



**PHIXEL**  
ANIMATION STUDIO



TRABAJO DE FIN DE GRADO

**PHIXEL · ANIMATION STUDIO**

IDENTIDAD VISUAL Y  
CRÉDITOS ANIMADOS

**Alumno:** Daniel Fco. Rupérez Santana

**Tutor:** Javier Cabrera Correa

**Grado en Diseño - Promoción 2014/2018**

**Facultad de Bellas Artes**

**Universidad de La Laguna**





**Edita:**

Phixel Animation Studio

**Diseño y maquetación:**

Daniel Fco. Rupérez Santana

**Impresión:**

Makarográfica tres S.L.L.

**Trabajo de Fin de Grado para el Grado  
en Diseño en la Universidad de La Laguna.**

**Facultad de Humanidades.**

**Sección de Bellas Artes.**

**© Todos los derechos reservados**



Esta memoria recoge el proceso de creación y diseño de la identidad de la marca *Phixel Animation Studio*, además de la imagen y títulos de crédito del documental *The sign: Contemporary Social Design*.

<b>1.0</b>	<b>Estructura básica</b>	pág. 11	<b>3.0</b>	<b>Trabajo de campo</b>	pág. 57
1.1	Introducción	pág. 13	3.1	Entrevista: Alfonso Ruiz Rayo	pág. 59
1.2	Abstract	pág. 15	3.2	Conclusión	pág. 61
1.3	Objetivos	pág. 17			
1.4	Metodología	pág. 19			
1.5	Conograma	pág. 20	<b>4.0</b>	<b>Fase de desarrollo</b>	pág. 63
<b>2.0</b>	<b>Fase de investigación</b>	pág. 23	4.1	Maquetación de la memoria	pág. 64
2.1	La investigación	pág. 25	4.2	Identidad corporativa	pág. 69
2.2	El diseño y la animación	pág. 27	4.2.1	Selección del nombre	pág. 69
2.3	Los gráficos animados	pág. 28	4.2.2	Bocetos previos	pág. 71
2.3.1	Inicios	pág. 28	4.2.3	Propuesta de logo	pág. 72
2.3.2	Pioneros	pág. 29	4.3	Elementos básicos de la marca	pág. 74
2.3.3	Referencias	pág. 30	4.3.1	Isotipo	pág. 74
2.4	Estudio de Animación	pág. 39	4.3.2	Logotipo	pág. 75
2.5	Mercado	pág. 40	4.3.3	Imagotipo	pág. 76
2.5.1	Competencia	pág. 41	4.3.4	Construcción gráfica	pág. 77
2.5.2	Análisis gráfico de las marcas	pág. 42	4.3.5	Tipografía	pág. 78
2.6	Temática	pág. 53	4.3.6	Tipografía corporativa	pág. 78
2.7	Conclusión	pág. 55	4.3.7	Color	pág. 79
			4.3.8	Zona de protección	pág. 84
			4.3.9	Tamaño mínimo y máximo	pág. 86

4.3.10	Utilización cromática y usos correctos de la marca	pág. 92	<b>5.0</b>	<b>Conclusiones</b>	pág. 133
4.4	Papelería	pág. 100	<b>6.0</b>	<b>Anexo</b>	pág. 137
4.4.1	Sobre americano	pág. 100	6.1	Construcción de la X	pág. 138
4.4.2	Papel de carta A4	pág. 102	6.2	Obra de Milton Glaser	pág. 140
4.4.3	Tarjetón	pág. 104	6.3	Storyboard	pág. 142
4.4.4	Tarjeta	pág. 106	6.4	Video animación créditos	pág. 145
4.5	Aplicaciones específicas	pág. 109	6.5	Festivales Importantes	pág. 147
4.5.1	Animación	pág. 109	6.6	Fichas técnicas	pág. 148
4.6	Diseño del título	pág. 110	6.6.1	Sobre	pág. 148
4.6.1	Selección del nombre	pág. 110	6.6.2	Papel de carta A4	pág. 149
4.6.2	Bocetos previos	pág. 110	6.6.3	Tarjetóno	pág. 150
4.6.3	Construcción final	pág. 112	6.6.4	Tarjetas	pág. 151
4.6.4	Color	pág. 113	6.6.5	Cartel	pág. 152
4.7	Créditos animados	pág. 114	6.6.6	Dossier de prensa	pág. 153
4.7.1	Investigación	pág. 114	6.6.7	Invitaciones	pág. 154
4.7.2	Storyboard	pág. 116	6.6.8	Caja regalo	pág. 156
4.7.3	Montaje en escenas	pág. 116	6.7	Web	pág. 159
4.8	Promoción documental	pág. 120	<b>7.0</b>	<b>Bibliografía</b>	pág. 167
4.8.1	Cartel	pág. 120			
4.8.2	Dossier de prensa	pág. 122			
4.8.3	Invitaciones	pág. 124			
4.8.4	Caja regalo	pág. 126			
4.9	Diseño web	pág. 128			



## **1.0 ESTRUCTURA BÁSICA**

1.1 INTRODUCCIÓN

1.2 ABSTRACT

1.3 OBJETIVOS

1.4 METODOLOGÍA

1.5 VCRONOGRAMA



## 1.1 INTRODUCCIÓN

En este documento se encuentra la memoria del proyecto "*Phixel Animation Studio: Identidad visual y créditos animados*". En ella se encuentran los pasos desarrollados para llevar a cabo la elaboración del Trabajo de Fin de Grado de Diseño.

El contenido aquí expuesto es fundamental para comprender el procedimiento realizado durante el tiempo que se ha desarrollado el proyecto. Desde octubre hasta julio del curso académico 2017/2018.

A lo largo del contenido aquí presente podremos ver el proceso de creación y la identidad visual de una nueva marca "*Phixel*". Esta marca fue creada para ser la imagen de un estudio de animación y efectos visuales, el cual estará encargado de planear, maquetar, diseñar y desarrollar los títulos de crédito para un documental sobre el papel del diseño en la sociedad "*The-sign: Contemporary social design*".

Este documento pretende ser la recopilación total y única de todo el proceso de investigación y desarrollo de los proyectos anteriormente mencionados, recopilando así en un único documen-

to toda la evolución del trabajo y los pasos que se han dado para llegar al resultado final.

Al tratarse de un proyecto puramente académico debemos desarrollarlo basándonos en las competencias aprendidas durante los cuatro años del Grado en Diseño, dichas competencias vienen establecidas por las asignaturas impartidas, tales como:

- COLOR.
- TIPOGRAFÍA.
- DISEÑO WEB.
- ARTES GRÁFICAS.
- IDENTIDAD CORPORATIVA.
- ILUSTRACIÓN APLICADA.
- DISEÑO DE GRÁFICOS ANIMADOS.
- METOD. DEL PROYECTO E INT. A LA INVESTIGACIÓN.
- TÉCS. Y PROCS. EN EL DISEÑO GRÁFICO Y LA IMAGEN 2.
- TÉCS. Y PROCS. EN EL DISEÑO GRÁFICO Y LA IMAGEN 3.



## 1.2 ABSTRACT

In this Final Degree Thesis (henceforth, TFG) of Design, it will be presented a report of the project *Phixel Animation Studio: Corporate Visual Identity and Animated Credits*, in which we can find all the detailed steps followed in order to develop this TFG.

Besides, the content of this report is essential to understand all the processes carried out to create the project, hold from October to July of the academic year 2017/2018.

In this TFG, it will be explained the process of creation and the corporate visual identity of the new brand *Phixel*. It was designed to be the image of an animation and visual effects' studio, which will plan, lay-out, design and develop the credits for a documentary about the role of designing in society: *Thesign: Contemporary Social Design*.

This document aims to be a total and unique compilation of the whole process of investigation and development of the projects mentioned before, grouping in a single piece of writing all the evolution of the work, as well as the different steps followed to obtain the final result.

Regarding the fact that is an academic project, it has been based on the different competences learnt through the four years of the Degree on Design. These competences have been established in subjects such as:

- COLOR.
- TIPOGRAFÍA.
- DISEÑO WEB.
- ARTES GRÁFICAS.
- IDENTIDAD CORPORATIVA.
- ILUSTRACIÓN APLICADA.
- DISEÑO DE GRÁFICOS ANIMADOS.
- METOD. DEL PROYECTO E INT. A LA INVESTIGACIÓN.
- TÉCS. Y PROCS. EN EL DISEÑO GRÁFICO Y LA IMAGEN 2.
- TÉCS. Y PROCS. EN EL DISEÑO GRÁFICO Y LA IMAGEN 3.



### 1.3 OBJETIVOS

Para el correcto desarrollo del proyecto hemos dividido los objetivos en varias fases o bloques, dentro de los cuales hemos especificado los diferentes puntos a elaborar:

**La creación de una Identidad Corporativa:** Para poder llevar a cabo el objetivo final es necesario crear el manual de identidad corporativa del estudio de animación.

Para ello, previamente, tendremos que realizar un estudio de mercado local, nacional e internacional para analizar la competencia, así como investigar un posible nombre para nuestro *estudio*.

Una vez elegido el nombre, *namimg*, del estudio pasaremos a crear el logotipo, isotipo e imagotipo, que lo identifique y diferencie del resto.

Para finalmente realizar el manual de identidad, en el cual quede plasmados todos los usos y la información necesaria para la aplicación correcta de la marca en todas sus versiones.

**La creación del Título de la serie:** De la misma manera que hemos creado un manual corpora-

tivo para el estudio, crearemos un breve manual para el título, logotipo, de la serie. Un manual en el cual queden plasmados los aspectos más relevantes a la hora de aplicar el logotipo.

**La animación de los Títulos de Crédito:** Una vez creada la marca y el título de la serie nos pondremos a desarrollar los títulos de créditos animados del capítulo piloto de la serie. Para ello realizaremos una breve investigación sobre los diferentes estilos que podríamos usar a la hora de animar.

Investigaremos además si existen series similares para observar como lo han resultado buscar la manera de diferenciarnos. Posteriormente llevaremos a cabo el desarrollo del storyboard, donde plasmarémos las primeras ideas antes de comenzar la fase final de animación de los títulos.

**El Diseño Web de la página del estudio:** Como empresa insertada en el mundo laboral el estudio deberá tener un canal por el cual darse a conocer al público en general, desde posible productoras interesadas en contratar al estudio, hasta seguidores del trabajo que el Estudio realiza.

Por esa razón llevaremos a cabo el diseño de la página web, lugar donde se podrá ver los trabajos realizados, como contactar con ellos, donde se encuentran localizados, información sobre el Estudio, etc.

**Campaña de promoción de la serie:** Una vez terminado todo lo demás procederemos con el objetivo final del proyecto, dar a conocer y publicar tanto la serie como el estudio, por lo que se llevará a cabo una campaña en la cual se crearán los materiales necesarios para la presentación de los créditos a Festivales/Productoras, como dossier de prensa y tarjetones. También crearemos material para eventos, como photocall, invitaciones y Roll-up, sin olvidarnos del diseño de la cartelería y las carátulas en caso de comercialización de la serie en DVD o BLU-RAY.



## 1.4 METODOLOGÍA

Para poder desarrollar todo lo anteriormente mencionado debemos estructurar el proyecto en diferentes fases. Dichas fases se dividirán en dos: Fase de Investigación y Fase de Desarrollo. La fase de desarrollo se dividirá a su vez en dos: desarrollo del producto y desarrollo de promoción.

**Fase de Investigación:** Esta es posiblemente la más importante, pues en ella se cimentará el proyecto. En esta fase tendremos que documentarnos sobre todo,

Esta investigación será importante de cara a la creación de la marca, además, también realizaremos trabajo de campo, es decir, nos pondremos en contacto con estudios de animación y profesionales del sector de la animación para conocer de primera mano el funcionamiento de estas y como se estructuran.

**Fase de Desarrollo:** Esta es la fase más amplia, en ella se llevará a cabo el desarrollo completo del proyecto, es decir, la creación y diseño de todos los elementos necesarios. Esta fase se dividirá en dos:

- Desarrollo del producto: durante esta fase se creará y diseñará la identidad corporativa, la web, el título de la serie y los créditos animados.

- Desarrollo de promoción: durante esta fase se llevará a cabo la creación y diseño de todos los elementos relacionados con la promoción y venta de la serie. Diseñaremos los elementos necesarios para presentar la serie a Festivales/Productoras, los materiales para eventos, la cartelería, carátulas, etc.

1.5 CRONOGRAMA



**FEBRERO**

**MARZO**

**ABRIL**

**MAYO**

**JUNIO**

**JULIO**





## **2.0 FASE DE INVESTIGACIÓN**

### **2.1 LA INVESTIGACIÓN**

### **2.2 EL DISEÑO Y LA ANIMACIÓN**

### **2.3 LOS GRÁFICOS ANIMADOS**

#### **2.3.1 Inicios**

#### **2.3.2 Pioneros**

#### **2.3.3 Referencias**

### **2.4 ESTUDIO DE ANIMACIÓN**

### **2.5 MERCADO**

#### **2.5.1 Competencia**

#### **2.5.2 Análisis gráfico de las marcas**

### **2.6 TEMÁTICA**

### **2.7 CONCLUSIÓN**



## 2.1 LA INVESTIGACIÓN

En el apartado siguiente de nuestra memoria llevaremos a cabo la investigación. Proceso por el cual indagaremos sobre diferentes cuestiones referidas a nuestro proyecto, para que al finalizar nuestra investigación podamos llegar a una conclusión, la cual nos ayudará a comenzar la tercera fase.

Nuestra investigación estará dividida en tres grandes bloques. En primer lugar, aclararemos el campo de trabajo sobre el que vamos a desarrollar nuestro proyecto, el diseño gráfico y la animación.

La intención de este apartado de la investigación recae en conocer que es el diseño gráfico y la animación y como estos dos conviven y se nutren entre sí. Indagando, dentro de la animación, en los títulos de créditos su historia y los referentes a tener en cuenta de cara al desarrollo.

En segundo lugar, haremos un estudio de mercado, en el cual definiremos cuáles son nuestras competencias además de cuales van a ser nuestros principales competidores.

Y finalmente llevaremos a cabo una investigación sobre la temática, una vez hayamos solucionado

las cuestiones anteriormente mencionadas podremos investigar que temática desarrollaremos, es decir, en que se enfocará el documental o serie del cual tenemos que realizar los títulos de crédito.

«El diseño es una actividad humana volitiva, una actividad abstracta que implica programar, proyectar, coordinar una larga lista de factores materiales y humanos, traducir lo invisible en visible, en definitiva, comunicar. Incluye juicios de valor, aplicaciones de conocimientos, adquisición de nuevos conocimientos, uso de intuiciones educadas y toma de decisiones»

- Jorge Frascara -

## 2.2 EL DISEÑO Y LA ANIMACIÓN

El diseño, a pesar de ser una disciplina nueva, es un concepto muy amplio. Pues abarca campos como el arte, la ingeniería, la arquitectura, la ciencia, etc. Pero si fuésemos a definir el diseño diríamos que es planificación, ser capaz de crear una imagen mental, la cual posteriormente será plasmada en algún tipo de soporte gráfico, visible, en el cual se plantea la obra o la acción que se quiere desarrollar. Esta planificación no tendrá en cuenta únicamente la parte estética, sino que debe valorar también la parte técnica y funcional.

A pesar de que el diseño ha tenido gran relación con las artes, habiendo a día de hoy discusiones sobre los límites que las separan, hay que dejar claro que no son lo mismo, pues el diseño y el arte tienen fines diferentes. Aunque es verdad que en el diseño pueden existir dibujos, ilustraciones, que nos ayuden o formen parte de la obra final, diseñar conlleva mucho más. Diseñar es un proceso que se lleva a cabo mediante la observación la investigación, el análisis, el modelado, etc. Con el fin de que el producto final cumpla una función.

Pero el diseño, como bien mencionamos antes, es muy extenso y eso hace que cada profesional ten-

ga su campo de acción, ya que sería imposible que una única persona fuese un profesional en todos los ámbitos del diseño. Por esa razón el diseño se divide en ramas, como si de un árbol se tratara, y estas a su vez en otras ramas. Podemos determinar que existen 4 grandes ramas: Diseño Arquitectónico, Diseño Industrial, Diseño de Indumentaria/ Moda y Diseño Gráfico.

Es el diseño gráfico el que nos atañe, de entre los cuatro mencionado este es el encargado de construir todo tipo de mensajes de manera gráfica, es decir, en forma de imagen. El diseño gráfico lleva existiendo mucho más de lo que la mayoría de personas creen, pues desde que el hombre comenzó a comunicarse siempre ha utilizado la representación gráfica, los dibujos, como medio o ayuda. Los egipcios son un claro ejemplo de cómo convirtieron esa representación gráfica en un método de comunicación, la escritura.

Y aunque mucho dista de esa época, actualmente seguimos utilizando las representaciones gráficas como medio de comunicación. En libros, carteles, ordenadores, películas, etc.

Los avances tecnológicos han provocado la evolución de los métodos de comunicación, hoy día nos encontramos en la era digital y de la información, todo transcurre a través de las pantallas de

un ordenador, móvil, tablet o televisión. Cada vez la gente lee menos y ve más, es decir, los consumidores actuales buscan un tipo de comunicación que les conlleve el menor esfuerzo y tiempo posible. Es ahí donde entra en juego los videos, mensajes grabados en los cuales el receptor únicamente tiene que ver y escuchar.

Por esa razón la animación se ha convertido en la nueva herramienta de los diseñadores gráficos. Pues gracias a la animación pueden llevar a un nuevo nivel los mensajes que pretenden transmitir. Con la animación podemos redefinir lo cotidiano, contradecir las leyes de la naturaleza, cambiando la percepción de quien la ve y dotando de vida a cosas inertes.

## 2.3 LOS GRÁFICOS ANIMADOS

Los gráficos animados son sólo una parte dentro del mundo de la animación, pero antes de comenzar hablar de ellos tenemos que aclarar qué son.

Primero que nada, definiremos el concepto de animación: se puede considerar a la animación como la técnica o noción del movimiento que se aplica sobre elementos o individuos.

Partiendo de esta definición podemos entender mejor el concepto que se encuentra detrás de los gráficos animados o *motion graphics*: son videos o animaciones, de elementos gráficos, que crean la ilusión de movimiento mediante la utilización de imágenes, fotografías, títulos, colores y diseños.

Dentro del sector del *motion graphics* existe una rama ligada, históricamente hablando, al cine y actualmente a las series. Estos son los títulos de créditos, son *motion graphics* pero centrados en la animación de tipografías y elementos visuales que den información sobre la película o serie que estás viendo, pueden estar tanto al principio como al final o en ambas partes del *film*.

### 2.3.1 Inicios

Ahora que entendemos mejor que son los gráficos animados nos adentraremos de manera breve en sus inicios. Lo principal que tenemos que saber es que los gráficos animados están ligados a la era digital, es decir, a los ordenadores. Pero es posible hablar de gráficos animados desde mucho antes de que estos existieran, aunque por aquel entonces no se les conociera por dicho nombre.

A principios del siglo XX con el nacimiento del cine se dieron los primeros casos de lo que podemos llamar gráficos animados, pero estos carecían apenas de movimiento, es decir, apenas estaban animados.

Fue en la década de los 40 que comenzó a evolucionar y tomar forma hacia lo que hoy conocemos, gracias a artistas experimentales como **Oskar Fischinger** y **Norman McLaren**. Pero no fue hasta los 50, gracias a diseñadores como **Saul Blass**, **Binder Maurice** y **Pablo Ferro**, que comenzó una producción más profesional del sector, utilizando la animación de gráficos no sólo en el cine sino en la televisión, donde las diferentes marcas y canales comenzaron a animar sus logotipos y títulos.

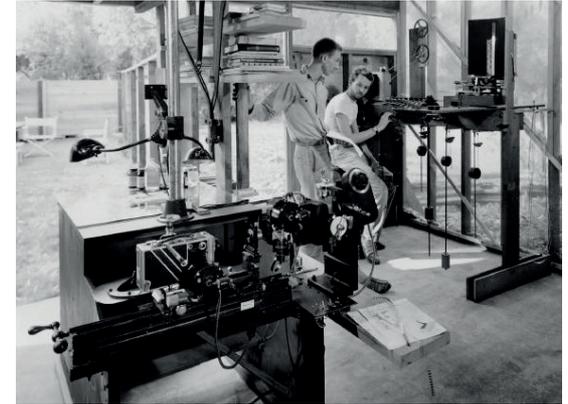


Imagen 1<sup>1</sup>. John y James Whitney con su ordenador analógico mecánico dispositivo de animación, modificado de un cañón antiaéreo M-5.

1. [Machover4\\_detail\\_em.jpg](https://goo.gl/ANVkJ9), imagen, 1950, <https://goo.gl/ANVkJ9>, (consultado el 6 de junio de 2018).

2. **Saul\_Bass.jpg**, imagen, <https://bit.ly/2yAllcS>, (consultado el 6 de junio de 2018).

3. **Steve\_Frankfurt.jpg**, imagen, 1953, <https://bit.ly/2tnYiOr>, (consultado el 6 de junio de 2018).

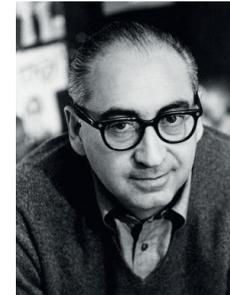
Ya en los años 60 fue cuando se escuchó por primera vez el término de motion graphics, acuñado por **John Whitney**, considerado uno de los padres de la animación digital.

Por aquel entonces ese término era utilizado únicamente en el sector profesional, pero gracias al libro escrito por **Trish** y **Chris Meyer**: *Creación de Motion Graphics* el término acabo extendiéndose.

Las técnicas y estilos dentro del motion graphics fueron evolucionando a través de las décadas de 1950 a 1990, momento en el cual comenzó su gran apogeo, gracias a la revolución digital. Esto hizo que poco a poco en todos y cada uno de nuestros dispositivos digitales, televisión, cine, móviles, tablets, ordenadores, etc. El diseño de gráficos animados se hiciera, prácticamente, omnipresente.

### 2.3.2 Pioneros

Para llevar a cabo un buen desarrollo debemos documentarnos sobre los principales exponentes, es decir, quienes han marcado la historia de los gráficos animados, sobre todo el sector de los créditos animados para cine. Sin duda las mayores influencias fueron:



Img. 1<sup>2</sup>: Saul Bass

**Saul Bass** guiado por la máxima «*design is thinking made visual*» y por sus ideas gráficas minimalistas, revolucionó la forma de entender las cabeceras de presentación de las películas, haciendo que estas asumieran una función muy similar a la que cumple el *packaging* en los productos industriales. Concebía el diseño aplicado al cine como un proyecto integral, aplicaba los títulos de crédito tanto al cartel como al resto de la promoción. En su filmografía y producción gráfica destacan obras como:

**Anatomy of a Murder**, de **Otto Preminger (1959)**.



Img. 2<sup>3</sup>: Stephen Frankfurt

**Stephen Frankfurt** fue otro de los grandes pioneros en la animación de créditos. Gracias a su carácter multidisciplinar, como creativo y cineasta, conocía bien la producción de spots y las técnicas de montaje y

postproducción, en la década de 1960 empezó a diseñar y producir secuencias de títulos de crédito.

En su filmografía y producción gráfica destacan clásicos como: **Rosemary's Baby, de Roman Polansky (1968)**. concibió esta película como un proyecto global de imagen corporativa, diseñó créditos, trailers, cartel y todas las piezas promocionales.



Img. 3<sup>a</sup>: Pablo Ferro

(1964), utilizó una serie de imágenes de archivo del ejército americano, mostraba el proceso de recarga de combustible de un bombardero B52.



Img. 4<sup>a</sup>: Maurice Binder

Aplicó la estética psicodélica a sus animaciones y experimentó con

**Pablo Ferro** trabajó en publicidad y diseño gráfico en los años 60, pero desarrolló una importante carrera en la creación de títulos de crédito hasta la actualidad. Para los títulos de crédito de **Dr. Strange-**

**love, de Stanley Kubrick**

todo tipo de técnicas, como el proceso de retroalimentación de video. En su filmografía y producción destacan títulos como: **Arabesco, de Stanley Donen (1966)**.

### 2.3.3 Referencias

Ahora indagaremos en diferentes piezas de créditos animados, las cuales hemos seleccionado guiándonos de razones estéticas y técnicas. En total hemos seleccionado siete piezas. Una de las razones por las que hemos seleccionado estas piezas es porque a través de ellas podemos ver reflejado la evolución de los títulos de crédito durante los últimos 40 años.

Entre las piezas seleccionadas podemos ver la utilización de diferentes técnicas de animación. Algunas de las piezas están realizadas con animación 2D, mientras que otras ya usan elementos en 3D. Otras utilizan un video como soporte sobre el cual colocar los títulos, los cuales están animados, jugando con su forma, color, transparencia etc. Y también hay alguno que combina ambas técnicas, 2D y 3D con soportes de video.

En todas y cada una de las piezas la tipografía, los textos, juegan un papel primordial, ya que son los encargados de transmitir la información.

4. **PabloFerro.jpg**, imagen, <https://bit.ly/2MP6jUV>, (consultado el 6 de junio de 2018).

5. **Maurice\_Binder.jpg**, imagen, <https://bit.ly/2yCW5E0>, (consultado el 6 de junio de 2018).

