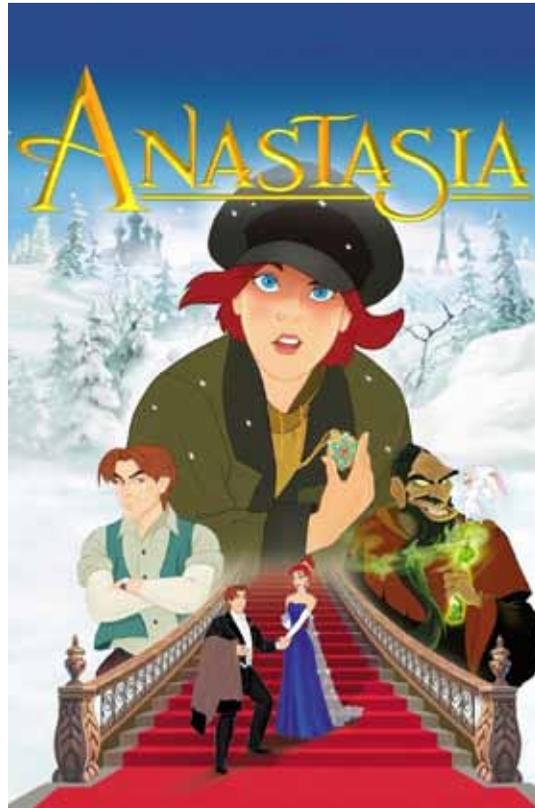
En busca del valle encantado

su obra maestra en 1988 con "En busca del valle encantado". El impacto del film fue tal que las aventuras de Pecito, el dinosaurio protagonista, se extendieron durante 12 secuelas más.

En la producción de la mayoría de sus siguientes películas animadas haría tándem con Gary Gold, junto al que produciría títulos también recordados como "Todos los perros van al cielo" (1989) o "Pulgarcí-

ta" (1994), con una animación exquisita de nuevo muy en la línea de Disney, pero con una historia un tanto plana que no terminó de convencer a la crítica.

Tras esto, y aunque después continuaron creando animación, el último gran título que crearon para la factoría FOX, buscando un mayor atractivo comercial, fue "Anastasia" estrenada en 1997. Estaba muy en la línea de el resurgir de la compañía Disney en esos años 90, y narraba las aventuras del personaje histórico de Anastacia, la supuesta y única hija superviviente de los Zar. A pesar de la cuestionable exactitud histórica, el resultado fue un buen largometraje, con una estupenda animación que consiguió sus objetivos comerciales.



Anastasia

4.3 SALTO DE LA ANIMACIÓN: DEL CINE A LA TV

Atendiendo a la obra de "Estéticas de la animación" podemos decir que fue a partir de la huelga del 41 de la UPA (United Productions of America) cuando el cartoon USA empezó a cambiar. Se hizo de bajo coste industrial y tendió hacia el consumo televisivo masivo.

Tras el pico de Fantasía nace la animación auto-limitada; eliminar detalles de fondos en las escenas, la sugerencia frente al hiperrealismo, paisajista esquemático de referencia espacial y cierto expresionismo abstracto se hizo tendencia de futuro. En años posteriores derivaría en una estética común que acabaría fijando la suerte de la animación contemporánea.

"Los Picapiedra son fundamentales en la consolidación comercial de unos dibujos animados de estructura y estética específicamente televisiva. La adopción de un modelo narrativo de alrededor de media hora exige persistir en técnicas de animación limitadas (lo opuesto al esfuerzo y el coste prohibitivo que demanda el dibujo y la pintura de los veinticuatro fotogramas para cada segundo de película), que faciliten la organización de una producción en cadena basada en los movimientos reducidos de los cuerpos de los personajes, con el objeto de ahorrar tiempo y dinero. En la animación limitada de Los Picapiedra se perciben unas reducidas constantes expresivas que en buena medida pueden generalizarse al resto de los trabajos de la casa: presentación frontal de los personajes y situaciones (coherente con unas tramas raudas y direc-



Los Picapiedra

tas); movimientos mecánicos de la cabeza al hablar y de los ojos al escuchar, y por lo tanto, énfasis en una presencia constante del diálogo, que muchas veces se limitaba a comentar o subrayar lo que se ve; transiciones constantes en movimientos hacia la izquierda o la derecha, fondos planos o selección de detalles en planos generales, a la manera de un convencional récord en el eje, aprovechando un único dibujo para planos de distintos tamaños." (Ramos, 2010, p. 164)

En general y como resumen, el salto de la animación desde el cine a la televisión supone la economización de la misma para su adaptación a la producción de varios capítulos. Y esto precisamente es una de las características por las que se señala a la animación japonesa, al Anime (del que hablaremos más adelante), y es que esta rama por lo general se entiende como el culmen del ahorro en la producción gráfica de la animación a nivel mundial.

4.4 MANGA

“El manga y el anime son escrituras imaginarias que sólo difieren en la técnica de resolución gráfica.” (Ramos, 2010, p. 183) Sin embargo, si atendemos a un artículo en línea de la editora y distribuidora Kaicron podemos describir cada disciplina por separado para entenderlas mejor.

4.4.1 TERMINOLOGÍA Y ORÍGENES

“Manga” es un término japonés cuya traducción literal es “dibujo informal” y en la actualidad encuentra su equivalencia occidental en el cómic comúnmente conocido. En japonés el término se emplea para denominar este tipo de obra artística, independientemente de su procedencia, y es que el manga en Japón abarca todas las edades y campos sociales (existen innumerables obras específicas ajustadas cada una a su público particular).

Los orígenes de este cómic japonés se remontan varios siglos atrás. Fue a partir del siglo VII a.C., cuando en Japón se trataba de adoptar todo lo referente a su país vecino China: la escritura, la religión, las costumbres,... y junto con todo esto los “Chojugi-ga”. Éstos eran en esencia tiras de papel de hasta 25m de largo que se desenrollaban de derecha a izquierda. En ellas se representaban animales antropomorfos en situaciones que satirizaban las propias costumbres budistas de la época. Tras esto sería muchos cientos de años más tarde, entre los años 1600 y 1900 d.C., cuando finalmente



Ukiyo-e

surgieron los llamados Ukiyo-e. En ellos los hombres y mujeres eran plasmados gozando de los placeres y pasatiempos de la época, como la moda, los lugares populares, los ídolos de teatro,... Y es que fue un representante del Ukiyo-e, Hokusai Katsushika, quien acuñó el término manga en el año 1814, al combinar las partículas “informal”(man) y “dibujo”(ga), y lo definió como dibujo rápido o dibujo que transmite una idea.

4.4.2 PRIMEROS REFERENTES QUE YA MIRABAN A DISNEY

No obstante, el manga moderno no surge hasta Tezuka Osamu, que rompió todo récord de ventas con *La Nueva Isla del Tesoro*, que fue publicado a mediados del siglo XX en un formato muy barato y muy accesible a los niños de todas las clases sociales. Un par de años más tarde, en 1952, Tezuka se consolidaría gracias a su famosísima obra *Tetsuwan Atom*, conocida en nuestro continente como *Astroboy*.

Sus obras no estaban inspiradas tanto en las historietas sino en películas y animaciones, lo que dotó a sus mangas de un nuevo sentido del movimiento. Es decir, en lugar de limitarse sólo a un cuadro por acción Tezuka dedicaba hasta páginas completas para un solo movimiento. Además entendía que las historietas podían ir mucho más allá de hacer sólo reír, y trató de tocar temas de lágrimas y dolor, de ira y odio,...

Tezuka en su época de estudiante había quedado asombrado con las animaciones de Disney y eso acabó influyendo mucho en lo que aportaría al mundo del Manga, pues fue el quién acabó rompiendo muchas de las bases del diseño de personajes definidos hasta el momento, introduciendo piernas alargadas o los característicos grandes ojos del manga moderno, para los que se había inspirado en *Bambi* de Walt Disney.



Manga de Astro Boy

4.5 ANIME

4.5.1 TERMINOLOGÍA Y PRIMEROS REFERENTES

Aun atendiendo a la editora y distribuidora Kaicron, podemos decir que "anime" es un término que aunque pueda resultar sorprendente proviene del francés, aunque es utilizado en Japón para designar a los dibujos animados, aunque sólo se considera anime a aquellas producciones completamente japonesas (al contrario que la palabra manga que servía para designar cualquier tipo de "cómic" en el país nipón).

De acuerdo a la página de Artes Swingalia, "aunque Blancanieves se estrenó en el año 1937 en los Estados Unidos, debido a la guerra no fue hasta 1950 que lo hizo en Japón. El impacto fue enorme." Tras esto, 1957 fue una fecha clave para el anime ya que fue cuando tuvo lugar la fundación del estudio Toei Animation Co, "Toei Doga" en sus inicios. Fue entonces cuando Japón comenzó a producir películas animadas a la manera en que Disney lo hace: una película al año basada en alguna leyenda o cuento europeo u oriental.

Su presidente Hiroshi Okawa haría además los esfuerzos necesarios para que sus producciones alcanzaran relevancia no sólo nacional sino internacional.

"Tenemos que convertirnos en el Disney del Oriente" era su frase de ambición, aunque siempre manteniendo su estilo y personalidad presentes.



Hakujaden

El anime tal como lo conocemos hoy día tuvo su inicio con un largometraje de dicha productora llamado Hakujaden ("La leyenda de la serpiente blanca" - 1958) que se convirtió en el primer largometraje a color en la historia de la animación japonesa.

No obstante, la compañía se encaminó rápidamente hacia la creación de series para TV, produciendo grandes clásicos como Mazinger Z o la versión animada de la obra de Tetsuwan Atomo, Astroboy, que al contrario de la creencia popular no fue la primera serie de anime, fue la número doce, aunque sí que fue una de las pioneras.

4.5.2 ETAPAS EN SU EXPANSIÓN

Hoy en día la animación japonesa es un fenómeno que está teniendo mucha difusión y éxito en el mundo entero. Uno de los puntos a los que se debe su éxito en el exterior de Asia fue el hecho de que refrescó en su momento el ambiente de animación mundial, entregando historias saturadas de color, juventud y adrenalina (Los Caballeros del Zodiaco, Dragon Ball, Naruto,...) que rápidamente engancharon al público infantil.

Para comprender el proceso de evolución y expansión que sufrió la animación japonesa desde los años 60 atenderemos a los periodos que nos expone la editora Kaicron:

“Años 60: Inicio de la industria del anime. Gracias al impulso del “doctor” Tezuka, se empezaron a adaptar manga para producir sobre todo series de televisión, las cuales obtuvieron mucho éxito en los países occidentales, como las series Astroboy o Speed Racer, que marcaron una generación.

Años 70: Primer gran boom. Surgen grandes autores del anime como Go Nagai, Reiji Matsumoto o Hayao Miyazaki responsables de series como Mazinger Z, Capitán Harlock o Heidi respectivamente, como unas de las más representativas. Además de estas últimas, otras series emblemáticas de la época son Marco o Doraemon.



Anime de Astro Boy

Años 80: Años dorados del anime. La aparición de los reproductores y grabadoras de vídeo domésticas inició de una nueva manera de ver el anime. Se crean los OVA o OAV, (Original Video Animation), que son cintas de vídeo con las series de anime que sólo están disponibles en vídeo, nunca a través de la televisión o el cine.

Esta posibilidad dispara el número de títulos producidos, creando más competencia lo que hace que la calidad aumente. Títulos como: Ranma 1/2, Saint Seiya (Los Caballeros del Zodiaco), Candy Candy ...



Los Caballeros del Zodiaco

Años 90: El boom se estabiliza y se tiende a producir títulos que buscan más calidad que cantidad, surgen grandes producciones como Akira, de Katsuhiro Otomo o Ghost in the Shell, de Masamune Shirow. en la que se basó Matrix”

“Además, principios de los noventa representa un punto de eclosión industrial no sólo por la superproducción de Akira, sino también por la consolidación de la Oscarizada factoría Ghibli.” (Ramos, 2010, p. 189)



El viaje de Chihiro·Studio Ghibli

4.5.3 EL ANIME Y LAS SERIES TRADICIONALES DE ANIMACIÓN

Gran parte de las series anime suelen estar hechas sin el menor grado de precisión, y esta gran economización en la producción ha conseguido que este género se gane cierta mala reputación en cuanto a la calidad de sus animaciones. Los estudios donde se realiza anime han perfeccionado técnicas para utilizar la menor cantidad de cuadros de animación por segundo que sea posible (8 cuadros por segundo), tales como mover o repetir escenario, imágenes de los personajes que se deslizan por la pantalla y diálogos que implican animar solamente las bocas mientras el resto de la pantalla permanece estática.

Sin embargo, no toda la producción de animación japonesa es así ni mucho menos, puesto que también podemos encontrar grandes obras maestras.

Las historias del anime están muy relacionadas con el manga, ya que la mayoría de las películas y series animadas están basadas en los mangas más exitosos. No obstante, esto no es una máxima que siempre se cumple.

De echo en ocasiones puede producirse también el proceso contrario, y que grandes títulos de la animación hayan acabado teniendo también su versión manga.

No obstante, a pesar de las peculiaridades del anime, simplemente por tratarse de

dibujos animados la gente suele pensar en que es lo mismo que las caricaturas occidentales para niños. Sin embargo, a pesar de su capacidad para entretener a los más pequeños, el anime puede contener también temas para adultos tratando drama, acción, terror, crítica social,... y es que en Japón existe prácticamente un genero diferente para cada nivel social.

Las personas están acostumbradas a los dibujos animados norteamericanos, donde las tramas son sencillas, los personajes muestran siempre la misma faceta de su personalidad, los conflictos se resuelven fácilmente en un episodio de media hora y en general están dirigidos exclusivamente para niños. Sin embargo el anime como hemos dicho no sólo va destinado a los más pequeños, e incluso aquellos destinados al publico infantil suelen ser menos simplistas que sus contrapartes occidentales.

La mente humana varia dependiendo de la cultura de la que hablemos, y es por eso que el contenido de algunos animes japoneses infantiles pueden parecer inapropiados para niños de otros lugares más allá de Japón.

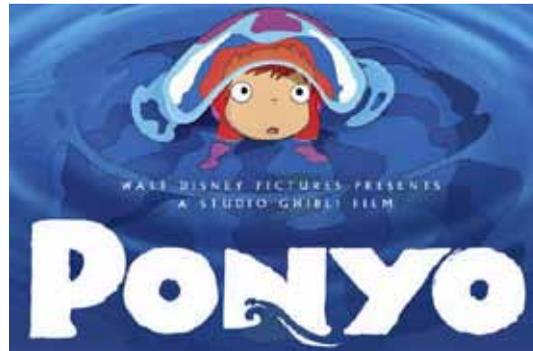
El anime en el país nipón es un medio más para expresar ideas, de forma que en Japón el mercado de anime es inmenso, y lo que llega a otros continentes es sólo una pequeña parte del total, lo que en cierta parte puede resultar algo bueno ya que sólo nos llegan los títulos más destacados que pasan el filtro.

A pesar de que el anime se realiza con técnicas propias desarrolladas en Japón e incluso la música y los efectos especiales tienen un estilo característico que, más que adornar, complementan a la animación, de acuerdo a la sencilla explicación que nos aporta HelloKids, este género también tiene bastante relación con su contraparte europea y americana. Y es que es el resultado de una mezcla de las culturas japonesa y occidental y un desarrollo propio a través del tiempo.

Del género occidental rescata algunos arquetipos de personajes, la presentación en capítulo de misma duración (de temporadas de 13 o 26 capítulos por razones de calendario) y algunas técnicas de animación, entre otras cosas. Y a esto se le añaden conceptos tradicionales japoneses como el énfasis en la vida cotidiana, la mitología japonesa o el estilo tradicional de dibujo japonesa modernizado.

Sin embargo, hoy en día se ha producido un llamativo efecto donde no se sabe muy bien que ha influenciado a que. "Debido a la difusión masiva de materiales por la industria tanto oriental como occidental nos encontramos ante un curioso bucle gráfico." (Ramos, 2010, p. 183)

Y es que, por ejemplo, aunque los característicos ojos del manga fueron inspirados por Disney, hoy día títulos tan exitosos como "Frozen: el reino de hielo" emplean en el diseño de sus personajes unas proporcio-



PONYO · Disney & Studio Ghibli

nes en las caras que mucho recuerdan a los grandes ojos de la animación japonesa. El límite en ocasiones se ha vuelto tan tenue que incluso podemos ver como Walt Disney presenta películas de anime, como en el caso de la película de Studio Ghibli "Ponyo en el Acanalado".

Y esta expansión y popularidad en todo el mundo acarrea grandes efectos. "El anime y el manga, analizados desde su tremenda popularidad tanto en Japón como a escala mundial, son un barómetro de las fuerzas y necesidades que sus personajes recrean, personifican y protagonizan. Al tiempo, son una herramienta poderosa de propaganda y de formación de conciencias." (Ramos, 2010, p. 185)

Y es por eso que para el resultado final de este TFG abordaremos el tema del trato de los estereotipos en la animación desde esta popular, atractiva e influyente rama oriental que es el anime.

4.6 SERIES DE BESTIAS COLECCIONABLES

BREVE RESEÑA DE CASOS DESTACADOS

4.6.1 BAKUGAN

Bakugan o Bakugan Battle Brawlers es una serie de anime basada en un juego de cartas estratégico del mismo nombre en el que se emplean naipes metálicos y figuras móviles en miniatura.

El protagonista se llama Dan y su vida cambia cuando un día empiezan a llover cartas desde los cielos con criaturas dentro llamadas Bakugan. Prácticamente sin comerlo ni beberlo Dan y su grupo de amigos empiezan a verse inmersos en peleas contra varios villanos que pretenden conquistar Vestroia (dimensión de los bakugan), la tierra y todo rincón del universo donde hayan llegado estas criaturas.



Bakugan

4.6.2 BEYBLADE

Beyblade es un anime que salió a la luz junto con unos trompos de juguete del mismo nombre que eran los protagonistas de la serie. Ésta gira entorno a las batallas de Beyblade, que se realizan normalmente entre 2 jugadores sobre un campo, un plato de forma cóncava con el objeto de derribar al rival fuera del campo de combate.

La historia gira entorno a los BladeBreakers interesados en ganar el Campeonato Mundial de Beyblade. Tyson es el protagonista, y con esfuerzo consigue formar parte del equipo que representará a Japón en este campeonato a nivel mundial. En el transcurso de la serie van desarrollando sucesivos enfrentamientos dentro y fuera de la competición, encuentros que resultan más y menos amistosos.



Beyblade

4.6.3 MEDABOTS

Medabots es una serie de anime que se desarrolla en el siglo XXII en el que existen unos robots activados por un chip llamado medalla que contiene su conciencia, al nivel de la humana. Su principal función es realizar medabatallas competitivas dirigidos por sus dueños, llamados medaguerreros.

El argumento de la serie narra como cuando el famoso criminal "Renegado fantasma" trata de robar una rara medalla de tipo escarabajo ésta se le acaba extraviando y termina en manos del protagonista Ikki. Cuando éste se hace con un viejo medabot de segunda mano, Metabee, y le inserta esta medalla descubre que no actúa como los demás medabots, pues este contradice a su medaguerrero y disfruta molestando. Aun así emprenden juntos el sueño de ganar el torneo mundial de medabots.



Imagen 23 - Medabots

4.6.4 DINOSAUR KING

Dinosaur King es un anime que narra como el Equipo D, compuesto por Max y sus amigos, viajará alrededor del mundo para vencer a la malvada Pandilla Alpha y descubrir los secretos para que los dinosaurios cobren vida nuevamente.

Viviendo en el presente, los 3 héroes se transportan a cualquier rincón del mundo en busca de las tarjetas de dinosaurios que perdió el Dr.Z durante sus viajes en el tiempo. De esta manera los dinosaurios reaparecen en acción y se enfrentan en batallas espeluznantes y memorables.



Imagen 24 - Dinosaur King

4.6.5 DIGIMÓN

Digimón es una franquicia japonesa que incluye productos como animes, mangas, juguetes, juegos de cartas o videojuegos, entre otros. Surgió como una mascota virtual, pero pronto se comercializaron figuras articuladas y se empezaría a emitir el anime que realmente lo catapultó a la fama.

La saga se basa en un supuesto y específico mundo digital conocido como el Digimundo, que en la historia original debe ser salvado por Tai y su grupo de amigos, con la ayuda de las criaturas que lo habitan, unos seres llamados Digimon. Habitan en una isla y son formas de vida artificiales y extrañas, creadas a partir de bits y piezas perdidas de datos de ordenador que viven dentro de aparatos electrónicos que posean memorias no volátiles.

4.6.6 YOKAI-WATCH

Yokai-Watch es una serie de videojuegos de rol creada por Level-5 que debido a su éxito cuenta con adaptaciones al manga y anime.

La serie narra la historia de un chico llamado Nathan Adams. Un día se encuentra con una extraña máquina de cápsulas cerca del árbol sagrado. Al abrir una de esas cápsulas aparece un Yokai llamado Whisper que le da a Nathan un reloj llamado Yokai-Watch con el que podrá ver e identificar diferentes tipos de Yokai que rondan a las personas. Se hará amigo de todo tipo de Yokais, a los que podrá llamar para combatir contra aquellos que sólo buscan generar problemas.



Imagen 25 - Digimon



Imagen 26 - Yokai-Watch

4.6.7 POKÉMON

Para esta saga haremos un análisis más amplio entendiendo que es la referencia clave para este trabajo.

Pokémon es una franquicia que ve sus comienzos en un videojuego RPG para el primer modelo de la GameBoy de Nintendo, pero debido a la gran popularidad que obtuvo logró expandirse a otros medios de entretenimiento como series de televisión, juguetes, juegos de cartas o incluso ropa construyéndose como una marca reconocible mundialmente.