Fotogramas claves de los títulos de crédito de "It's a Mad Mad Mad World".<sup>2</sup>



**It's a Mad Mad Mad Mad World, de Stanley Kramer (1963), diseño de títulos Saul Bass.**

### Sinopsis<sup>1</sup>

1. Sensacine. "El mundo está loco, loco, loco." Sinopsis, <https://bit.ly/2yBUpdH>. (Consultada el 15 de enero de 2018).

2. Bass, Saul. "It's a Mad Mad Mad World (1963)". Video, <https://bit.ly/2dqw7an>. (Consultada el 15 de enero de 2018).

"Dirigida por Stanley Kramer ('Fugitivos'), esta entretenida comedia tiene comienzo en una abrupta carretera del sur de California. Un grupo de automovilistas transitan por esta vía para llegar a sus respectivos destinos.

De pronto, uno de los coches pasa a toda velocidad, pero en una de las curvas se sale de la carretera cayéndose por un escarpado barranco. El resto de conductores, alarmados por lo sucedido, estacionan sus vehículos para ayudar a sus ocupantes.

El único superviviente del accidente resulta ser un ladrón de guante blanco que tiene escondido trescientos mil dólares. Justo antes de expirar, el hom-

bre confiesa que tiene oculta esta gran suma de dinero en un parque de Santa Rosita. El punto clave para encontrarlo será una gran uve doble, que marcará el lugar de tan valiosos botín.

Al principio, el grupo decide ir junto y repartirse el dinero, pero pronto la codicia y la ambición provocará que cada uno de ellos intente ser el primero. "



Fotogramas claves de los títulos de crédito de "The Pink Panther".<sup>2</sup>

**The pink panther, de Blake Edwards (1963), diseño de títulos David H. DePatie and Friz Freleng.**

**Sinopsis<sup>1</sup>**

"Cuando era una niña pequeña, su padre entregó a la princesa Diana el diamante más grande del mundo, conocido como la Pantera Rosa.

Cuando la princesa es una mujer adulta, los rebeldes dan un golpe de estado y toman el poder en su país mientras ella se relaja de vacaciones en un centro de esquí exclusivo frecuentado por las clases altas de Europa.

Entre los residentes se encuentra el conocido playboy británico Sir Charles Lytton, que lleva una segunda vida como el famoso ladrón de

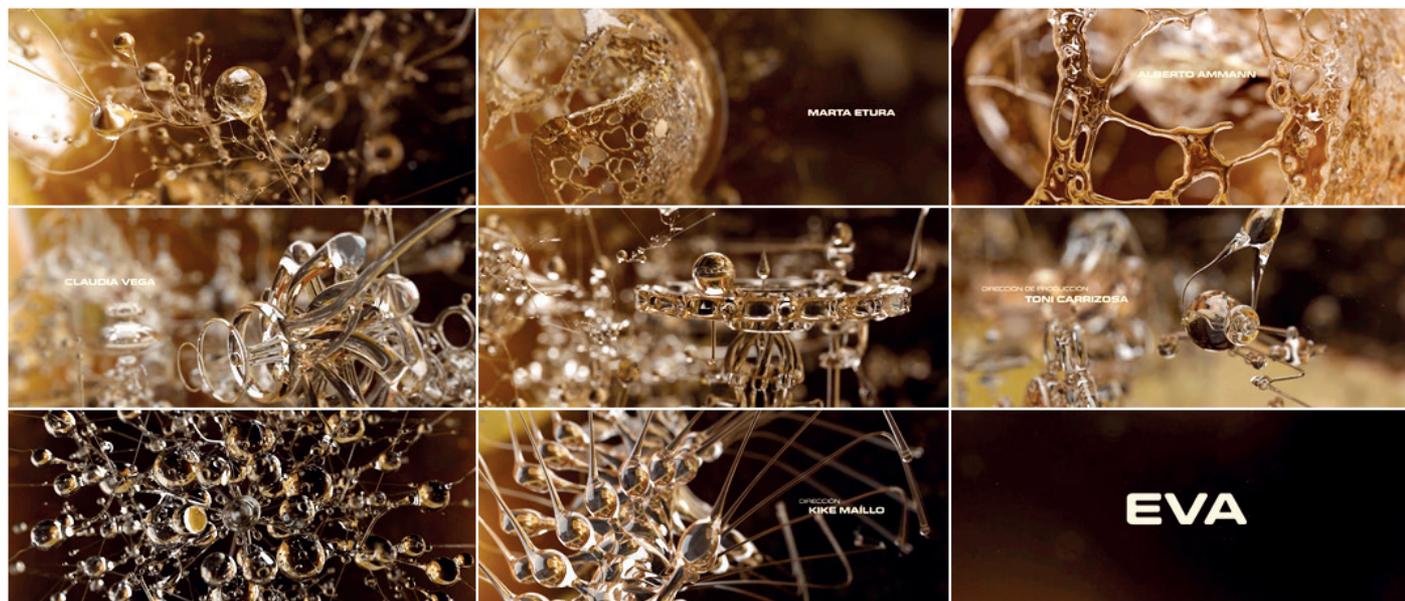
guante blanco "El Fantasma" y le ha echado el ojo a la Pantera Rosa.

También anda detrás del diamante su sobrino George, que planea robarlo e incriminar al Fantasma, sin sospechar que en realidad se trata de su tío. Por último, el inspector de policía francés Jacques Clouseau también llega al lugar siguiendo la pista del Fantasma, acompañado por su mujer, quien, es la amante de Charles y ayudante secreta del Fantasma en sus crímenes."

1. Sensacine, "La pantera Rosa" Sinopsis, <https://bit.ly/2yAO-qpp>, (Consultada el 15 de enero de 2018).

2. *DePatie\_Freleng\_Enterprise, Inc.*, "The Pink Panther (1963). Video. <https://bit.ly/2nFO7jd>, (Consultada el 15 de enero de 2018).

Fotogramas claves de los títulos de crédito de "Eva".<sup>3</sup>



**Eva**, de Kike Maíllo(2011), diseño de títulos **Fernando Domínguez Cózar**.

#### Sinopsis<sup>4</sup>

"En un futuro próximo, 2041, en el que los seres humanos viven junto a criaturas mecánicas, Alex, un reputado ingeniero cibernético, regresa a la universidad en la que comenzó a realizar sus experimentos con un encargo muy especial.

En estos diez años de ausencia, todo ha cambiado mucho y las personas que dejó atrás han continuado con sus vidas. Es el caso de su hermano David y la que fuera su novia, Lana.

Ahora ellos han iniciado una relación sentimental que, con la llegada de Álex se convertirá en

triángulo amoroso. Pero queda otra pieza en el puzzle, la pequeña Eva, una niña enigmática que acaba de perder a sus padres en un accidente y que empatizará inmediatamente con Álex."

3. **Dominguez, Fernando**. "Eva (2011). Video. <https://bit.ly/29q-glZ6> (Consultada el 15 de enero de 2018).

4. Sensacine. "EVA" Sinopsis. <https://bit.ly/2yBV273>, (Consultada el 15 de enero de 2018).

Fotogramas claves de los títulos de crédito de "The Pink Panther".<sup>2</sup>



Catch me if you can, de Steven Spielberg (2002), diseño de títulos Nexus Productions.

### Sinopsis<sup>1</sup>

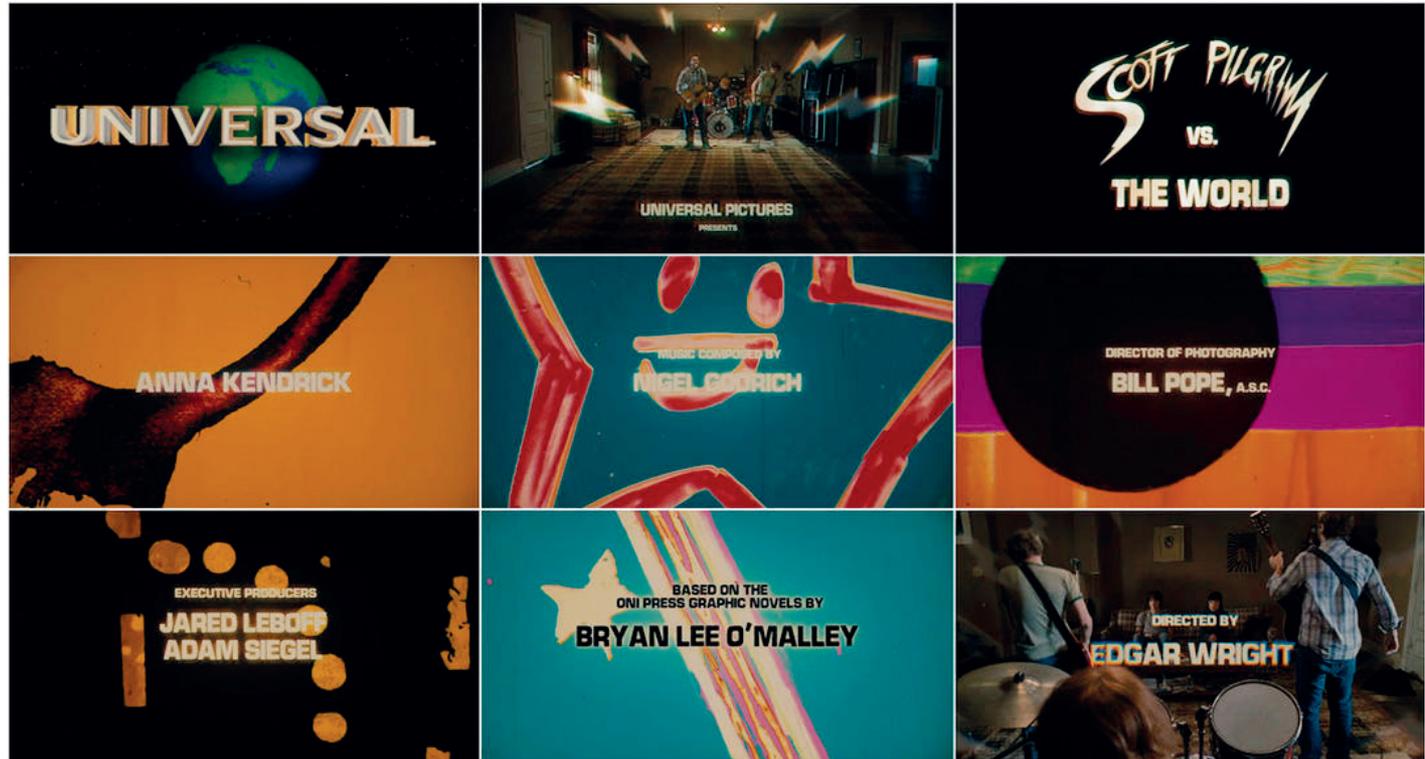
"En los años sesenta, el joven Frank Abagnale Jr. se ha convertido en un maestro de la estafa al conseguir desviar 2,5 millones de dólares y figurar en las listas del FBI como uno de los diez individuos más buscados. Frank es un auténtico camaleón y posee identidades tan diversas como las de piloto de líneas aéreas, médico, profesor, etc. Carl Hanratty un estricto agente del FBI que, luego de to-

parse con Frank casualmente y ser humillado con gran dureza por él tras un habilidoso engaño, convierte su búsqueda en una misión prioritaria, hasta el punto de considerarlo un asunto personal y de prácticamente llegar a obsesionarse, pero éste va a seguir escapándosele de las manos durante mucho tiempo, prolongando un extenuante juego del gato y el ratón que se extenderá durante años.

1. Sensacine. "Atrápame si puedes". Sinopsis. <https://bit.ly/2KhrKzs>. (Consultada el 15 de enero de 2018).

2. Nexus Productions. "Catch Me If You Can". Video. <https://bit.ly/1olpggE>. (Consultada el 15 de enero de 2018).

Fotogramas claves de los títulos de crédito de "Scott Pilgrim vs the World".<sup>3</sup>



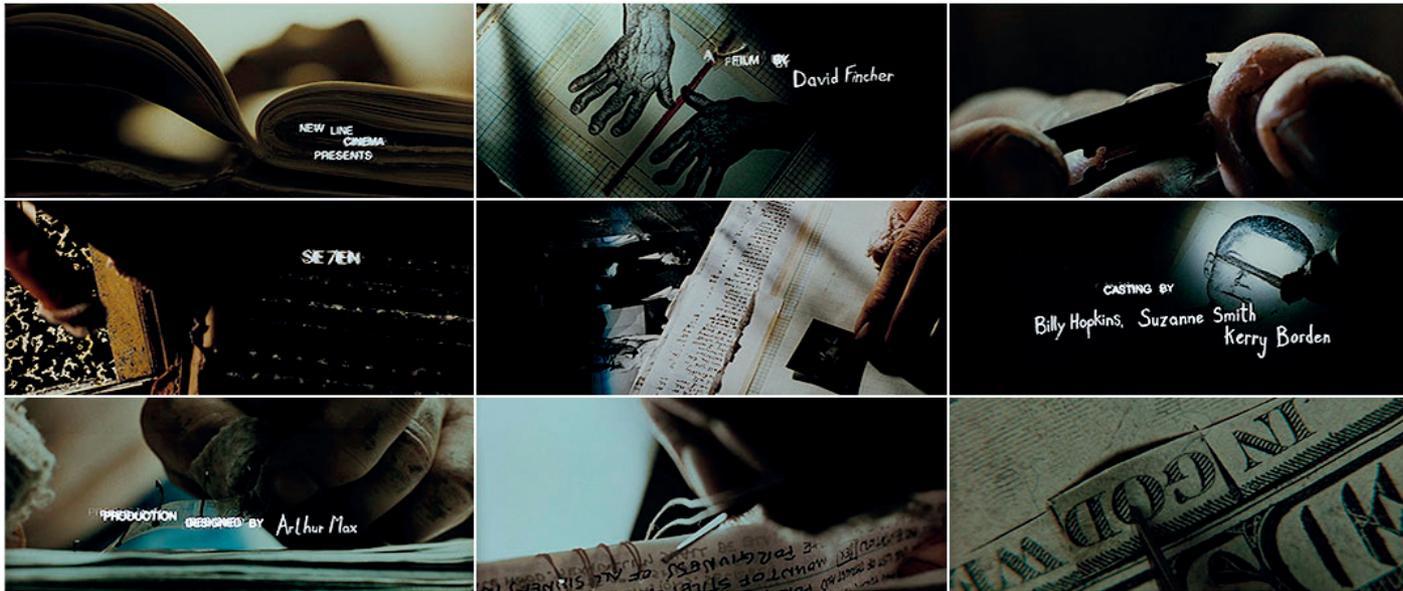
**Scott Pilgrim vs the world, de Edgar Wright (2010), diseño de títulos Andrew White.**

#### Sinopsis<sup>4</sup>

"Con 22 años, Scott Pilgrim toca en una pequeña banda llamada los Sex Bob-omb. Sin trabajo, no tiene nada mejor que hacer que tocar en este grupo, que, por otro lado, pocos conocen. Al mismo tiempo Scott se enamora perdidamente de Ramona Flowers, una chica que ha tenido muchos amores."

3. *White, Andrew*. "Scott Pilgrim vs the World (2010)". Video. <https://bit.ly/1dvSz8y>, (Consultada el 15 de enero de 2018).

4. Sensacine. "Scott Pilgrim contra el mundo". Sinopsis, <https://bit.ly/2tvsXsl>, (Consultada el 15 de enero de 2018).



Fotogramas claves de los títulos de crédito de "Se7en".<sup>2</sup>

Se7en, de David Fincher (1995), diseño de títulos Kyle Cooper.

### Sinopsis<sup>1</sup>

"Somerset es un veterano detective que se encuentra a punto de jubilarse y que conoce al joven policía Mills. Juntos deberán investigar el asesinato de un hombre obeso que ha sido atado y obligado a comer hasta la muerte. Los crímenes se suceden mientras los dos detectives muestran sus talentos opuestos, uno paciente y racional, y el joven más impetuoso.

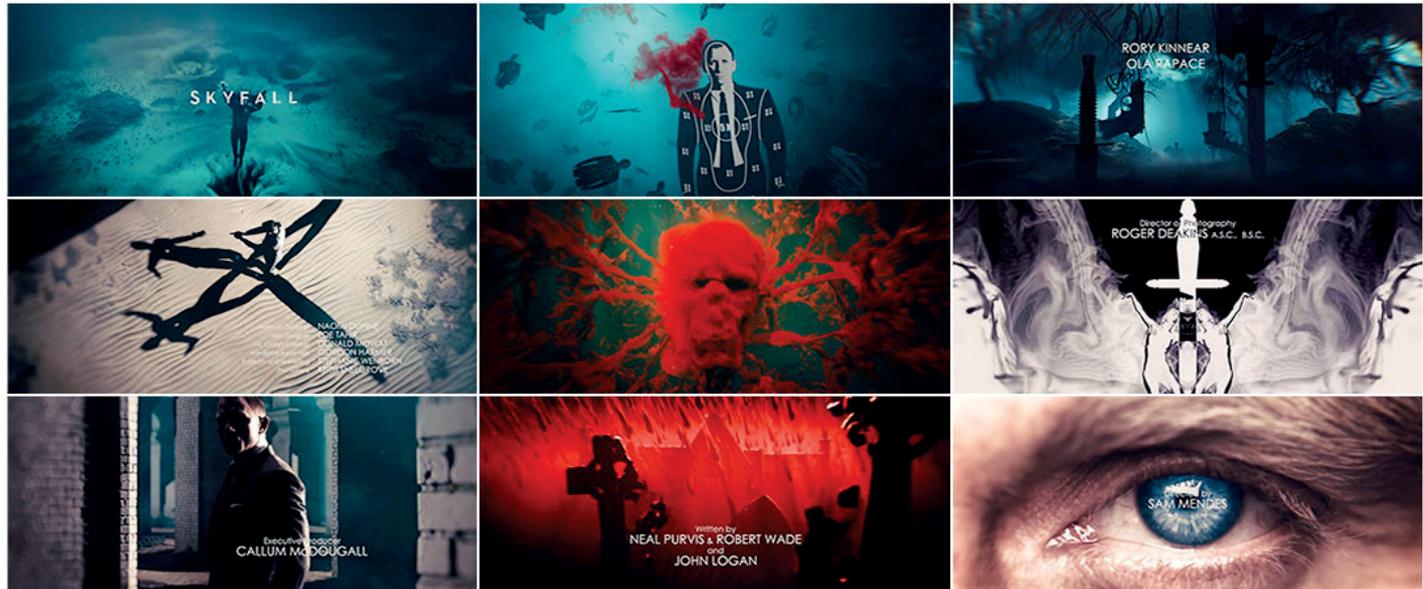
Pronto averiguan que los crímenes son obra de la misma persona, ya que ésta deja numerosas anotaciones procedentes de diversas lecturas que ha ido realizando de una serie de libros de

temática religiosa. De este modo, Somerset y Mills no tardan mucho en descubrir que la serie de asesinatos está inspirada en los siete pecados capitales: cada uno de los muertos había incurrido en éste u otro pecado, y había sufrido un terrible castigo en consonancia. La pareja de detectives, pese a sus grandes diferencias, tendrá que trabajar duro para conseguir detener a un asesino fanático y meticuloso que siempre parece ir un paso por delante de ellos, pues los asesinatos no dejan de sucederse y la lista de pecados se va acortando dramáticamente."

1. Sensacine, "Seven", Sinopsis, <https://bit.ly/2liS9HO>, (Consultada el 15 de enero de 2018).

2. Cooper, Kyle, "Se7en (1995)". Video, <https://bit.ly/1zRR4vY>, (Consultada el 15 de enero de 2018).

Fotogramas claves de los títulos de crédito de "Skyfall".<sup>3</sup>



**Skyfall, de Sam Mendes (2012), diseño de títulos Daniel Kleinman.**

#### Sinopsis<sup>4</sup>

"El agente 007 regresa para seguir ejerciendo su poder de seducción y para poner en su sitio a los villanos. En esta ocasión, el famoso agente británico tendrá que poner a prueba su fidelidad y amistad hacia M (Judi Dench, Su majestad Mrs. Brown), cuando la experimentada jefa del servicio de inteligencia comience a ser acosada por su pasado.

James Bond tendrá que averiguar de dónde procede el foco del peligro para poder atajarlo y mantener a salvo no solo a M, sino a toda la agencia e incluso a sí mismo. En esta ocasión se

pone detrás de la cámara el respetado director Sam Mendes (American Beauty), que ha integrado un reparto de lo más sugerente en el que encontramos nombres como los de Ralph Fiennes (El paciente inglés), el español Javier Bardem (Mar adentro), que ejerce las labores de "malo de la película", el joven Ben Whishaw (El perfume, historia de un asesino) y las "chicas Bond" Naomi Harris (Corrupción en Miami), la francesa Bérénice Marlohe y Helen McCrory."

3. Kleinman, Daniel. "Skyfall (2012)". Video, <https://bit.ly/2njK-q2L>, (Consultada el 15 de enero de 2018).

4. Sensacine. "Skyfall". Sinopsis, <https://bit.ly/2tmPBnJ>, (Consultada el 15 de enero de 2018).



## 2.4 ESTUDIO DE ANIMACIÓN

Un estudio de animación es el encargado de planear, maquetar, diseñar y desarrollar films basándose en el uso de técnicas, tradicionales o modernas, de animación. En otras palabras son los encargados de dar "vida" a objetos que no la tienen, comúnmente dibujos.

Existen una gran variedad de estilos o tipos de animación como la animación tradicional, *stop motion*, 2D y 3D, etc. Según el tipo de animación en el que se especialice el estudio estará enfocado hacia un sector o cliente, pudiendo ir desde films destinados para cine o televisión, cortometraje o largometraje.

Dependiendo de sector al que se dediquen o para lo que se contrate al estudio este debe dividir su labor hasta en cuatro etapas diferentes. Desarrollo, pre-producción, producción y pos-producción, cada una se diferencia en:

- **Desarrollo:** durante esta etapa la idea se convierte en historia, se decide un estilo artístico y se toman las decisiones de aspecto financiero.

- **Pre-producción:** durante esta etapa se realiza el guion y el *storyboard*, se lleva a cabo el *concept art* y se realizan los bocetos de escenarios.

- **Producción:** durante esta etapa se llevará a cabo la creación de la animación, que dependiendo del estilo se desarrollará de una u otra forma.

- **Pos-producción:** esta es la etapa final, una vez terminada la animación durante esta etapa se colocan correctamente la tomas, se dan los toques finales y se les añade los efectos visuales y sonoros.

## 2.5 MERCADO

Para comenzar a hablar del mercado en el que vamos a trabajar tenemos que aclarar que la animación es un sector del mundo audiovisual que no conoce fronteras. Aunque existen productoras y estudios que trabajan de forma local y nacional, la principal característica de este mercado es su alcance global. Tradicionalmente, desde que surgió el cine a finales del siglo XIX principios del XX, la animación ha estado ligada a esta industria.

Posteriormente pasó a la pequeña pantalla, la televisión, donde gracias a los avances tecnológicos consiguió expandirse a nivel global además de convertirse en un género cinematográfico bastante querido, por niños y adultos. Pero con el tiempo la animación expandió fronteras, es decir, ya no sólo se dedicaba al mundo cinematográfico, sino que llegó a sectores como la publicidad o los videojuegos, siendo este último el sector en el que actualmente se trabaja más la animación.

Como mencionamos anteriormente la animación es un mercado con carácter global, lo que hace que gran parte de las empresas exporten su trabajo. En España, según **DIBOOS** (*Federación Española de Asociaciones de Productoras de Ani-*

*mación*) y su informe recogido en el *Libro Blanco del sector de la Animación en España 2012*<sup>1</sup> en 2012 se contabilizaron más de 200 empresas que producen y distribuyen animación en España y de esas empresas el 62% exporta su trabajo. Esto hace que cualquier estudio de animación, este situado en la región del país que sea, pueda trabajar no sólo de forma local y nacional, sino que puede expandirse de forma internacional.

Debemos tener en cuenta también que el sector de la animación en España, a grandes rasgos, es un sector que está en alza. Pues según el informe recogido en el *Libro Blanco del sector de la Animación en España 2012* tanto el empleo directo e indirecto, como las ganancias que genera la animación en España se verán afectadas por un aumento bastante sustancial entre los años 2011 y 2017<sup>2</sup>, afectando esto de manera muy positiva a la economía del país.

1. Equipo de Rooter de la parte. "Destacados". Libro Blanco del sector de la Animación en España 2012". 8. Barcelona : Diboos, 2012 en <https://bit.ly/2tovDZw>

2. Equipo de Rooter de la parte. "Destacados". Libro Blanco del sector de la Animación en España 2012". 7-8. Barcelona : Diboos, 2012 en <https://bit.ly/2tovDZw>

### 2.5.1 Competencia

A la hora de analizar a nuestra competencia debemos tener varias cosas en cuenta. Primero que nada, nuestro público objetivo, el target, pues dependiendo de este nos enfrentaremos a un tipo de competencia u otra. En principio el estudio de animación que vamos a desarrollar ira dirigido sobre todo a la televisión e internet, es decir, nuestros principales clientes serán las emisoras de televisión o grandes canales de retransmisión como NETFLIX. También tendremos como clientes potenciales a Productoras y Entidades interesadas en nuestros servicios.

Es decir, por un lado, crearemos nuestras propias piezas de animación las cuales serán ofrecidas a canales que las puedan retransmitir y por otro lado ofreceremos nuestros servicios, como animadores, a Productoras y Entidades que necesitan de animadores y/o expertos en VFX.

Para ponernos en situación y hablando en números a nivel mundial existen más de dos mil cuatrocientos estudios de animación, de los cuales más de doscientos de ellos se encuentran instalados en España, aunque no todos estos son empresas españolas sino empresas internacionales con sede en España.

A nivel insular existen unos once estudios, todos los estudios tienen como característica principal que se dedican a la animación, pero muchos de ellos tienen una segunda especialización, es decir, que no son exclusivos del sector de la animación.

Sino que combinan la animación con VFX o videojuegos, expandiendo así su mercado o especializándose en una zona del mercado. Pues no es lo mismo aplicar la animación en los videojuegos que en publicidad o proyectos para el cine o series.

Nuestro estudio no será diferente en este sentido, estará enfocado hacia un sector específico de la animación. Para ser exactos hemos decidido que nuestro estudio esté dirigido hacia la animación 2D y 3D, enriqueciéndolo con la utilización de efectos visuales. Consiguiendo así adentrarnos, sobre todo, en el sector de la animación más dedicado a la producción de series, películas, *spots*, *teaser*, etc.

## 2.5.2 Análisis gráfico de la competencia

Adentrándonos en el terreno del diseño, ahora comenzaremos un análisis de las identidades corporativas de diferentes estudios de animación. Debido al carácter global de la animación hemos decidido realizar un estudio exhaustivo de diferentes identidades partiendo de estudios de animación más cercanos, lo que podríamos determinar cómo competencia directa, los que se encuentran en las islas.

Seguido por estudios situados en la península y finalmente seleccionando algunos de otros países, para hacernos una idea más internacional. En total llevaremos a cabo la selección de nueve identidades diferentes, tres por cada nivel mencionado.

1. **3Doubles Producciones**. imagen, <http://cort.as/-7by0>, (consultado el 15 de enero de 2018).

### Imagotipo de 3Doubles Producciones:

Es un estudio de animación 3D y VFX, localizado en Tenerife, que tiene como especialidad el desarrollo, pre-producción, producción y post-producción de largometrajes. Cuenta con una gran experiencia en el diseño de pipelines y en las últimas tecnologías de VFX, animación 3D, entre otros.

Para su identidad corporativa el estudio ha seleccionado un isotipo que representa a un dado que conforma las tres dimensiones, haciendo así alusión a su trabajo 3D. Este dado, mediante la sustracción de una de sus caras, también representa la D de Dobles. Y gracias a los tres puntos de otra de sus caras el dado representa por si sólo el concepto de 3D.

Para el logotipo han utilizado dos fuentes diferentes. Por un lado una fuente de palo seco las cuales han combinado jugando con los pesos de la tipografía y su kerning. La otra tipografía utilizada es una de estilo manuscrita usada para el número 3.

Para terminar con el análisis hablaremos del color, que en este caso son dos. Gracias al contraste entre estos dos colores, en el isotipo, pueden crear la sensación de profundidad allí donde han sustraído una parte del cubo para crear la D. Colores que también aplican en el logotipo.



Imagen 1<sup>2</sup>. Identidad 3Doubles Producciones.



Imagen 1<sup>1</sup>: La casa animada

### Isotipo de La Casa Animada:

El estudio de animación nació en Tenerife en el año 2006. Comenzaron creando una escuela que ofrecía a sus estudiantes unos contenidos de calidad, hoy día esos alumnos son los que conforman el equipo creativo y artístico. Están especializados en proyectos de dibujos 2D y *cut-out*, siempre con el objetivo de crear conciencia y aportar valores a las niñas y niños que los ven.

Para la identidad corporativa el estudio ha decidido crear un isotipo el cual está basado en la forma geométrica del círculo, con el cual consiguen dinamismo además de centrar la atención en la parte donde se encuentra una casa.

La identidad combina tres colores, el verde, para la parte externa del símbolo, negro para la parte interna del isotipo donde se representa la casa, amarillo para la parte central, siendo este color el más llamativo, y por último el blanco utilizado para resaltar la puerta y la ventana.

1. *La\_Casa\_Animada.jpg*, imagen, <http://cort.as/-7Qeh>, (consultado el 15 de enero de 2018).

2. *Salero\_negro.png*, imagen, 2016, <http://cort.as/-7Qey>, (consultado el 15 de enero de 2018).

### Logotipo de Salero Animation Studio:

Es un estudio ubicado en Tenerife que desarrolla actividades de servicio para animación y vfx. Además, desarrolla productos propios, para lo que busca coproductores e inversores en península y extranjero. Animación 3D, Animación 2D y desarrollo de videojuegos para móvil, PC y consolas son sus especialidades.

Para su identidad el estudio decidió crear sólo un logotipo. Este está compuesto por dos tipografías diferentes, la que compone la palabra *Salero* que es una tipografía de estilo manuscrita y para el resto utilizaron una tipografía de palo seco.

El color que utilizaron es un gris bastante oscuro, que contrasta con el fondo, siempre que sea claro sino utilizan una versión en blanco.



Imaen 2<sup>2</sup>: Identidad Salero Animation Studio.



Imagen 1<sup>1</sup>: Hampa Animation Studio

### Imagotipo de Hampa Animation Studio:

Nace en 1997 como estudio de ilustración y multimedia, en el año 2006 se establece como estudio de animación en Valencia. *Hampa Studio* trabaja con empresas y organizaciones de todo el mundo para crear producciones completas y soluciones de animación ajustadas a las necesidades del proyecto.

La identidad se divide en dos, por un lado, su isotipo, el elefante, el cual crea dinamismo, dejando claro el carácter alegre y "animado" del estudio. Por otro lado tenemos el logotipo que está estructurado en función a un rectángulo, este está dividido en dos líneas de lectura. La parte superior con una tipografía de palo seco estilo bold y en la parte inferior separada por una fina línea una tipografía de palo seco estilo light.

En lo que a color se refiere la mayor parte recae sobre el isotipo, el cual está compuesto por tres colores, gris para el elefante y sus sombras, amarillo y rojo para el manto del elefante. El logotipo por el contrario es prácticamente de un solo color a excepción de la estrella, de color amarillo, que utilizan para separar las palabras *animation* y *studio*.

1 *Logo\_web\_retina.png*, imagen, 2014, <http://cort.as/-7QfA>, (consultado el 15 de enero de 2018).

2. *Lightbox.jpg*, imagen, <http://cort.as/-7Qf6>, (consultado el 15 de enero de 2018).

### Imagotipo de Lightbox Animation Studio:

Fundado en 2008 en Madrid, es una compañía de estudio de animación y producción centrado en la creación de contenido para audiencias mundiales. Todas las producciones son desarrolladas y producidas en la empresa. Están especializados en animación 3D, trabajos de Motion Graphics y animación 2D e integración de imagen real con entorno 3D.

El estudio ha seleccionado para su marca un imagotipo que se divide en la representación de una caja o cubo del cual podemos ver tres de sus lados, por otro lado tenemos el texto que está formado por una tipografía de palo seco. En la palabra "lightbox" se ha aplicado un kernig positivo para dejar bastante separación entre los caracteres y en las palabras "animation studio" se ha utilizado un tipografía también de palo seco en versalitas.

En lo que al color se refiere han utilizado como principal recurso el contraste, pero en este caso un contraste bajo, casi armónico entre la forma y el fondo. El color del fondo es un azul celeste y el imagotipo se encuentra en blanco, color que no resalta en especial debido a la claridad del otro.



Imagen 2<sup>2</sup>: Lightbox Animation Studio.



Imagen 1<sup>1</sup>: La tribu animation.

### Imagotipo de La Tribu Animation:

Un estudio de animación ubicado en Valencia, uno de los estudios más recientes del país, fundado en mayo de 2017. Centrado principalmente en la creación de largometrajes y cinematics. Su campo de trabajo va desde la animación 2D y 3D a los VFX, producción, post-producción, pre-producción, etc.

En referencia a la identidad corporativa del estudio nos encontramos ante un imagotipo. El isotipo representa a la perfección el nombre del estudio, pues este representa a unas personas bailando alrededor de un fuego, a modo de baile tribal.

En el logotipo se han usado decorativa que emula ser un estilo rupestre, dando a entender que están escritas como si se encontraran en la pared de una cueva.

El tratamiento del color para esta identidad se ha basado en la armonía, pues usa colores cálidos en todo momento y menos en el logotipo, que es blanco, y contrasta con el fondo.

1. *La-Tribu-Animation-h.jpg*, imagen, <http://cort.as/-7QfF>, (consultado el 15 de enero de 2018).

2. *Ánima\_Estudios\_Logo\_2016b.png*, imagen, 2016, <http://cort.as/-7QfB>, (consultado el 15 de enero de 2018).

### Logotipo de Ánima Estudios:

Es el estudio de animación más grande e importante de América Latina. Desde su fundación en 2002, ha producido varios largometrajes que rompieron récords de asistencia y taquilla. Además, ha trabajado en la producción de series para TV y es el primer estudio latinoamericano en producir una serie original para Netflix.

En el caso de la identidad es menos complejas que algunos anteriores. Aquí el estudio ha decidido escoger sólo un logotipo compuesto por una tipografía de palo seco. Cabe destacar que todo el logotipo fue escrito en caja baja dándole así un aspecto más ligero y cercano. Como recurso para el color han decidido usar un mismo color para todo menos para la letra N de *ánima*, consiguiendo así resaltarla.



Imagen 2<sup>2</sup>: *ánima estudios*.



Imagen 1<sup>1</sup>: Inthebox Film·VFX·R&D.

### Logotipo de INTHEBOX:

Situada en Annecy, Francia, INTHEBOX es una empresa de producción de animación 3D, VFX digitales y de desarrollo técnico, fundada en 2011. Trabaja en los ámbitos de la animación de TV, publicidad, la industria y las instituciones.

Para su identidad el estudio se ha decantado por utilizar un logotipo que está compuesto por el nombre del estudio *INTHEBOX* el cual se encuentra enmarcado en un cuadrado, el cual le da estabilidad, pero gracias a la inclinación que se le da en el interior de dicha figura el logotipo consigue algo de dinamismo.

Finalmente, en la parte interior de del cuadrado podemos ver otros textos. Las tipografías usadas fueron de palo seco, jugaron con los pesos, usando en el interior del cuadro una de estilo bold o *extrabold* y en la zona inferior una de estilo regular.

Para el color se han decantado por el uso de positivo y negativo. Pues dependiendo del fondo en el que vaya expuesto se usará una versión u otra, debido a que el interior del cuadrado no está con relleno, sino que se encuentra sustraído, por lo tanto, a través de él se verá el fondo sobre el que esté expuesto.

1. *Logo\_04\_blanc.png*, imagen, 2014, <http://cort.as/-7bxy>, (consultado el 15 de enero de 2018).

2. *Moth.png*, imagen, <http://cort.as/-7Qfr>, (consultado el 15 de enero de 2018).

### Imagotipo de Moth Animation Studio:

Fundado por tres directores de cine MOTH ha crecido hasta convertirse en un equipo de productores, directores, diseñadores y solucionadores de problemas. Rápidamente se hizo famoso por su perspicaz y emotiva narrativa en diseño de comunicación.

La identidad del estudio refleja el nombre, es decir, existe un logotipo formado por la palabra *moth*, que significa polilla en inglés, que está compuesto por una tipografía de palo seco con un kerning positivo para separar los caracteres. Y por otro lado tenemos isotipo que representa a una polilla de una manera muy minimalista.

El color utilizado para su identidad refleja al estudio, que se caracterizan por crear piezas que promuevan la consciencia social, entre ellos el ecologismo, de ahí la utilización del color verde.



Imagen 2<sup>2</sup>: Moth Animation Studio



## 2.6 TEMÁTICA

Como bien mencionamos al comenzar la investigación unos de los puntos importantes a tener en cuenta antes del desarrollo es el determinar de qué va tratar la pieza de animación.

Ya sabemos que actualmente y gracias a los avances podemos realizar casi cualquier cosa con animación, es decir, podemos ayudarnos de la animación para transmitir lo que queramos. Por lo tanto, no tendremos fronteras a la hora de elegir sobre qué campo o tema queremos hacer la pieza.

Teniendo tan amplio abanico donde elegir nos hemos decidido por los títulos de crédito para una serie documental sobre diseño, ya que es un sector poco explotado.

Para ponernos en situación primero aclararemos que es un documental: *dentro de las diferentes piezas del mundo audiovisual el documental es el que narra o enseña aspectos de la vida.*

En otras palabras, se trata de grabar y recabar información sobre temas concretos para crear un film que recopile toda la información posible. Podríamos decir que un documental es para el

mundo audiovisual lo que una enciclopedia o libro de historia para el mundo editorial.

Por esa razón hemos decidido llevar a cabo los títulos de crédito de una serie documental sobre diseño, teniendo como referencia el documental producido por Netflix *Abstract: the art of Design*. En esta producción Netflix creo varios capítulos centrados en el diseño en general. Nosotros intentaremos ir un paso más allá, el documental propuesto se centrará sobre todo el diseño social.

El documental reflejará que aporta a la sociedad el diseño y la responsabilidad que tienen estos hacia su público. El documental constará de varios capítulos, cada cual centrado en diferentes ramas del diseño y sobre todo en diferentes diseñadores por lo que cada capítulo tendrá unos títulos de créditos propios, que se adapten a la información que se trate en el capítulo en cuestión.



## 2.7 CONCLUSIÓN

Tras haber indagado lo suficiente, tanto el mundo de la animación, los títulos de créditos como en el mercado existente en España, podríamos decir que el proyecto a desarrollar nos permite un gran margen de acción.

Un estudio de animación, a pesar de lo que muchos creen, no es sólo el lugar donde se realiza la pieza animada, sino que es el lugar encargado de llevar a cabo un proyecto de comunicación que se base en las diferentes técnicas de animación.

Y si hay algo que podemos sacar en claro de toda nuestra investigación es que la animación se está convirtiendo en la herramienta primordial para comunicar prácticamente cualquier cosa.

Vivimos en la era de la información y de las tecnologías, es una etapa en que la que todo pasa rápido, en cuestión de segundos podemos atraer o perder para siempre la atención de los receptores de la información. Y si una imagen vale más que mil palabras, ¿cuán valioso es el poder de las imágenes en movimiento?

Es ahí donde recae el verdadero potencial de la animación, en su capacidad de captar la atención del receptor y de comunicar, de una manera rápida, un mensaje que de otra manera necesitaría de más tiempo para transmitirlo.



### **3.0 TRABAJO DE CAMPO**

3.1 ENTREVISTA: ALFONSO RUIZ

3.2 CONCLUSIÓN



### 3.1 ENTREVISTA

Ahora que sabemos qué es la animación, qué papel juega en el diseño gráfico y cómo su mercado cada vez se va expandiendo más, sólo nos queda conocer el terreno, es decir, antes de aventurarnos a la creación y desarrollo total de nuestro estudio, además de nuestra pieza animada, tendremos que conocer de primera mano cómo está el sector. Para ello hemos hablado con profesionales del sector como Alfonso Ruiz Rayo, profesor de La Universidad de La Laguna además de miembro del equipo de La mirada Producciones y La Casa Animada.

Durante nuestra charla con Ruiz hablamos de la evolución que se ha dado en el panorama audiovisual Español y especialmente en el canario. Nos cuenta como da comienzo en los años 90, momento en el que se funda La Mirada Producciones, el mercado canario era muy diferente a lo que hoy día conocemos. Por aquel entonces se trataba de un mercado bastante limitado, un mercado que producía en canarias para canarias sin tener repercusión en los mercados internacionales, en lo que a cine se refiere. Nos destaca que por aquel entonces lo que más se producía en canarias eran spots dirigidos a la publicidad.

La producción audiovisual en canarias, y resto de España, experimentó un gran cambio con la llegada de las cadenas privadas como Antena 3 y Tele 5, quienes bajaron el precio de emisión en televisión, permitiendo que pequeñas empresas pudieran permitirse emitir sus spot, algo que hasta entonces era impensable.

Esto tuvo como consecuencia que la calidad de los spot bajara exponencialmente, unido a la creciente crisis del mercado, hizo que a inicios de los años dos mil se acabara por completo con este sector, es decir, dejó de hacerse publicidad en canarias para canarias.

Llegados a este punto el sector se tuvo que adaptar, surgiendo así el desarrollo del sector servicio, las empresas comenzaron a prestar sus servicios a productoras extranjeras y españolas que venían a rodar a las islas.

Ya bien adentrados en los años dos mil, pero hace relativamente poco, y debido a que muchas producciones, incluidas las españolas, preferían ir a rodar a Sudáfrica, por los incentivos fiscales, el Gobierno de Canarias y las Film Comicion comenzaron a darse cuenta que para conseguir atraer a un mayor número de productoras hacia las isla debían centrar sus esfuerzos en mejorar las ventajas fiscales más que en ven-

der el paisaje de las islas, pues a pesar de poseer un ambiente natural único y muy variado, si a las productoras no les salía rentable venir hasta canarias éstas nunca escogería las islas como destino para rodar o producir.

Cabe destacar que el sector de producción audiovisual entró en crisis aproximadamente dos años antes de que estallara la verdadera crisis, sin embargo, el sector de la animación en ningún momento se ha visto afectado por dicha crisis. Es por eso que Ruiz nos cuenta que la animación es un sector global, en el cual no se produce animación directamente para un sitio, como puede ser canarias, sino para el mundo entero. "La animación es un monstruo al que hay que alimentar constantemente con nuevos contenidos" nos comenta Ruiz.

Y es debido a esto último que nos comenta Ruiz, unido a los incentivos fiscales que promueve el Gobierno de Canarias junto con las Film Comicion, que nos encontramos en un momento idóneo para la producción de animación en las islas. Cada vez son más las empresas que deciden aprovechar dichos incentivos y las que deciden invertir en las islas para la producción de cine y animación.



## 3.2 CONCLUSIÓN

La entrevista que hemos tenido con Ruiz nos ha dado gran cantidad de información sobre el mundo laboral del sector audiovisual en Canarias. Ahora sabemos mejor como este sector ha evolucionado y crecido en el territorio, especialmente después de los esfuerzos realizados por el Gobierno de Canarias y las Films Comicion. Para incentivar, sobre todo, de manera económica los proyectos relacionados en dicho sector.

En el territorio canario podemos encontrar más de medio centenar de empresas y profesionales dedicados al sector de la animación, VFX o videojuegos. Además de otras tantas empresas que vienen, por tiempo limitado, a grabar sus producciones a nuestras islas. Esto destaca claramente el valor actual, en alza, del sector audiovisual en las islas. Por lo que lo hace idóneo para invertir e introducirse en dicho sector.

Si a esto le sumamos que la animación se está convirtiendo cada vez más en una herramienta ideal para la comunicación, no solo en producciones de cine, sino en sectores como la publicidad o la promoción. Además de su carácter global, que nos comentaba Ruiz, lo cual nos permite

expandir nuestras fronteras más allá del territorio español. Hace que comenzar a producir animación sea prácticamente un valor seguro.

Por razones como esas creemos que la creación de un nuevo estudio en el territorio, especializado principalmente en la animación y los efectos visuales, será positivo. Ya que el mercado al que nos dirigimos es inmenso en comparación a los pocos profesionales y empresas que existen en las islas. Habiendo todavía poca producción para tanta demanda.



## **4.0 FASE DE DESARROLLO**

- |            |   |            |                                 |
|------------|---|------------|---------------------------------|
| <b>4.1</b> | <b>MAQUETACIÓN DE LA MEMORIA</b>                          | <b>4.5</b> | <b>APLICACIONES ESPECÍFICAS</b> |
|            |   |            | 4.5.1 Animación                 |
| <b>4.2</b> | <b>IDENTIDAD CORPORATIVA</b>                              | <b>4.6</b> | <b>DISEÑO DE TÍTULO</b>         |
|            | 4.2.1 Selección del nombre                                |            | 4.6.1 Selección de nombre       |
|            | 4.2.2 Bocetos previos                                     |            | 4.6.2 Bocetos previos           |
|            | 4.2.3 Propuesta de logo                                   |            | 4.6.3 Construcción final        |
| <b>4.3</b> | <b>ELEMENTOS BÁSICOS DE LA MARCA</b>                      |            | 4.6.3 Color                     |
|            | 4.3.1 Isotipo   | <b>4.7</b> | <b>CRÉDITOS ANIMADOS</b>        |
|            | 4.3.2 Logotipo  |            | 4.7.1 Investigación             |
|            | 4.3.3 Imagotipo   |            | 4.7.2 Storyboard                |
|            | 4.3.4 Construcción gráfica                                |            | 4.7.3 Montaje                   |
|            | 4.3.5 Tipografía  | <b>4.8</b> | <b>PROMOCIÓN DOCUMENTAL</b>     |
|            | 4.3.6 Tipografía corporativa                              |            | 4.8.1 Cartelería                |
|            | 4.3.7 Color   |            | 4.8.2 Dossier prensa            |
|            | 4.3.8 Zona de protección                                  |            | 4.8.3 Invitación                |
|            | 4.3.9 Tamaño mínimo y máximo                              |            | 4.8.4 Caja regalo               |
|            | 4.3.10 Utilización cromática y usos correctos de la marca | <b>4.9</b> | <b>DISEÑO WEB</b>               |
| <b>4.4</b> | <b>PAPELERÍA</b>  |            |                                 |
|            | 4.4.1 Sobre americano                                     |            |                                 |
|            | 4.4.2 Papel de carta                                      |            |                                 |
|            | 4.4.3 Tarjetón  |            |                                 |
|            | 4.4.4 Tarjeta   |            |                                 |

## 4.0 MAQUETACIÓN DE LA MEMORIA

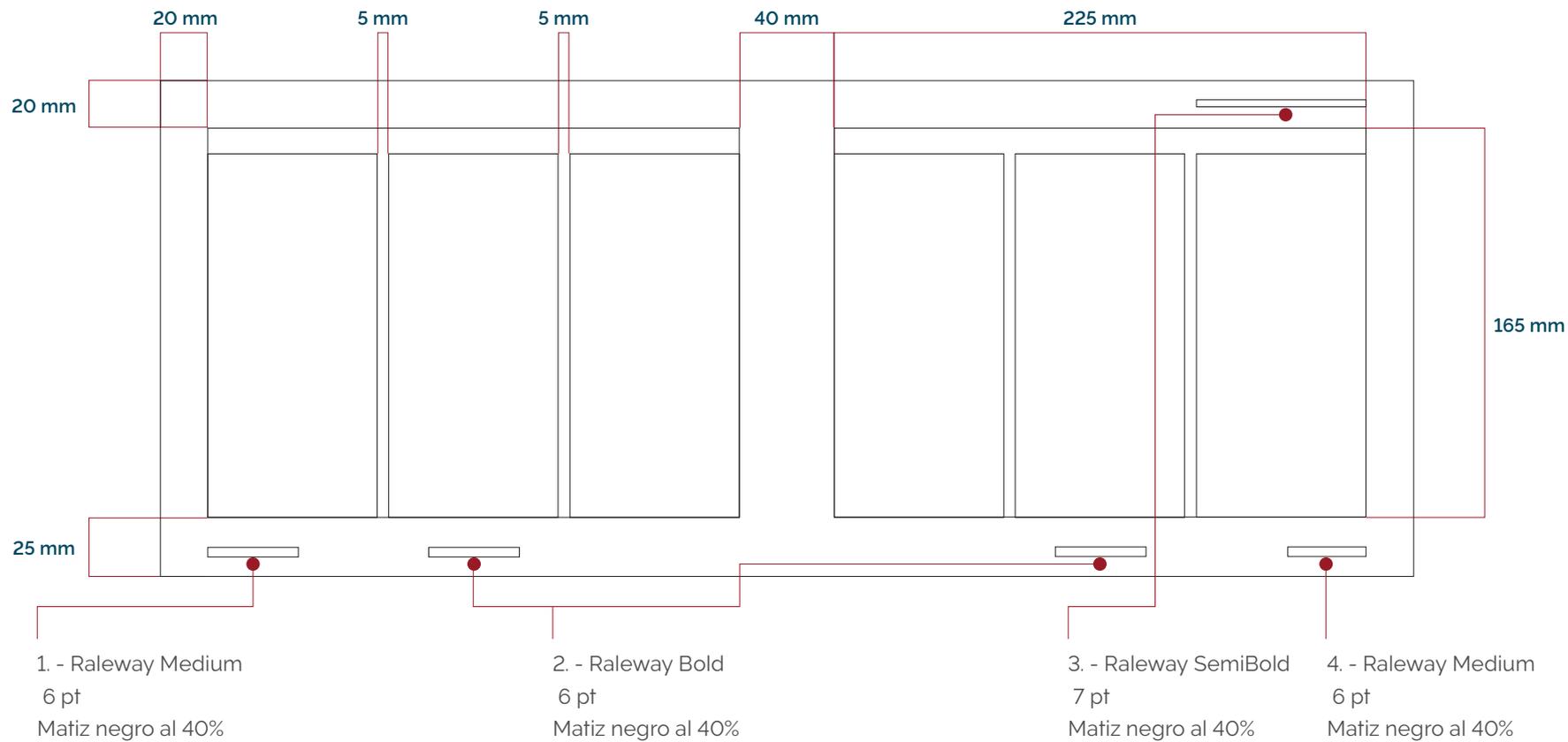
Es una maquetación a doble página simétrica con tres columnas y medianiles de cinco milímetros. Las dos columnas exteriores al lomo se utilizarán para la redacción del contenido y los títulos de la memoria.