“Es un dibujo animado de origen japonés, dirigido a niños a partir de los 6 años. Fue creado en 1996 como juego electrónico con personajes diseñados por Satoshi Tajiri. En él, los participantes tenían que “capturar” a una serie de pequeños monstruos para luego desarrollar sus poderes, además de hacerlos combatir entre sí. Con el tiempo se transformó en una serie de dibujos animados que se hizo muy popular también fuera de Japón.

Las aventuras de Ash Ketchum (un chico de 10 años) y su mascota favorita Pikachu (un ratón eléctrico con la cola zigzagante) viajando alrededor del mundo con sus amigos (que suelen ir cambiando según las temporadas) para convertirse en maestro Pokémon mientras luchan contra el equipo Rocket - la más conocida banda de ladrones en el mundo- son seguidas por millones de niños en todo el mundo.” (Silingier, 2001, p. 428)

Los Pokémon son una clase de criaturas que si atendemos a la terminología de su nombre podríamos catalogar como monstruos (Pocket -Monsters), basados muchas veces en animales reales o criaturas mitológicas, aunque también pueden estar inspirados en cosas inanimadas. Son capturados con un elemento especial denominado PokeBall y pueden ser intercambiados entre sí, factor que le hizo dar gran popularidad y jugabilidad a la saga.



Anime de Pokémon. 20ª Temporada



Cuatro Pokémon de primera generación

Hasta la fecha de realización de este trabajo alcanzan el número de 802 especies distintas de Pokémon, añadiéndose la Séptima y última generación de bestias el pasado noviembre de 2016.

Los Pokémon pueden tener uno o dos tipos a los que pertenecen. En la actualidad existen 18 tipos distintos y cada uno tiene fortalezas y debilidades frente a otro. Por ejemplo, el tipo Agua es eficaz contra el tipo Fuego, pero en otras ocasiones las relaciones no son tan deducibles.

4.6.7.1 LAS CLAVES DE POKÉMON

En la actualidad es una de las series más longevas de la historia, con más de 1000 capítulos y 20 temporadas a sus espaldas que aumentan semana tras semana.

“Pokémon en cada capítulo se refiere a diversos valores, por ejemplo la ecología, el descanso, la amistad. Lo hace a través de, por ejemplo, las características de los

Pokémon y alude a la ecología a través del elemento al que alude el Pokémon, por ejemplo hierba; o a través de la trama; entonces se resalta el valor del descanso frente al enloquecimiento de las grandes ciudades, la vida nocturna desquiciada, etc.” (Siling, 2001, p. 431)

A pesar de que la marca celebró su veinte aniversario el pasado 27 de Febrero de 2016, las sagas de videojuegos siguen rindiendo y se colocan entre las más vendidas de Nintendo. Y este triunfo no se da sólo en el área de videojuegos, sino en todas las que abarca la marca, pues como hemos dicho “Pokémon no es sólo un videojuego o un dibujo animado; revistas, juegos de cartas, programas de televisión o libros son algunos de los productos que integran el merchandising de Pokémon. Presentan en todos sus productos las marcas que dejan el hecho de nacer en Oriente y luego haber sido adaptados para circular por diversos países con culturas diferentes.” (Siling, 2001, p. 428) Y eso es parte del atractivo estético de la marca.



Juego de Cartas Pokémon

Si hablamos desde el punto de vista de la comunicación, en su viaje a otros países la saga encuentra mucho ruido que puede dificultar entender lo que realmente quiere plasmar. "El desconocimiento del idioma en que se transmite, la falta de comprensión de determinadas pautas culturales, problemas técnicos en la transmisión son algunos de los problemas que no permiten una buena comunicación. Para disminuir los efectos del ruido se emplea la redundancia. Esta implica una reiteración a través de distintos recursos que posibilitan la imagen, el lenguaje y la combinación de ambos. Así Pokémon se presenta por diversos medios: anime, revista, internet, cartas para jugar, etc - lo que implica que llegue a través de imágenes fijas o en movimiento, texto escrito, código digital, etc.

Tal variedad de formas de llegar a los perceptores (que no sólo reciben, sino que perciben y piensan) permite que se de la

redundancia necesaria para salvar si hubiera alguna interferencia o pérdida en el mensaje." (Silingar, 2001, p. 430)

También es importante tener en cuenta que esta comunicación que se plantea a través de Pokémon se da en un contexto general caracterizado por el fenómeno de la globalización.

Además, como hemos dicho los que reciben la marca Pokémon no son sólo meros receptores. Pokémon surge a partir de un videojuego, lo que conlleva que el público infantil al que puede ir dirigido no simplemente lo recibe de forma pasiva. "Pokémon instala al niño no como un mero receptor, sino que da lugar a su participación activa y hasta el protagonismo. Cada niño que mira o lee Pokémon y también juega al juego tiene una misión: `conseguir y entrenar a tantos Pokémon como pueda." (Silingar, 2001, p. 432)

* EL EFECTO ZEIGARNIK

La clave del éxito de las series de bestias coleccionables

Detrás de la diversión y del éxito de todas estas series encontramos la psicología. En este caso, y atendiendo a la web especializada en psicología MundoPsicologos, podemos afirmar que “lo que hace que juegos como Pokémon tengan un enorme éxito es el denominado Efecto Zeigarnik.”

El efecto lo descubrió la psicóloga rusa Bliuma Zeigarnik al observar como los camareros eran capaces de recordar las comandas de los clientes cuando estaban pendientes de ser entregadas o cobradas. No obstante, justo después de finalizarlas, los camareros ya eran incapaces de recordar que había pedido cada cliente.

De esto dedujo que las tareas inacabadas se retenían mejor en la memoria, así que a finales de los años treinta realizó un experimento para comprobarlo: los participantes debían realizar una serie de ejercicios y en un momento dado eran interrumpidos. Los resultados del estudio concluyeron que los participantes se acordaban mucho mejor de aquellos ejercicios que habían tenido que dejar inacabados frente a aquellos que si pudieron finalizar. Muchos incluso querían continuar los ejercicios hasta acabarlos a pesar de que la prueba ya había terminado. Se descubrió así el Efecto Zeigarnik.

Desde el punto de vista de la publicidad, y de acuerdo a Psicología y Mente, otra página

especialista, “sirvió para inspirar ciertas técnicas basadas en el suspense asociado a una marca o producto: se empezaron a crear piezas publicitarias basadas en una historia que se presenta a trozos, como por fascículos, para hacer que los potenciales clientes memoricen bien una marca y transformen el interés que sienten por saber cómo se resuelve la historia por interés en el producto que se ofrece”.

En el caso de estas series de anime, y en concreto el caso de Pokémon, su lema resume perfectamente la esencia del Efecto Zeigarnik: “¡Hazte con todos!”, completa la colección. “Da igual que se trate de coleccionar Pokémon mediante la app Pokémon Go o bien de cromos de los jugadores de la Liga, saber que tenemos huecos vacíos en nuestra colección nos motiva a seguir completando”, afirman desde MundoPsicólogos. Además, cuanto más cerca estamos de completar nuestro objetivo, de completar la colección, mayor es la ansiedad por lograrlo.

4.7 ESTEREOTIPOS EN LOS DIBUJOS ANIMADOS

4.7.1 ¿QUÉ SON LOS ESTEREOTIPOS?

Atendiendo de nuevo al artículo de Silinger podemos afirmar que las narraciones estuvieron siempre presentes en la vida de los niños. En tiempos remotos los relatos surgieron y se desarrollaron en forma oral y escrita. Hoy están en libros, dibujos animados, historietas, películas, etc. Habrá diferencia de forma, pero sin embargo, en el fondo, las producciones actuales no están tan alejadas de aquellos cuentos primitivos. De esta manera, muchas ideas retrogradadas pueden persistir en las narraciones de hoy en día, y sumarse a nuevos estereotipos y problemas de la vida actual. Pero empecemos por el principio: ¿qué es un estereotipo?

“Los estereotipos tal y como explica Robyn Quin y Barrie McMahon, son imágenes creadas para representar a un grupo social. En la creación de esta imagen se selecciona ciertas características de ese grupo y no otras, y estas características se asocian a juicios de valor utilizando determinados símbolos para transmitir esas valoraciones.

Los estereotipos sirven para simplificar el mundo, facilitar la comunicación y clasificar a la gente. Tal y como explican ellos se puede hablar de estereotipos positivos y negativos. Los estereotipos negativos se crean entorno a grupos sociales que se perciben como problema o amenaza; amenaza por agresión, por ir contra la posición de privilegio de los grupos dominantes, por su estilo de vida diferente, etc.” (Digón, 2006, p. 166)

Pero ¿porqué es especialmente peligroso la presencia de estereotipos en productos de masas como los dibujos animados? Atendiendo a un artículo de Daniel Aparicio para 20Minutos podemos afirmar que los productos culturales son claro reflejo de la sociedad y época en la que se desarrollan, pero al mismo tiempo son un elemento que afecta a la conciencia general de ésta. Así, por ejemplo, el cine se convirtió en un arma propagandística durante la Segunda Guerra Mundial, los cómics americanos reflejaban un gran pavor a los rusos durante la Guerra Fría, etc. Ahora, en pleno siglo XXI, los grandes avances sociales, el avance en la mirada hacia el género, los nuevos modelos de familia y la normalización parcial de la diversidad sexual son elementos que ya deberían ser habituales en libros, series o películas, pero no siempre es así, o no siempre se hace un buen tratamiento de ellos.

4.7.2 ESTEREOTIPOS EN LOS CLÁSICOS DE LA INFANCIA - LA MARCA DISNEY

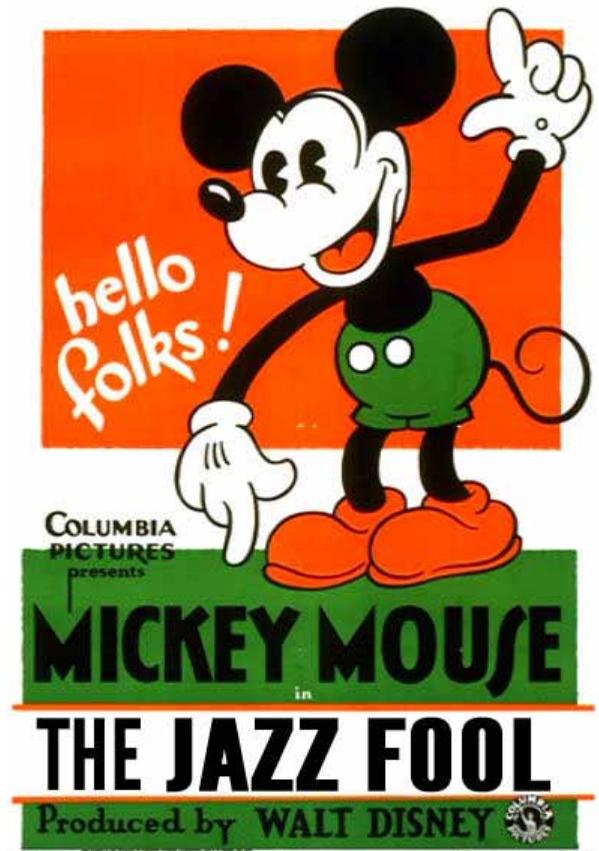
Atendiendo al artículo de Digón para Comunicar, podemos decir que es de interés conocer que en sus comienzos los dibujos animados creados por Walt Disney no estaban dirigidos a un público infantil precisamente, y en sus historietas se buscaba hacer reír al espectador con personajes que, en muchas ocasiones, se comportaban de manera “socialmente incorrecta” en historias que solían incluir ciertos elementos de crítica social de forma más o menos explícita.

El primer Mickey Mouse de los años veinte era un personaje descarado y travieso que representaba a un individuo de clase media-baja y probablemente raza negra ya que, por ejemplo, adoraba la música jazz que en aquellos años estaba mal vista por la sociedad blanca. Para cuando llegaron los años treinta los dibujos de Disney ya habían "suavizado" sus historias, y ya tras la II Guerra Mundial Mickey dulcifica su imagen, se le marcan las mejillas al sonreír y se le agrandan los ojos; deja de ser un personaje rebelde para ser ingenuo e inocente.

Así con el paso del tiempo, y especialmente a partir de los años setenta, tras la muerte de Walt, las producciones de la casa Disney empiezan a reflejar ideales cada vez más conservadores y se comienza a construir una nueva imagen de inocencia y diversión más dirigida al público infantil aunque sin olvidar al adulto.

"Aunque la imagen de inocencia y defensa de la moral dificulta un análisis crítico de las películas Disney, si las miramos con detenimiento podemos encontrar numerosos estereotipos que refuerzan valores sexistas, racistas y clasistas. [...]"

La mujer es sumisa y obediente, se guía por sus emociones, se orienta al amor y al matrimonio, es la que cuida de la familia y la casa.[...] Podemos poner ejemplos como 'El Rey León, donde las leonas tienen un papel dependiente, sumiso y subordinado al control de los leones, siendo incapaces



Capítulo de Jazz de Mickey M.

de rebelarse cuando Scar toma el poder, o 'La Sirenita', donde a pesar de mostrarse a la mujer en un papel más rebelde e independiente cuando Ariel no atiende a las ordenes de su padre, esta rebeldía finalmente se reduce a lograr el amor de un hombre, siendo capaz de dar su voz para conseguirlo

ya que, tal y como dice la bruja Ursula, los hombres prefieren las mujeres calladas. Su canción en la traducción castellana dice tal que así:

‘Tienes tu belleza, tu linda cara
Y no debes subestimar la importancia que
tiene el lenguaje corporal.
Hablando mucho enfadas a los hombres
Se aburren y no dejas buen sabor
Pues les causa más placer, las chicas que
tienen pudor
¿No crees que estar callada es lo mejor?
¡Vamos! No lograrás tu meta conversando
Escúchame y no te equivocarás
Admirada tú serás si callada siempre estás
Sujeta bien la lengua y triunfarás’

No sorprende finalmente que el príncipe Eric se enamorara de Ariel sin que ésta tuviera que pronunciar ni una sola palabra durante días.

En otras películas como ‘Hércules’ las mujeres son las encargadas de cuidar a la familia mientras los padres son los que enseñan, trabajan o se divierten con los pequeños.

En esta película la mujer es también representada como objeto de deseo tal y como se puede apreciar en distintas escenas como cuando Hércules observa a las ninfas bañándose o cuando Fil aconseja al joven que ‘no baje la guardia por un par de ojos seductores’, por ejemplo.



Úrsula cantándole a Ariel

En relación con los aspectos de raza y clase social, en muchas películas se muestra al personaje malvado o al personaje `tonto´ como perteneciente a otras razas distintas de la raza blanca o a clases desfavorecidas. En `Aladdin´ los personajes malvados muestran rasgos estereotipados de una persona árabe con barba, nariz aguileña, tez oscura, mientras que Aladdin y Jasmine tienen rasgos occidentalizados. Además en la canción de apertura de la película se dice lo siguiente `Y si allí les caes mal, te van a mutilar ¡Que barbarie! Pero es mi hogar .´ (Digón, 2006, p. 166-167)

4.7.3 ESTEREOTIPOS EN LAS PELÍCULAS ANIMADAS

A pesar de que aun podemos encontrar peligrosos estereotipos en los largometrajes animados, las películas parecen mostrar un avance notorio en cuanto al tratamiento de los perfiles de los personajes, al menos de los protagonistas.

Atendiendo de nuevo al artículo de Daniel Aparicio podemos ver como en la gran pantalla van surgiendo ejemplos de ello. Por ejemplo, recientemente se ha abierto gran polémica en torno a la posibilidad de que el último gran éxito de la factoría Disney, "Frozen", sea un canto a la homosexualidad. A pesar de que este revuelo se base en simples suposiciones principalmente extraídas de la canción principal del film "Let it go", que versa tal que así:



Elsa cantando "Let it go"

`Lo que hay en ti no dejes ver,
buena chica tu siempre debes ser.
[...] ¡Libre soy!
No puedo ocultarlo más
¡Libertad sin vuelta a atrás!
¿Qué más da?´

Si es cierto que la película parece mostrar un momento de homosexualidad explícita cuando un personaje secundario, el tendero Oaken, señala a su familia que resulta ser un hombre y sus cuatro niños.

Pero este no era el primer personaje abiertamente homosexual en una película animada

PERSONAJES EN PELÍCULAS DISNEY			
	1ª ETAPA	2ª ETAPA	3ª ETAPA
Mujeres en Disney "Princesas Disney"	-Pasivas y Sumisas -Tareas del hogar -Cariñosas y delicadas -Única aspiración: un príncipe que las salve	-Rebeldes y aventureras -Toman sus propias decisiones -Siguen necesitando un príncipe que las salve	-Independientes y trabajadoras -Toman sus propias decisiones -No las salvan príncipes -Son las heroínas de su propia historia
Hombres en Disney	-Poco papel (sólo aparecen para salvar a la princesa) -Perfectos príncipes azules -Caballeros -Valientes -Encantadores	-Protectores y salvadores -Empiezan a mostrar sus emociones -No todos son príncipes -Figura del padre autoritaria	-Muestran su lado sensible -Ya no son salvadores, sólo pareja o acompañante -Pocos son príncipes -En ocasiones ni aparecen.
	1937 - Blancanieves 1950 - Cenicienta 1959 - La Bella Durmiente	1989 - La Sirenita 1991 - La Bella y la Bestia 1995 - Pocahontas 1998 - Mulán	2010 - Tiana y el Sapo 2011 - Enredados 2012 - Brave 2013 - Frozen

Estereotipos de género en clásicos Disney

para niños. Este título podríamos atribuirlo a Mitch, uno de los protagonistas de la película de Stop-Motion "ParaNorman", quien al final de la película habla de su chico abiertamente.

Los creadores de esta película, el estudio Laika, parecen dispuestos a defender la tolerancia hacia el colectivo, lo dejaron claro en su película "Los Boxtroll", donde hablando de los tipos de familia afirman "A veces hay una madre, a veces hay un padre, a veces hay dos padres, a veces hay dos madres,..."

No obstante, el colectivo no siempre se representa y defiende de la misma manera. Menos ejemplar sería el caso de "Justin y la espada del valor". Esta cinta fue criticada por mostrar un villano gay basado en clichés que algunos afirmaban ridiculizaba al colectivo.

Abordando la tabla arriba expuesta podemos también enfocarnos en otros campos como el de los roles de género y el machismo, el patriarcado en general, podemos apreciar como el cine de animación parece

que también va aprendiendo a gestionar la identidad de sus personajes para no transmitir valores negativos a los más pequeños. Podemos encontrar evidencia de esta evolución en los clásicos más arraigados para aquellos que crecimos viendo los trabajos de Disney. Así, siguiendo un trabajo de alumnas de Sociología de la Educación, tomado de la Universidad Autónoma de Madrid, pudimos reflejar en dicha tabla la evolución en los papeles de mujer y hombre a lo largo de las películas de Disney, dividiéndola en tres etapas:

4.7.4 ESTEREOTIPOS EN LAS SERIES ANIMADAS

Los estereotipos en las series parecen que no han terminado evolucionando de la misma manera que en las películas.

Siguiendo la línea del último trabajo de Sociología de la Educación de la UAM previamente citado, podemos hablar como ya desde los años treinta, cuando Popeye llegó a la televisión, podemos ver claros ejemplos de machismo en series de dibujos animados. En esta serie sólo aparece un personaje femenino, Olivia, la mujer del protagonista, cuyo único papel es alabar a su marido y asombrarse de lo fuerte que es. Además también tiene función de mujer florero, en cuanto que la ponen como objeto de deseo de los enemigos de Popeye para que el marinero tenga que luchar por ella. En ningún momento este dice que la quiera, su argumento simplemente es que es suya, y

da ig



Pitufina

era afortunada simplemente por tener a un hombre que la proteja y pelee por ella. Siguiendo la misma línea podemos citar más brevemente análisis de otras series tales como:

“-Los pitufos (inicio en 1959), en la que únicamente hay un personaje femenino, Pitufo, siempre perfecta en vestido y tacones. La presentan también como un objeto, todos los pitufos la adoran y quieren casarse con ella, es buena pero vanidosa y preocu-

pada por su aspecto.

-Doraemon (inicio en 1969), los únicos personajes femeninos que aparecen son las madres, que son amas de casa y generalmente bastante neuróticas, y Shizuka, siempre con su vestido rosa. Aparece, al igual que Pitufina, como objeto de deseo de todos los niños del colegio, es correcta, educada, sensible y tímida.

-Scooby Doo (inicio en 1979), la pandilla parece igualada al haber dos mujeres y dos hombres pero estas representan los dos tipos de mujer que parece ser que hay: la fea y lista, Velma, y la guapa y tonta, Daphne. Con los años han intentado evolucionar su

personaje y en las nuevas versiones de la serie sabe luchar y usa su maquillaje como arma, pero esto no le quita el aspecto superficial. Exactamente lo mismo podemos plantear con una serie mucho más actual como es "Totally Spies".

-La vuelta al mundo de Willy Fog (inicio en 1983), donde el único personaje femenino es Romy, una pantera que se enamora de Willy Fog después de que éste le salve la vida. Como dice la canción es dulce, fiel y vive enamorada de él, el resto de virtudes o capacidades que pueda tener como la inteli-



Totally Spies

gencia o la valentía parecen no importar. -Shin Chan (inicio en 1990), cuyo principal personaje femenino es la madre, una mujer histérica, loca por las rebajas, ama de casa y muy cotilla, no para de hablar con la vecina, también ama de casa y sueña con chicos jóvenes y guapos a pesar de estar enamoradísima de su marido.” (Narváez, 2015, p. 13-14)

Esta claro que los estereotipos han estado presentes en las series a lo largo de su evolución en las últimas décadas, pero miremos ahora a la actualidad y a nuestros televisores para ver en que medida estos siguen siendo un problema. Un estudio de 2014 llevado a cabo por investigadores del departamento de Dibujo de la Universidad de Granada (UGR), el más completo sobre dibujos animados que se ha realizado hasta la fecha en España, ha analizado 163 series de dibujos animados, tanto españolas como extranjeras, que se emiten actualmente en nuestro país, prestando atención a los 621 personajes que aparecían en ellas.