Por otra parte, la columna interna será versátil, pudiéndose usar para el contenido del texto a menos que existan anotaciones, aclaraciones, citas bibliográficas o contenido oportuno que permita especificar la redacción del texto principal. Así mismo, estas anotaciones irán jerarquizadas cromáticamente con el matiz corporativo para diferenciarlas y que el lector comprenda más fácilmente su función secundaria.

La mancha de tinta del papel cubrirá una superficie de 37.125 milímetros cuadrados, logrados gracias a los márgenes siendo estos: 20 mm el interior, 20 mm el exterior, 20 mm el superior y 25 mm el inferior.

De esta misma forma, se añadirá texto secundario fuera de los márgenes indicados. Esta información permitirá aclarar:

1. - La asignatura y fecha de realización en la página izquierda en la esquina inferior izquierda.
2. -La paginación en el centro de ambas páginas.
3. -El número y nombre del apartado en el que nos encontremos en la página derecha en la esquina superior derecha.
4. -El nombre del proyecto en la página derecha en la esquina inferior derecha.



Para continuar aclararemos los diferentes estilos aplicados durante la memoria:

1.- Para el contenido, la tipografía utilizada se trata de la familia Raleway con peso Regular con un tamaño de 9 pt, que convertidos a milímetros tiene una dimensión de 3,175 mm. Por lo que resulta fácilmente legible.

Su interlineado se encuentra a 10,8 pt, para facilitar al máximo la lectura. Además para hacer más agradable la lectura el texto se encuentra en color negro al 90%. Finalmente para el párrafo hemos decidido utilizar la justificación a la izquierda.

2.- Para los títulos se han aplicado dos estilos diferentes, la tipografía utilizada se trata de la familia Raleway con peso Bold con un tamaño de 11 pt, que convertidos a milímetros tiene una dimensión de 3,880 mm.

Para los subtítulos la tipografía utilizada se trata de la familia Raleway con peso SemiBold con un tamaño de 10 pt, que convertidos a milímetros tiene una dimensión de 3,527 mm.

El tamaño de los títulos y subtítulos ayuda a que resalten en comparación al cuerpo de texto, ayudando así a jerarquizar la lectura.

Para el color, tanto de títulos como de subtítulos hemos utilizado el negro al 90%. Además estos se encuentran justificados a la izquierda.

Con motivo de ayudar al lector y de jerarquizar los textos hemos creado más estilos, con diferentes pesos y tamaños como:

3.- Citas: Para este estilo la tipografía utilizada se trata de la familia Raleway con peso Regular a un tamaño de 7 pt, que convertidos a milímetros tiene una dimensión de 2,469 mm. Con un interlineado de 8,4 pt. Con el color corporativo (negro enriquecido con cian) al 75% y justificado a la izquierda.

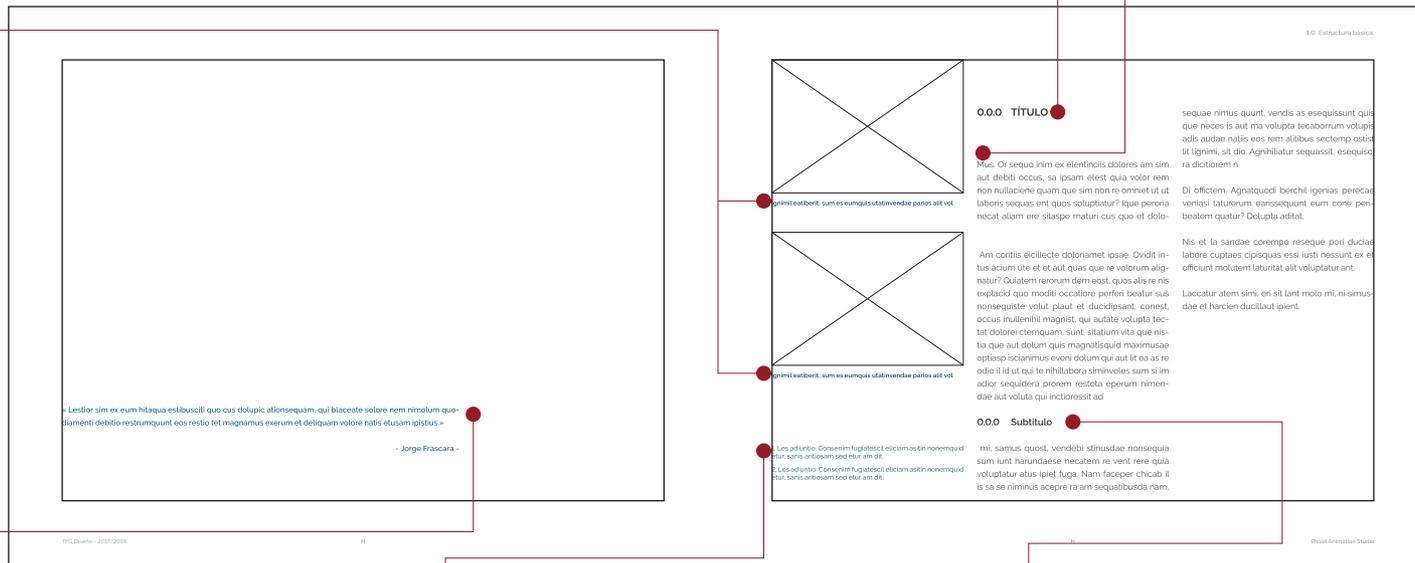
4.- Citas de Autor: Para este estilo la tipografía utilizada se trata de la familia Raleway con peso Medium a un tamaño de 8 pt, que convertidos a milímetros tiene una dimensión de 2,822 mm. Con un interlineado de 9,6 pt. Con el color corporativo al 75% y justificación a la izquierda.

5.- Texto a pie de foto: Para este estilo la tipografía utilizada se trata de la familia Raleway con peso SemiBold a un tamaño de 6,5 pt, que convertidos a milímetros tiene una dimensión de 2,293 mm. Con un interlineado de 7,8 pt, con el color corporativo al 80% y justificado a la izquierda.

5.- Texto a pie de foto.  
 Raleway SemiBold.  
 6,5 pt.  
 Color corporativo al 80%.

2.- Raleway Bold.  
 11 pt.  
 Negro al 90%.

1.- Raleway Regular.  
 9 pt  
 Negro al 85%.



4. - Cita de Autor  
 Raleway Medium.  
 8 pt.  
 Color corporativo al 75%.

3. - Raleway Regular.  
 7 pt.  
 Color corporativo al 75%

2.- Raleway SemiBold.  
 10 pt.  
 Matiz negro al 90%.



## 4.2 IDENTIDAD CORPORATIVA

La marca identifica a la entidad y es el signo material para dotarla de personalidad. Usar con propiedad la marca, en sus diferentes elementos de comunicación, es primordial a la hora de crear una imagen corporativa con fuerza y permanencia.

Phixel Animation Studio es una marca con carácter propio, que llega al mercado clamando ser la solución y tener los resultados que buscas, dinámica y vivaz, sin dejar de lado su carácter elegante y equilibrado.

Esa es la personalidad de nuestra marca, que se expresará mediante el uso del logotipo y símbolo que en esta memoria presentamos.

### 4.2.1 Selección del nombre

Para crear nuestra marca lo primero que debemos hacer es seleccionar un nombre, decidir cómo se llamará nuestro estudio, y partiendo de dicho nombre, desarrollar la identidad visual.

El proceso para seleccionar el nombre se ha basado sobre todo en la técnica de lluvia de ideas,

o tormenta de ideas, brainstorming en inglés. La cual consiste en exponer de forma libre e informal todas las ideas entorno al problema planteado.

Siguiendo esta premisa comenzamos a decir diferentes nombres o conceptos que nos pudieran ayudar a concretar que nombre podríamos usar para nuestro estudio. Las principales palabras elegidas están relacionadas directamente con el tema de la animación, efectos visuales, 3D etc.

También usamos conceptos que no tuvieran relación alguna, además de conceptos relacionados con canarias, como:

<b>Animación</b>	Forma	Nodo
<b>3D</b>	2D	Anima
Iluminación	Setup	<b>Animator</b>
Frame	Feedback	Créditos
Rotulo	Títulos	<b>VFX</b>
Tridimensional	Modelado	<b>Triple</b>
Malla	<b>Pixel</b>	<b>Dimensión</b>
Digital	<b>Efectos</b>	Animática
<b>Séptimo</b>	Fotograma	Visuales
Diseño	Efecto	<b>Visual</b>
Radiación	Trazo	Ficción
Ritmo	Tagoror	Cotufa
<b>Cosmos</b>	Vida	Universo
Paralelo	Color	Proyectar
Crisálida	Alisios	Captura

Encuadre	Instante	Arte
Cráter	Voluntad	Tiempo
Ilusión	Sinestesia	<b>Croma</b>
Cuadrado	<b>Graphics</b>	Motion

Tras haber elegido algunos términos que nos parecieron adecuados para el nombre comenzamos con la segunda fase, la selección.

Como criterio a la hora de seleccionar un nombre para nuestro estudio, teníamos que tener en cuenta que este iba a convivir con la modalidad o sector, es decir, que el nombre seleccionado iría acompañado de "*estudio de animación*" o su versión en inglés "*animation studio*".

Para reducir la lista de nombres así como para encontrar un término que representara al estudio utilizamos una técnica de unión o combinación de palabras mediante la cual unimos dos o más palabras para crear una nueva, esta puede ser más o menos abstracta, los resultados finales fueron:

**Séptimo:** fue seleccionado en referencia al cine, el cual se dice que es el séptimo arte.

**Croma:** este fue seleccionado por su referencia o unión al mundo audiovisual, ya que el croma es una técnica audiovisual que consiste en extraer un color de la imagen, el verde o el azul, y reem-

plazar el área que ocupaba ese color por otra imagen o video, con la ayuda de un equipo especializado o un ordenador.

**3D·EVA:** en este caso el nombre es una combinación de tres conceptos, 3D como referencia a la tercera dimensión, Efectos Visuales y Animación (EVA) todos ellos directamente relacionados con las funciones del estudio.

**Triple:** fue seleccionado en referencia a las tres funciones del estudio: animación, VFX y 3D.

**Cromaxel:** surge de la unión de croma y pixel.

**Animator3D:** en este término hemos decidido utilizar la palabra animator, animador en inglés, unida a 3D, conceptualizando así dos de las funciones del estudio, la animación y modelado 3D.

**Pixion:** este término surge tras unir las palabras dimensión y pixel. Tratando así de decir que Pixion es la dimensión pixel.

**Phixel:** para este termino escogimos las palabra graphic y pixel. Haciendo referencia al mundo gráfico, del diseño, y al mundo digital, el pixel.

**Cosmographics:** en este término se ha fusionado dos palabras, cosmos el cual hace referencia al

universo y graphics el cual hace referencia a gráficos. Al unirlas intentamos crear el concepto del universo gráfico.

Finalmente de los términos que surgieron comenzamos a eliminar los que fuesen más complicados o estuvieran en uso por otros estudios, de los nombres sólo nos quedamos con tres: **Cosmographics – Animator3D – Phixel.**

De estas tres decidimos eliminar **Cosmographics** por ser una palabra demasiado larga además de su fácil confusión con la palabra cosmography, la cual traducida al español hace referencia a cosmografía.

Se decidió eliminar **Animator3D** por su pronunciación tanto en inglés como en español al sonar demasiado dura o agresiva.

Finalmente el nombre que seleccionamos para el estudio fue **Phixel**, debido a que tiene un gran parecido con pixel y la gente lo relacionará rápidamente, además la forma de escribirlo llama la atención sin llegar a ser del todo extraño.

Cabe destacar su pronunciación, que tanto en inglés como en español, la "ph" se pronuncia como una "f", dando lugar al fonema: *Fiksel*.

Por último entramos en la decisión del nomenclador, término que definirá la profesión a la que hace referencia el nombre. En este caso y como mencionamos anteriormente el nomenclador que acompañará a nuestro nombre es "*estudio de animación*".

Lo que debemos decidir es si usar la versión en español o en inglés. En este caso como el nombre seleccionado proviene de dos términos ingleses, pixel y graphics, hemos optado por seleccionar la versión en inglés. Teniendo como resultado final del proceso de selección del nombre para la empresa y el cual se registrará como nombre comercial : **Phixel Animation Studio.**

## 4.2.2 Bocetos previos

1. *Alvaka.jpg*, imagen, 2016, <http://cort.as/-7QhC>, (consultado el 20 de febrero de 2018).

2. *Skrygreenlight.jpg*, imagen, 2016, <http://cort.as/-7QhP>, (consultado el 20 de febrero de 2018).

3. *Aluxium.jpg*, imagen, <http://cort.as/-7QhU>, (consultado el 20 de febrero de 2018).

4. *Fliq.jpg*, imagen, 2016, <http://cort.as/-7QhY>, (consultado el 20 de febrero de 2018).

Una vez seleccionado el nombre comercial de nuestro estudio pasaremos a crear la marca. El primer paso antes de llegar a la imagen final que será nuestra marca es el proceso de bocetar. Durante esta etapa realizaremos diferentes posibles versiones de la marca.

Pero antes de comenzar con dicha fase haremos una pequeña selección de marcas de referencia, estas marcas nos servirán para aclarar que estilo de imagen queremos conseguir.



Imagen 1<sup>1</sup>. Identidad de Referencia "Alvaka".

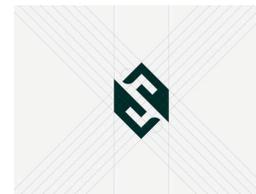


Imagen 2<sup>2</sup>. Identidad de Referencia "S".



Imagen 3<sup>3</sup>. Identidad de Referencia "Aluxium".



Imagen 4<sup>4</sup>. Identidad de Referencia "Fliq."

PHIXEL

PHIXEL

PHIXEL  
STUDIO

X

PHIXEL

Imagen 5. Bocetos previos realizados a rotulador y lápiz.

### 4.2.3 Propuesta de logo

Una vez detectado el estilo que queremos darle a nuestra marca y habiendo bocetado algunas versiones sobre papel comenzaremos a trabajar la imagen en formato digital. No sin antes concretar un concepto sobre el cual se va a basar nuestra identidad.

Debido al carácter tecnológico de nuestro estudio y sobre todo a lo ligado que está este al mundo digital, el concepto base del que partiremos para la construcción de nuestra marca será el pixel.

Dicho de otra forma nuestra marca estará basada en la forma geométrica del cuadrado. Hemos decidido partir de aquí por varias razones. Primer, el cuadrado es una forma geométrica estable y sólida de la que partir, pudiendo crear así una marca que refleje estos mismos atributos. Por otra parte tenemos el carácter simple y elegante propio de esta forma geométrica, algo que sin duda queremos que refleje nuestra identidad.

Partiendo de esta idea base que hemos comentado comenzamos a realizar diferentes versiones del logo, con diferentes estilos, hasta llegar a una solución que nos pareció la óptima.



Imagen 1. Propuesta de Isotopo.



Imagen 2. Propuesta de Logotipo.



Imagen 3. Propuesta de Logotipo.



Imagen 4. Propuesta de Logotipo.



Imagen 5. Propuesta de Logotipo.



Imagen 6. Propuesta de Imagotipo.



Imagen 7. Propuesta de Logotipo.



Imagen 8. Propuesta de Imagotipo.



Imagen 9. Propuesta Seleccionada de Imagotipo.

## 4.3 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA MARCA

A continuación se mostrarán la imagen elegida como identidad corporativa para el estudio de animación *Phixel*. Además de mostrarse diferentes elementos aplicados a la marca para su correcta utilización.

### 4.3.1 Isotipo

La imagen de marca que hemos creado está compuesta por dos elementos diferentes. Uno de esos elementos es el isotipo, la X, está será la parte más icónica de la marca. Construida partiendo de un cuadrado<sup>1</sup>.

La X ha sufrido modificaciones respecto a la seleccionada durante el punto anterior (vease imagen 9 apartado 4.1.3). Se ha jugado con los grosores del isotipo para darle mayor dinamismo y cuerpo a la imagen.



Isotipo de Phixel Animation Studio.

1. Construcción de la X en Anexo, pág: 138.

### 4.3.2 Logotipo

Al igual que la X el logotipo también ha sufrido ligeras modificaciones. En primer lugar hemos extraído la X del nombre, dado que rompe el equilibrio de la identidad. Además hemos aumentado el tamaño y grosor de la parte inferior del logotipo, *animation studio*, consiguiendo así dar más estabilidad y cuerpo a la composición.

Para la composición final del logotipo los diferentes caracteres que conforman la palabra *Phixel* han sido modificados, para su mayor ajuste. Los que conforman *animation studio* también han sido modificados. Por lo que se ruega, bajo ninguna circunstancia, intentar imitar el texto que conforma el logotipo.

The logo consists of the word "PHIXEL" in a large, bold, black, sans-serif font. Below it, the words "ANIMATION STUDIO" are written in a smaller, bold, black, sans-serif font, with all letters in uppercase and wide letter spacing.

Logotipo de Phixel Animation Studio.

### 4.3.3 Imagotipo, marca gráfica principal

La identidad visual de Phixel Animación estudio estará representada, principalmente, por el imagotipo. Este está conformado por el isotipo de la X, creada a partir de un cuadrado, y el logotipo de Phixel Animation Studio. El conjunto de estos dos elementos crean el imagotipo el cual también se basa en la forma geométrica del cuadrado.

Esta imagen será la marca principal del estudio. Con esto queremos decir, que exceptuando casos específicos y claramente justificados, la imagen que se usará para representar al estudio, es el imagotipo aquí presente.



Imagotipo de Phixel Animation Studio.

## 4.3.4 Construcción gráfica



Construcción gráfica de Phixel Animation Studio.

### 4.3.5 Tipografía

La identidad está realizada con la tipografía **Raleway** una fuente de palo seco robusta y con un carácter claramente geométrico, que ayuda a reforzar la idea del pixel.

Para *Phixel* hemos utilizado la **Raleway Black**, de toda la familia es la fuente con mayor cuerpo. Y para la denominación, *Animation Studio*, hemos decidido utilizar la **Raleway ExtraBold** que contrasta con la black al ser más fina pero tiene la robustez necesaria para soportar bien las reducciones.

Familia tipográfica: Raleway

ExtraBold:

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789?¿-/°-\_-;:**

Black:

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789?¿-/°-\_-;:**

### 4.3.6 Tipografía corporativa

Dado que la familia tipográfica de la Raleway es una tipografía de fácil lectura, además de ser una familia con variedad de pesos, la usaremos también como tipografía corporativa. Sólo utilizaremos tres pesos diferentes, Regular, Semibold y ExtraBold, además de sus respectivas cursivas.

Familia tipográfica: Raleway

Regular:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789?¿-/°-\_-;:

Italic:

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*0123456789?¿-/°-\_-;:*

Semibold:

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789?¿-/°-\_-;:**

Semibold Italic:

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***  
***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***0123456789?¿-/°-\_-;:***

ExtraBold:

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789?¿-/°-\_-;:**

ExtraBold Italic:

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***  
***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***0123456789?¿-/°-\_-;:***

### 4.3.7 Color

La versión en blanco y negro de la marca, se empleará cuando el medio de reproducción así lo requiera, indicado sobre todo para fotocopias, faxes y demás formatos que no permitan un soporte en color.

Cuando el medio lo permita y dependiendo de su aplicación el color que usará la identidad es un negro enriquecido.

NEGRO ENRIQUECIDO		
CMYK	Pantone	RGB
C: 100%	296C	R: 0
M: 0%		G: 31
Y: 0%		B: 47
K: 95%		



Versión positiva en blanco y negro.



Versión negativa en blanco y negro.



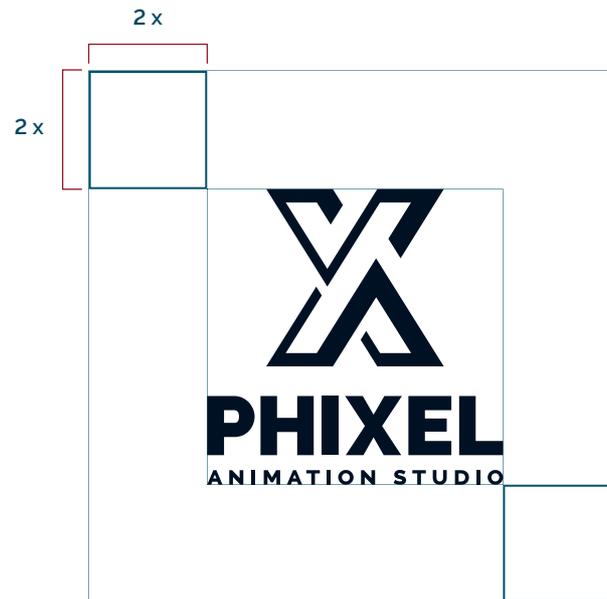
Versión positiva en negro enriquecido.



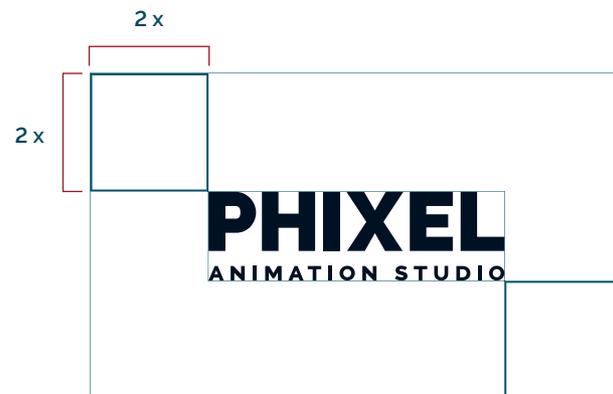
Versión negativa en negro enriquecido.

#### 4.3.8 Zona de protección

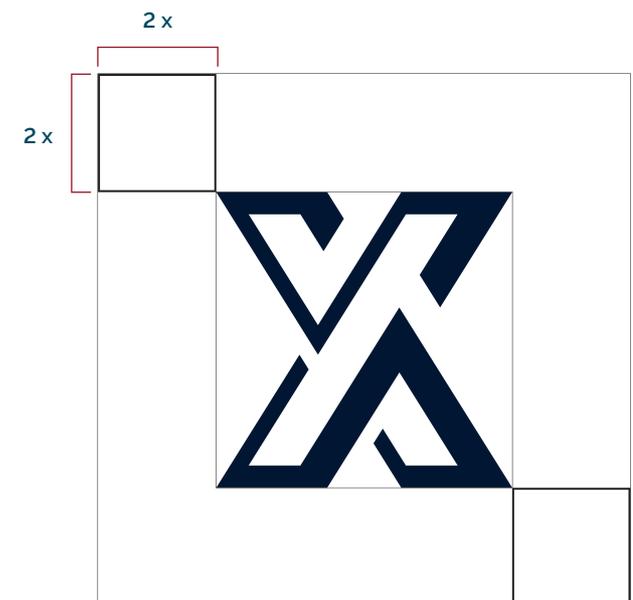
El espacio de reserva representa la zona de protección de la marca. Es el espacio que separa la marca del resto de elementos gráficos, facilitando así su rápida identificación. Este espacio hace referencia a la zona mínima que debemos conservar cuando la marca va acompañada de fotografías e ilustraciones. No respetar dicha área afectará a la legibilidad y el impacto visual.



Zona de protección equivalente al doble de la altura de P.



Zona de protección equivalente al doble de la altura de P.



Zona de protección equivalente al doble de la altura de P.

### 4.3.9 Tamaño mínimo y máximo

Para una correcta legibilidad y visualización del imago tipo es necesario establecer un tamaño mínimo de reproducción. En el caso de nuestra marca ese tamaño mínimo estará establecido según el ancho.

También deberemos tener en cuenta en que medio se reproducirá. Si mediante medios impresos o en pantalla, este último hay que tener en cuenta que existen una gran variedad de formatos de pantalla.

Por esa razón estipularemos el tamaño mínimo según las pantallas más comunes. Que en este caso son la de formato 16:9, esto quiere decir que son pantallas apaisadas, las cuales se pueden dividir en 16 partes de ancho, por 9 partes de alto. Dentro de estos formatos nos moveremos entre tres resoluciones distintas:

- HDTV 720p: 1280x720 px.
- HDTV 1080p: 1920x1080 px.
- UHDTV/4K 2160p: 3840x2160 px.



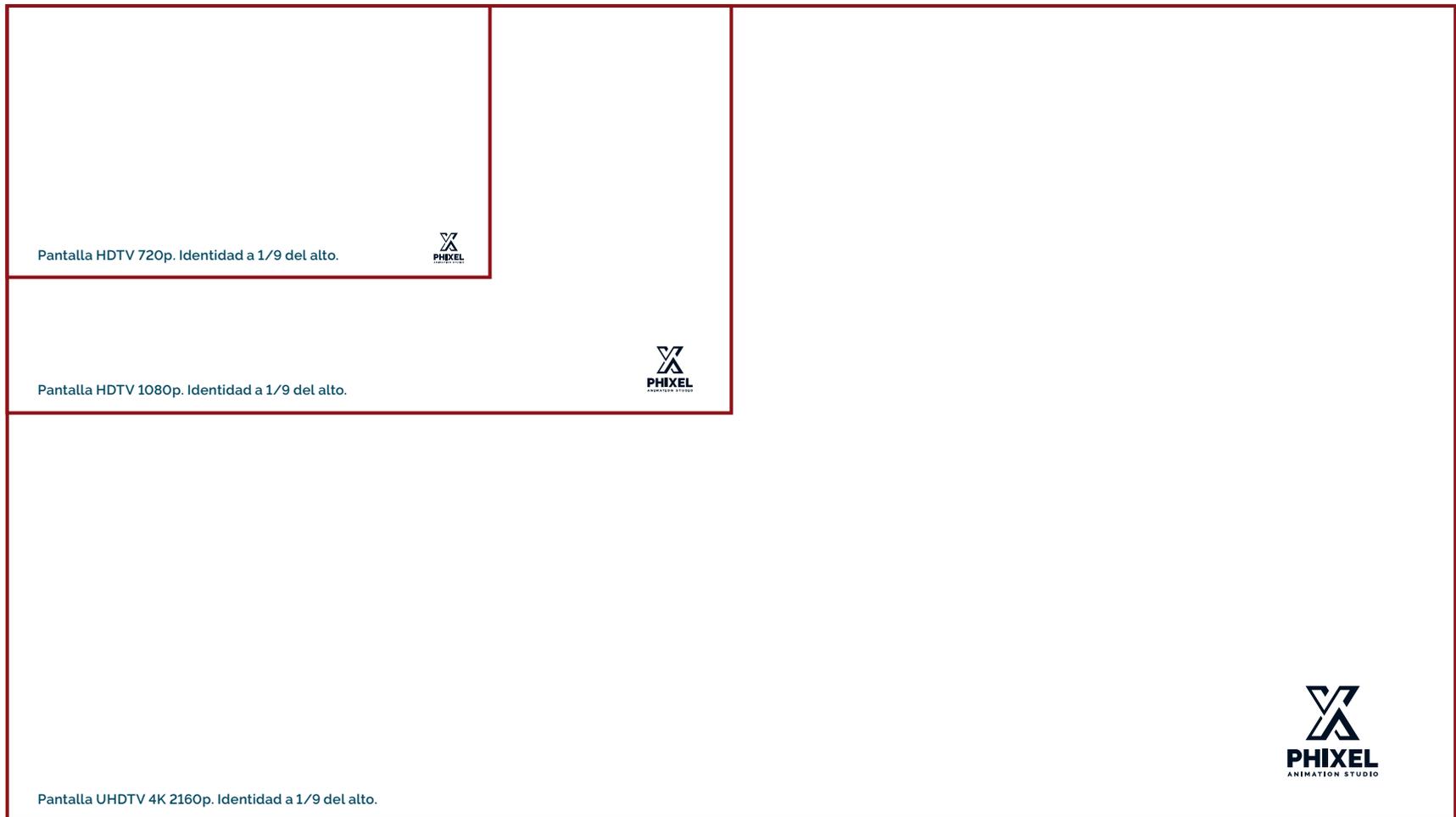
10 mm



20 mm



20 mm



Pantalla HDTV 720p. Identidad a 1/9 del alto.

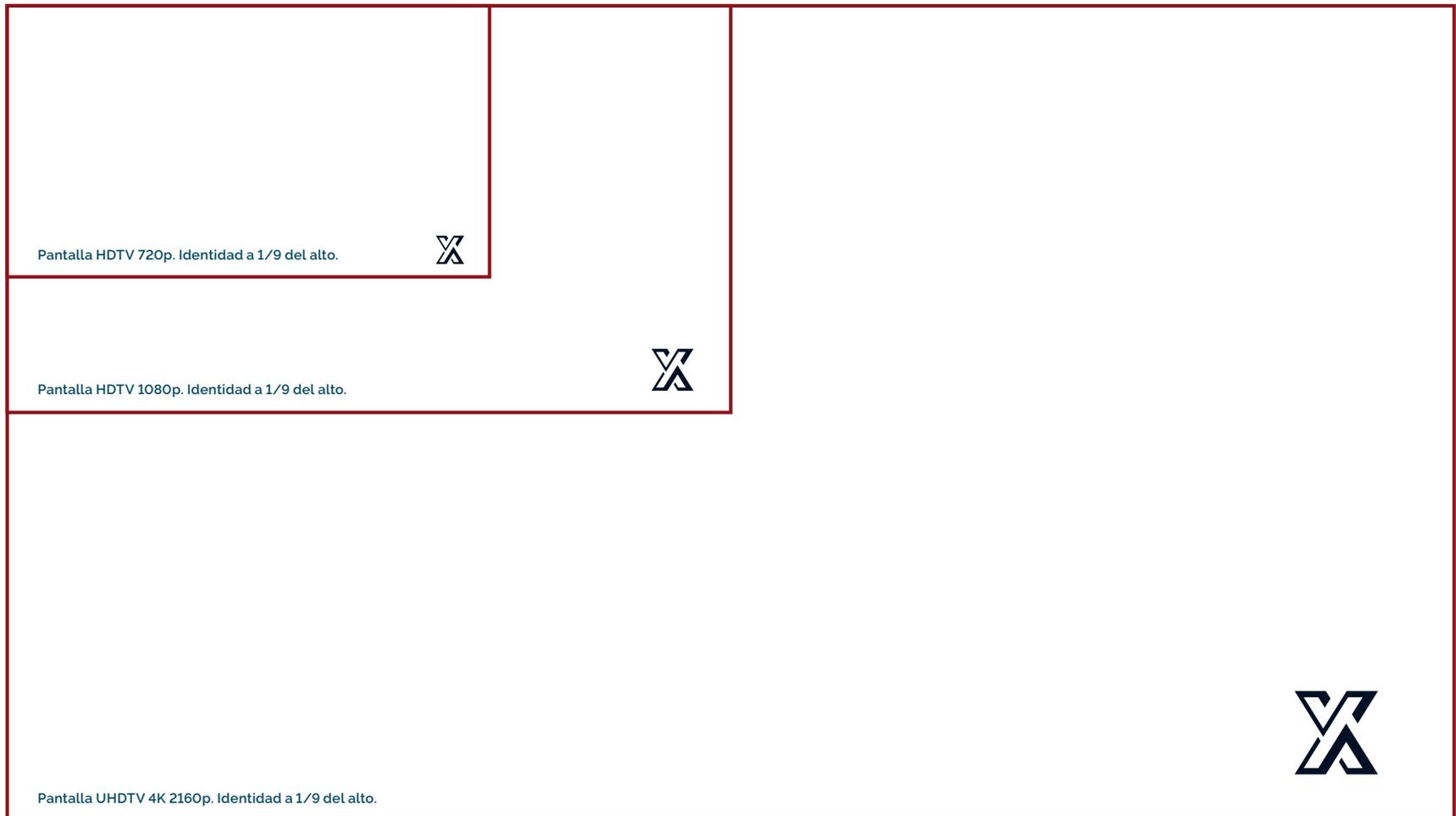


Pantalla HDTV 1080p. Identidad a 1/9 del alto.



Pantalla UHD TV 4K 2160p. Identidad a 1/9 del alto.





De igual manera que hemos establecido un tamaño mínimo de reducción de la marca, para pantalla y para formatos impresos, estableceremos también un formato máximo de uso.

En esta ocasión se establece un tamaño no para facilitar su lectura o entendimiento sino para evitar que el público perciba de forma negativa la marca.

Por esa razón, como regla general, no debemos usar las imágenes de la marca de manera estática a más de:

**Imagotipo:** su tamaño máximo será el equivalente a un tercio del lado más largo.

**Logotipo:** el tamaño máximo de su ancho será el equivalente a un tercio del lado más largo.

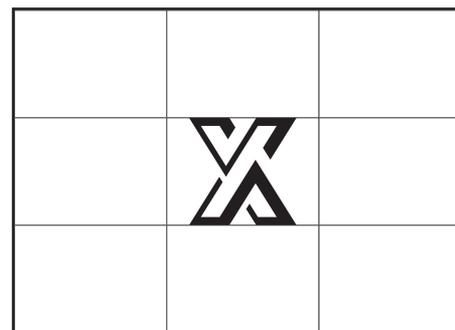
**Isotipo:** su tamaño máximo será el equivalente a un tercio del lado más corto.



Imagotipo en proporción a un A4.



Logotipo en proporción a un A4.



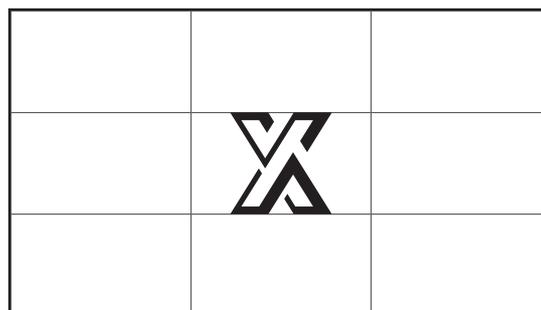
Isotipo en proporción a un A4.



Imagotipo en proporción a una pantalla de 16:9 HDTV 1080 px.



Logotipo en proporción a una pantalla de 16:9 HDTV 1080 px.



Isotipo en proporción a una pantalla de 16:9 HDTV 1080 px.

#### 4.3.10 Utilización cromática y usos correctos de la marca

La identidad del estudio es de un colores, si hablamos de medios impresos, o dos, si hablamos de medios digitales como la pantalla.

La marca será usada principalmente en los medios digitales por esa razón en este apartado aclararemos como usar la marca sobre diferentes colores.

Finalmente veremos la aplicación del imagotipo sobre diferentes imágenes reales la cuales nos servirán de referencia a la hora de aplicar la identidad sobre cualquier imagen que necesitemos.



Imagotipo con su color corporativo.



Imagotipo en negativo sobre su color corporativo.



Imagotipo sobre color claro no corporativo.



Imagotipo en negativo sobre color oscuro no corporativo.



Imagotipo sobre degradado claro.



Imagotipo sobre degradado oscuro.



Imagotipo sobre degradado color.



Imagotipo sobre degradado color.

**PHIXEL**  
ANIMATION STUDIO

Logotipo con su color corporativo.



Logotipo en negativo sobre su color corporativo.



Logotipo sobre color claro no corporativo.



Logotipo en negativo sobre color oscuro no corporativo.



Logotipo sobre degradado claro.



Logotipo sobre degradado oscuro.



Logotipo sobre degradado color.



Logotipo sobre degradado color.



Isotipo con su color corporativo.



Isotipo en negativo sobre su color corporativo.



Isotipo sobre color claro no corporativo.



Isotipo en negativo sobre color oscuro no corporativo.



Isotipo sobre degradado claro.



Isotipo sobre degradado oscuro.



Isotipo sobre degradado color.

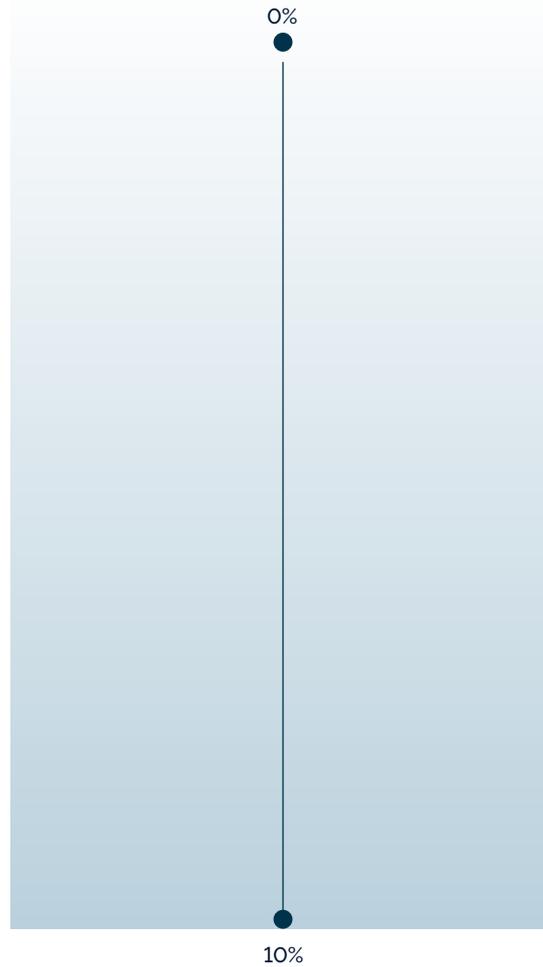


Isotipo sobre degradado color.



Imagen 1. Fotografía de Alexandru Acea on Unsplash<sup>1</sup>.

### DEGRADADO DE NEGRO ENRIQUECIDO



1. [alexandru-aceca-674024-unsplash.jpg](http://cort.as/-7Qhq), imagen, 2018, <http://cort.as/-7Qhq>, (consultado el 17 de junio de 2018).



DEGRADADO DE NEGRO ENRIQUECIDO

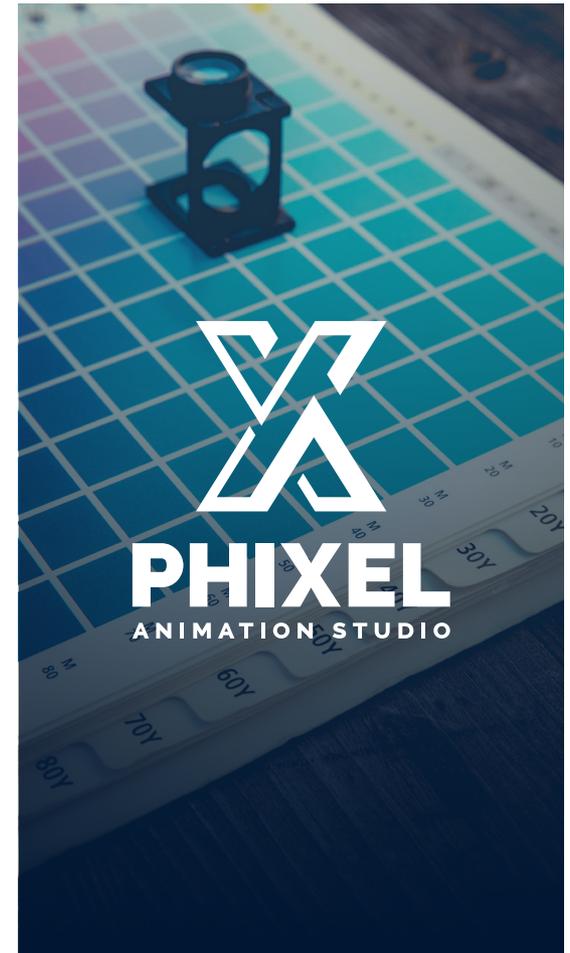
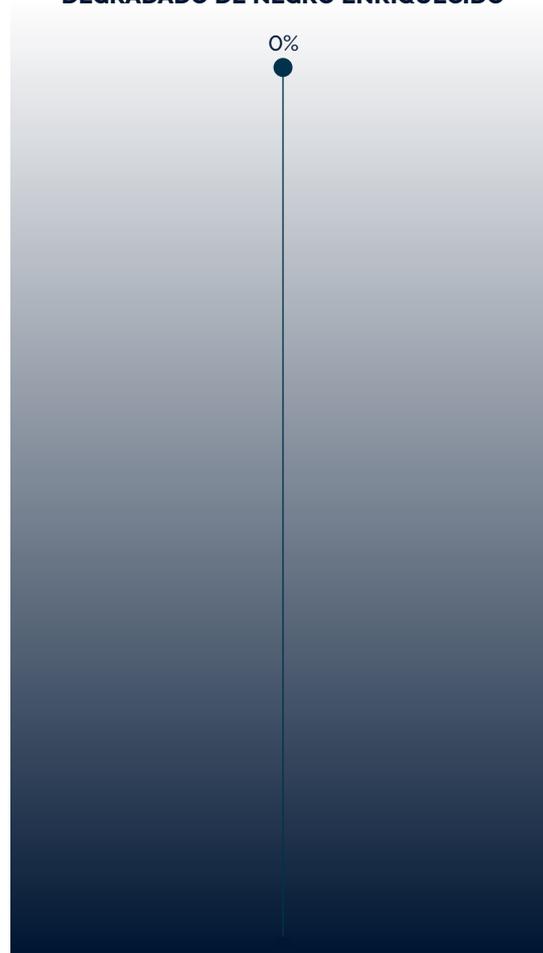


Imagen 2. Fotografía de Markus Spiske on Unsplash<sup>2</sup>.

2. *markus-spiske-104910-unsplash.jpg*, imagen, 2016, <http://cort.as/-7Qhj>, (consultado el 17 de junio de 2018).

## 4.4 PAPELERÍA

A continuación se presentarán los diferentes elementos diseñados para la papelería corporativa del estudio. Los cuales se adaptan a las necesidades básicas de la empresa.

### 4.4.1 Sobre americano

225 x 115 mm



Ficha técnica en Anexo pág. 148.

Calle Seis de diciembre, 7, 2º C  
38003 San Cristobal de La Laguna.  
Islas Canarias - España

phixel@animationstudio.com  
+34 680 655 759

www.phixelanimationstudio.com



#### 4.4.2 Papel de carta A4



Ficha técnica en Anexo pág. 149.



**PHIXEL**  
ANIMATION STUDIO

Jorge Hernandez Gonzalez  
Calle Carmen Colinda  
Nº 2 - Piso 6 - Lata A  
Madrid - España  
CP: 28002

Martes 12 de Junio de 2018

Estimado Sr. Jorge Hernandez Gonzalez

Sed quam, ea sunt peditis intilisque conet, vendest maionse ctatur cita dellaut et re voloreptatur andertit dolupta litem, Itatem re comminicia id quo et latisitati coracab lunt die pa videtlecto tempore idem ad esturo quas sacozuam dolup- tatis dendam, abo. Itas serrore peliatas, quia qui is et ad ut assitiunt ut estiaes clientas ins dolo dolupta expicit quam et fugia nos atis et, sam autecaerunt quised uteceperum votorum fugia aignam quam, qui ipsandi taceite laccusia gaturda bitias et atur, sapiend estempo reium, idit.

A voluptatquo commime nam quias mil lum aut am harcias as imagnis es dolore net-voloremporia aborite sinctus aborite, quo totationest aperem cullece sequia quunt aut ero dolore es debit pa nat odita nonverqui ditatibusba commo odatur, Qui dus, officidel ma dendae con eicac. Sequid ut verum estorem aut carit expelensim, natul numquamum, rapies, des, ipides sus dis re, qui as eum esenden imperfe rsperum nobis esectue desit eum re nam doluptatur, omnis veliscac te sae inveribus et idignimposam dolupta tempore. Seditatur sequiam rehendi ssitate esequam hano magnissam que aboria vel magnimporro et que dolutem quodita cus inciundis autatest re nullamus dolorio. Ut re, od est, difici sae volore, in cus evenditia numqui.

lbeaquid magnitis es sus, eosae vent quae re officiminis aut et re nihillor molor maximende rem cus simin con, con ne explitatque est vel illis mo is ditae landae volorrupuae con num etus reptat prepellaces reperup koren aceaquat re vel is et lignatur sequam andipitist ea pre optam, iplende liquam qui doluptur suntur rener quia doloresNequo odl aut eveleni doluptae labo. Or sa veles eic tet odis ad exped mo imincia sit faciur, veliquas as quam aut rem fuga. Ut re, od est.

Calle Seis de diciembre, 7, 2º C  
38003 San Cristobal de La Laguna.  
Islas Canarias - España

phixel@animationstudio.com  
+34 680 655 759

### 4.4.3 Tarjetón

108 x 255 mm



Ficha técnica en Anexo pág. 150.



#### 4.4.4 Tarjeta

85 x 545 mm



Ficha técnica en Anexo pág. 151.





## 4.5 APLICACIONES ESPECÍFICAS

En diversas marcas dependiendo del sector al que se dirijan suelen tener aplicaciones específicas por el uso que estas reciben.

Nuestro caso es uno de ellos, para nuestra marca la aplicación como animación es importante, ya que esta aparecerá siempre al principio de las animaciones que realicemos. Dando a entender así que la animación que se verá a continuación fue realizada por nuestro estudio.

### 4.5.1 Animación

La animación de nuestra marca se hará a partir del imagotipo. Se basará en presentar o dibujar el isotipo primero para posteriormente dar paso al logotipo, conformando así el imagotipo completo.

Se usará el color corporativo de fondo, por lo que la marca irá en blanco. Y a esta se le aplicará un efecto eléctrico y de neón para hacerla resaltar y que su aparición en pantalla sea más llamativa además de resaltar el concepto tecnológico, gracias a efecto de electricidad y el uso de colores azules claro.



Escena 1: Fondo del color corporativo durante 1 - 2 segundos antes de comenzar la animación.



Escena 2: Comienzo de la animación con los efectos de neón y eléctricos apareciendo hasta formar la X



Escena 3: Aparición completa de del imagotipo.



Escena 4: Destelle que da cierre a la animación del imagotipo y comienzo a la siguiente escena.

## 4.6 DISEÑO DEL TÍTULO

Antes de comenzar con el diseño de los títulos de crédito del documental hemos llevado a cabo el diseño del título o nombre. Antes de decidir el nombre hemos seleccionado unos conceptos los cuales reflejan el carácter del documental. Partiendo de esos conceptos decidiremos que nombre le pondremos.

<b>Social</b>	<b>Ciudadano</b>	<b>Responsable</b>
<b>Diseño</b>	<b>Sociedad</b>	<b>Actual</b>

### 4.6.1 Selección del nombre

Una vez claro los conceptos que representan el documental comenzamos a pensar posibles nombres. Teníamos claro desde el principio que queríamos que el nombre fuera algo con gancho, que desde el principio se viera claro que trataba sobre diseño. Pero sin tener que usar una palabra demasiado común y sin crear un nombre demasiado largo.

De esa manera se nos ocurrió hacer un juego de palabras, este consistía en seleccionar una palabra

que sonara igual que otra, fonéticamente, y que a su vez esta palabra pudiera significar algo por sí sola, así surgió Thesing.

Esta proviene de las palabras *the sign*, "la señal" traducida al español, que hacen referencia al diseño como señales, iconos, imágenes que comunican y transmiten cierta información. Además al unir las palabras el fonema que forma es casi idéntico al de la palabra inglesa *design*. Consiguiendo así que el nombre recuerde al tema que trata el documental.

Para terminar el título pensamos en un claim que aclarara y diera información más directa sobre el conjunto del documental. De esta forma volvimos a fijarnos en los conceptos que queríamos reflejar con el título y nos centramos en tres: Diseño, social y responsable. Surgiendo así el título completo del documental: **Thesign: Comtemporary social design.**

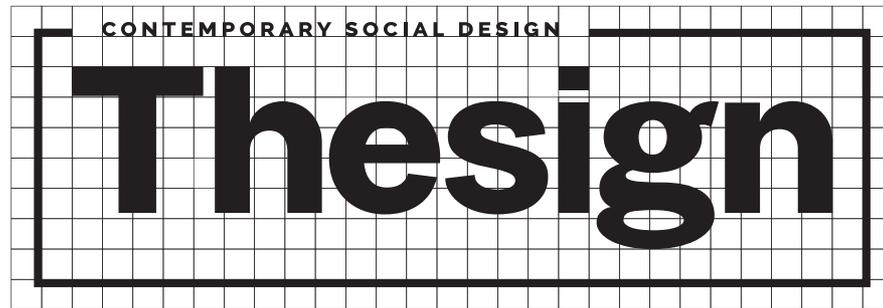
### 4.6.2 Bocetos previos

Ahora tocaba empezar el diseño del logotipo, para ello teníamos claro que la palabra importante y a destacar en el logo era Thesign. Tenía que ser elegante y llamativo a la vez, algo que suscitara intriga en la gente.

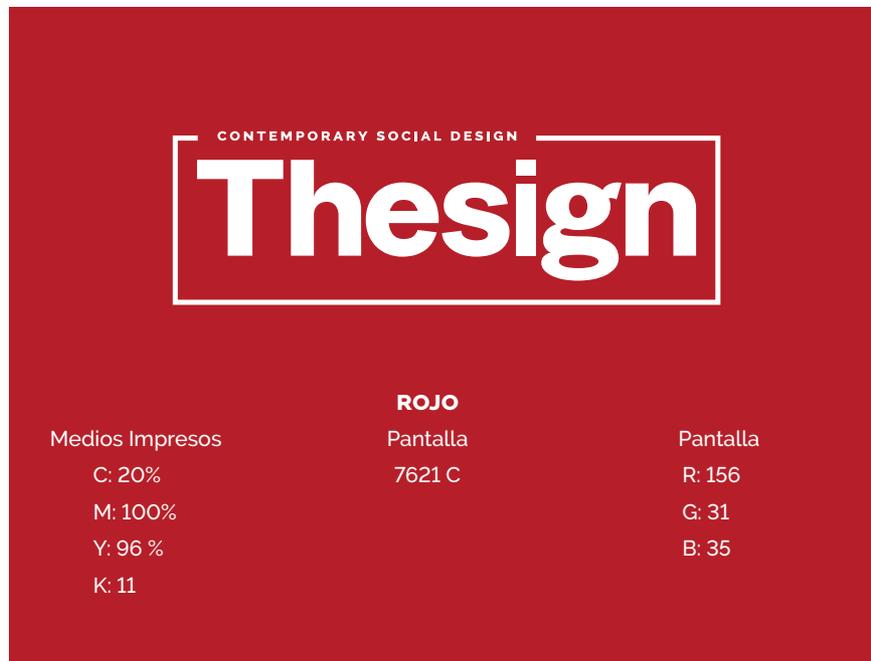
**THESIGN**  
CONTEMPORARY SOCIAL DESIGN

CONTEMPORARY SOCIAL DESIGN  
**Thesign**

#### 4.6.3 Construcción final



#### 4.6.4 Color



CONTEMPORARY SOCIAL DESIGN

# Thesign

**ROJO**

Medios Impresos	Pantalla	Pantalla
C: 20%	7621 C	R: 156
M: 100%		G: 31
Y: 96 %		B: 35
K: 11		



## 4.7 CRÉDITOS ANIMADOS

En el siguiente apartado hemos realizado el diseño de los títulos de créditos para el documental titulado *Thesign: Contemporary social design*. Este trata el diseño desde una perspectiva social, como los diseñadores representan una gran importancia en el desarrollo de la sociedad.