Los investigadores Concepción Alonso Valdivieso y Jesús Pertíñez López destacan en su trabajo los estereotipos negativos con los que se asocian los personajes femeninos en las series de dibujos infantiles: las mujeres son consumistas, superficiales, celosas y obsesionadas por su aspecto físico y por agradar a los demás.

Por otra parte, sólo un 33,6% de los personajes en las series de dibujos animados son



chicas, y su papel está relegado en el mayor

Madre de Sin Chan

de los casos al de novia, madre o acompañante del protagonista o antagonista.

Hablando aun de cuestiones de género podemos también afirmar a partir de este estudio que los personajes femeninos por norma general presentan un físico saludable, si bien muchas de estas mujeres están excesivamente delgadas. Son un ideal de belleza con pelo largo, piernas delgadas y preocupadas por el aspecto, por los chicos y por las compras, a no ser que se recurra a otro estereotipo ligado a lo femenino; el de ama de casa.

En los personajes masculinos no se da esta característica, pues su papel casi siempre protagonista suele estar asociado a una figura autoritaria y/o a un puesto de trabajo

importante. Se podrían hacer dos clasificaciones generales; o son padres de familia casados, tontos y regordetes, o en su contraparte si están solteros son delgados y guapos.

“Siempre que aparece un cargo directivo (alcalde, presidente, etc) se trata de un hombre, y el padre es el que trabaja. Las madres son siempre amas de casa, con la excepción de la serie `Johnny Test`, donde la madre es la que trabaja y el padre se encarga de las tareas del hogar”, afirman los investigadores del estudio de la UGR.

Ellos ponen la popular serie “Monster High” como un ejemplo de la nefasta imagen que los dibujos animados pueden llegar a transmitir de la mujer. Señalan a sus protagonistas completamente superficiales que van al instituto en tacones y muy maquilladas, que siempre están hablando de su imagen y cuya mayor preocupación es conquistar a los chicos o irse de compras. Así, si miramos a otras series como “Sin-Chan” encontramos ahora como el papel de la mujer, principalmente representado por la madre del protagonista, responde además de al modelo de una mujer histérica y gritona al de una loca por las rebajas.

Pero no todos los estereotipos versan sobre problemas de género, otro aspecto que ha puesto de manifiesto el estudio de la Universidad de Granada es que, en el caso de los personajes humanos (puesto que también hay muchos zoomorfos), “es



Protagonista de Monster High

impactante que la inmensa mayoría son de raza blanca, y en contadísimas ocasiones aparece un protagonista negro, chino o sudamericano. Esto significa que existe aún una lejanía no sólo en el tratamiento igualitario entre sexos, sino también entre razas. No se puede ofrecer esta visión del mundo a niños que absorben y aceptan esta realidad como verdadera, ya que les educa en creencias y actitudes equivocadas y obsoletas”, advierten.

4.7.5 PEQUEÑOS PASOS HACIA LA DIVERSIDAD

No obstante, las series de animación más recientes afrontan cada vez con más naturalidad diversos perfiles de personajes. “Producciones como ‘Hora de aventuras’ o ‘El asombroso mundo de Gumbal’ presentan universos poblados por personajes extremadamente dispares que conviven sin dar ninguna importancia a sus diferencias”, afirma Daniel Aparicio en 20minutos.

Series como “Kim Possible”, aunque puede contar con otros tipos de estereotipos y prejuicios si hiciéramos un análisis más exhaustivo, da un gran paso al poner una mujer como protagonista y heroína. Pero no del mismo modo que lo pudo hacer “Totally Spies”, por ejemplo, donde las chicas protagonistas son espías con tacones voladores, pintalabios láser y polveras de maquillaje retransmisoras. Kim es una heroína que no recurre a clichés de género en sus aventuras; simplemente una joven que lucha contra

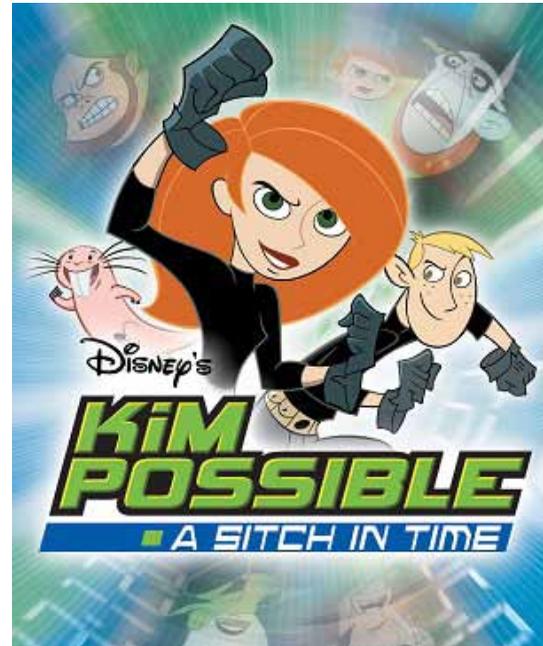


Imagen 38 - Kim Possible el mal y es protagonista de su propia serie de aventuras.

En otras ocasiones la diversidad que se introduce va más allá, como en el caso de la ya citada “Hora de aventuras”. Por ejemplo en un capítulo es el joven protagonista Finn el que besa una monstruosa rana para convertirla en príncipe, o a lo largo de la serie podemos notar una relación que se deja entrever entre dos de las chicas emblemáticas de la serie que parece ir más allá de la amistad. A pesar de que los creadores han confirmado el romance entre ellas, también han admitido que esta relación nunca se



Beso entre dos de las protagonistas de Steven Universe

mostrará de forma explícita en la serie. Otra serie de las más actuales que también cuenta con tramas de amor entre personajes femeninos es "Steven Universe", que cuenta con una gran cantidad de escenas censuradas en muchos países por su contenido LGTBI.

4.7.6 FABRICANDO ACTORES A PARTIR DE UN GUIÓN ESCRITO

Ahora bien, más allá de que sean un reflejo de la sociedad que los produce ¿por qué se emplean estereotipos en los dibujos animados?

Todo viene dado por la mente del creador en el proceso de construcción de los personajes. Partimos de un guión preestablecido, y en función de lo simple que sea ese guión también podrán ser simples los personajes, como explica el libro *El dibujo animado*, "su psicología puede ser todo lo profunda o ambigua que queramos, o bien rayan una sencillez básica fácilmente asimilable al pri-

mer vistazo" (Cámara, 2004, p. 72) y es aquí donde entran los estereotipos.

Son muchos los elementos y variables a la hora de crear un personaje, nuestros "actores" deben llevar la vestimenta adecuada y los complementos necesarios para situar al espectador en la época y la situación en que transcurre la trama, pero también deben dar el perfil psicológico, la morfología y la estructura que requieren en función a la historia. Así, si pretendemos obtener un personaje que el público comprenda prácticamente sin que este haga nada, sólo con un vistazo, es cuando se recurre a los estereotipos.

Esto acaba resultando prácticamente una técnica clave en el proceso creativo de una serie, de dibujos animados o no. Así, el libro de Cámara se atreve incluso a dar una serie de pautas para construir nuestros personajes estereotipados.

"Es importante dotar a cada personaje de una personalidad adecuada. Para ello, hare-

mos un estereotipo de su aspecto físico con el fin de conseguir que una primera visión del personaje nos acerque a su manera de ser [...] Los ejemplos que veremos a continuación tratan de mostrar los rasgos más estereotipados que deben destacar a los personajes según sus diferentes tipologías” (Cámara, 2004, p. 73).

Así, y pesar de que advierte que son sólo pautas que no limitan la experimentación de otros caminos, nos podemos encontrar con instrucciones tan concretas como que si tu personaje es un villano este debe tener una estructura craneal ovalada y el maxilar anguloso.

Pero tras esto toca plantear hasta que punto lo práctico de este recurso justifica los efectos que puede acabar acarreado en la percepción del receptor, de los niños.

4.7.7 INFLUENCIA EN LOS RECEPTORES · INFLUENCIA EN LOS NIÑOS

Miraremos de nuevo hacia el trabajo de Sociología de la Educación de las alumnas de la UAM para hacer referencia a una pequeña encuesta que realizaron a un grupo de niños, de la cual es cierto que no se pueden extraer afirmaciones o conclusiones muy concisas (pues hablamos de una muestra muy pequeña), pero en cualquier caso resulta ilustrativo ver como ven y enfocan los niños los dibujos animados.

Pues bien, las alumnas de la Universidad de Madrid ven como casi el 90% de las niñas entrevistadas dicen que sus películas favoritas son las de princesas. Cuando se les preguntan sus razones dan argumentos tan superficiales como “Porque son bonitas”, “Porque me gustan sus vestidos” o “Porque tienen el pelo muy largo”. Por el contrario, ni un solo niño afirma que le gusten las princesas, incluso parecen ofenderse si se les pregunta por el tema; “Prefiero las de superheroes. ¡Cómo voy a decir las de princesas! ¿Qué te crees, que soy una chica?”, exclama uno de ellos.

Y vemos que las series de dibujos animados se vuelven también educadores, que son un elemento que construye el pensamiento de los más pequeños.

Volviendo al artículo de la Agencia Argentina de Pediatría podemos afirmar que en este siglo la televisión, desde un principio, fue tomando un creciente protagonismo en la vida familiar: hablando en cantidad de horas la segunda actividad realizada por los niños, después sólo de dormir, es ver la televisión. “La televisión tiene influencia comprobada en muchos aspectos de la salud del niño y del adolescente: sobre la violencia, la obesidad, trastornos de alimentación, rendimiento escolar, sexualidad, consumo de drogas, etc.” (Silinger, 2001, p. 427)

Así, y a pesar de que, tal y como afirma la psicología Silvia Álava para 20minutos, por encima de los cuentos, series y películas

sigue predominando el ejemplo de los padres y el entorno de los niños y el mensaje que transmiten, podemos concluir con una reflexión del artículo de la revista Comunicar ya antes citada: "La educación audiovisual, la educación crítica para las nuevas tecnologías, el análisis de los aspectos sociales controvertidos y de aquellos productos y prácticas que forman parte de la cultura infantil y que constituyen importantes medios de socialización de los niños y niñas fuera de la escuela, deben formar parte del currículum y ser objeto de estudio en la escuela si queremos formar a futuros ciudadanos críticos y comprometidos con la justicia social." (Digón, 2006, p. 169)



5. CONCLUSIONES INVESTIGACIÓN

5.1 EL MUNDO DE LA ANIMACIÓN

5.2 ¿ES NECESARIO EL USO DE ESTEREOTIPOS?

5.3 ¿POR QUÉ UNA SERIE DE BESTIAS COLECCIONABLES?

5.4 APLICACIONES Y CANTIDAD DE PRODUCTOS

5.5 ESTILO GRÁFICO PARA SERIE DE B.C.

5.6 PROTAGONISTAS EN LAS SERIES DE B.C.

5.1 EL MUNDO DE LA ANIMACIÓN

Una vez estudiado el campo de la animación nos damos cuenta de dos cosas. Por una parte que su historia es de poco más de un siglo, y por tanto todo lo que vemos hoy en día es fruto de un gran número de cambios en un periodo de tiempo relativamente corto. Y por otra parte que cuando lo miras con perspectiva parece que todo remite al gran buque de Disney.

La factoría de Mickey Mouse, con sus altos y sus bajos, al final terminó siendo un referente para todo lo que vino y actualmente sigue llegando. De manera que, aunque lo que planteemos más adelante en este TFG atiende más al modelo o estética de animación japonesa (el anime del que ya hemos hablado), ésta a su vez bebe de la influencia del gigante Walt Disney.



Castillo de Disneyland

5.2 ¿ES NECESARIO EL USO DE ESTEREOTIPOS EN EL DISEÑO DE PERSONAJES?

Una vez analizado el mundo de los estereotipos en los dibujos animados nos damos cuenta de una cosa; son un arma de doble filo. Es decir, por una parte son prácticos, y ayudan al receptor a entender a cada uno de los personajes sin que estos prácticamente tengan que abrir la boca. Son un recurso para facilitar el entendimiento. Pero por otra parte son peligrosos, porque limitan la realidad, o mejor dicho, limitan la percepción que se crea en los más pequeños de lo que es la realidad.

Siempre los mismos personajes, siempre con los mismos clichés que se repiten en las series infantiles constantemente, y si, esto hace que sean modelos de personajes ya asimilados y que no requieren un esfuerzo psicológico para llegar a comprenderlos, pero hay que tener cuidado con lo que extraen y asimilan los niños a raíz de esto, y ser consecuente con aquellos colectivos y sectores de la población de los que se está dando una imagen errónea o directamente no se les está representando, restándoles visibilidad.



Tazos de Pokémon

5.3 ¿POR QUÉ UNA SERIE DE BESTIAS COLECCIONABLES?

Que el formato seguía funcionando en la actualidad era algo que nadie cuestionaba; El rotundo éxito el verano pasado de la app "Pokémon GO" (que en su versión animada ya cuenta con 20 temporadas a sus espaldas) o la aparición de nuevas sagas que llegan pisando fuerte como Yokai- Watch hacen ver que las series de bestias coleccionables nunca han dejado de estar de moda.

Por ello ya podíamos hablar prácticamente desde el comienzo del trabajo que este género de serie era una buena opción, pero además en el transcurso de la investigación pudimos ver como el factor coleccionista de estas series es un gran punto a su favor que respalda su eficacia. Hablamos del efecto Zeigarnik, y corroboramos que la elección de este género era una buena opción pues desde el punto de vista psicológico estas series se mantienen en el cerebro del receptor y lo incitan a completar la colección.

5.4 APLICACIONES Y CANTIDAD DE PRODUCTOS

Como pudimos ver, las series de bestias coleccionables emplean el recurso de la redundancia como medio para llegar al receptor de una forma más intensa. Es decir, no se limitan únicamente a la producción de su serie o su videojuego, sino que llenan el mercado de una gran variedad de productos con su marca, que hacen que de una manera u otra la esencia de la serie siempre esté presente, a pesar del ruido que pueda entorpecer esta comunicación.

Por otra parte no olvidemos que pretendemos conseguir aplicaciones de una serie de bestias coleccionables, es decir, el factor coleccionista y de diversidad es crucial.

Pokémon como ejemplo clave cuenta con juego de cartas coleccionables, peluches, tazos, material escolar, ropa, revistas,... y trataremos de abarcar esto en la resolución de este TFG la misma amplitud.

5.5 ESTILOS GRÁFICOS EN LAS SERIES DE BESTIAS COLECCIONABLES

Prácticamente todas estas series cuentan con un estilo parecido. El género en el anime muchas veces también acaba refiriéndose a una manera de hacer las cosas en lo que a lo visual se refiere.

Con los años las series de bestias coleccionables han ido ganando detalle en sus ilustraciones. Personajes como Dan de Bakugan lo demuestran, con una minuciosa implementación de pliegues y brillos en cada frame, y nada tiene que ver el Ash Ketchum de la primera temporada con el que hasta hace poco pudimos ver en las temporadas 17, 18 y 19 de Pokémon. El detalle, el añadir riqueza a cada escena y personaje, parece que ha sido una máxima en el anime en general y en este género en los últimos años.

No obstante, algo curioso ha pasado desde la aparición de otra de estas series: Yokai-Watch. El éxito de esta saga está empezando a calar en otras de su mismo género, también a nivel visual. Y es que desde que los Yokais empezaron a hacerse su hueco en el mercado series como Pokémon han amoldado su planteamiento estético, no para seguir su estela, porque la franquicia de Pikachu sigue dominando el mercado, pero sí para poder ser más competitiva.

Vemos con esto como después del éxito de la sencilla estética de Yokai-Watch, el estilo de Pokémon se ha simplificado en su última

temporada, y ha llegado a una estética que podríamos catalogar quizá como más simple, humorística o incluso más destinada a un público infantil, y que es la que parece estar triunfando últimamente en el género. Por otra parte, también hemos hablado de como Pokémon presenta en todos sus productos las marcas que dejan el hecho de nacer en Oriente y luego haber sido adaptados para circular por diversos países con culturas diferentes, y esto resulta también un atractivo en su estética, que le suma un factor "exótico" que la hace más llamativa.



Evolución estilo de Pokémon



Protagonistas series de bestias coleccionables

5.6 LOS PROTAGONISTAS EN LAS SERIES DE BESTIAS COLECCIONABLES

Ya hemos hablado de algunas de las series más representativas del género, cada una con sus matices y cualidades que las hacen únicas y las diferencian frente al resto. Pero vamos a realizar a continuación un ejercicio: tomemos a los protagonistas de cada una de las series y pongámoslos todos juntos.

¿Llama algo la atención? Son prácticamente todos el mismo personaje; chico muy joven,

pelo de punta, pose enérgica, ropa deportiva y colorida, pelo negro o castaño, actitud aventurera,...

Y esto no trata acerca de un tema de plagio o quien se inspiró en quien. Se trata de que en un mismo género el protagonista se "repite" porque responde a estereotipos y un modelo de producto; esto es la creación de personajes a partir de estereotipos.

Visto esto queda claro el estereotipo que debemos intentar romper en nuestro proyecto.



6.1 LA SERIE: CAZADORA DE RECUERDOS.

A raíz de todo lo expuesto en los apartados previos podemos comenzar a delimitar la serie y su contenido, tanto en sentido argumental como estético.

En cuanto a la parte estética se irá explicando el planteamiento y la dirección elegida a medida que se vayan desarrollando en los siguientes apartados.

Con respecto a la parte argumental, aunque no es la parte crucial de este proyecto de fin de grado también se debe desarrollar aunque sea brevemente para completar el sentido de este trabajo. Así, la trama de la serie, en la que se puede profundizar en el manual de identidad de este proyecto, se resume en:

“Abbey era una joven muy aventurera a la que la rutina del colegio se le había quedado corta. Un día se cruza en su camino un muy preocupado muchacho llamado Patrick, al que ella no duda en ayudar.

Patrick necesita recolectar todos los recuerdos de su compañero Thomas para que este pueda volver a ser quien fue. Todos estos Recuerdos le han sido arrebatados y ahora divagan por el mundo en forma de criaturas que Patrick y Abbey deben cazar y devolver al diario de Thomas.

Sólo cuando hayan convertido de nuevo en tinta a todos los Recuerdos perdidos Thomas dejará de ser un desconocido.”

Dentro del universo creado con dicho argumento se plantea crear una serie que logre no obviar

la realidad, ser inclusiva, representativa con colectivos con necesidad de visibilidad (de manera más o menos explícita), sin renunciar al uso de clichés y estereotipos, pero tratando de moderar su uso, entendiendo sus utilidades pero también sus riesgos y repercusiones en los receptores, en este caso los niños.

Así, además de transmitir una filosofía y valores de tolerancia y respeto a lo largo de sus capítulos de manera secundaria pero explícita en el argumento, la serie se alza con 2 premisas claras:

-Representar el papel de la mujer como autosuficiente y lícita protagonista. Además de la personalidad que se le da a las mujeres dentro de la historia para reflejar esta idea el simple hecho de elegir a una chica como protagonista de una serie de bestias coleccionables es una manera de romper con el marcado patrón de protagonistas de series de bestias coleccionables que, como vimos en el anterior apartado, se repite de manera casi exacta en todas las series siendo siempre un varón.

-Introducir y dar visibilidad a la diversidad sexual. Son muchas las opciones de vida sexual y afectiva, pero debido a la envergadura de este TFG no se puede responder ni dar representación a todas. Se decide ante esto dar representación al colectivo homosexual, pero no se presentará una trama explícita para ello: no hay besos, no hay declaraciones, pero tampoco son necesarias. Las series infantiles, especialmente las de protagonistas muy jóvenes, no presentan una trama romántica explícita entre sus personajes, pero a pesar de ello siempre se alcanza a entrever perfectamente este tipo de relaciones.

6.2 ACERCAMIENTO A LA ESTÉTICA Y PROPUESTA DEFINITIVA

6.2.1 PERSONAJES

Con respecto a la creación de personajes para la serie infantil se contaba de antemano con un catálogo personal de personajes sobre el que reflexionar. El estilo que se venía planteando en los diseños previos podemos ver tras la investigación que no termina de responder exactamente a la estética que buscamos. Como vimos incluso las grandes y consagradas franquicias como Pokémon se han sumado a la creciente tendencia de simplificar el estilo de las caricaturas, es decir, en cierta manera tender hacia una estética más infantil.

Esto es en términos más prácticos implica aumentar el tamaño de la cabeza y los ojos, usar formas más redondeadas, una anatomía más irreal,...

Frente a esto se plantean como definitivos los personajes expuestos en la siguiente página. Más allá del estilo, el diseño de cada uno de ellos responde a los objetivos previamente expuestos y a la personalidad atribuida a cada uno de ellos (que se puede consultar en el manual de proyecto de este TFG). A grandes rasgos se trazan así 4 perfiles distintos para la historia:

- Abbey: la joven protagonista aventurera.
- Patrick: el torpe pero fiel acompañante.
- Thomas: el muchacho que ha perdido todos sus recuerdos.
- Kristen: hermana mayor de Patrick y personaje misterioso.