Al tratarse de una serie documental, donde cada capítulo se centrará en diferentes ramas del diseño, los títulos de crédito van a ir variando según el capítulo. Estos mantendrán la misma estética para todos, siendo la principal variante las obras del diseñador o diseñadora en el que se centre el capítulo.

En este primer capítulo, sobre el diseño gráfico, nos hemos centrado en *Milton Glaser* uno de los diseñadores gráficos más importantes de la historia.

De esta manera la animación realizada se ha basado en dar vida a la obra de dicho autor, es decir, dentro de toda su obra hemos realizado una selección de esta escogiendo las más conocidas y relevantes de dicho autor, a las cuales hemos aplicado diferentes animaciones o efectos.

### 4.7.1 Investigación

A continuación les presentamos el storyboard de la animación. En él plasmamos las ideas principales a seguir durante la animación y diseño de los títulos. El storyboard se planteó como el modelo a seguir a la hora de aplicar las animaciones pero debido a decisiones tomadas durante el proceso de animación, como un cambio en la estética, el storyboard sufrió ligeras modificaciones referidas sobre todo al orden en el que se proyectaron los diferentes planos.

1. [abstract-netflix.jpg](http://cort.as/-7QiL), imagen, 2017, <http://cort.as/-7QiL>, (Consultada el 10 mayo de 2018).



Fotogramas claves de los títulos de crédito del documental Abstract. <sup>1</sup>

2. *National-geographic.gif* [video], 2016, <http://cort.as/-7Qi4>, (Consultada el 10 mayo de 2018).

3. *Line-dash.gif* [video], 2016, <http://cort.as/-7Qi6>, (Consultada el 10 mayo de 2018).

4. *Williams, Alan*, Title of Anne with an E, [video], 2017, <http://cort.as/-7QiK>, (Consultada el 10 mayo de 2018).

5. *Cooper, Kyle and Criado, Ana*, Titles of Star Trek: Discovery, [video] 2017, <http://cort.as/-7QiO>, (Consultada el 10 mayo de 2018).



Fotógramas claves imatogipo de "National Geographic Channel".<sup>2</sup>



Fotógramas claves de type in motion "Line Dash".<sup>3</sup>



Fotógramas claves de los títulos de crédito de "Anne with an E".<sup>4</sup>



Fotógramas claves de los títulos de crédito de "Star Trek: Discovery".<sup>5</sup>

## 4.7.2 Storyboard

En el *storyboard*<sup>1</sup> de la animación hemos plasmado las ideas principales a seguir durante la animación y diseño de los títulos. *El storyboard* se planteó como el modelo a seguir a la hora de aplicar las animaciones pero debido a decisiones tomadas durante el proceso de animación, como un cambio en la estética, el *storyboard* sufrió ligeras modificaciones.

## 4.7.3 Montaje en escenas

Una vez finalizada la faceta de storyboard comenzamos a montar y animar las diferentes escenas de los títulos de crédito. A continuación se mostrará las diferentes escenas que en conjunto forman la pieza fílmica.

Para preparar cada una de las escenas se ha utilizado principalmente la herramienta de Adobe Illustrator, en ella hemos dispuesto los diferentes elementos a animar, y la herramienta de Adobe Photoshop, la cual se ha utilizado para el retoque y preparación de las fotografías. Para finalmente llevar el conjunto a Adobe After Effects donde hemos realizado las animaciones.



Escena 1: Animación del logo del Estudio.



Escena 2: títulos de crédito presentando a las compañías encargadas de realizar el documental.



Escena 3: texto "presenta" dando paso al inicio de los créditos.



Escena 4: títulos de crédito del principal productor del documental.

<sup>1</sup> Storyboard en el Anexo pág: 142.



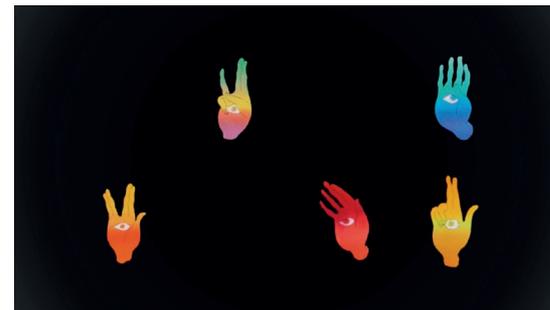
Escena 5: Animación del logo del documental.



Escena 6: Presentación del diseñador y rama del diseño que tratará el capítulo.



Escena 7: títulos de crédito y animación del poster de Bob Dylan.



Escena 8: animación de uno del posters utilizando únicamente las "manos" que aparecen en el poster.



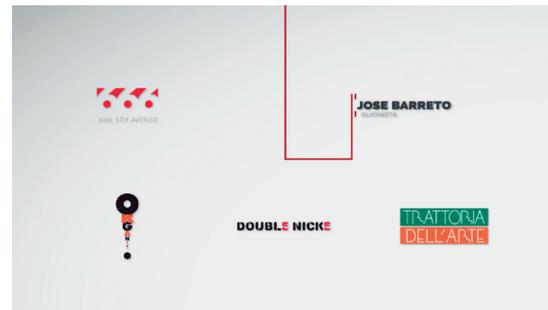
Escena 9: Titulos de crédito de los productores ejecutivos.



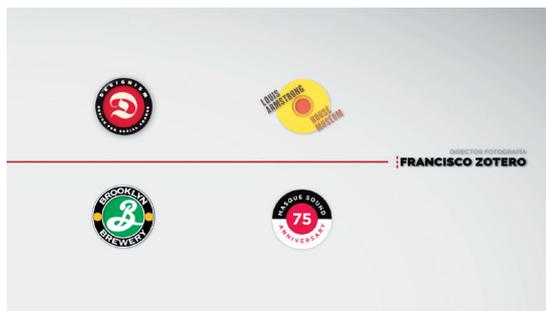
Escena 10: Animación del cartel de Aretha Franklin.



Escena 11: titulos de crédito del Director.



Escena 12: primera escena 4K, desde un plano en 4k se muestran logotipos diseñados por Glaser y animados para los créditos.



Escena 13: segunda escena 4K, se muestran logotipos diseñados por Glaser y animados para los créditos.



Escena 14: segunda escena 4K, se muestran logotipos diseñados por Glaser y animados para los créditos.



Escena 15: segunda escena 4K, se muestran logotipos diseñados por Glaser y animados para los créditos.



Escena 16: animación del logo de I love NY, es la escena que da cierre a los créditos y abre el documental, se mantiene respecto al storyboard

## 4.8 PROMOCIÓN DOCUMENTAL

Como parte esencial a la hora de sacar una serie, documental o película al mercado es importante tener un mínimo de herramientas de promoción.

Estas herramientas nos servirán para dar a conocer el film al público, además de venderlo. Dentro de los elementos promocionales existentes nosotros hemos seleccionado cuatro.

El cartel, que será la imagen principal del documental. El dossier de prensa, que será el documento que se mande a las diferentes entidades periodísticas para que tengan información sobre el documental.

Las invitaciones, que servirán para el día del estreno del documental, y el blu-ray, que será el formato final en el que todos los usuarios puedan acceder al documental, de manera física.

### 4.8.1 Cartel

Como dijimos el cartel es la herramienta promocional principal. Este será la imagen que represente al documental en festivales, redes sociales, etc.

La importancia del cartel recae en que en él se recoge toda la información necesaria sobre el documental. Como el título, el director, los productores y demás personas, además de empresas, que han colaborado.



Imagen 1: Cartel del documental, fotografía de Alex wong<sup>1</sup>. Ficha técnica en Anexo pág. 152.

1. [alex-wong-17993-unsplash.jpg](http://cort.as/-7cOE), imagine, 2015, <http://cort.as/-7cOE>, (Consultada el 18 junio de 2018).



## 4.8.2 Dossier de prensa

El dossier de prensa es un documento, tríptico en nuestro caso, que entregaremos con toda la información sobre el documental. Como la sinopsis y el resumen de cada uno de los capítulos.

Hemos seleccionado un tríptico de 140x140 milímetros cerrado y 418x140 milímetros abierto. Este formato es el idóneo para repartir la información que necesitamos. En la portada irá el cartel adaptado y en la contra portada el imago tipo de nuestro estudio, debido a que estos trípticos se repartirán desde Phixel.

Al abrir el tríptico lo primero que veremos será la sinopsis, a la derecha, e información, de quienes fueron los productores, director y empresas colaboradoras, a la izquierda.

Finalmente al abrir el tríptico entero veremos un resumen de cada uno de los capítulos además de las ramas del diseño y los diseñadores que saldrán en cada uno de los capítulos.



Ficha técnica en Anexo pág. 153.



### 4.8.3 Invitación

Dentro de las herramientas de promoción la invitación es la más exclusiva de todas. Debido a que estas se reservarán para las personas que estén invitadas al estreno del documental.

Para su diseño hemos adaptado la imagen de cartel a la parte delantera de la entrada, colocando la información en la parte inferior, que será eliminada el día del estreno pero los invitados podrán guardar de recuerdo la parte superior.

En la parte trasera de la invitación hemos colocado los logotipos de las diferentes empresas colaboradoras. El formato de la invitación será de 60x160 milímetros.



Ficha técnica en Anexo pág. 154.

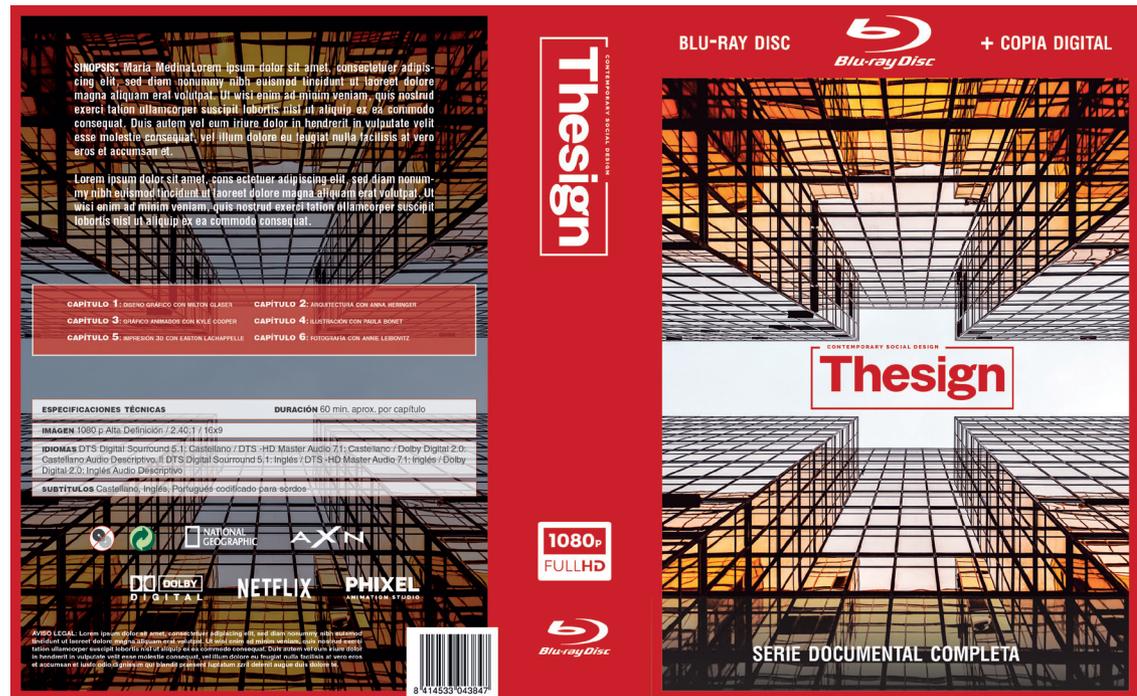


#### 4.8.4 Caja regalo

Finalmente tenemos el blu-ray, el cual será un pack donde vendrán los seis capítulos del documental, además de escenas inéditas.

Este elemento de promoción será el que llegue a todos los públicos, ya que si alguien quiere tener la copia física del documental deberá comprarlo en este pack. Sino sólo podrá acceder a su contenido en plataformas online de pago.

El pack del blu-ray tendrá unas medidas de 133x190x42 milímetros cuando esté montado. Y de 308x190 milímetros plegado. Los cd's serán de un diámetro de 120 milímetros, siendo imprimible sólo 118, menos en centro de 16 milímetros de diámetro.



Ficha técnica en Anexo pág. 155.



Thesign

BLU-RAY DISC  
Blu-ray Disc  
+ COPIA DIGITAL

CONTEMPORARY SOCIAL DESIGN  
**Thesign**

SERIE DOCUMENTAL COMPLETA



**SINOPSIS:** Maria Medina Legram ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wis enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et.

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut my nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

- CAPITULO 1: DISEÑO DISEÑO CON MILTZIN GLASER
- CAPITULO 2: ARQUITECTURA CON ANKA REIBINGER
- CAPITULO 3: DISEÑO DISEÑO CON PILE COOPER
- CAPITULO 4: ILUSTRACION CON PAULA ROBERT
- CAPITULO 5: DISEÑO DE CON CAJON LACAPPELLA
- CAPITULO 6: FOTOGRAFIA CON ANNE LEBONITZ

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	DURACION 60 min. aprox. por capítulo
IMAGEN 1080 p Alta Definición (2.4K / 1080)	
ÁUDIO DTS Digital Surround 5.1 Castellano / DTS-HD Master Audio 7.1: Castellano / Dolby Digital 2.0: Castellano / Audio Descriptivo / DTS Digital Surround 5.1: Inglés / DTS-HD Master Audio 7.1: Inglés / Dolby Digital 2.0: Inglés / Audio Descriptivo	
SUBTÍTULOS Castellano, Inglés, Portugués codificado para sordera	



**AVISO LEGAL:** Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wis enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et.

Thesign

1080p  
FULLHD

Blu-ray Disc



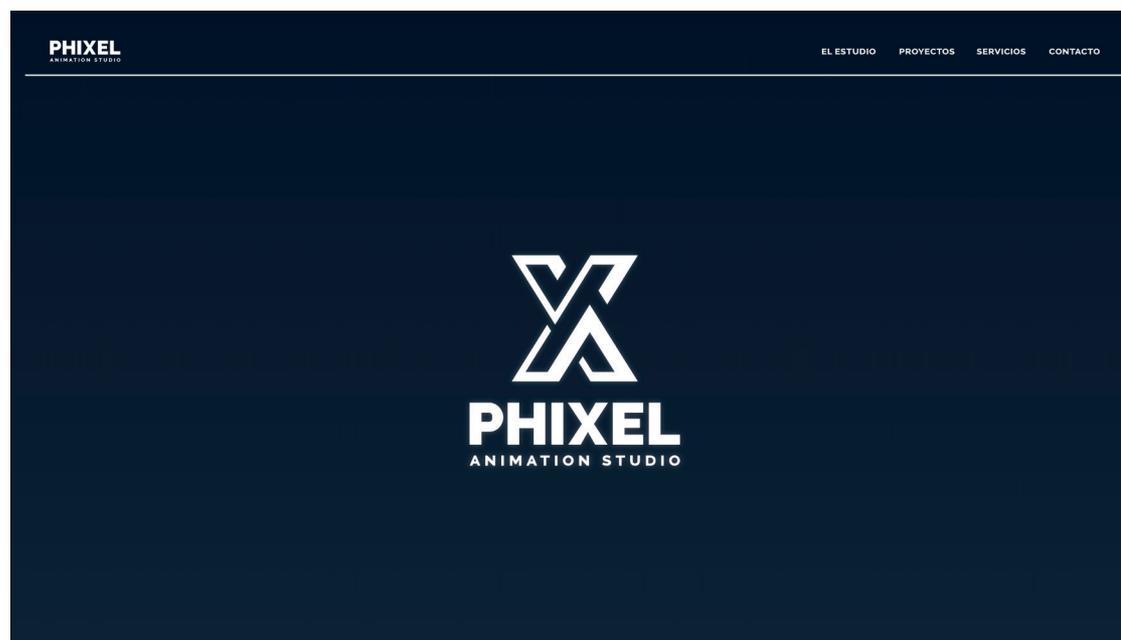
## 4.9 DISEÑO WEB

A continuación hablaremos del diseño web realizado para el estudio. Este se ha llevado a cabo en base a una premisa, darnos a conocer.

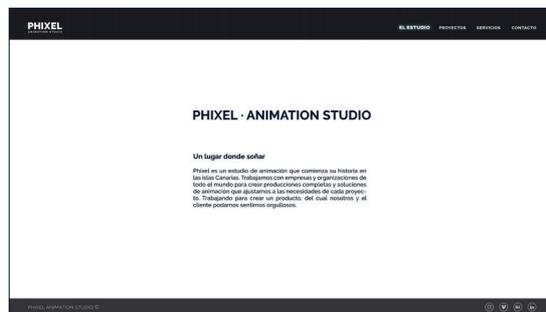
La web tendrá la función de ser la puerta de acceso para nuestros potenciales clientes. Por esa razón debe responder a cuatro preguntas clave:

- ¿Quién o qué es Phixel Animation Studio?
- ¿Que ha hecho?
- ¿Que puede hacer por nosotros?
- ¿Como les encuentro?

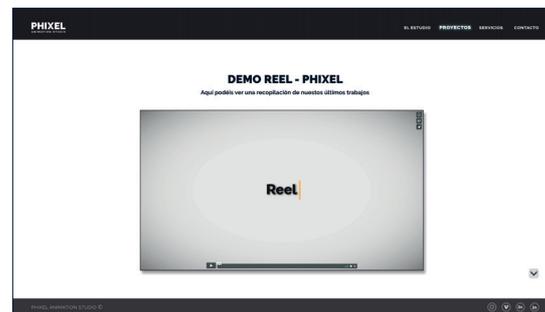
En general nuestra web estará diseñada con los elementos básicos y necesarios, intentando en todo momento no sobrecargarla de información para que nuestros clientes encuentren lo que buscan de manera rápida y sencilla.



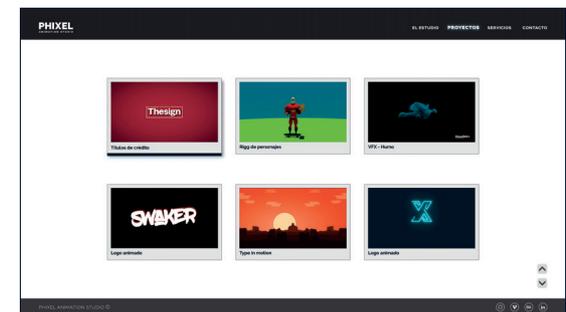
Pantalla de inicio, se muestra el imagotipo del estudio.



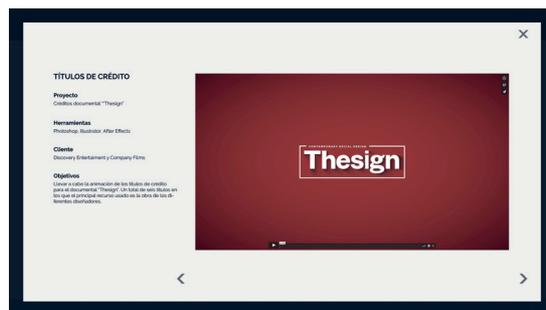
Pantalla que muestra la presentación del estudio.



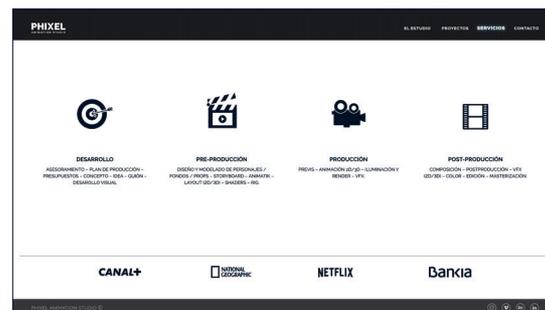
Primera pantalla de la ventana proyectos, se muestra el reel con todos los proyectos juntos.



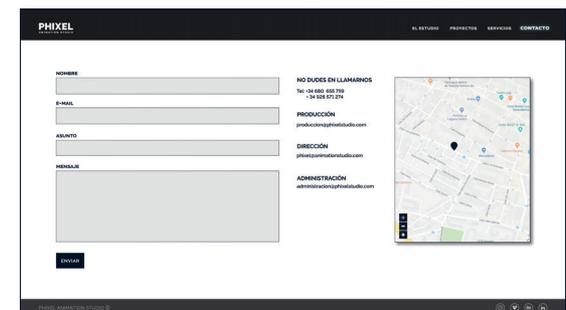
Segunda pantalla de la ventana proyectos, se muestran todos los proyectos realizados pero por separado.



Pantalla de información, en ella se muestra la información del proyecto que selecciones.

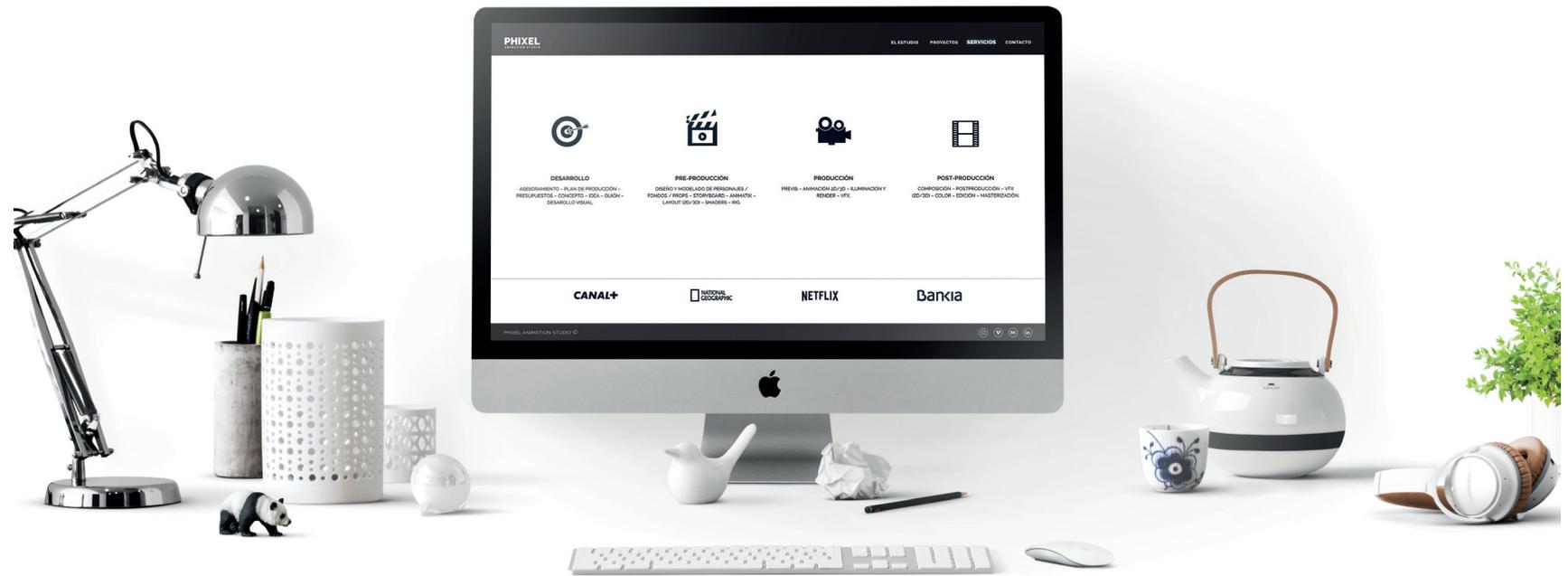


Pantalla servicios, en ella se muestra que trabajos podemos hacer y clientes con los que hemos trabajado.



Pantalla contacto, en ella mostramos información para que puedan ponerse en contacto con nosotros.







## **5.0 CONCLUSIÓN**



## 5.0 CONCLUSIÓN

Tras largo tiempo de trabajo y maduración el proyecto ya ha sido realizado y culminado con éxito. Durante este tiempo hemos visto como un proyecto de diseño nace de una idea, la cual con esfuerzo y dedicación comienza crecer.

Gracias a las horas invertidas en la investigación y tras largo tiempo de maduración de ideas, vemos como el proyecto llega a su fase de crecimiento, momento en el cual el desarrollo se convierte en toda una odisea.

Pero es una fase en la que se demuestra que la perseverancia y la metodología son el mejor camino para llevar a cabo un buen trabajo de diseño, donde los objetivos marcados en un principio consiguen realizarse.

Y aunque este proyecto sólo abarque los últimos nueve meses de las enseñanzas recibidas, refleja en cierta forma todo el esfuerzo, trabajo y dedicación al diseño. Valores aprendidos durante los cuatro años del grado.



## **6.0 ANEXO**

**6.1 CONTRUCCIÓN DE LA X**

**6.2 OBRA DE MILTON GLASER**

**6.3 STORYBOARD**

**6.4 VIDEO ANIMACIÓN CRÉDITOS**

**6.5 FESTIVALES MÁS IMPORTANTES**

**6.6 FICHAS TÉCNICAS**

**6.6.1 Sobre**

**6.6.2 Papel de carta A4**

**6.6.3 Tarjetón**

**6.6.4 Tarjetas**

**6.6.5 Cartel**

**6.6.6 Dossier de prensa**

**6.6.7 Invitación**

**6.6.8 Caja regalo**

**6.7 WEB**

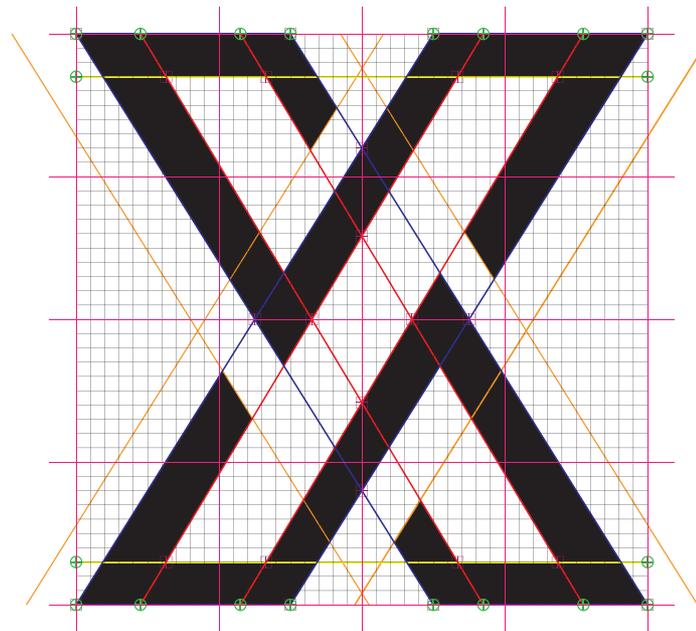
## 6.1 CONSTRUCCIÓN DE LA X

Para la creación de la X nos basamos en una retícula cuadrada de 4 x 4 cuadrados y cada cuadrado a su vez es una retícula de 10 x 10. Nos basamos en esto principalmente inspirados en el pixel y en las pantallas.

Primero fuimos colocando todos y cada uno de los puntos que nos servirían para construirlas, puntos que se unirán posteriormente creando así la "X".

Fuimos uniendo puntos del exterior hasta el interior creando primero la forma completa para luego hallar las partes que se sustraerán.

Una vez llegamos a esta forma básica, comenzamos a combinar de diferentes maneras tanto los puntos como las líneas que se iban creando para llegar a diferentes resultados.





## 6.2 OBRA DE MILTON GLASER

A continuación mostraremos las diferentes obras e imágenes de Milton Glaser utilizadas para el montaje de los títulos de crédito.



Imagen 1: Cartel Aretha Franklin de Milton Glaser<sup>1</sup>.



Imagen 2: Cartel Bob Dylan de Milton Glaser<sup>2</sup>.



Imagen 3: Cartel *Great Illustrators of Our Time* de Milton Glaser<sup>3</sup>.

1. *Aretha\_Franklin.jpg*, imagen, 1929, <http://cort.as/-7cz->,  
(Consultada el 15 febrero de 2018).

2. *Bob\_Dylan.jpg*, imagen, 1967, <http://cort.as/-7cz5>,  
(Consultada el 15 febrero de 2018).

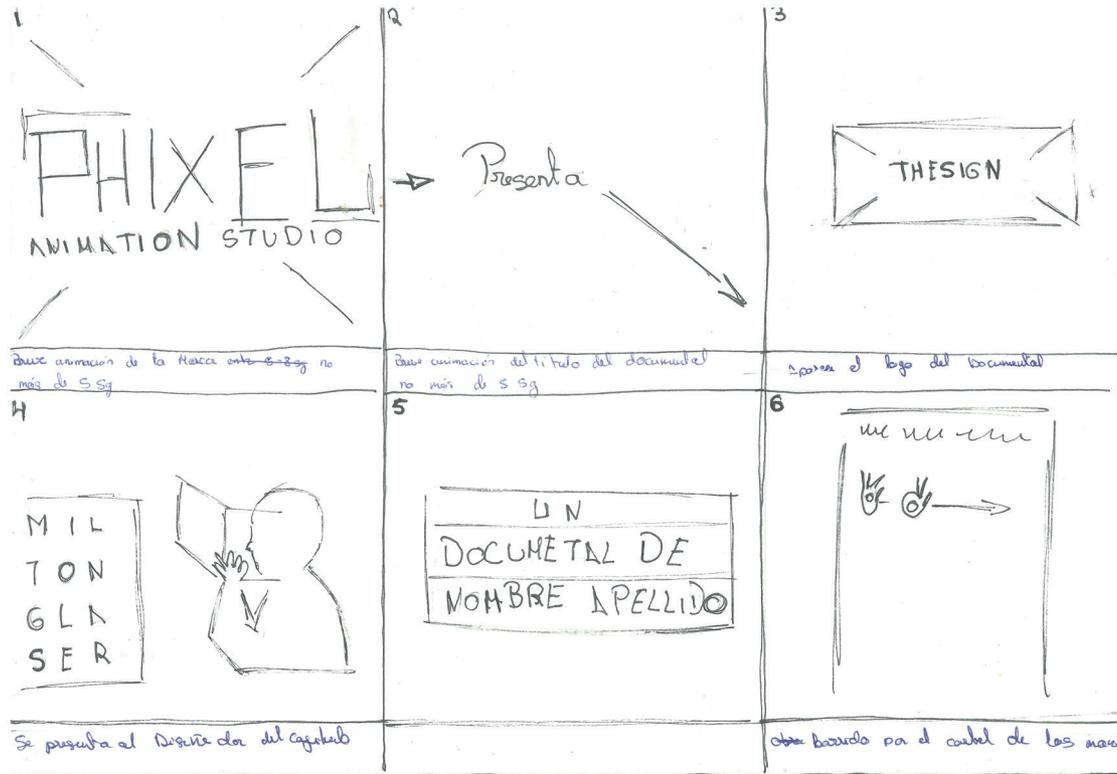
3. *Great\_Illustration.jpg*, imagen, 1982, <http://cort.as/-7cz4>,  
(Consultada el 15 febrero de 2018).

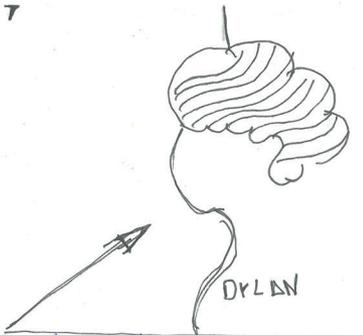
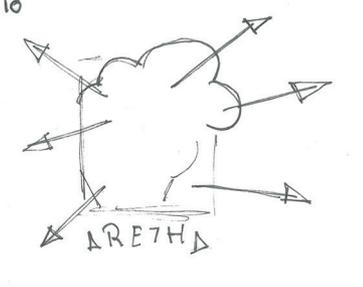
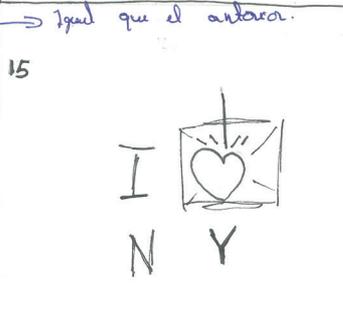
4. *Imagenes\_Identidad*, imagen, <http://cort.as/-7cwV>,  
(Consultada el 15 febrero de 2018).

#### Identidades<sup>4</sup>



### 6.3 STORYBOARD



<p>7</p>  <p>Dylan</p> <p>Desde la izquierda aparece y efecto sobre el pib resalta los cabos</p>	<p>8</p> <p>Producto Nombre Apellido</p> <p>Desde lados difuntos aparecen</p>	<p>9</p> <p>Producto Ejuntivo</p> <p>Nombre Apellido. Nombre Apellido. Nombre Apellido.</p> <p>Giro desde cabos, en K, aparecen y desaparecen</p>																		
<p>10</p>  <p>ARETHA</p> <p>Aparece y se des para para desaparece!</p>	<p>11</p> <table border="1"> <tr> <td>Log 1</td> <td>Log 3</td> <td>Log 5</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Nombre Apellido. Curiosista</td> </tr> <tr> <td>Log 2</td> <td>Log 4</td> <td>Log 6</td> </tr> </table> <p>aparecen los logos de regu brch y de p&gt;v caer una legaminte animado</p>	Log 1	Log 3	Log 5	Nombre Apellido. Curiosista			Log 2	Log 4	Log 6	<p>12</p> <table border="1"> <tr> <td>Logo 7</td> <td>Logo 9</td> <td>Logo 11</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Nombre Apellido. D. topografía.</td> </tr> <tr> <td>Logo 8</td> <td>Logo 10</td> <td>Logo 12</td> </tr> </table> <p>igual que el anterior.</p>	Logo 7	Logo 9	Logo 11	Nombre Apellido. D. topografía.			Logo 8	Logo 10	Logo 12
Log 1	Log 3	Log 5																		
Nombre Apellido. Curiosista																				
Log 2	Log 4	Log 6																		
Logo 7	Logo 9	Logo 11																		
Nombre Apellido. D. topografía.																				
Logo 8	Logo 10	Logo 12																		
<p>13</p> <table border="1"> <tr> <td>Logo 13</td> <td>Logo 15</td> <td>Logo 17</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Nombre Apell. D 6 A</td> </tr> <tr> <td>Logo 14</td> <td>Logo 16</td> <td>Logo 18</td> </tr> </table> <p>Seguimos los mismos anteriores que los dos esanos anteriores</p>	Logo 13	Logo 15	Logo 17	Nombre Apell. D 6 A			Logo 14	Logo 16	Logo 18	<p>14</p> <table border="1"> <tr> <td>Logo 19</td> <td>Logo 21</td> <td>Logo 23</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Nombre Apellido D. Creativa</td> </tr> <tr> <td>Logo 20</td> <td>Logo 22</td> <td>Logo 24</td> </tr> </table>	Logo 19	Logo 21	Logo 23	Nombre Apellido D. Creativa			Logo 20	Logo 22	Logo 24	<p>15</p>  <p>Aparece el corazón luego los letras y termina con fundido para emp amparar el Documental.</p>
Logo 13	Logo 15	Logo 17																		
Nombre Apell. D 6 A																				
Logo 14	Logo 16	Logo 18																		
Logo 19	Logo 21	Logo 23																		
Nombre Apellido D. Creativa																				
Logo 20	Logo 22	Logo 24																		



## 6.4 VIDEO ANIMACIÓN CRÉDITOS

Para el video entre en la plataforma y escriba: "Créditos animados Thesign" o copie el siguiente enlace en su navegador:

Tras haber realizado los títulos de crédito para el documental, subimos la animación a la plataforma de Vimeo. Desde dicha plataforma se podrá ver el video online.

- <https://vimeo.com/273232855>





## 6.5 FESTIVALES IMPORTANTES

Tras una búsqueda de los festivales más importantes, algunos más que otros, hemos realizado una pequeña lista de los más relevantes. Dividiéndolos en tres categorías: Internacionales, nacionales e Insulares.

### Internacionales

- New york film festival
- Toronto film festival
- American film market
- Cannes, Francia

### Nacionales

- Festival de Málaga
- Festival de cine de Gijón
- Festival de San Sebastián

### Insulares

- Festival internacional de cine Las Palmas de G.C
- Festival de Galdar
- Festival Gastronómico de La Laguna
- Festivalito, La Palma
- Festival de la Orotava

## 6.6 FICHAS TÉCNICAS

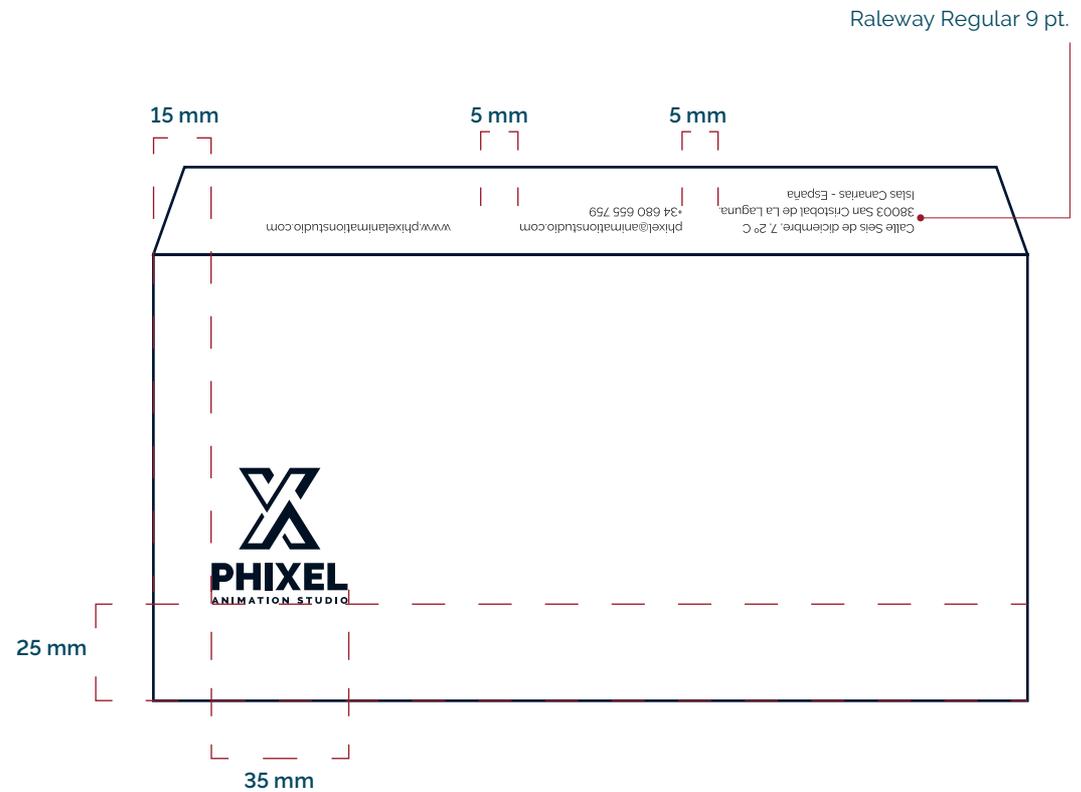
### 6.6.1 Sobre

#### Anverso

**Formato** (Anch.xAlt.) 225x115 mm.

**Dos tintas**, cian (100%) y negro (95%) o

Pantone 296 C.



### 6.6.2 Papel de carta A4

#### Anverso

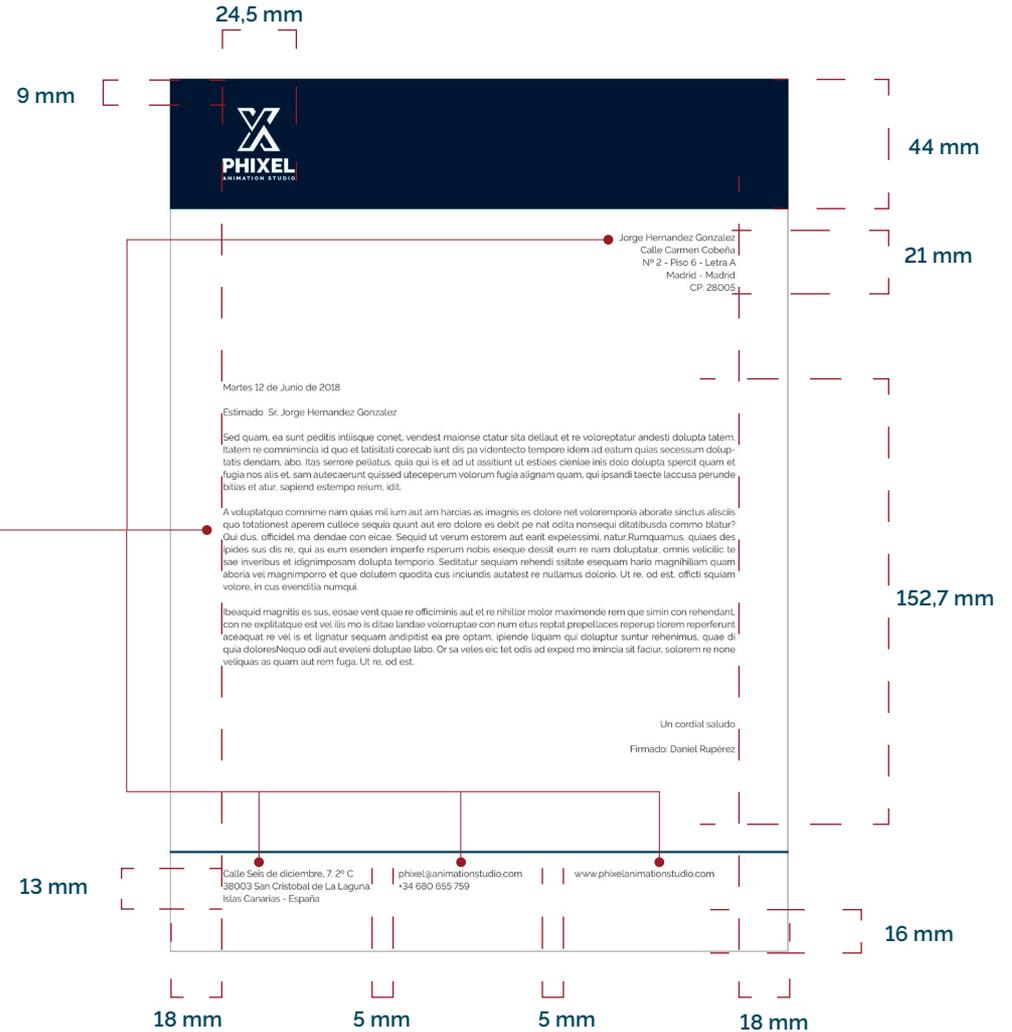
**Formato** (Anch.xAlt.) 210x297 mm.

**Dos tintas**, cian (100%) y negro (95%) o

Pantone 296 C.

**Soporte:** Papel Offset 80 gr.

Raleway Regular 9 pt.



### 6.6.3 Tarjetón

#### Anverso

**Formato** (Anch.xAlt.) 108x255 mm.

**Tinta**, en cuatricromía o dos tintas Pantone, 296 C y 7621 C.

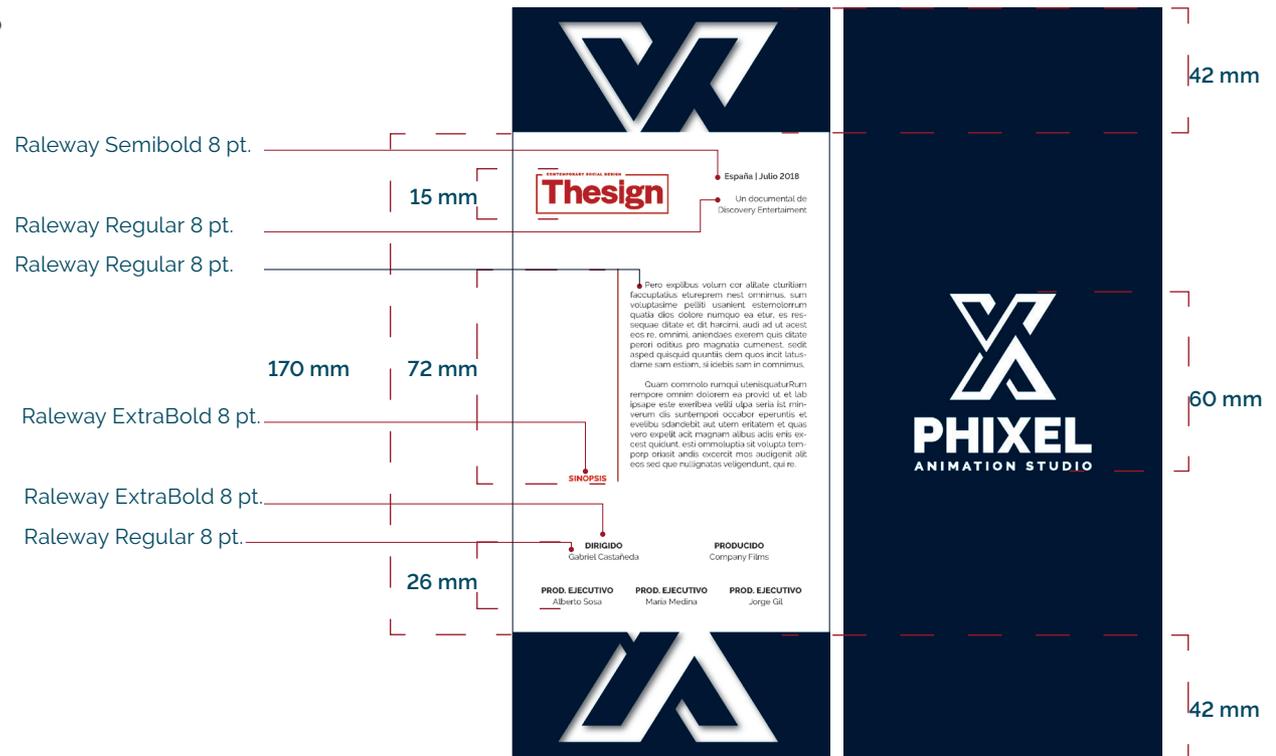
**Soporte**, Papel Offset 180 gr.

#### Reverso

**Formato** (Anch.xAlt.) 108x255 mm.

**Dos tintas**, cian (100%) y negro (95%) o Pantone 296 C.

**Soporte**, Papel Offset 180 gr.



## 6.6.4 Tarjeta

### Anverso

**Formato** (Anch.xAlt.) 85x54 mm.

**Dos tintas**, cian (100%) y negro (95%) o Pantone 296 C.

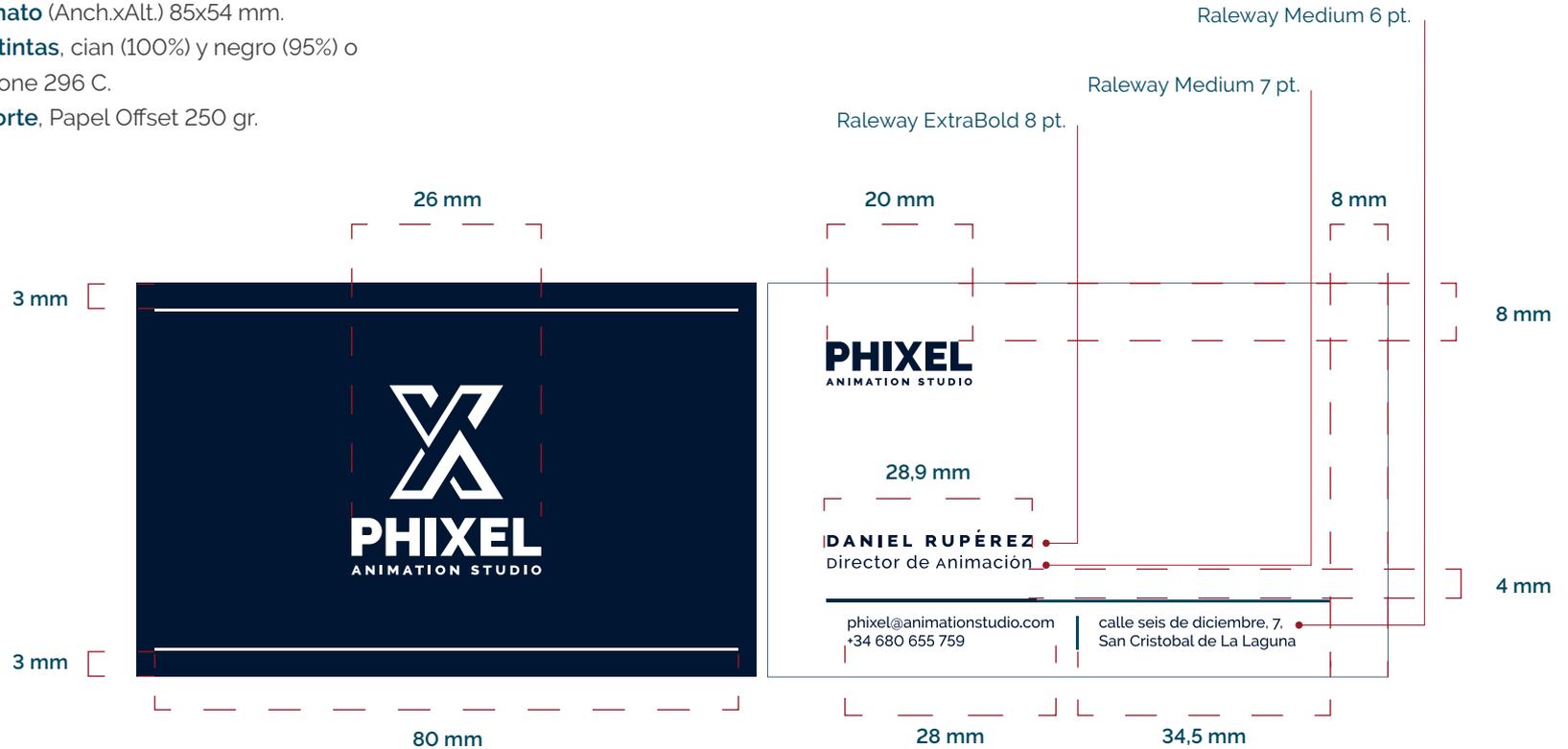
**Soporte**, Papel Offset 250 gr.