Acercamientos a personajes para la serie



Personajes definitivos para la serie "Cazadora de Recuerdos"

6.2.2 CRIATURAS

En cuanto a las criaturas también se contaba con una colección personal de diseños de bestias sobre la que reflexionar. Muchas de estas criaturas respondían directamente a fanarts del mundo de famosas franquicias como Pokémon, pero consiguen hacernos ver que en cuanto a la creación de criaturas el estilo elegido no cierra tanto el campo de diseño. Esto se debe a que cada una de las bestias responde a una morfología, unas proporciones y en general una expresividad en su concepción estética que acaba sobreponiéndose sobre la línea gráfica elegida.

No obstante, el coloreado y el acabado estético si debe quedar en armonía junto a los personajes, formando en su conjunto un todo estético que se reconozca como la unidad que es la serie.

En este caso cada criatura creada responde a un Recuerdo, a un pequeño pedazo de la memoria. Por ello cada una de ellas representa factores, objetos, experiencias o sensaciones de la vida cotidiana.

Los diseños de cada Recuerdo como se había apuntado responden a cierta libertad, sin embargo existen ciertos pares de recuerdos cuyo diseño se ve claramente vinculado pues el concepto del que surgen presenta también una relación de significado, como por ejemplo *Día-Noche*, *Té-Café* o *Lleno-Vacío*.

En la siguiente página se muestra un listado con los 50 conceptos representados y los diseños definitivos de las criaturas ilustradas; los 50 Recuerdos.



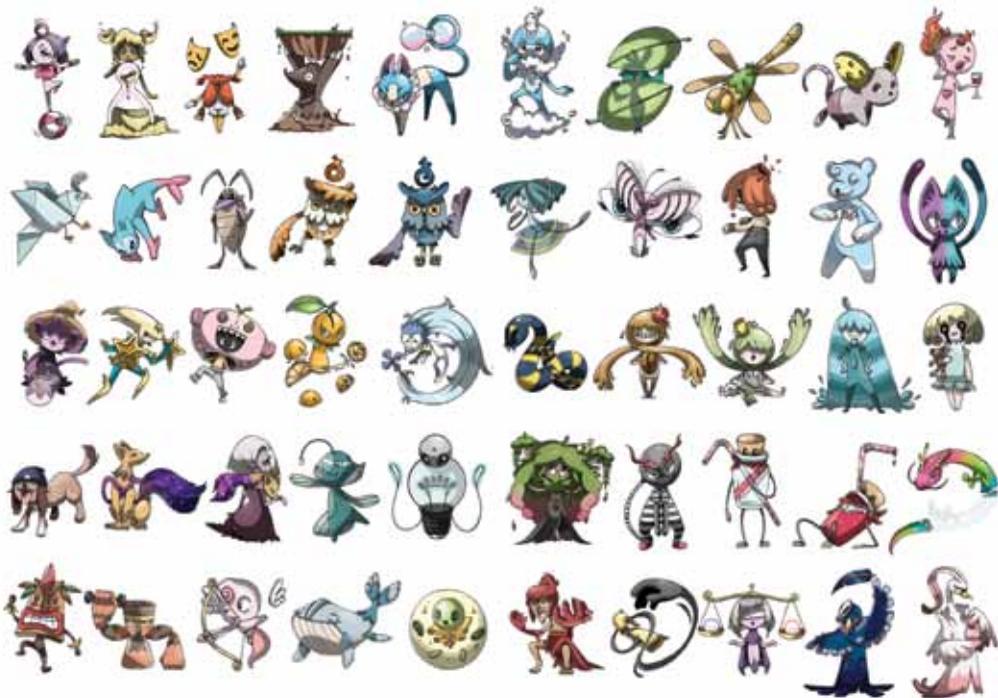
Acercamiento a criaturas para la serie

Equilibrio
Tiempo
Teatro
Tierra
Burbuja
Nube
Hoja
Insecto
Ratón
Pasión
Ligero
Mar
Bicho

Día
Noche
Danza
Ojos
Volcán
Oso
Duda
Magia
Estrella
Cabeza
Naranja
Viento
Peligro

Café
Té
Agua
Terror
Huella
Infinito
Piel
Profundo
Luz
Arbol
Línea
Vacío
Lleno

Invisible
Máscara
Fuerza
Amor
Grande
Pequeño
Violencia
Mano
Igualdad
Muerte
Vida



Cincuenta criaturas definitivas para la serie

6.3 ACERCAMIENTO A LA MARCA Y PROPUESTA DEFINITIVA

La marca pasó por diferentes etapas hasta encaminarse en el estilo final y más tarde pulirse hasta su forma actual.

En un primer acercamiento a la marca aun no se había terminado siquiera de determinar el argumento y el título para la serie aun no era definitivo. Se sabía que el concepto de Recuerdo tan crucial en la trama debía estar, pero llevó un tiempo y algunas pruebas llegar al nombre definitivo.

Se escogió “Cazadora de Recuerdos” como título definitivo para la serie por varios motivos. El primero y más importante es que conseguía transmitir de una manera muy simplificada la trama de la serie. Además de esto, la palabra “cazadora” ya evidencia ese espíritu de criaturas coleccionables que tanto nos interesa explotar, y por otra parte también señala el género femenino de la protagonista, que era uno de los logros de la serie como expusimos páginas atrás. Fue por ello que se descartaron también otros

nombres más comerciales en inglés, ya que muchos de ellos no evidenciaban género.

Una vez elegido el nombre de la serie se comenzaron a hacer pruebas más certeras. Se trabajaron muchos conceptos e ideas, muchos de ellos a color. sin embargo, se decidió que un logotipo con colores no era acertado para la serie porque estaría compitiendo constantemente con las coloridas ilustraciones y estampados que conlleva la serie infantil.

Finalmente se escoge la idea de “gotas de tinta” vinculadas al argumento de la serie como principal inspiración para la construcción del logotipo. Se plantearon pruebas bastante cercanas al resultado final hasta conseguir la propuesta definitiva expuesta en la siguiente página.



Acercamiento al logotipo de la serie



Logotipo definitivo de la serie

6.4 APLICACIONES

Con todo este trabajo gráfico realizado se podía ya concebir las diferentes aplicaciones en las que se volcaría todo este contenido de la serie. Se trató de abarcar productos que potenciaran ese sentimiento coleccionista, obteniendo finalmente las siguientes aplicaciones:

-Álbum de Cromos

- Álbum (cubierta y tripa)
- Cromos y sobre

-Revista

- Cubierta
- Cómic

-Videojuego

- Caja Videojuego
- Cartucho Videojuego
- Folletos videojuego
- Videos promocionales Videojuego

-Juego de Cartas coleccionables

- Cartas de bestias
- Caja de cartas

-DVD

- Caja
- Disco

-Snack+calcomanías

-Etiqueta peluche



TIERRA

Reserva N° 01
 Área: 1.400 m²
 Precio: 20 kg

Descripción:
 Este es un sello postal que representa el territorio colombiano. El sello es una obra de arte que muestra el mapa de Colombia en un color verde y amarillo, los colores nacionales.

Reserva N° 02
 Área: 1.200 m²
 Precio: 15 kg

Descripción:
 Vive en árboles de hoja perenne. Cambia de hojas que cubren su cuerpo en función del árbol que habita.

Solo vive sus días a la vista fuera del árbol. Por lo general se encuentra en lugares altos del bosque más húmedo y protegido.

02-HOJA

HOJA

03-POMPA

POMPA

Reserva N° 03
 Área: 1.500 m²
 Precio: 25 kg

Descripción:
 Este es un sello postal que representa la pompa. El sello es una obra de arte que muestra una pompa en un color rojo y negro, los colores nacionales.



CAFÉ

Reserva N° 04
 Área: 1.800 m²
 Precio: 30 kg

Descripción:
 Este es un sello postal que representa el café. El sello es una obra de arte que muestra un café en un color verde y amarillo, los colores nacionales.

05-INSECTO

INSECTO

Reserva N° 05
 Área: 1.100 m²
 Precio: 10 kg

Descripción:
 Este es un sello postal que representa el insecto. El sello es una obra de arte que muestra un insecto en un color verde y amarillo, los colores nacionales.



MAR

Reserva N° 06
 Área: 1.300 m²
 Precio: 18 kg

Descripción:
 Este es un sello postal que representa el mar. El sello es una obra de arte que muestra un pez en un color azul y verde, los colores nacionales.



CUBIERTA REVISTA





CAJA VIDEOJUEGO



FOLLETOS VIDEOJUEGO

YouTube



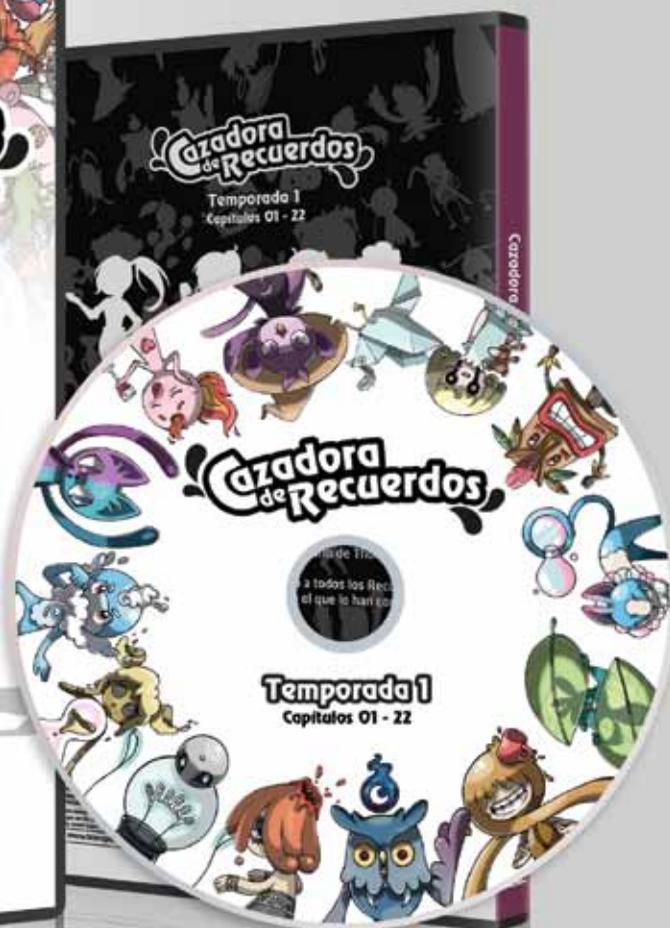
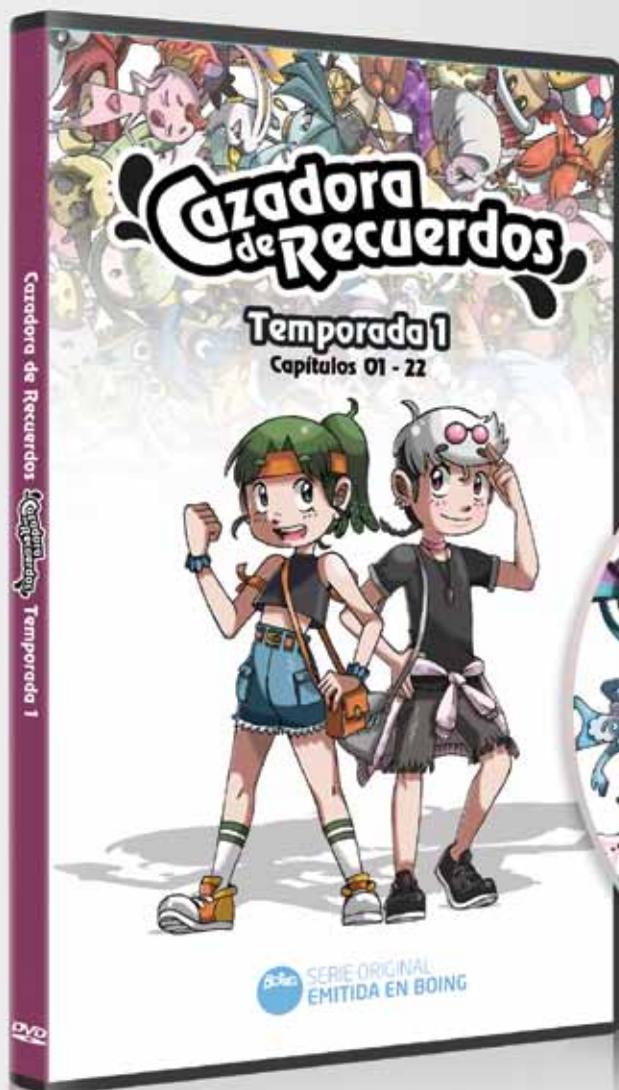
VIDEOS PROMOCIONALES



CARTAS



CAJA CARTAS



DVD SERIE TV



Lay's
BRAND



**Cazadora
de Recuerdos**
Tatlos

SNACK



ETIQUETA PELUCHE

7. CONCLUSIONES GENERALES DEL TFG

Aquí concluye este trabajo de fin de grado, donde más allá de la marca, acaba teniendo más importancia y complejidad la creación de los personajes y, sobretodo, las criaturas.

Esta serie infantil ha supuesto un trabajo muy personal. Por ello, quizá cuando hablamos de *Cazadora de Recuerdos* no hablemos de un proyecto palpable en el futuro, puesto que para este tipo de trabajos es casi imposible encontrar cabida en su mundo y contexto. Sin embargo, esto no quiere decir que no sea un trabajo más explotable, en cuanto que las aplicaciones y derivaciones para este tipo de proyecto son muchas y muy variadas. El carácter ficticio y la naturaleza del proyecto también supusieron un total trabajo de investigación, de autodiagnóstico y de creación desde cero, pues no se podía disponer de ningún tipo de briefing. La temática de creación de una serie infantil no es además un tema comúnmente tratado en el grado, por lo que supuso un esfuerzo añadido en cuento a la concepción de lo que era necesario concebir y lo que no.

El proyecto ha intentado siempre tener en cuenta dos máximas: explotar el factor coleccionista al que se presta la serie, tratando de evitar aplicaciones clichés que no tienen cabida real en este proyecto, y ser consciente y consecuente con el abuso de estereotipos que se da en las series infantiles. No se obtuvo con esto un obvio producto de reivindicación, donde el esfuerzo por obviar los estereotipos se vuelve protagonista y tematiza la serie, sino que se consiguió una serie que en este sentido pasa desapercibida y consigue incluirse en el conjunto de series de consumo de masas, pero que de manera más subliminal denota un sentido de respeto y diversidad más amplio que la media.

Se ha conseguido un diseño de personajes y criaturas acorde a las tendencias actuales, alcanzando un estilo unificado para el conjunto del trabajo. En lo que al logo se refiere el principal reto era conseguir una marca divertida para los más pequeños pero construida con unos elementos que la hicieran sobria para su convivencia con lo

exagerado de las ilustraciones, y se ha conseguido. Se logró además tocar muchas de las ramas del diseño impartidas en el grado, trabajando imagen e identidad corporativa, ilustración, gráficos animados, diseño editorial e incluso un poco de packaging, y con ello se abarcó prácticamente la totalidad de los productos que en un principio se había planteado tocar.

Se concluye así un amplio proyecto que supuso un especial esfuerzo de concepción en el que se han conseguido crear los cimientos para la realización de una serie infantil de bestias coleccionables. *Cazadora de Recuerdos* representa y supone el broche final perfecto para mi formación de 4 años en Diseño.



8. FUENTES CONSULTADAS

BIBLIOGRAFÍA

- CÁMARA, S. El dibujo animado. Aula de Dibujo. Barcelona: Parramon, 2004
- DIGÓN TEGUEIRO, Patricia. El caduco mundo de Disney. Comunicar, 2006, no 26, p.164-169.
- RAMOS, M.A. *Estéticas de la Animación*. Madrid: MAIA Ediciones, 2010.
- RUIZ, J. Historia de la animación. Chasqui, 1995, No 50, p.4-6
- SAA NARVÁEZ, Diama; LÓPEZ RUIZ, Maya; POSADA ALAYA, Victoria. Evolución en los estereotipos en los dibujos animados. Universidad Autonoma de Madrid - Sociología de la educación. Magisterio en Educación Infantil. 2015.
- SILINGER, E. ¿Qué ven nuestros niños en la televisión? Pokémon: un modelo de análisis. Sociedad Argentina de Pediatría, 2001, n° 99, p.426-435

RECURSOS ONLINE

- ¿Qué es la animación? [en línea]. [Consulta: 20-11-2016] Disponible en: <http://pixel-creativo.blogspot.com.es/2012/09/que-es-animacion.html>
- APARICIO, Daniel. Los personaje infantiles se cuelan timidamente en las series, películas y cuentos infantiles. [en línea] 20 Minutos, 2014. [Consulta: 10-01-2016] Disponible en: <http://www.20minutos.es/noticia/2246537/0/homosexualidad/diversidad/cuentos-infantiles/>
- Conociendo el secreto del éxito de Pokémon Go: El Efecto Zeigarnik [en línea]. [Consulta: 15-12-2016] Disponible en: <http://www.mundopsicologos.com/articulos/conociendo-el-secreto-del-exito-de-pokemon-go-el-efecto-zeigarnik>
- Efecto Zeigarnik: el cerebro no soporta que lo dejen a medias [en línea]. [Consulta: 15-12-2016] Disponible en: <https://psicologiyamente.net/psicologia/efecto-zeigarnik#>

Gabinete de comunicación Universidad de Granada. Las mujeres que aparecen en los dibujos animados son consumista, celosas y están obsesionadas por su aspecto físico. [en línea] [Consulta: 15-11-2016] Disponible en: http://secretariageneral.ugr.es/pages/tablon/*/noticias-canal-ugr/las-mujeres-que-aparecen-en-los-dibujos-animados-son-consumistas-celosas-y-estan-obsesionadas-por-su-aspecto-fisico#.Wlntd7bJwrU

La Historia de la Animación Japonesa [en línea]. [Consulta: 22-11-2016] Disponible en: <http://www.swingalia.com/animacion/la-historia-de-la-animacion-japonesa.php>

¿Quién inventó los dibujos animados? [en línea]. [Consulta: 22-11-2016] Disponible en: <http://www.muyhistoria.es/curiosidades/preguntas-respuestas/iuien-invento-los-dibujos-animados>

JIMÉNEZ, J. Eso es Todo amigos Los secretos de Bugs, Lucas y Porky [en línea]. [Consulta: 12-01-2017] Disponible en: <http://www.rtve.es/rtve/20160118/eso-todo-amigos-secretos-bugs-lucas-porky/1285623.shtml>

LESLIUX, Historia del anime [en línea]. [Consulta: 20-11-2016] Disponible en: http://es.hellokids.com/c_6873/lecturas-infantiles/historias-para-ninos/mangas/historia-del-anime

Listas Cine: Todas las películas de Walt Disney Pictures [en línea]. [Consulta 20-12-2016] Disponible: <http://listas.20minutos.es/lista/todas-las-peliculas-de-walt-disney-pictures-326525/>

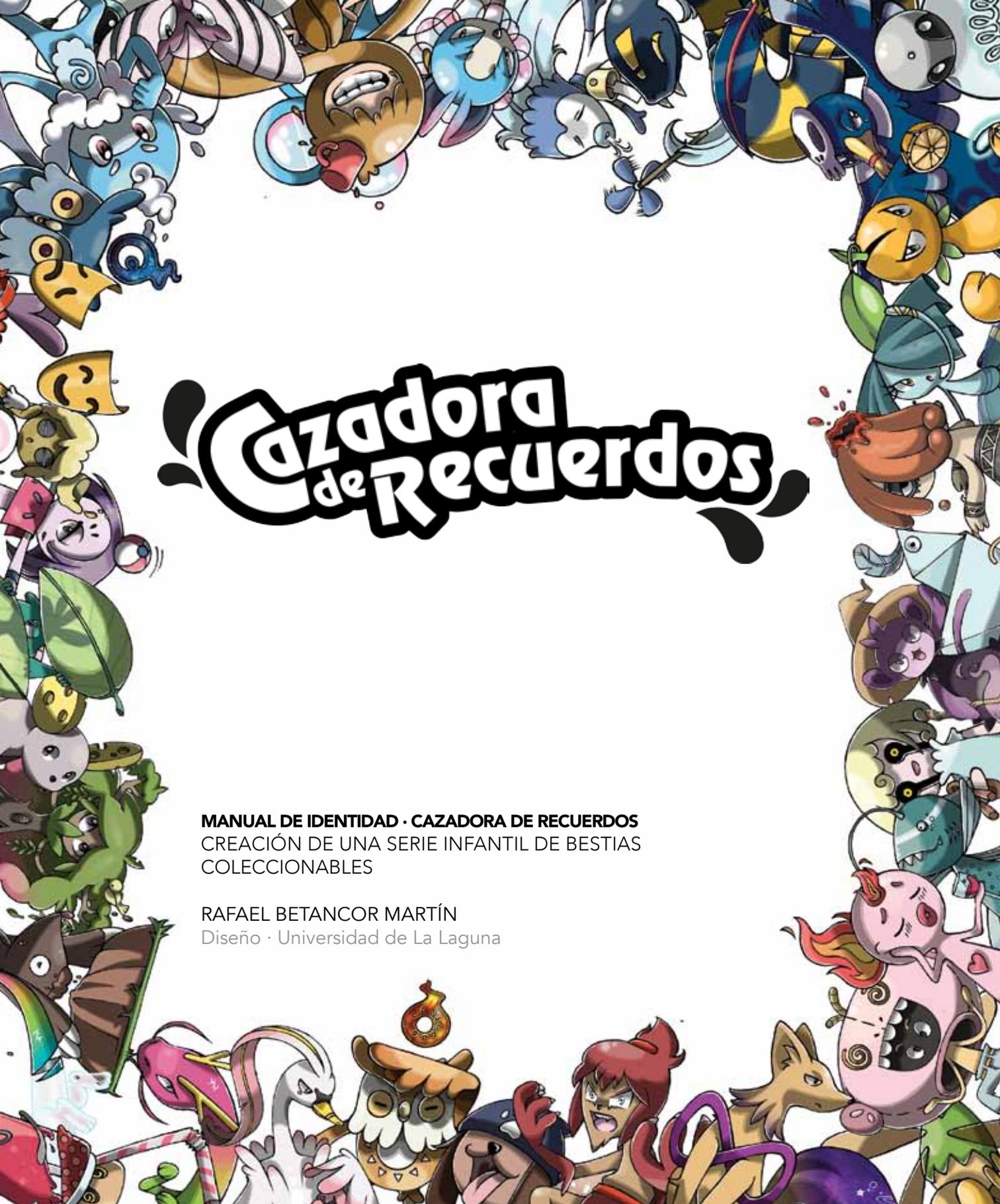
El Manga: toda su historia [en línea]. [Consulta: 22-11-2016] Disponible en: http://www.kai-cron.com.ar/paginas/cultura_japonesa/manga/historia_manga_inicio.htm

MARTÍN PERANDRÉS, D. Animación [en línea]. España: Universidad de Granada [Consulta: 22-11-2016] Disponible en: <https://lsi.ugr.es/fjmelero/ig/animacion.pdf>

Las películas de animación de Don Bluth [en línea] [Consulta: 30-01-2017] Disponible en: <http://quefuedemagazine.blogspot.com.es/2008/01/las-peliculas-de-animacion-de-don-bluth.html>

Walt Disney: Creador de Sueños [en línea]. [Consulta: 20-12-2016] Disponible: <http://canal-historia.es/blog/walt-disney-creador-de-suenos/>





Cazadora de Recuerdos

MANUAL DE IDENTIDAD · CAZADORA DE RECUERDOS
CREACIÓN DE UNA SERIE INFANTIL DE BESTIAS
COLECCIONABLES

RAFAEL BETANCOR MARTÍN
Diseño · Universidad de La Laguna

TRABAJO DE FIN DE GRADO
Grado en Diseño · Universidad de La Laguna
Curso 2016-2017



**MANUAL DE
IDENTIDAD DEL
PROYECTO**

ALUMNO: RAFAEL BETANCOR MARTÍN
TUTOR: FRANCISCO JAVIER TORRES FRANQUIS



El Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual del proyecto de serie infantil Cazadora de Recuerdos en la misma medida que expone aspectos argumentales de la serie necesarios para el correcto empleo de los recursos gráficos que aquí se exponen.

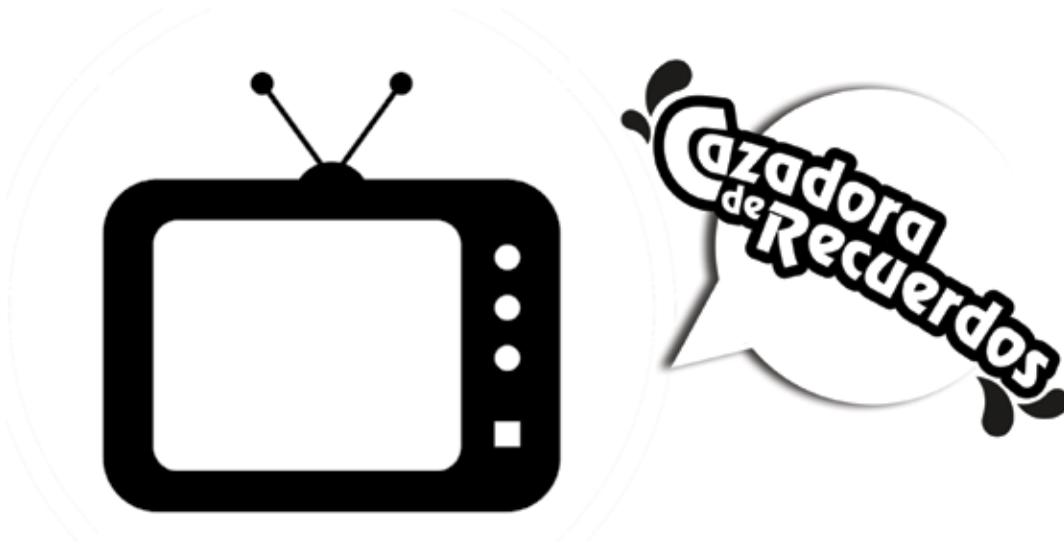
No se pretende con estas instrucciones que se construya la marca de nuevo y desde cero para su utilización. Se deberá emplear el material ya elaborado.

El Manual debe ser por tanto una herramienta presente en todas las aplicaciones de la marca corporativa y su convivencia con sus productos y aplicaciones. Las directrices que contiene este documento no pretenden de ninguna manera restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar la propia esencia de la serie.

ÍNDICE

1. PRESENTACIÓN DE LA MARCA	9
1.1 ¿QUÉ ES CAZADORA DE RECUERDOS?	11
1.1.1 ESTILO DE LA MARCA	11
1.2 CONCEPTUALIZACIÓN DE LA MARCA	12
1.3 ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD	13
1.3.1 CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA	13
1.3.2 CONFIGURACIÓN DE LA MARCA	14
1.3.3 TAMAÑO MÍNIMO	14
1.3.4 ÁREA DE RESPETO	14
1.3.5 TIPOGRAFÍA	15
1.3.6 COLORES DE MARCA	15
1.3.7 VERSIONES DE MARCA	16
1.3.8 USOS INCORRECTOS	17
2. PERSONAJES Y CRIATURAS	19
2.1 ILUSTRACIONES	21
2.2 PERSONAJES	22
2.3 CRIATURAS	26
2.4 EL AUTÉNTICO ARGUMENTO	52
3. BASES Y RECURSOS ESTÉTICOS	55
3.1 COLORES DE USO CORPORATIVO	57
3.2 TIPOGRAFÍA DE USO CORPORATIVO	58
3.3 CREACIÓN DE FONDOS Y PATRONES	59
4. APLICACIONES	65
4.1 EDITORIAL	67
4.1.1 BESTIARIO-ÁLBUM DE CROMOS	67
4.1.2 REVISTA - CÓMIC	74
4.2 VIDEOJUEGOS	78
4.2.1 CAJA VIDEOJUEGO	78
4.2.2 VIDEOS PROMO	82
4.3 COLECCIONABLES	84
4.3.1 CARTAS	84
4.3.1.1 CAJA CARTAS	89
4.3.2 CALCOMANÍAS	90
4.3.3 SERIE TELEVISIÓN - DVD	93
4.3.4 PELUCHES	94
ANEXO: FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS	97

1.1 ¿QUÉ ES CAZADORA DE RECUERDOS?



Cazadora de Recuerdos se plantea como una serie infantil de bestias coleccionables. Pretende ser una serie consciente de los problemas que pueden generar los estereotipos en los más pequeños de la casa, que son sus potenciales receptores, y su argumento es el siguiente:

“Abbey era una joven muy aventurera a la que la rutina del colegio se le había quedado corta. Un día se cruza en su camino un muy preocupado muchacho llamado Patrick, al que ella no duda en ayudar.

Patrick necesita recolectar todos los recuerdos de su compañero Thomas para que este pueda volver a ser quien fue. Todos estos Recuerdos le han sido arrebatados y ahora divagan por el mundo en forma de criaturas que Patrick y Abbey deben cazar y devolver al diario de Thomas.

Sólo cuando hayan convertido de nuevo en tinta a todos los Recuerdos perdidos Thomas dejará de ser el desconocido en el que lo han convertido.”

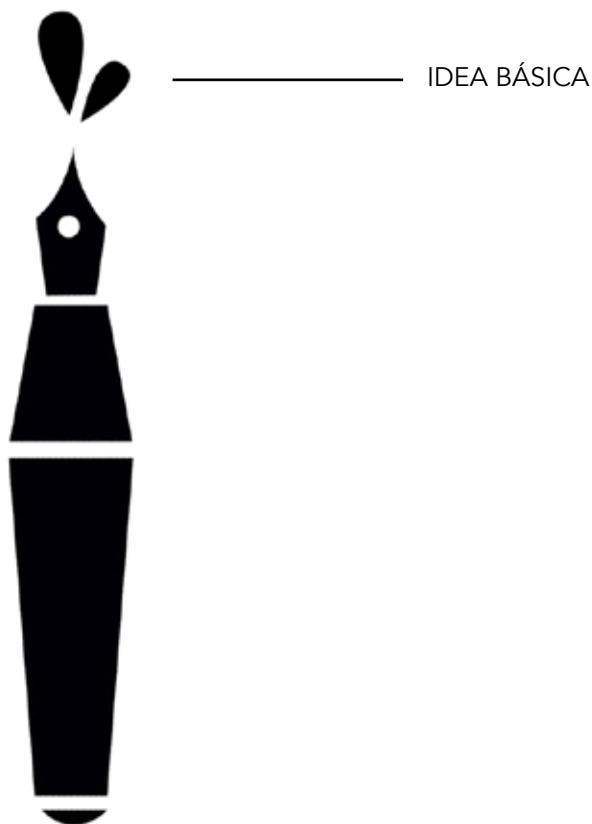
1.1.1 ESTILO DE LA MARCA

El hecho de que sea un serie infantil es crucial a la hora de trazar una línea estética para la marca. Ésta apuesta por una estética que puede ser llamativa y divertida para los más pequeños, pero que de alguna manera resulte neutral y pueda convivir fácilmente con lo estridente de las ilustraciones.

1.2 CONCEPTUALIZACIÓN DE LA MARCA

El diseño del logotipo girará en torno a la idea de tinta. Se resalta con esto el hecho de que las criaturas se transforman en tinta cuando finalmente son cazadas por los protagonistas de la serie.

Esto se tratará de reflejar tanto cromática como morfológicamente, dando especial importancia a la forma de gota



1.3 ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

1.3.1 CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA

Para la construcción de la marca y su efecto de escritura sobre base curva se utilizarán dos óvalos con un ancho 4 veces mayor que su alto. Se dispondrán uno encima de otro, haciendo que la separación entre ambos coincida con el cuerpo del texto.

Se escribe sobre los dos óvalos y se hacen ajustes para conseguir el resultado adecuado. Se le añaden los detalles de gotas de tinta por ambos lados y finalmente se rota el resultado 5 ° hacia la izquierda buscando que no quede visualmente desequilibrado.



1.3.2 CONFIGURACIÓN DE LA MARCA

Con respecto a la disposición de la marca, esta presenta una naturaleza horizontal a pesar de estar construida por palabras dispuestas verticalmente una encima de otra.

Además, no tiene una segunda disposición, y tampoco se distingue sólo por el empleo de un símbolo.



CONFIGURACIÓN HORIZONTAL

1.3.3 TAMAÑO MÍNIMO

El diseño de la marca no está concebido para su reproducción en pequeño tamaño, pues no olvidemos que se trata de un trabajo destinado principalmente a la rotulación de productos y cartelería de la serie, teniendo en principio siempre un papel protagonista sin convivir con otras marcas.

A pesar de ello, si se usara en una versión reducida esta no sería nunca inferior a 4 cm de ancho (1,2 cm de alto), a no ser que el soporte fuera incluso inferior a estas medidas.



TAMAÑO MÍNIMO
4 X 1,2 CM

1.3.4 ÁREA DE RESPETO

La marca contará siempre con un espacio de protección que deberá estar exento de otros elementos gráficos que no la dejen funcionar correctamente. El margen de respeto se basa en la altura de la palabra "de".



MARGEN DE RESPETO

1.3.5 TIPOGRAFÍA DE MARCA

Para la marca se emplea una tipografía sin serifa, una Revue. Se emplea en minúscula excepto las iniciales de las 2 palabras principales.

También se debe señalar que tras los ajustes de diseño en la construcción de la marca, la primera letra "C" presenta un tamaño un 40% mayor que el resto de letras, y el nexa "de" ha reducido su cuerpo a la mitad.

1.3.6 COLORES CORPORATIVOS

La marca sólo cuenta con una versión, y ésta es en blanco y negro. Pero en cuanto a tintas se refiere sólo podemos hablar de una tinta plana, el negro.

-PANTONE Black C

Cazadora de Recuerdos

Revue

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

NEGRO

C:0% M:45% Y:0% K:100%
R:0 G:0 B:0

#000000

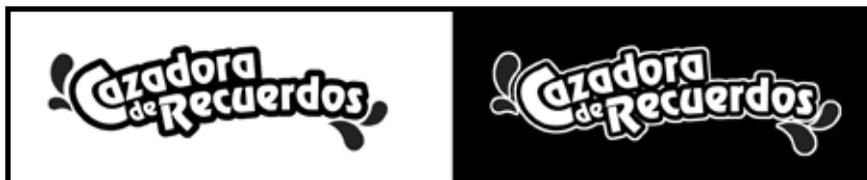
1.3.7 VERSIONES DE MARCA

La marca presenta un único diseño que no varía en función del fondo. Esto se debe a que la inspiración sobre la idea básica de tinta no permite la utilización de una versión en negativo (u otros colores) del logo, pues no se entendería el concepto.

Ante esto, cuando sea necesario diferenciar la marca del fondo si este fuera oscuro se empleará un borde, por norma general blanco, tal y como se ve en estos ejemplos.

Para establecer el límite entre un fondo oscuro y un fondo claro recurrimos al modelo de color HSB (Hue, Saturation, Brightness). Así, serán fondos oscuros aquellos que tengan unos valores de Brillo inferiores a 50 y unos valores de Saturación superiores a 50

Además, en ocasiones junto al uso de dicho borde se puede emplear una sombra paralela que de la apariencia de pegatina al logo.



1.3.8 USOS INCORRECTOS

Si bien el uso de la marca queda suficientemente acotado con las normas de este manual, cabe señalar una serie de casos que nunca se deben dar y que son considerados como usos erróneos de la marca:

-El uso del logotipo sobre un fondo oscuro sin usar un borde blanco.

-Versiones alternativas del logotipo en colores que no son corporativos.

-Versión en negativo de la marca.

-Deformación y/o no respeto de los tamaños y proporciones de construcción del logotipo.





2.1 ILUSTRACIONES

La serie tendrá un estilo claramente japonés, recurriendo a la estética del anime, pero huyendo de aquellas estéticas del género que buscan un resultado más realista dentro de lo que es la animación popular japonesa.

Así, se desarrollará un estilo que gira un poco hacia la estética "Superdeformed", con cabezas y ojos más grandes de lo usual. El coloreado será siempre llamativo y jugará con sombras planas, nunca tratando de conseguir un resultado tridimensional, sino explotando la estética 2D.

La serie contará así con un diseño simple pero no por ello pobre. Es decir, la línea, el coloreado, las proporciones responderán a un estilo bastante infantil, adecuándose al público al que van dirigidas, pero la conceptualización de la estética, el atuendo, la elección de colores o los accesorios que lleva cada personaje hará que cada uno de ellos cuente con carisma y personalidad.

A la derecha vemos como se realizan las ilustraciones de este proyecto. Éstas, al tratarse de imágenes no vectoriales, deben crearse con un tamaño y una resolución mínima para garantizar que su calidad no se verá afectada al escalarlas para las diferentes aplicaciones. Así las imágenes se trabajarán como mínimo en tamaño A3 a 600 ppp.

Con respecto a los perfiles de color para las ilustraciones estos serán:

-En RGB: sRGB IEC61966

-En CMYK: Coated FOGRA39



2.2 PERSONAJES



Nombre:

Abbey Hunter

Edad:

15 años

Personalidad:

Divertida, extrovertida, sociable, tolerante, y comprensiva pero también reivindicativa. Aventurera, deportista y curiosa.

Historia:

Abbey lleva toda su vida viviendo en un apartado pueblo donde todo el mundo tiene su rol asimilado y los convencionalismos son difíciles de romper. A pesar de que no comparte la filosofía de vida de su villa se lleva bien con todo el mundo y con todos los grupos del lugar, participa en todas las tareas y lo único que consigue aburrirle son las clases de su colegio.

Papel:

Abbey ayudará sin pensárselo dos veces a Patrick cuando descubre a este tratando de cazar él solo a uno de los recuerdos de Thomas sin demasiado éxito. Se volverá la directora de su propia aventura.



PATRICK

Nombre:

Patrick Morrison

Edad:

14 años

Personalidad:

Tímido, torpe y miedoso. Obediente y fiel pero en contadas ocasiones rebelde.

Historia:

Patrick había pasado toda su vida viajando. Desde que tiene memoria su familia ha sido sólo su hermana mayor, pero nunca les ha faltado de nada gracias a la gran fortuna que habían heredado. Sin embargo, desde que su gran amigo Thomas perdió sus propios recuerdos decidieron retirarse a un apartado pueblo huyendo de algo que no sabían si quiera que era.

Papel:

Ante la tragedia que le sucedió a Thomas no puede permitir que esa persona que tanto aprecia desaparezca, así que a pesar de las directrices de su hermana por mantenerle a salvo comienza un intrépido viaje con Abbey para recolectar todos los recuerdos de su amigo.



THOMAS

Nombre:

Thomas López

Edad:

15 años

Personalidad:

Leal, honesto, divertido, aventurero y atrevido. Muy agradecido y trabajador

Historia:

Thomas y su familia trabajaban para la familia Morrison. Incluso cuando los cabeza de familia murieron siguieron dedicándose a atender el hogar de los herederos. Creo un vínculo muy fuerte con Patrick, que desde pequeño se negaba a que trabajara para él. Cuando crecieron esta relación se intensificó de alguna manera, hasta que perdió todos sus recuerdos.

Papel:

Aunque no entiende nada de lo que pasa comienza la aventura junto a Abbey y Patrick, hasta que descubren que Thomas está cada vez más débil. Entonces deciden que es mejor que permanezca en casa en reposo hasta que puedan recuperar toda su memoria.



KRISTEN

Nombre:

Kristen Morrison

Edad:

20 años

Personalidad:

Eficiente, trabajadora, responsable y coqueta. Racional y en ocasiones calculadora.

Historia:

Desde que sus padres murieron siempre fue muy protectora con su hermano. Sin embargo, en los últimos años las responsabilidades de la empresa la asfixian y no puede prestar asunto a otra cosa que no sean responsabilidades del negocio. No obstante, cuando descubre el problema de su hermano y su amigo Patrick se muestra extrañamente afectada y decide retirarse junto a ellos para evitar problemas.

Papel:

No toma demasiado partido en la aventura de los más pequeños. Simplemente se dedica a oír sus planes, aconsejar y cuidar de Thomas cuando éste se debilita.



2.3 CRIATURAS

A continuación se expone una colección de cincuenta criaturas. Cada una de ellas representa uno de los recuerdos perdidos de Thomas. Incluyen recuerdos de cosas concretas y tangibles, pero también de cosas más abstractas o sentimientos.

Cada uno de ellos contaría con su propio capítulo en la serie animada, donde se narrarían las divertidas historias que tienen que pasar los protagonistas para darles caza y poder convertirlos de nuevo en la tinta que escribía los recuerdos del diario.

Aquí se procede a mostrar todos los diseños de las criaturas que se emplearán en las aplicaciones que después se muestran, y que serán también materia prima para las futuras nuevas adaptaciones que pueda precisar la marca.

Cada recuerdo se presenta acompañado de la información propia de cada uno para complementar la parte estética con sus datos, personalidad y/o historia.



TIERRA

Recuerdo N°: 01

Altura: 0,40 m

Peso: 20 kg

Descripción:

Vive en zonas bastante húmedas. Le molesta mucho la luz del Sol, así que pasa la mayor parte del día bajo tierra.

De noche sale a por comida usando la linterna que le cuelga de su cuello.

HOJA

Recuerdo N°: 02

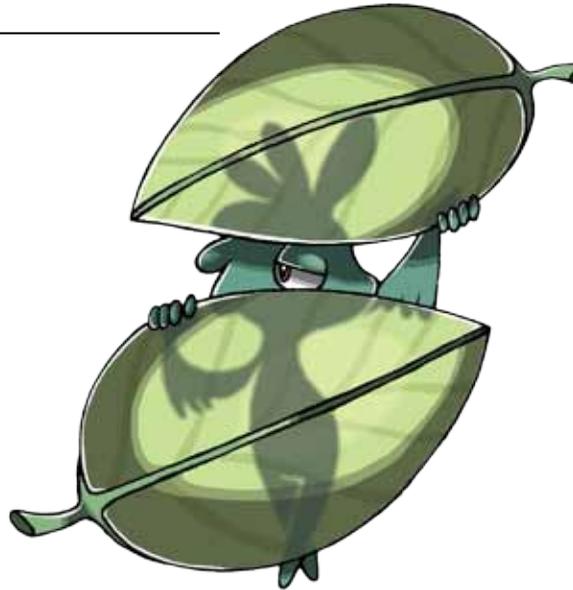
Altura: 0,10 m

Peso: 0,1 kg

Descripción:

Vive en arboles de hoja perenne. Cambia las hojas que cubren su cuerpo en función del árbol que habita.

Sólo deja sus ojos a la vista para estar alerta por si alguien o algo se le acercara. Es capaz de combatir las plagas más agresivas sólo por proteger su hogar.



POMPA

Recuerdo N°: 03

Altura: 0,60 m

Peso: 35 kg

Descripción:

Es muy arisco con todo aquel que se le acerque sin su consentimiento. Habita en zonas cubiertas para proteger sus burbujas del viento.

Se dice que las pompas que es capaz de crear con su cola pueden reflejar el auténtico ser de las personas.



NUBE

Recuerdo N°: 04
Altura: 0,80 m
Peso: 40 kg

Descripción:

Vive en las alturas y solo baja a nivel del suelo a buscar comida o porque algo le llama la atención.