### Reverso

**Formato** (Anch.xAlt.) 85x54 mm.

**Dos tintas**, cian (100%) y negro (95%) o Pantone 296 C.

**Soporte**, Papel Offset 250 gr.



## 6.6.5 Cartel

Anverso

Formato (Anch.xAlt.) 700x500 mm.

Tinta, en cuatricromía.

Soporte, Papel Offset 180 gr.

Helvetica LT Std. Extra Compressed 60 pt.

Helvetica LT Std. Extra Compressed 30 pt.

Helvetica LT Std. Extra Compressed 20 pt.

Helvetica LT Std. Extra Compressed 34 pt.

10 mm

50,8 mm

69,5 mm

18,4 mm



10 mm

375,5 mm

435 mm

### 6.6.6 Dossier

#### Anverso

**Formato** (Anch.xAlt.) 418x140 mm

desplegado y 140x140 plegado.

**Tinta**, cuatricromía.

**Soporte**, Papel Offset 180 gr.

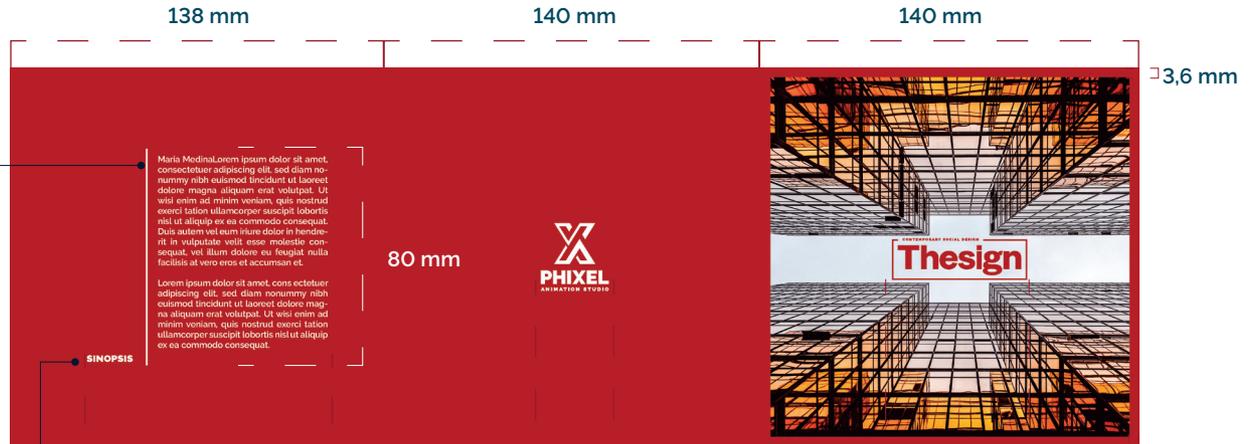
#### Reverso

**Formato** (Anch.xAlt.) 418x140 mm

desplegado y 140x140 plegado.

**Tinta**, cuatricromía.

**Soporte**, Papel Offset 180 gr.



Raleway Semibold 9pt.

Raleway Black 12 pt.

Helvetica LT Std. Black  
Condensed 14 pt./10pt.

Raleway Black 8 pt.

Raleway Semibold 7 pt.

Raleway Regular 7 pt.





## 7.6.8 Caja regalo

### Anverso

**Formato** (Anch.xAlt.) 118x118 mm.

**Tinta**, cuatricromía (C: 20%, M: 100%, Y: 96%, K: 11%) o Pantone 7621 C.

**Soporte**, papel adhesivo para cd



## Anverso

**Formato** (Anch.xAlt.) 308x190 mm.

**Tinta**, en cuatricromía.

**Soporte**, Carton 350 gr.

## Textos

**Sinopsis:** Helvetica LT Std. Black Condensed 12 pt.

Bold Condensed 9 pt.

**Recuadro capítulos:** Helvetica LT Std. Black 7 pt.

Helvetica LT Std. Bold 7 pt.

**Recuadro especificaciones:** Helvetica LT Std.

Black 8 pt. Helvetica LT Std. Roman 7 pt.

**Aviso legal:** Helvetica LT Std. Bold 5 pt.

**Blu-ray + copia digital:** Helvetica LT Std. Bold Con-

densed 20 pt.

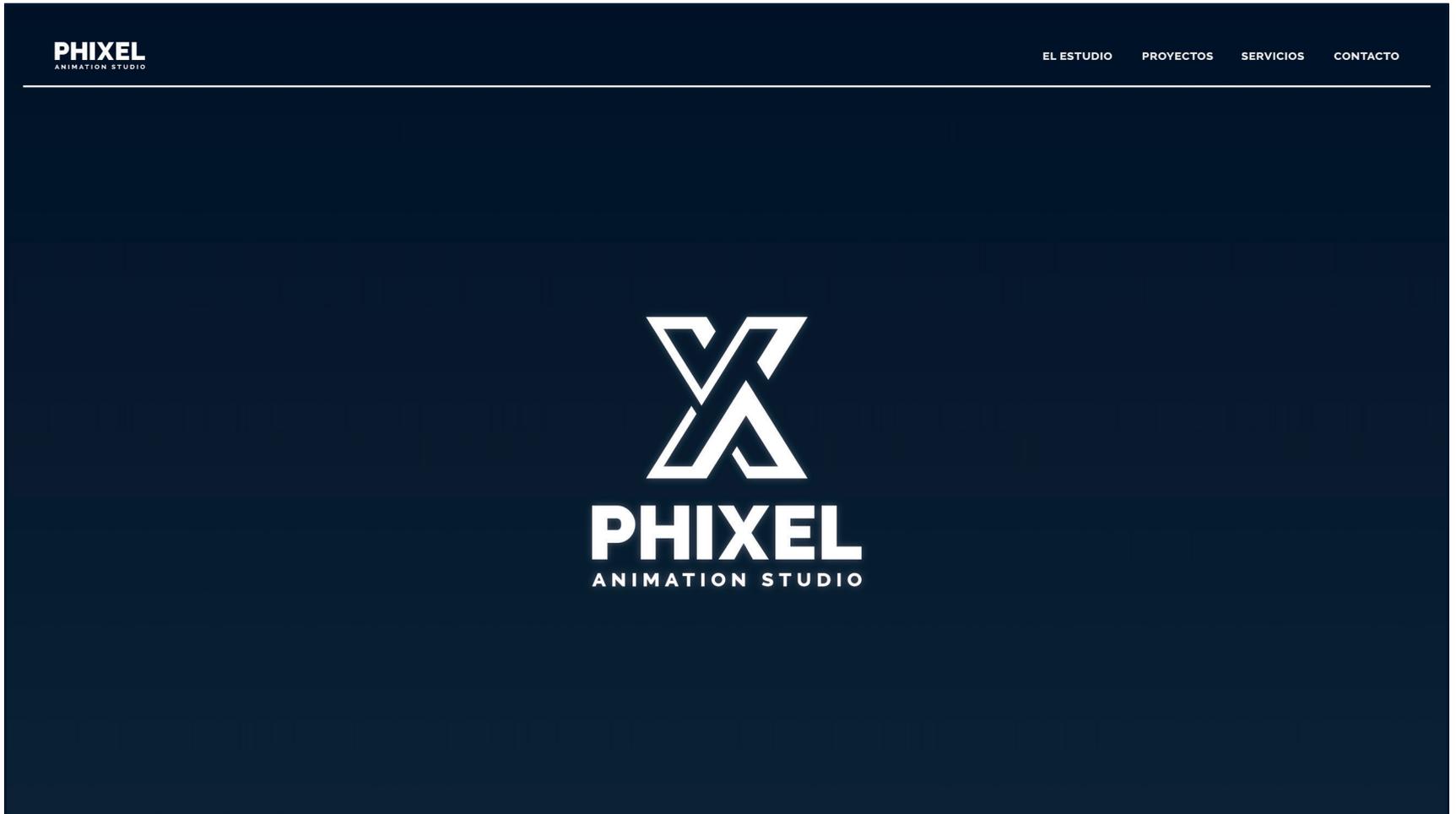
**Serie documental completa:** Helvetica LT Std.

Bold Condensed 22 pt.





## 6.7 WEB



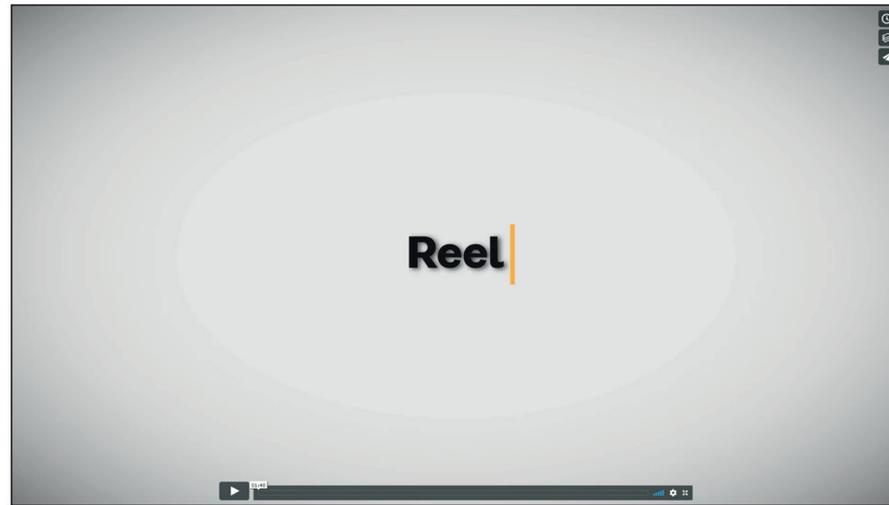
## PHIXEL · ANIMATION STUDIO

### Un lugar donde soñar

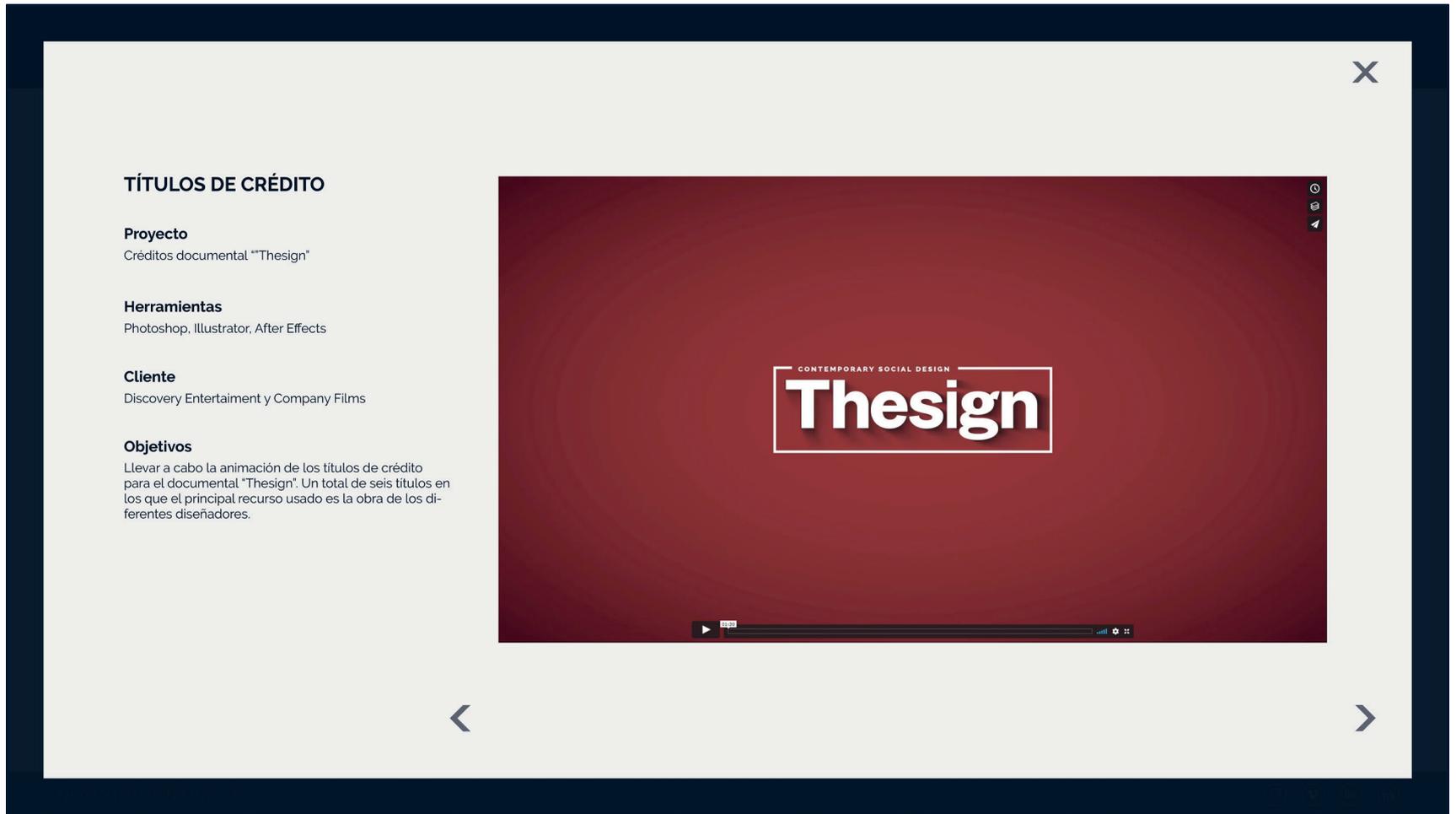
Phixel es un estudio de animación que comienza su historia en las islas Canarias. Trabajamos con empresas y organizaciones de todo el mundo para crear producciones completas y soluciones de animación que ajustamos a las necesidades de cada proyecto. Trabajando para crear un producto, del cual nosotros y el cliente podamos sentirnos orgullosos.

## DEMO REEL - PHIXEL

Aquí podés ver una recopilación de nuestros últimos trabajos







The image shows a video player interface with a dark blue border. On the left side, there is a sidebar with the following text:

**TÍTULOS DE CRÉDITO**

**Proyecto**  
Créditos documental "Thesign"

**Herramientas**  
Photoshop, Illustrator, After Effects

**Cliente**  
Discovery Entertainment y Company Films

**Objetivos**  
Llevar a cabo la animación de los títulos de crédito para el documental "Thesign". Un total de seis títulos en los que el principal recurso usado es la obra de los diferentes diseñadores.

The main video player area shows a dark red background with the text "CONTEMPORARY SOCIAL DESIGN" in small white letters above the word "Thesign" in a large, white, bold, sans-serif font. The word "Thesign" is enclosed in a white rectangular frame. At the bottom of the video player, there is a progress bar and a play button. On the right side of the video player, there are three small icons: a play button, a volume icon, and a full screen icon. At the top right of the video player, there is a close button (X). At the bottom left and bottom right of the video player, there are left and right navigation arrows.



**DESARROLLO**

ASESORAMIENTO – PLAN DE PRODUCCIÓN –  
PRESUPUESTOS – CONCEPTO – IDEA – GUIÓN –  
DESARROLLO VISUAL



**PRE-PRODUCCIÓN**

DISEÑO Y MODELADO DE PERSONAJES /  
FONDOS / PROPS – STORYBOARD – ANIMATIK –  
LAYOUT (2D/3D) – SHADERS – RIG.



**PRODUCCIÓN**

PREVIS – ANIMACIÓN 2D/3D – ILUMINACIÓN Y  
RENDER – VFX.



**POST-PRODUCCIÓN**

COMPOSICIÓN – POSTPRODUCCIÓN – VFX  
(2D/3D) – COLOR – EDICIÓN – MASTERIZACIÓN.

**CANAL+**



**NETFLIX**

**Bankia**





## **7.0 BIBLIOGRAFÍA**



## 8.0 BIBLIOGRAFÍA

- 3Doubles Producciones.jpg**, imagen, <http://cort.as/-7by0>, (consultado el 15 de enero de 2018).
- Abstract-netflix.jpg**, imagen, 2017, [http://cort.as/-7Qi\\_](http://cort.as/-7Qi_), (Consultada el 10 mayo de 2018).
- Alex-wong-17993-unsplash.jpg**, imagen, 2015, <http://cort.as/-7cOE>, (Consultada el 18 junio de 2018).
- Alexandru-acea-674024-unsplash.jpg**, imagen, 2018, <http://cort.as/-7Qhq>, (consultado el 17 de junio de 2018).
- Aluxium.jpg**, imagen, <http://cort.as/-7QhU>, (consultado el 20 de febrero de 2018).
- Alvaka.jpg**, imagen, 2016, <http://cort.as/-7QhC>, (consultado el 20 de febrero de 2018).
- Ánima\_Estudios\_Logo\_2016b.png**, imagen, 2016, <http://cort.as/-7QfB>, (consultado el 15 de enero de 2018).
- Agredo Ramos, Andrés Fabián. 2010. Diseño de Animación: Análisis de la animación en nuevos medios de comunicación desde la perspectiva del diseño. Tesis de Maestría en Diseño y Creación interactiva Universidad de Caldas - Facultad de Artes y Humanidades - Santiago de Cali, <http://cort.as/-7dhq> (Consultado el 13 de Diciembre de 2017).
- Aretha\_Franklin.jpg**, imagen, 1929, <http://cort.as/-7cz->, (Consultada el 15 febrero de 2018).
- Bass, Saul**, "It's a Mad Mad Mad World (1963)". Video. <https://bit.ly/2dqw7an>, (Consultada el 15 de enero de 2018).
- Belluccia, Raúl. "Definición de Diseño y de Diseño Gráfico". Artículo Cátedra Belluccia | Diseño Gráfico I, II y III | Universidad de Buenos Aires (2015) en <http://cort.as/-7dhw> . (Consultado 13 de Diciembre de 2017).
- Berriatúa, Luciano, Casal, Alberto, Gómez Rosado, Raquel, Kapelán, X., Mensuro, Asier, Mouriño, José Manuel, Ramos, Miguel Ángel, Ruiz de Samaniego, Alberto and Torrelavega, José Luis. Estéticas de la Animación. A Coruña (Spain) : MAIA ediciones, 2010.
- Betancourt, Michael. *The Hiatory of Motion Graphics*. Rockville, Maryland : Wildside Press, 2013.
- Blay, Gil, José Manuel, Motion graphics: Kyle Cooper, SE7EN. Tesis Doctoral, 2011, Departamento Dibujo, Universidad Politécnica de Valencia
- Bob\_Dylan.jpg**, imagen, 1967, <http://cort.as/-7cz5>, (Consultada el 15 febrero de 2018).
- Cooper, Kyle and Criado, Ana**, Titles of Star Trek: Discovery, [video], 2017, <http://cort.as/-7QiO>, (Consultada el 10 mayo de 2018).
- Cooper, Kyle**. "Se7en (1995)". Video. <https://bit.ly/1zRR4vY>, (Consultada el 15 de enero de 2018).
- Costa, Jordi. *Películas clave del Cine de animación*. Barcelona: Ediciones Robinbook, 2010.
- DePatie\_Frelen\_Enterprise, Inc.**, "The Pink Panther (1963). Video. <https://bit.ly/2nFO7jd>, (Consultada el 15 de enero de 2018).
- Diboos Federación Española de Asociaciones de Productoras de Animación: en <https://diboos.com/> . (Consultado el 16 de diciembre de 2017).
- Diboos Federación Española de Asociaciones de Productoras de Animación "Cifras del Sector 2017," Diboos, <https://bit.ly/2tovDZw>, (Consulta el 16 de diciembre de 2017).

- Dominguez, Fernando**, "Eva (2011). Video. <https://bit.ly/29qglZ6> (Consultada el 15 de enero de 2018).
- Dopress Books. *Nuevas tendencias en animación gráfica*. Barcelona: Promopress, 2012.
- Espinel Rodrigo. PRODUCCIONaudiovisual. "¿Cómo es la industria de la animación en España?" El Blog sobre producción audiovisual de Rodrigo Espinel (2017) en <http://cort.as/-7di7> . (Consultado el 16 de Diciembre de 2017).
- Fliq.jpg**, imagen, 2016, <http://cort.as/-7QhY>, (consultado el 20 de febrero de 2018).
- Glaser, Milton. *Diseñador/Ciudadano: Cuatro lecciones breves (más o menos sobre diseño)*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL, 2014.
- Great\_Illustration.jpg**, imagen, 1982, <http://cort.as/-7cz4>, (Consultada el 15 febrero de 2018).
- Grupo de investigación BISITE USAL. "La Animación digital un mercado en Expansión" Blog Grupo de investigación BISITE Universidad de Salamanca (2017) en <http://cort.as/-7diE> . (Consultado 16 de Diciembre de 2017).
- Heller, Steven y Vienne, Véronique: *100 Ideas that changed Graphic Design*. Londres. Lawrence King, 2012
- Imagenes\_Identidad, imagen, <http://cort.as/-7cwV>, (Consultada el 15 febrero de 2018).
- Kleinman, Daniel**, "Skyfall (2012)", Video. <https://bit.ly/2njKq2L>, (Consultada el 15 de enero de 2018).
- Krasner, John. *Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics*. Oxford: Focal Press, 2013.
- La\_Casa\_Animada.jpg**, imagen, <http://cort.as/-7Qeh>, (consultado el 15 de enero de 2018).
- La-Tribu-Animation-h.jpg**, imagen, <http://cort.as/-7QfF>, (consultado el 15 de enero de 2018).
- Lightbox.jpg**, imagen, <http://cort.as/-7Qf6>, (consultado el 15 de enero de 2018).
- Line-dash.gif**, [video], 2016, <http://cort.as/-7Qi6>, (Consultada el 10 mayo de 2018).
- Logo\_04\_blanc.png**, imagen, 2014, <http://cort.as/-7bxy>, (consultado el 15 de enero de 2018).
- Logo\_web\_retina.png**, imagen, 2014, <http://cort.as/-7QfA>, (consultado el 15 de enero de 2018).
- Machover4\_detail\_em.jpg**, imagen, 1950, <https://goo.gl/ANVkj9>, (consultado el 6 de junio de 2018).
- Maeda, John. *Las leyes de la Simplicidad: Diseño, Tecnología, Negocios, Vida*. Barcelona : Editorial Gedisa, SA, 2010.
- Markus-spiske-104910-unsplash.jpg**, imagen, 2016, <http://cort.as/-7Qhj>, (consultado el 17 de junio de 2018).
- Maurice\_Binder.jpg**, imagen, <https://bit.ly/2y-CW5EO>, (consultado el 6 de junio de 2018).
- Meggs, Philip B. - Purvis, Alston W. *Historia del diseño gráfico*. Barcelona : RM Verlang, 2009.
- Mora Álvarez, Erik. Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER), "La industria de la animación y los videojuegos a nivel mundial" Análisis de la industria de la animación y videojuegos en Canadá. (2014) en <http://cort.as/-7dil> . (Consultado 16 de Diciembre de 2017).

**Moth.png**, imagen, <http://cort.as/-7Qfr>, (consultado el 15 de enero de 2018).

Motion Plus Design "Spanish Version - What is Motion Design ?" Vimeo. <http://cort.as/-7diR> (Consultado 12-12-2017).

**National-geographic.gif**, [video], 2016, <http://cort.as/-7Qi4>, (Consultada el 10 mayo de 2018).

**Nexus Productions**, "Catch Me If You Can". Video. <https://bit.ly/1olpggE>, (Consultada el 15 de enero de 2018).

**PabloFerro.jpg**, imagen, <https://bit.ly/2MP6jUV>, (consultado el 6 de junio de 2018).

**Salero\_negro.png**, imagen, 2016, <http://cort.as/-7Qey>, (consultado el 15 de enero de 2018).

**Saul\_Bass.jpg**, imagen, <https://bit.ly/2yAllcS>, (consultado el 6 de junio de 2018).

Sensacine, "Atrápame si puedes", Sinopsis, <https://bit.ly/2KhrKzs>, (Consultada el 15 de enero de 2018).

Sensacine, "El mundo está loco, loco, loco." Sinopsis, <https://bit.ly/2yBUpdH>, (Consultada el 15 de enero de 2018).

Sensacine, "EVA" Sinopsis, <https://bit.ly/2yBV273> (Consultada el 15 de enero de 2018).

Sensacine, "La pantera Rosa" Sinopsis, <https://bit.ly/2yAOqpP>, (Consultada el 15 de enero de 2018).

Sensacine, "Scott Pilgrim contra el mundo", Sinopsis, <https://bit.ly/2tvsXsl>, (Consultada el 15 de enero de 2018).

Sensacine, "Seven", Sinopsis, <https://bit.ly/2liS9HO>, (Consultada el 15 de enero de 2018).

Sensacine, "Skyfall", Sinopsis, <https://bit.ly/2tmPBnJ>, (Consultada el 15 de enero de 2018).

**Skrygreenlight.jpg**, imagen, 2016, <http://cort.as/-7QhP>, (consultado el 20 de febrero de 2018).

**Steve\_Frankfurt.jpg**, imagen, 1953, <https://bit.ly/2tnYiOr>, (consultado el 6 de junio de 2018).

**Williams, Alan**, Title of Anne with an E, [video], 2017, <http://cort.as/-7QiK>, (Consultada el 10 mayo de 2018).

Williams, Richard. *The Animator's Survival Kit: A Manual of Methods, Principles and Formulas for Classical, Computer, Games, Stop Motion and Internet Animators*, 2009. London Faber and Faber, 2012

**White, Andrew**, "Scott Pilgrim vs the World (2010)". Video. <https://bit.ly/1dvSz8y>, (Consultada el 15 de enero de 2018).