En días soleados se divierte tapándole el sol a la gente, y en días lluviosos se mantiene por encima del nivel de las nubes para evitar mojarse.

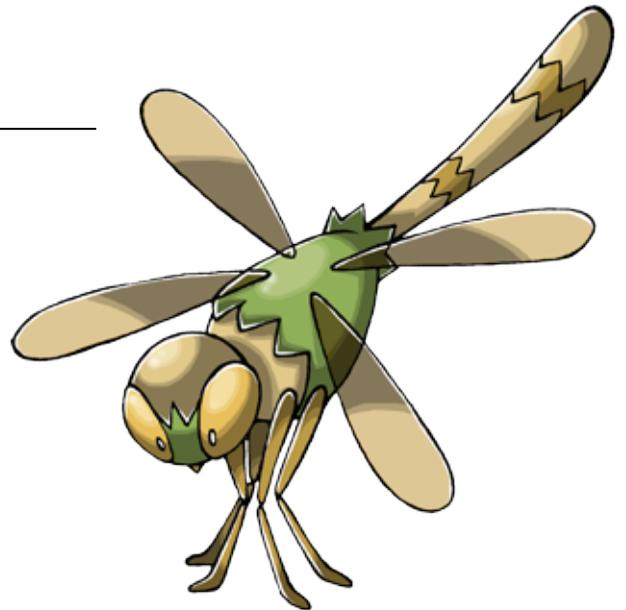
INSECTO

Recuerdo N°: 05
Altura: 0,10 m
Peso: 0,1 kg

Descripción:

Por su aspecto y su pequeño tamaño convive con otras libélulas normales sin que nadie se percate de su presencia.

Puede hacer vibrar sus alas tan rápido que pueden dejar sordo a un ser humano si estuviera demasiado cerca. Su exoesqueleto tiene la misma resistencia que el acero.





DÍA

Recuerdo N°: 06
Altura: 0,70 m
Peso: 40 kg

Descripción:

A pesar de que le molesta mucho la luz del sol sólo se le puede ver durante el día, y parece que durante la noche desaparece. Sus plumas son muy brillantes pero apenas puede volar.

Es capaz de ahuyentar malos recuerdos o debilitarlos si están muy cerca.

NOCHE

Recuerdo N°: 07
Altura: 0,70 m
Peso: 40 kg

Descripción:

Le molesta mucho la luz del sol y por eso sólo se le puede ver durante la noche, y parece que durante el día desaparece. Sus plumas son muy brillantes pero apenas puede volar.

Es capaz de atraer malos recuerdos o fortalecerlos si están muy cerca.



DANZA

Recuerdo N°: 08

Altura: 0,50 m

Peso: 25 kg

Descripción:

Pasa prácticamente todo el tiempo girando sobre sí misma. Es muy difícil darle captura pues tiene una agilidad increíble dentro y fuera de la pista.

Se cuela en clases de baile y en obras de ballet porque le encanta ver como la gente disfruta de la danza.



VOLCÁN

Recuerdo N°: 09

Altura: 0,60 m

Peso: 60 kg

Descripción:

Sufre de continuos dolores de cabeza que hacen que no quiera pasar tiempo con nadie. Si lo hacen enfadar puede estallar llevándose por delante todo lo que tenga cerca.

Los diseños de su cuerpo cambian según el momento el día.

OJOS

Recuerdo N°: 10

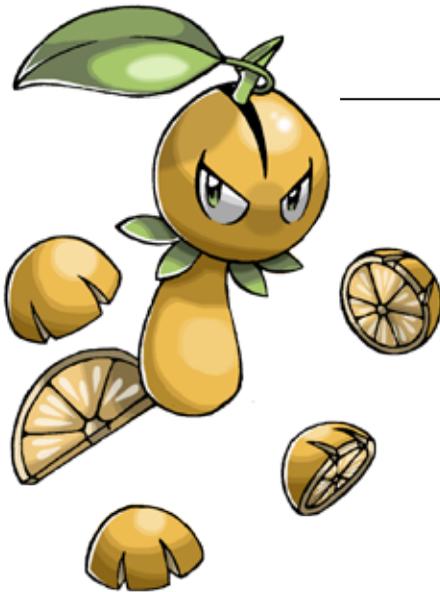
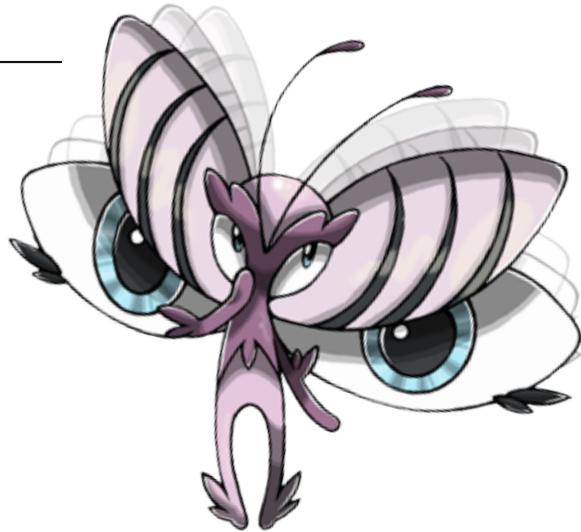
Altura: 0,10 m

Peso: 0,1 kg

Descripción:

Sólo se ven los grandes ojos de sus alas cuando vuela, es por eso que cuando se siente indefenso nunca esta en el suelo.

Si su enemigo mira fijamente sus alas puede llegar a hipnotizarlo o confundirlo. Si le miran a sus verdaderos ojos le harán sentir muy incomodo.



NARANJA

Recuerdo N°: 11

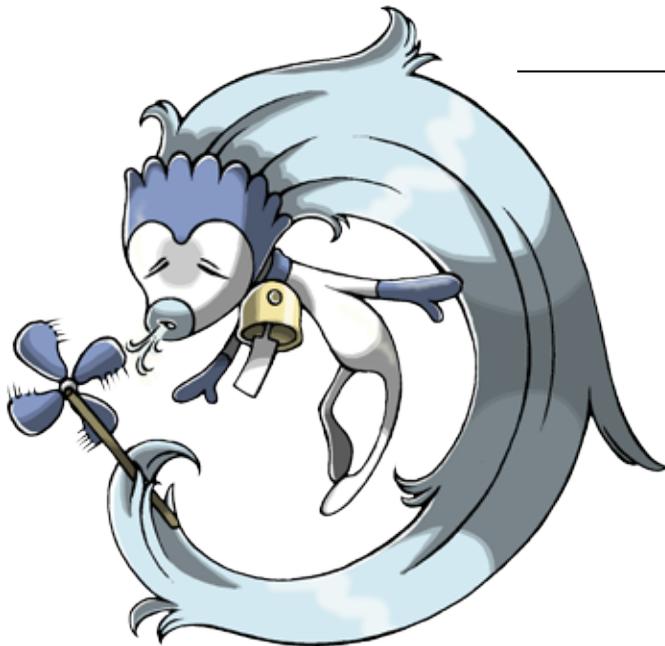
Altura: 0,40 m

Peso: 20 kg

Descripción:

Suele moverse por plantaciones de naranjos y se divierte pintándole caras a toda la fruta que se le ponga por delante.

Es capaz de desprender un acido que puede corroer metales y rocas, pero también es capaz de producir un zumo que dicen puede curar enfermedades.



VIENTO

Recuerdo N°: 12

Altura: 0,50 m

Peso: 10 kg

Descripción:

No tiene un lugar fijo para vivir, va allá donde le lleve el viento, literalmente.

Le gusta sentir su melena ondeando con la brisa. Puede crear fuerte corrientes de aire capaces de levantar edificios del suelo. A pesar de esto le gusta los días calmados.

PELIGRO

Recuerdo N°: 13

Altura: 0,50 m

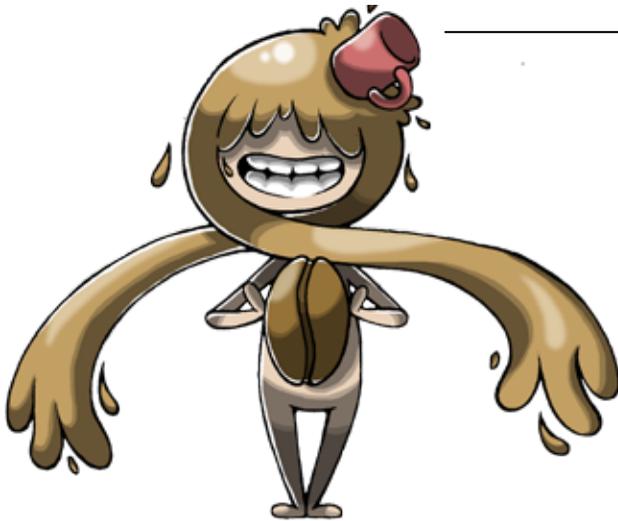
Peso: 60 kg

Descripción:

Aparece allá donde un peligro esté cerca. Verlo es mala señal.

Si nada malo esta por suceder hace lo que sea posible para que la catástrofe tenga lugar. Le gusta regocijarse viendo como los demás se preocupan por algo que no pueden controlar.





CAFÉ

Recuerdo N°: 14

Altura: 0,40 m

Peso: 20 kg

Descripción:

Sólo se alimenta de café. Se acerca sigiloso a tazas ajenas para robarles la bebida.

Debido a todo el café que ingiere tiene una gran cantidad de energía que le hace estar siempre en movimiento. Se dice que de su grano de café se puede hacer una de las bebidas más deliciosas.

TÉ

Recuerdo N°: 15

Altura: 0,40 m

Peso: 20 kg

Descripción:

Sólo se alimenta de té. Se acerca sigiloso a tazas ajenas para robarles la bebida.

Debido a todo el té que ingiere siempre está muy relajado y no se muestra nunca demasiado alterado por nada. Se dice que de su bolsa de té se puede hacer una de las bebidas más deliciosas.



EQUILIBRIO

Recuerdo N°: 16

Altura: 0,40 m

Peso: 25 kg

Descripción:

Nunca toca el suelo. Allá donde va lleva sus dos pelotas, y le gusta que la gente le mire y aplauda cuando hace su espectáculo.

No tiene un lugar fijo, ya que sigue la estela de un famoso circo que entiende como su hogar. A pesar de su mirada de pocos amigos suele ser muy amigable.



LUZ



Recuerdo N°: 17

Altura: 0,20 m

Peso: 10 kg

Descripción:

Parece una fuente infinita de energía. No necesita estar conectado a nada para alumbrar el más oscuro de los lugares.

Si su brillo desaparece o se atenúa es símbolo de que no se encuentra bien. Por el día le gusta pasear pero de noche suele encontrarse en fábricas.

TEATRO

Recuerdo N°: 18

Altura: 0,50 m

Peso: 30 kg

Descripción:

Nunca se puede saber si esta triste o contento. O quizá ambas cosas a la vez. Imita e interpreta todo lo que se cruce en su camino, así que puede resultar bastante molesto.

Normalmente se encuentra siempre detrás del telón, pero si le gusta mucho lo que se representa puede salir para unirse a la obra.



TIEMPO

Recuerdo N°: 19

Altura: 0,60 m

Peso: 50 kg

Descripción:

Allá donde vaya el tiempo se trastoca; puede acelerar, ralentizar o parar su transcurso en función de su estado de animo o de su voluntad en ese momento.

Es muy asustadizo, siempre esta alerta y se cree que puede llegar a viajar en el tiempo si se encuentra en apuros.



RATÓN

Recuerdo N°: 20
Altura: 0,20 m
Peso: 1 kg

Descripción:

Es muy travieso y siempre se esconde en los lugares más recónditos. No suele juntarse con otros ratones porque suelen tratar de comer el queso de sus orejas.

Busca el cariño de las personas, pero la mayoría lo trata con asco, y esto ha hecho que se vuelva un poco desconfiado.

ÁRBOL

Recuerdo N°: 21
Altura: 1 m
Peso: 50 kg

Descripción:

Sólo puede moverse durante la primavera. Suele estar lleno de pájaros porque el dulce aroma de sus hojas los atrae.

Produce el doble de oxígeno que un árbol normal, y el lugar donde se establece se convierte automáticamente en una zona de suelo fértil.





ESTRELLA

Recuerdo N°: 22

Altura: 1,50 m

Peso: 50 kg

Descripción:

Puede levitar, pero cuando esta cerca de la tierra le gusta desplazarse corriendo a gran velocidad. Sus escudos pueden parar la bala de un cañón.

Durante la noche asciende al cielo, donde puede parecer una estrella fugaz si se mueve a gran velocidad.

VIOLENCIA

Recuerdo N°: 23

Altura: 1,50 m

Peso: 70 kg

Descripción:

Va allá donde hayan peleas, o bien las crea a su alrededor para alimentarse de los malos sentimientos de las personas.

Sus puños pueden romper un edificio completo de un sólo golpe, pero puede debilitarse mucho si en lugar de violencia se le trata con cariño.



LLENO

Recuerdo N°: 24

Altura: 0,30 m

Peso: 10 kg

Descripción:

Suele encontrarse en bodegas o locales donde se sirvan muchos tipos de bebidas. La capacidad de su cuerpo no conoce límites, puede beber tanto como se le antoje.

No puede tenerse en pie y siempre va mareado, por lo que resulta muy sencillo llegar a darle caza.



VACIO

Recuerdo N°: 25

Altura: 0,30 m

Peso: 5 kg

Descripción:

Se dedica a vaciar cualquier bebida que vea. La cañita a su espalda es su mejor arma, y puede vencer a enemigos mucho más grandes que él solo con ella.

Adora burlarse de la gente, y es usual que sea el responsable de extraños alborotos. Es una criatura principalmente diurna.

MAR

Recuerdo N°: 26

Altura: 0,50 m

Peso: 30 kg

Descripción:

Suele encontrarse siempre cerca de la costa, pero su sistema de respiración le permite moverse tanto en tierra como en agua.

Se dice que puede llegar a trastocar las mareas, y el color de sus ojos indica la pureza del agua donde habita.



HUELLA

Recuerdo N°: 27

Altura: 0,60 m

Peso: 30 kg

Descripción:

Busca siempre la aprobación de las personas que le rodea y se encariña extremadamente rápido con cualquiera que le preste un poco de atención.

Deja siempre un camino de huellas a su paso porque su orientación es pésima, pero no le sirve de mucho porque apenas ve.



PROFUNDO

Recuerdo N°: 28

Altura: 0,40 m

Peso: 10 kg

Descripción:

Su sistema respiratorio no le permite habitar en otro lugar que no sean las profundidades marinas. La luz de su cabeza le sirve para poder ver aquello que ocurre muy lejos.

El movimiento de sus aletas en el agua puede tener poderes psíquicos que le permitan hacer cosas a distancia.

INFINITO

Recuerdo N°: 29

Altura: 0,50 m

Peso: 40 kg

Descripción:

Es una criatura muy pacífica y tranquila. Contiene el cosmos en su cola, y se dice que en ella se puede encontrar respuesta a absolutamente todo.

Es un gran trofeo de caza debido a que su pelaje se ha vuelto el más ansiado material para la confección de moda.





PIEL

Recuerdo N°: 30
Altura: 0,70 m
Peso: 50 kg

Descripción:

Se acerca a todos para presumir de su bufanda de piel pero no permite que nadie la toque por miedo a que le roben su mas preciado tesoro.

Se cree que fue ella misma quien confeccionó la piel que luce. Es por ello que es temida por todo aquello que tenga pelaje.

MAGIA

Recuerdo N°: 31
Altura: 0,50 m
Peso: 40 kg

Descripción:

Los raros sonidos que pronuncia parecen ser poderosos conjuros capaces de derrotar a rivales mucho mas fuertes que él.

Su varita esta tallada con la madera de un árbol que ya esta extinguido, así que si la perdiera no podría ser nunca reemplazada.



PASIÓN

Recuerdo N°: 32

Altura: 0,70 m

Peso: 40kg

Descripción:

La llama de su cabeza puede alcanzar temperaturas mucho más altas que el fuego normal. Siempre esta tocandose el rostro, parece que le tranquiliza.

Pasa la mayor parte del tiempo con los ojos cerrados, y su copa siempre esta medio llena, aunque nadie sabe muy bien de qué.



CABEZA

Recuerdo N°: 33

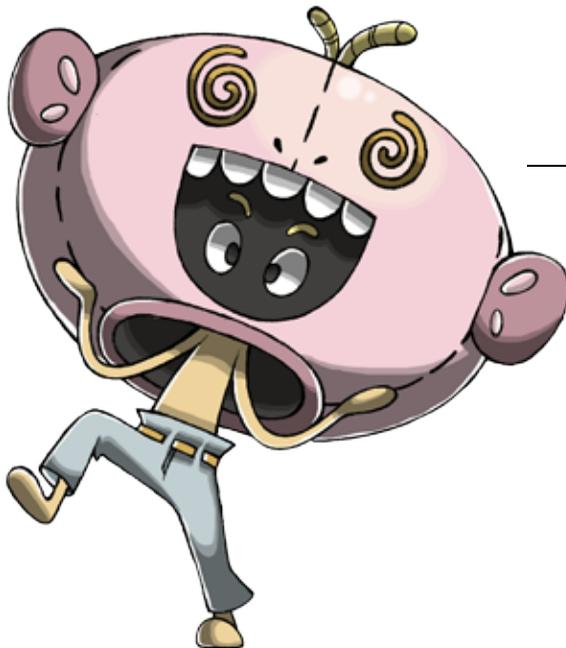
Altura: 1 m

Peso: 60 kg

Descripción:

El mismo se confeccionó su propia cabeza para poder jugar con el resto de niños que antes no lo aceptaban.

Tiene una gran fuerza pues debe cargar esa construcción que pesa el doble que él sobre sus hombros día y noche.



TERROR

Recuerdo N°: 34

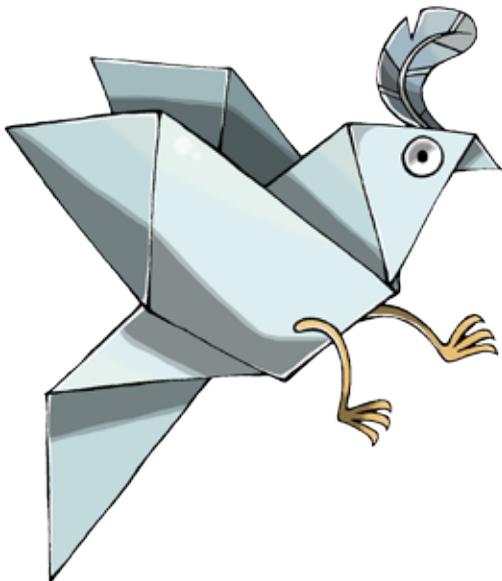
Altura: 0,50 m

Peso: 30 kg

Descripción:

Flota sobre sus pies y se desplaza tambaleante y lentamente. Suele habitar en casas abandonadas pero no es raro que se acerque a viviendas habitadas para asustar a las familias que viven dentro.

Se dice que si te mira fijamente con sus ojos puede ver cuando vas a morir



LIGERO

Recuerdo N°: 35

Altura: 0,10 m

Peso: 0,1 kg

Descripción:

No puede decidir a donde va porque su cuerpo pesa tan poco que cualquier ráfaga de aire lo lleva de un lado para otro.

Construyo su propio cuerpo doblando y plegándose sobre si mismo hasta conseguir la forma de papiroflexia que luce ahora.



FUERZA

Recuerdo N°: 36

Altura: 0,90 m

Peso: 100 kg

Descripción:

Pasa todo el rato subiendo y bajando la pesa que tiene en su mano, incluso cuando esta durmiendo.

No tiene piernas pero puede desplazarse muy rápido usando la mano que tiene libre si se encuentra en peligro.

MÁSCARA

Recuerdo N°: 37

Altura: 1,20 m

Peso: 40 kg

Descripción:

Siempre se encuentra realizando una extraña danza que según parece venera a algún dios. A pesar de la expresión de su máscara es muy amigable.

Se dice que si alguien se atreve a observarle desde la parte de atrás de su careta puede robarle el alma.





GRANDE

Recuerdo N°: 38

Altura: 20 m

Peso: 50.000 kg

Descripción:

Habita en los grandes mares, y deja que su vida fluya según las corrientes. No necesita comer, solo el contacto con el agua del mar nutre su cuerpo.

Su piel refleja la señal de los radares y por eso es muy difícil de localizar si el no se deja ver voluntariamente.

PEQUEÑO

Recuerdo N°: 39

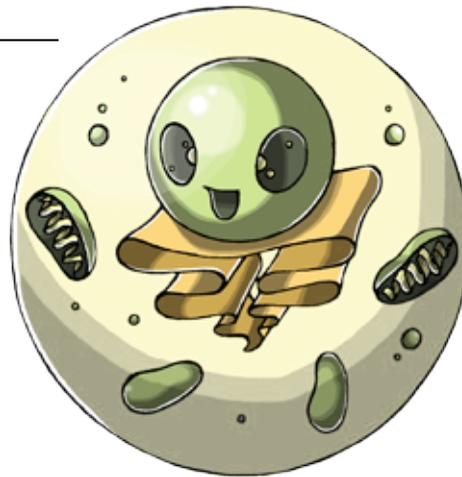
Altura: 0,0001 m

Peso: 0,0001 kg

Descripción:

Puede estar literalmente en cualquier parte, y nunca podrás saberlo si no usas un microscopio o una lupa con un gran aumento.

Le encanta todo, y se entusiasma por cualquier cosa que se cruce en su camino, por lo que es muy fácil cautivarle y darle caza.



DUDA

Recuerdo N°: 40

Altura: 1,10 m

Peso: 40 kg

Descripción:

No tiene nada claro. Allá donde vaya hace que no se pueda tomar ninguna decisión ya que desprende un aura que hace que cualquiera ponga todo en duda.

Se cree que cada parte de su cuerpo cuenta con su propio cerebro, y que estos nunca han estado de acuerdo.



INVISIBLE

Recuerdo N°: 41

Altura: 2 m

Peso: 90 kg

Descripción:

Le gusta pasear por zonas de bosque o con mucha naturaleza. Aunque las escamas de su piel tienen unos colores hermosos pasa la mayor parte del tiempo siendo invisible.

Sólo con mirarte sabe si puede confiar en ti o no, así que es una criatura a la que no se le puede engañar.



OSO

Recuerdo N°: 42

Altura: 1,50 m

Peso: 80 kg

Descripción:

Se cuela en cámaras frigoríficas porque le encanta el frío que hay allí. En los días de calor pasa todo el tiempo durmiendo para evitar problemas con las temperaturas.

El copo que tiene en su cuello puede llegar a crear un micro-clima de frío si lo necesitara para sobrevivir.



AGUA

Recuerdo N°: 43

Altura: 1,60 m

Peso: 60 kg

Descripción:

Su melena tiene el agua más pura que nunca se haya encontrado. Nunca para de emanar de su cabeza y es capaz de crear incluso ríos donde antes no había nada.

Los días de lluvia aumentan su poder y puede convertirse en un rival casi imposible de batir en duelo.





LINEA

Recuerdo N°: 44

Altura: 1,20 m

Peso: 900 kg

Descripción:

Su cabeza es su propia prisión, pesa tanto que no puede moverse del lugar. Aun así, puede llegar a desarrollar poderes psíquicos y mover el mundo a su alrededor si lo necesita.

Sus intenciones nunca son demasiado buenas, así que suele encontrarse siempre solo.

AMOR

Recuerdo N°: 45

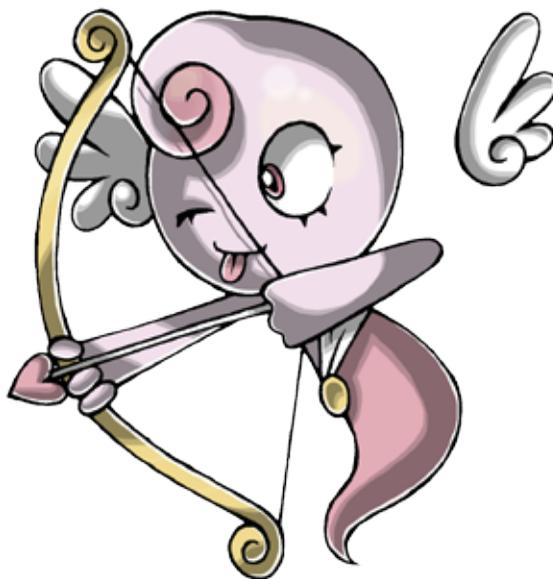
Altura: 0,70 m

Peso: 30 kg

Descripción:

Puede acertar en su blanco hasta a 500 metros de distancia. Sus flechas están impregnadas de una sustancia que las hace prácticamente indoloras.

No atiene demasiado a las personas que dispara, así que las uniones que crea no siempre son muy bien avenidas.





BICHO

Recuerdo N°: 46

Altura: 0,20 m

Peso: 5 kg

Descripción:

Todo el mundo huye de él o intenta escharle, cosa que le entristece mucho porque sólo busca la amistad y compañía de los demás.

Contrario a lo que parece le repugna los lugares sucios, y si alguna lugar no esta limpio usa su pañuelo para dejarlo impoluto.

IGUALDAD

Recuerdo N°: 47

Altura: 1,30 m

Peso: 60 kg

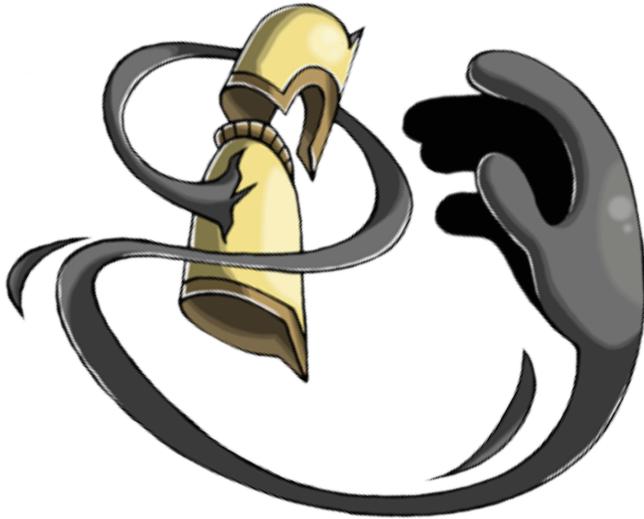
Descripción:

La báscula que apoya en su cabeza es capaz de igualar todo lo que se deposita en ella para no desestabilizar su equilibrio.

Aunque no puede ver al llevar sus ojos vendados ha desarrollado el resto de sus facultades para desplazarse ágilmente y sin problemas.



MANO



Recuerdo N°: 48

Altura: 1,90 m

Peso: 10 kg

Descripción:

Cuenta la leyenda que fue un poderoso guerrero en otra época, pero que una mano negra propició su derrota en la batalla.

No tiene rostro pero no es difícil darse cuenta de que pasa la mayor parte del tiempo perturbado, tratando de huir de sí mismo.

MUERTE

Recuerdo N°: 49

Altura: 2 m

Peso: 80 kg

Descripción:

Con la pluma que sujeta a modo de gadaña puede sumir a cualquiera en el sueño eterno sólo con tocarle.

Cuanto más almas mueran en su presencia más se fortalece. Si alguien alcanza a verlo por la noche significa que su final está cerca.





VIDUA

Recuerdo N°: 50

Altura: 2 m

Peso: 70 kg

Descripción:

Allá por donde pasa la vida florece, en un sentido u otro. Un aleteo de sus alas bastaría para recuperar todo un bosque incendiado.

Aparece cuando siente que el curso de la vida no lleva un ritmo normal, y es el encargado de mantener a salvo el tempo normal del universo.

2.4 EL AUTÉNTICO ARGUMENTO

Desde que creció y vio su vida relegada al estrés de manejar la empresa de sus difuntos padres, Kristen no soportaba ver a su hermano feliz y despreocupado. La envidia hizo así que quisiera quitarle lo que más quería, la compañía de Thomas.

La exitosa empresa de la familia Morrison se dedica en realidad a negocios relacionados con la magia negra, así que a Kristen no le resultó nada difícil encontrar la manera de embrujar a Thomas para quitarle todos sus recuerdos.

Una vez logrado esto quiso alejar a su hermano de la empresa para evitar que descubriera la oscura verdad que se ocultaba tras toda esta historia.





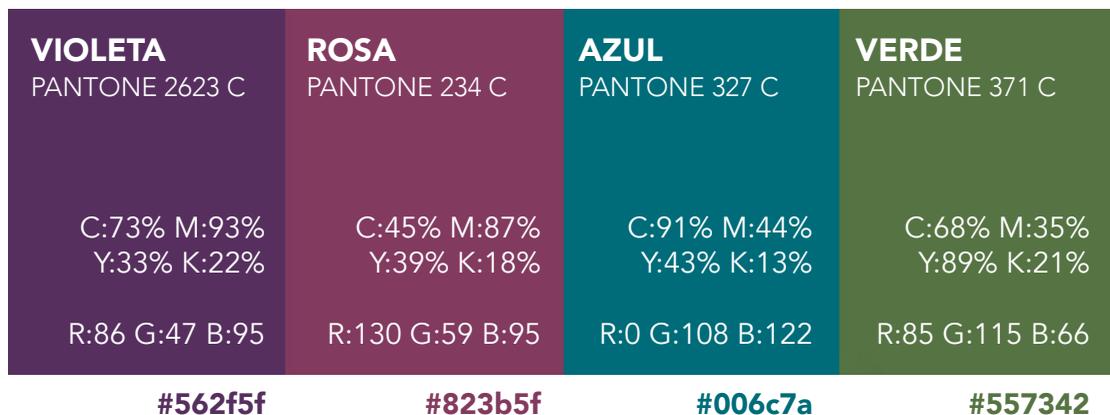
3.1 OTROS COLORES DE USO CORPORATIVO

Además del negro que se emplea en el logotipo de la serie, para sus aplicaciones se pueden emplear otra serie de tonos y colores, todos ellos de naturaleza oscura o poco llamativa para que no compitan en atención y colorido con las criaturas protagonistas de las aplicaciones.

Por norma general se seguirá empleando, además del blanco, el negro como color base para las aplicaciones. Pero en este caso

este negro enriquecido (que evitará que al trabajar con degradados o transparencias sobre otros colores o diseños aparezcan transiciones grises indeseadas) se podrá emplear en opacidades desde el 50% hasta el 100%.

Junto a este negro también existe una pequeña paleta de tonos para su uso en aplicaciones formada por un violeta, un rosa, un azul y un verde.



3.2 OTRAS TIPOGRAFÍAS DE USO CORPORATIVO

La tipografía Revue empleada para la construcción del logo se empleará también en las principales rotulaciones de las aplicaciones de la marca. Sin embargo, para usos de rotulación que impliquen una extensión considerable de texto se empleará como tipografía complementaria la Neo Sans.

Además, para la construcción de textos en soportes como libros o manuales se plantean las tipografías Avenir para el cuerpo de texto y Times para títulos y subtítulos.

Cazadora de Recuerdos

Neo Sans

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789

Cazadora de Recuerdos

Avenir

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789

Cazadora de Recuerdos

Times

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789

3.3 VARIANTES DEL LOGOTIPO

Además de la versión básica del logotipo existe una variante que responde al juego de cartas coleccionables. Esta consiste en la adición de la frase junto a la primera versión del logotipo.

La construcción de esta variante del logo puede darse de dos maneras ambas verticales, bien con la frase en la parte superior, o bien con la frase en la parte inferior.

Dicha frase esta construida también con tipografía Revue, pero en este caso cuenta con un degradado lineal continuo en cuatricomía. Se trata de una transición vertical que va desde un tono ocre-anaranjado en su punto más alto hasta un amarillo en la base, simulando un acabado dorado.

Cuenta con un borde blanco y un reborde más fino con el degradado invertido.

Juego de Cartas Coleccionables



C:26% M:46% Y:100% K:6%

C:2% M:19% Y:91% K:0%

**Cazadora
de Recuerdos**

Juego de Cartas Coleccionables

Juego de Cartas Coleccionables

**Cazadora
de Recuerdos**



VARIANTE LOGO 1



VARIANTE LOGO 2

3.3 CREACIÓN DE FONDOS Y PATRONES

La creación de 50 criaturas puede dar mucho de sí a la hora de crear diferentes fondos y patrones aprovechables para las diferentes aplicaciones que se plantearán para la serie.

En este manual se presentan 4 modelos para la creación de estos recursos, pero esto no limita la creación de futuros diseños para el mismo fin.

3.3.1 MODELO 1:

Se basa en el empleo de siluetas. Se crean líneas mediante la sucesión de las distintas criaturas sobre un fondo plano. Dichas criaturas forman su silueta también en blanco plano, pero cuentan con cierta transparencia que permite crear diferentes variantes cromáticas sólo con cambiar el color de fondo.

Este estampado está planeado para usarlo de fondo sobre el que poner elementos gráficos más potentes que no se vean opacados por este patrón.

Si se diera el caso de que el fondo resulta demasiado llamativo se puede crear un vacío sin siluetas sobre el que colocar la información o aplicar un efecto viñeta al patrón para que se vea más plano.



3.3.2 MODELO 2:

El segundo patrón consiste en la superposición de las diferentes criaturas. En este caso no hablamos de siluetas, sino del uso de las ilustraciones completas.

Este estampado busca conseguir la sensación de tumulto y barullo, tratando de dejar la menor cantidad de hueco posible y potenciando la idea de que existe una gran cantidad de criaturas por descubrir.

No está concebido como un fondo sobre el que poner información pues tiene demasiado peso visual. Está pensado para que funcione como un estampado por sí mismo para aplicaciones como, por ejemplo, contracubiertas o estampado textil.



3.3.3 MODELO 3:

El tercer diseño vuelve a recurrir a la ilustración completa de las criaturas. A grandes rasgos consiste en la construcción de un marco que se adapte al tamaño del formato en cuestión situando a una criatura junto a otra.

De esta forma se consigue un hueco central que se puede emplear para colocar información que no se verá enturbiada por el diseño ya que estará colocada sobre un fondo blanco.

Esta especialmente diseñado para cubiertas, aunque su uso no estaría restringido sólo a éstas.



3.3.4 MODELO 4:

El último patrón está compuesto por una composición de cartas, cuyo diseño se verá expuesto más adelante.

Las cartas, dispuestas una al lado de otra formando una rejilla, deben estar inclinadas 45° para evitar que sean paralelas al soporte donde se aplique y potenciar ese aspecto de estampado.

Este patrón sólo está destinado a aplicaciones relacionadas con el juego de cartas de la serie.





4. APLICACIONES

4.1 EDITORIAL

4.2 VIDEOJUEGOS

4.3 COLECCIONABLES

4.1 EDITORIAL

4.1.1 BESTIARIO-ÁLBUM DE CROMOS:

Para el diseño del bestiario debemos tener en cuenta tanto la cubierta como un modelo de página interior. Además, este bestiario está concebido como un álbum de cromos, sacando partido del factor coleccionista.

Tendrá unas dimensiones de 20,5 cm de ancho y 27,5 cm de alto, haciendo coincidir sus medidas con las de la revista standar, entendiendo que es oportuno que coincidan sus tamaños cuando se presenten juntas.



En lo que respecta al reverso de la cubierta simplemente se empleará uno de los patrones expuestos en el apartado anterior. Este deberá ir en blanco y negro para que no compita con las páginas internas del álbum, que si irán a color.



Fondo estampado apartado 3.2.1

Para las páginas interiores del álbum de cromos se concibe un modelo estructural que aproveche en gran medida la superficie de la página entendiendo la naturaleza infantil de la publicación. Coincidiendo con la cubierta tiene unas medidas de 20,5 cm de ancho y 27,5 cm de alto

En la siguiente página se presenta el diseño de dos páginas enfrentadas, aunque en la versión de impresión se debe tener en cuenta la distribución de las caras en un modelo de maquetación basado en el grapado de los pliegos.

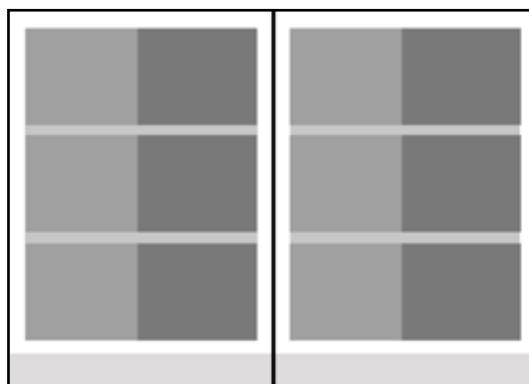
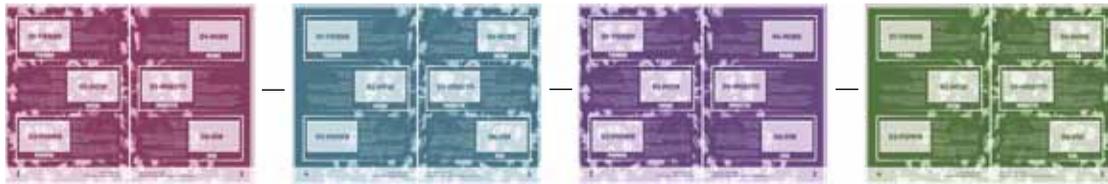


DIAGRAMA PÁGINAS INTERIORES

Estas páginas interiores irán además alternando los colores de su fondo y textos. Los colores que irán rotando serán los colores de uso corporativo expuestos en el punto 3.1.

Aparecerán en el orden de ROSA - AZUL-VIOLETA - VERDE, y cuando termine la secuencia se vuelve a repetir desde el inicio.



Fondo estampado apartado 3.3.1

1,5 cm
7,2 cm
1,2 cm
7,2 cm
1,2 cm
7,2 cm
1,2 cm
3 cm

1,5 cm 9 cm 9 cm 1,5 cm

01-TIERRA
TIERRA

02-HOJA
HOJA

03-POMPA
POMPA

04-NUBE
NUBE

05-INSECTO
INSECTO

06-DÍA
DÍA

2 3

Tipografía Neo Sans
· cuerpo: 12 pts
· color: tono del fondo

Numeración
Tipografía Revue
· cuerpo: 29 pts
· color: tono del fondo

Texto centrado dentro de recuadro
Tipografía Revue
· cuerpo: 29 pts
· color: tono del fondo

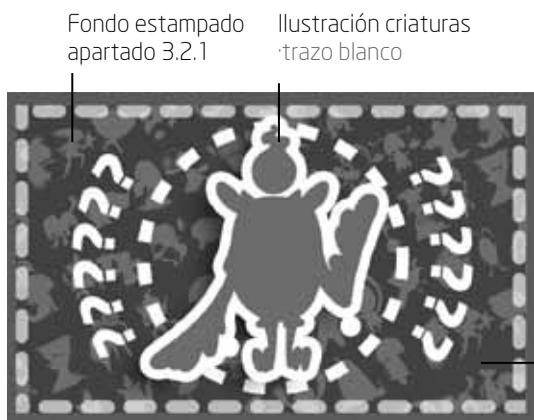
Texto en bandera justificado al lado oportuno (izq o der)
Tipografía Avenir
· cuerpo: 11 pts
· color: blanco

Texto centrado bajo recuadro
Tipografía Revue
· cuerpo: 29 pts
· color: blanco

4.1.1.1 CROMOS:

Además del libreto también se presenta el diseño de la línea de cromos. Para que se diferencie de los distintos colores de páginas interiores se plantean con un fondo gris oscuro, aunque el reverso si irá a color con el PANTONE 234 C.

Atendiendo al tamaño estandarizado de los cromos tendrán unas dimensiones de 8 cm de ancho x 5 cm de alto.



Texto sobre trazo circular
 Tipografía Revue
 ·cuerpo: 25 pts
 ·color: blanco



Tipografía Revue
 ·cuerpo: 25 pts
 ·color: blanco
 ·sombra paralela
 Logotipo PANINI

Además de los cromos en si también se concibe un modelo de sobre donde vendrían las pegatinas. Vendrían impresos a color por los dos lados del sobre, pero no por el interior, por lo que no es necesario un diseño de las caras internas.

Sus dimensiones serían de 11 cm de alto y 10 cm de ancho.



Borde azul
Logotipo
Fondo estampado apartado 3.2.2

Tipografía Revue
·cuerpo: 24 pts
·color: negro
·reserva en blanco

Logotipo PANINI



Logotipo
Logotipo PANINI
Tipografía Neo Sans
·cuerpo: 13 pts
·color: negro

Fondo estampado apartado 3.2.1
Opacidad 10%

Tipografía Neo Sans
·cuerpo: 18 pts
·color: negro



TIERRA

Resumen: 10,00
Altura: 0,20 m
Peso: 0,1 kg

Descripción:
Vive en valles de alta montaña. Cuellos de
llaves que sirven de puente al
Andal que habita.
Solo: desde sus ojos a la vista para estar alerta
por a vigilar si algo se le acerca. Se
de mudarse las plagas más agrias
por proteger a su hijo.



02-HOJA

HOJA



03-POMPA

POMPA



CAFE

Resumen: 10,00
Altura: 0,20 m
Peso: 0,1 kg

Descripción:
Vive en los montes y en la zona de
cultivos de café. Es un insecto que
se alimenta de los frutos del café.
A veces, si no se cuida, puede
dañar las plantas.



05-INSECTO

INSECTO

Resumen: 10,00
Altura: 0,20 m
Peso: 0,1 kg

Descripción:
Este insecto vive en los montes y en
los cultivos de café. Es un insecto que
se alimenta de los frutos del café.
A veces, si no se cuida, puede
dañar las plantas.



MAR

Resumen: 2017-2018
Altura: 0,20 m
Peso: 0,1 kg



4.1.2 REVISTA Y CÓMIC

Nuestra serie de bestias coleccionables encontraría cabida para su promoción en revistas como la de el canal de televisión infantil BOING. Podríamos encontrarla tanto en cubierta como en páginas interiores a modo de cómic.

Para el diseño de la cubierta se debía conservar el azul corporativo de la marca BOING. Se tuvo además en cuenta la línea estética que lleva la revista, tomando de referencia otras cubiertas. Sus dimensiones dadas son de 20,5 cm de ancho y 27,5 cm de alto.



Info revista
Tipografía Neo Sans
·cuerpo: 13 pts
·color: blanco

Logotipo

Info serie
Texto inclinado
Tipografía Neo Sans
·cuerpo: 20 pts
color: azul
·reserva en blanco

Criatura tras
cabecera de revista

Texto vertical
Tipografía Neo Sans
·cuerpo: 13 pts
·color: blanco

Espacio destinado a la
promoción de otras series

Tipografía Neo Sans
·cuerpo: 13 pts
·color: rojo y negro

Cubiertas reales
Revista BOING





Cazadora de Recuerdos

COMIC N° 23



ACTIVIDADES PARA DIBUJAR

ACTIVIDADES EN IMÁGENES

ESTACIONES

En la concepción de la página para la tira de cómic no debemos olvidar de nuevo el estilo de la revista. Los tonos azules para enmarcar las viñetas y la paginación deben responder al estilo de la publicación.

Sin embargo, el cómic debe contar con su propia estética, que sea identificativo

y personal frente al estilo unificador de la revista. Esto se consigue manteniendo el estilo de ilustración y coloreado y teniendo libertad en la composición y distribución de las viñetas.

De nuevo sus dimensiones son 20,5 cm de ancho y 27,5 cm de alto.



4.2 VIDEOJUEGOS

4.2.1 CAJA VIDEOJUEGO

Para el diseño del packaging del juego se necesitan diseñar varias cosas: La cubierta, contracubierta y lomo de la caja, la pegatina para el cartucho y algunas tarjetas de promoción para el interior de la caja.

En lo que respecta a la caja y el cartucho los diseños tendrían unas medidas preestablecidas de 11,5 cm de alto por 27,5 cm de ancho y 2,8 cm de alto por 2,6 cm de ancho, respectivamente.





ALSO COMPATIBLE WITH
Wii U



CAZADORA DE RECUERDOS

Cazadora de Recuerdos

NINTENDO 3DS

7
www.pegi.info

Playable in 2D and 3D. 3D mode for ages 7+. See back.

¿Puedes recuperar los 50 Recuerdos perdidos antes de que sea demasiado tarde? ¡No hay tiempo que perder!

VIVE UNA AVENTURA MUY MUY MISTERIOSA

CADA RECUERDO TIENE SU PROPIA HISTORIA

• Nintendo
• Downloadable Content

CAZADORA DE RECUERDOS

Compatibilidad Compatible	Local Play 1-2 Jugadores 3.5" / 9.14 cm	Intercambio Play 1-2 Jugadores 3.5" / 9.14 cm	Internet 1-2 Jugadores 3.5" / 9.14 cm	StreetPass™ Compatible con StreetPass™	amiibo™ Compatible con amiibo™
-------------------------------------	--	--	--	--	--

Modos conectados a internet requieren conexión a internet. Local Play requiere conexión por cable. Intercambio Play requiere conexión por cable. Contenido de pago en Internet. 1. Contenido del juego no incluido.

WARNING: IF YOU HAVE EPILEPSY OR HAVE HAD SEIZURES OR OTHER MEDICAL CONDITIONS, CONSULT YOUR PHYSICIAN BEFORE PLAYING VIDEO GAMES.

© 2014 Nintendo. Play on Nintendo 3DS software sold for the Americas only.

Nintendo 4090 212th Avenue NE, Redmond, WA 98073

7
www.pegi.info

Customer Service ☎ 1-800-255-7344 support.nintendo.com
Nintendo is the property of their respective owners. Nintendo 3DS is a trademark of Nintendo. © 2014 Nintendo. Play on Nintendo 3DS software sold for the Americas only.



7 111719 81772 9



Para los folletos internos en este caso se realizará un diseño para la promoción de la serie en televisión y otro para el juego de cartas coleccionables.

Los folletos responden a un tamaño ligeramente inferior a la caja, con unas medidas preestablecidas de 11 cm de ancho por 11 cm de alto.



FOLLETO 1



Reverso
Fondo estampado
apartado 3.3.2



FOLLETO 2



Reverso
Fondo estampado
apartado 3.3.4

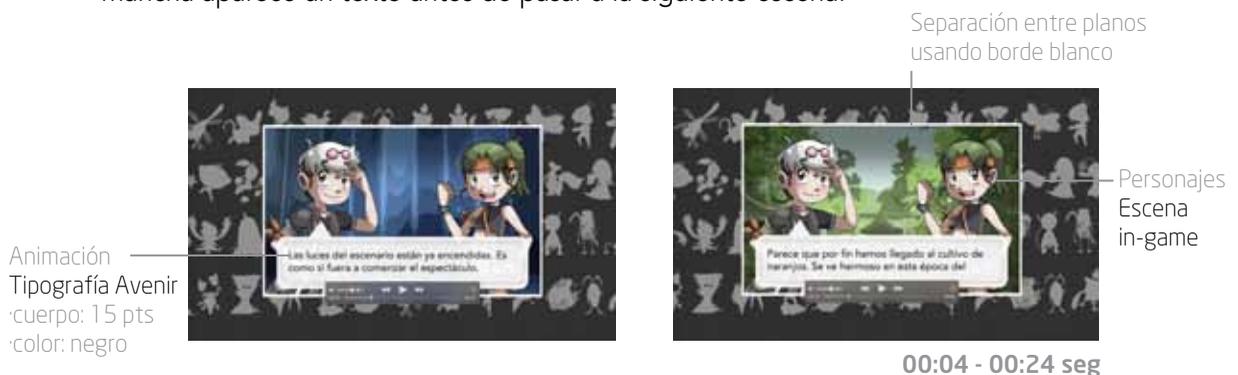
4.2.2 VIDEOS PROMO

Se presentan un modelo de video corto, de una duración de 45 segundos, a modo de promoción del videojuego. No hablamos de spots televisivos, sino de un tipo de publicidad más dirigido a plataformas digitales como YouTube o redes sociales como Facebook o Instagram, donde la resolución estándar es de 1280 pxs de ancho y 720 pxs de alto.

Con este video se presenta una estructura que puede usarse para promocionarse a cada una de las 50 criaturas que conforman la serie. El planteamiento es el siguiente.



El video comienza con una cortinilla de siluetas que se despliega en el fondo, y una mancha de color con la forma de la criatura protagonista que se promociona en ese video. Sobre esta mancha aparece un texto antes de pasar a la siguiente escena.

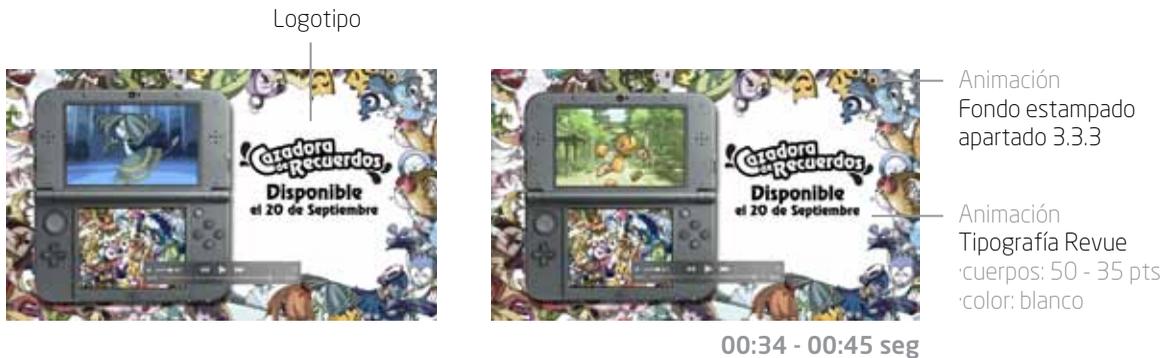


El video muestra la primera escena "in-game", y presenta a los personajes en una conversación que sirve de breve introducción para la aparición de la criatura.

Seguidamente aparece una animación en gameplay de la criatura en cuestión. La pantalla se hace a un lado y deja espacio para que aparezca la ilustración oficial del Recuerdo en cuestión y su nombre.



Finalmente se presenta de nuevo la escena del recuerdo pero impuesta sobre la consola. Entonces la Nintendo 3DS se hace a un lado mientras aparece un marco de criaturas alrededor de toda la pantalla y un texto informativo junto al logotipo de la serie.



Se concibe la creación de múltiples videos durante la promoción previa al lanzamiento del juego, siempre siguiendo esta estructura planteada para la presentación de las criaturas.

4.3 COLECCIONABLES

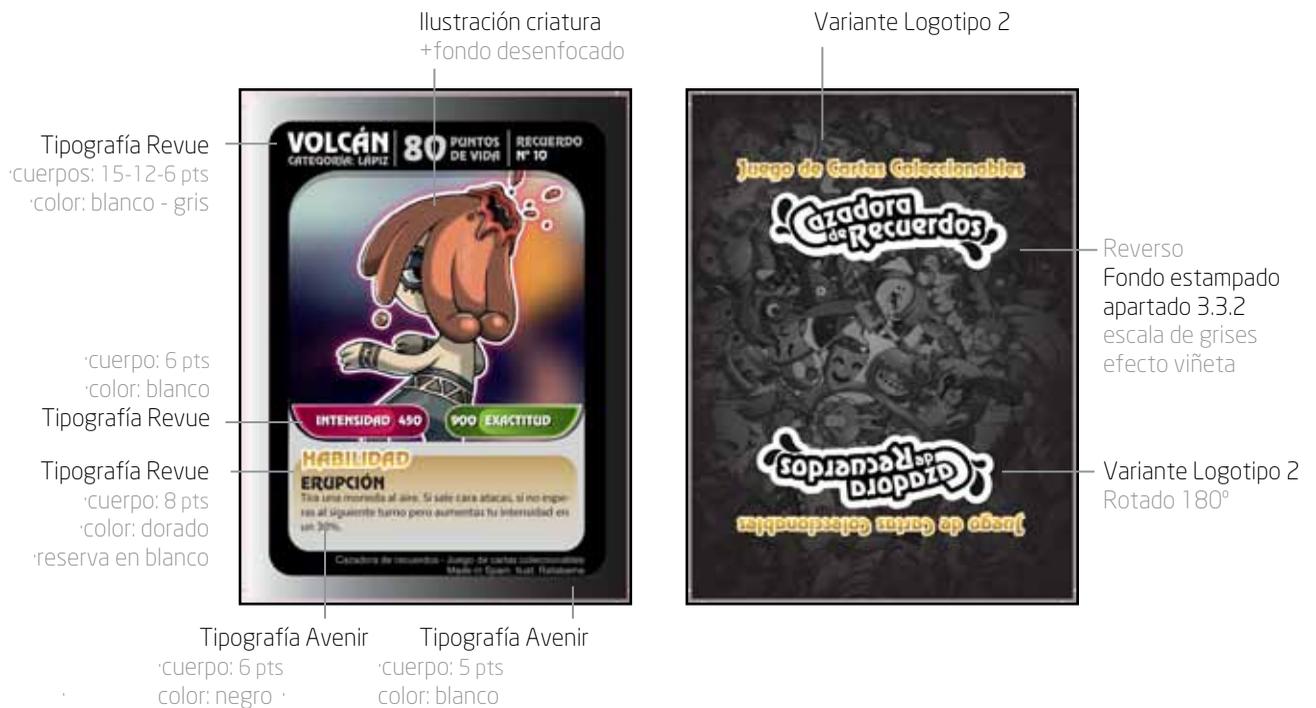
4.3.1 CARTAS

El principal elemento de Merchandising para la serie es el de un juego de cartas coleccionables.

Las cartas irán impresas a doble cara, así que se concibe el diseño del reverso empleando la variación del logotipo.

El diseño de la carta responde al modelo típico de cartas de juegos de acción, reservando un espacio para la ilustración de cada criatura.

El tamaño de las cartas responde al estándar de este tipo de producto, midiendo 6,3 cm de ancho y 8,5 cm de alto.







4.3.1.1 CAJA CARTAS

La baraja de cartas cuenta con su propia caja en la que viene empaquetada. Su tamaño en desarrollo es de 23 cm de alto y 22 cm ancho, y montada de 14,6 cm de alto y 8,3 cm de ancho.



4.3.2 TATUAJES

Los tatuajes o “calcomanías” vendrán dentro de paquetes de snacks tales como patatas fritas.

Los tatuajes temporales enfocados al público infantil serán una reproducción de las diferentes criaturas que conforman la saga de bestias “Cazadora de Recuerdos”. Es decir, las ilustraciones expuesta anteriormente en el punto 2.3.

Por otra parte la presencia de estas calcomanías debe reflejarse en el packaging del producto donde vengan incluida.

Podemos plantear el diseño en una bolsa de patatas fritas “Lays”, y sin restar importancia a la marca y el producto principal (las patatas) debemos anunciar la serie y los tatuajes en el envoltorio, de 23 cm de alto y 17 cm de ancho. En este caso se ha logrado añadiendo unas franjas superior e inferior con material gráfico de la serie.



Fondo estampado
apartado 3.3.2
Variante con borde

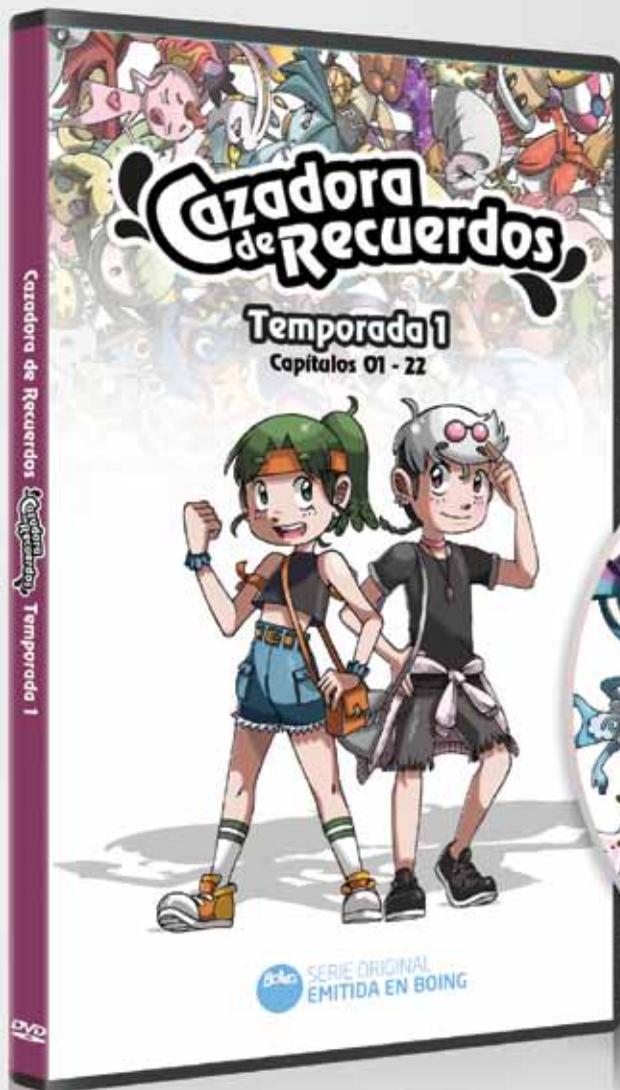
Imagen e información
propia del snack

Imagen calcomanía
efecto velocidad

Logotipo
·trazo: blanco

Tipografía Amontillados
·cuerpo: 80 pts
·color: blanco
·trazo negro





4.3.3 SERIE DE TELEVISIÓN - DVD

Como cualquier otra serie sus capítulos se comercializarán en formato físico, así que la caja del DVD y el propio disco conforman otra aplicación para “Cazadora de Recuerdos”.

Las medidas de estos productos también son las estándar del mercado, midiendo el CD 12 cm de diámetro, y el diseño de la caja 18,5 cm de alto por 27,5 cm de ancho en desarrollo, y 18,5 cm de alto por 13 cm de ancho montada.



Fondo estampado
apartado 3.3.3
Variante con menos densidad

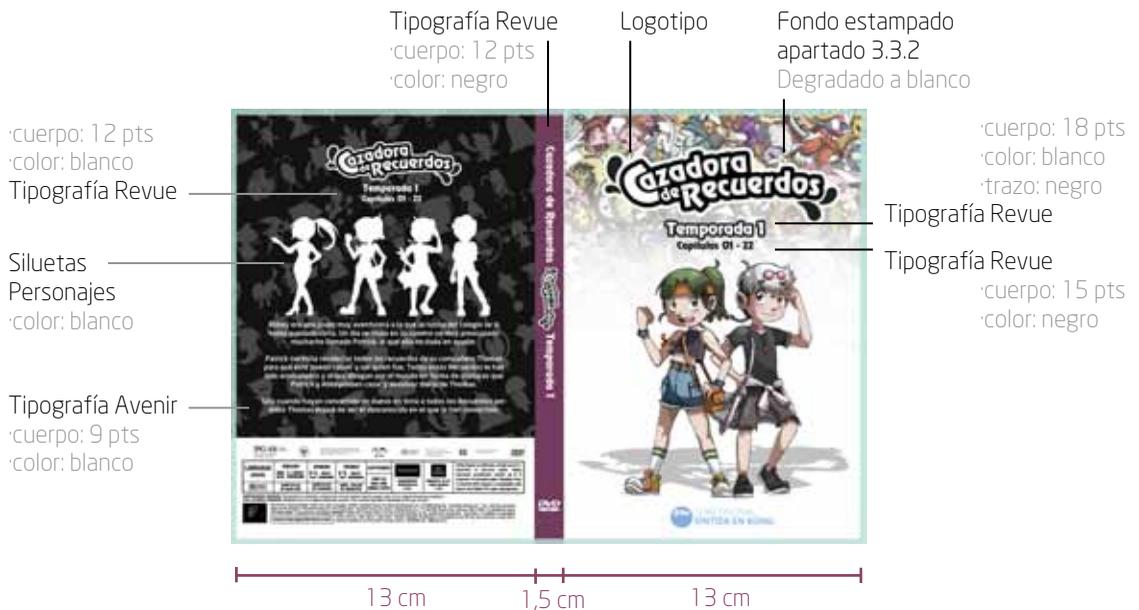
Logotipo

·cuerpo: 18 pts
·color: blanco
·trazo: blanco

Tipografía Revue

Tipografía Revue

·cuerpo: 15 pts
·color: negro



Tipografía Revue
·cuerpo: 12 pts
·color: negro

Logotipo

Fondo estampado
apartado 3.3.2
Degradado a blanco

·cuerpo: 12 pts
·color: blanco
Tipografía Revue

Siluetas
Personajes
·color: blanco

Tipografía Avenir
·cuerpo: 9 pts
·color: blanco

·cuerpo: 18 pts
·color: blanco
·trazo: negro

Tipografía Revue

Tipografía Revue

·cuerpo: 15 pts
·color: negro

13 cm

1,5 cm

13 cm

4.3.4 PELUCHE - ETIQUETA

Los peluches pueden convertirse también en un elemento de merchandising de la serie. Cada criatura puede contar con su versión de peluche, y estas irían acompañadas de una etiqueta que las identifique.

En el diseño de la etiqueta, con unas dimensiones de 7,5 cm de alto y 5 cm de ancho, debe aparecer la ilustración de la criatura en cuestión junto a su nombre. El reverso se reserva para información como el material del peluche o instrucciones de lavado.







CUBIERTA ÁLBUM DE CROMOS**Formato:** 20,5 x 27,5 cm**Soporte:** Creator Gala 350 g/m2. Estucado brillante.**Tintas:** 4 (CMYK) / 1 (PANTONE Process Black C)**Técnica de impresión:** Huecograbado**Acabado:** Laminado**TRIPA ÁLBUM DE CROMOS****Formato:** 20,5 x 27,5 cm**Soporte:** Creator Silk 150 g/m2. Mate..**Tinta:** 1/1 (PANTONE 327 C - PANTONE 234 C -
PANTONE 2623 C - PANTONE 371 C)**Técnica de impresión:** Huecograbado**Encuadernación:** Grapado**CROMOS****Formato:** 8,5 x 4,9 cm**Soporte:** Papel Autoadhesivo 150 g/m2. Mate**Tintas:** 4 (CMYK) / 1 (PANTONE 234 C)**Técnica de impresión:** Huecograbado**SOBRE CROMOS****Formato:** 11 x 10 cm**Soporte:** Creator Silk 150 g/m2. Mate.**Tintas:** 4/4**Técnica de impresión:** Huecograbado**CUBIERTA REVISTA****Formato:** 20,5 x 27,5 cm**Soporte:** Creator Gala 320 g/m2. Estucado brillante.**Tintas:** 4/4**Técnica de impresión:** Huecograbado**Acabado:** Laminado**COMIC REVISTA****Formato:** 20,5 x 27,5 cm**Soporte:** Creator Silk 120 g/m2. Mate..**Tinta:** 4/4**Técnica de impresión:** Huecograbado**Encuadernación:** Grapado

CAJA VIDEOJUEGO

Formato: 27,5 x 11,5 cm

Soporte: Creator Gala 120 g/m2. Estucado brillante.

Tintas: 4/0

Técnica de impresión: Offset

CARTUCHO VIDEOJUEGO

Formato: 2,6 x 2,8 cm

Soporte: Papel Offset Autoadhesivo 150 g/m2. Mate

Tintas: 4/0

Técnica de impresión: Offset

FOLLETOS VIDEOJUEGO

Formato: 11 x 11 cm

Soporte: Creator Silk 120 g/m2. Satinado.

Tintas: 4/4

Técnica de impresión: Offset



CARTAS

Formato: 8,5 x 6,3 cm

Soporte: Cartulina creativa 300 g/m2

Tintas: 4/4

Técnica de impresión: Huecograbado

CAJA CARTAS

Formato: 23 x 22 cm (desarrollo) / 14,6 x 8,3 cm (montada)

Soporte: Cartoncillo Ivercote G 350 gr

Tintas: Cubierta: 4+1 (barniz uvi) / 0

Técnica de impresión: Offset

Corte: Troquel borde redondeado



BOLSA PATATAS

Formato: 17 x 23 cm

Soporte: Material establecido por el fabricante

Tintas: 4/0

Técnica de impresión: Huecograbado



CAJA DVD

Formato: 27,5 x 18,5 cm (desarrollo) / 13 x 18,5 cm (montada)

Papel: Creator Gala 120 g/m2. Estucado brillante.

Tintas: 4/0

Técnica de impresión: Offset

DISCO DVD

Formato: 12 x 12 cm

Papel: Papel Offset Autoadhesivo 150 g/m2. Mate

Tintas: 4/0

Técnica de impresión: Offset

**ETIQUETA PELUCHE**

Formato: 5 x 7,5 cm

Papel: Cartulina creativa 300 g/m2

Tintas: 4 (CMYK) / 1 (PANTONE Black C)

Técnica de impresión: Offset



