

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

EÓN
CORTOMETRAJE ANIMADO
PARA PANTALLA DE CRISTAL

participantes

Christopher Daniel Araujo Ortiz
Arend Becerril Guarneros
Héctor Bustos Flores
Marco Cervantes López
Alfonso Pérez Girón
Juan Matínez Arriaga
Tomás Murillo Reynoso
Carla Mariana Rodríguez Mendoza

1. **INTRODUCCIÓN**
 - OBJETIVOS DEL ÁREA TERMINAL
 - INSTITUCIÓN O COMUNIDAD QUE SE VERÁ BENEFICIADA
2. **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**
 - JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO
 - INTERROGANTES
 - OBJETIVOS GENERALES
3. **CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO EN RESPUESTA A LOS OBJETIVOS**
 - FORMA DE TRABAJO
 - PARA COMENZAR
4. **¿QUÉ ES COMUNICACIÓN Y DISEÑO A PARTIR DE UN ESQUEMA RETÓRICO?**
 - LA COMUNICACIÓN
 - EL LENGUAJE
 - COMUNICACIÓN, PERSUASIÓN Y DISEÑO
 - RETÓRICA
 - OPERACIONES RETÓRICAS
 - INVENTIO
 - LA AUDIENCIA
 - REUNIR INFORMACIÓN DE LA AUDIENCIA
 - DISPOSITIO
 - ELOCUTIO
 - MEMORIA
 - ACTIO
 - CONCLUSIÓN DE RETÓRICA Y DISEÑO
5. **¿QUÉ ES DISEÑO DE ANIMACIÓN?**
 - ANIMACIÓN
 - SELECCIÓN DE ESTILO
 - CARACTERÍSTICAS DE LA ANIMACIÓN
 - ANIMACIÓN 3D POR COMPUTADORA
 - ANEXO
6. **EL CASO**
 - ¿POR QUÉ ANIMACIÓN?
 - POR QUÉ 3D?
 - ENCONTRAR UN TEMA: LA RES
 - EL PODER
 - RELACIONES DE PODER
 - ESTABLECIMIENTO DE LA AUDIENCIA
 - INFORMACIÓN GENERAL DE LA AUDIENCIA
 - CONVOCATORIA PANTALLA DE CRISTAL
 - INTENCIÓN PERSUASIVA
 - ACUERDOS PREVIOS
7. **LA HISTORIA**
 - PREMISA EÓN
 - EL CONFLICTO
 - EL CONFLICTO EN EÓN
 - PLANTEAMIENTO DEL MUNDO EN QUE VIVEN
 - ARGUMENTO
 - SINOPSIS
8. **CONCEPTO DE DISEÑO**
 - LOS PERSONAJES / CONCEPTO Y ESTILO
 - CARACTERÍSTICAS TRIDIMENSIONALES
 - RELACIONES DE PODER ENTRE LOS PERSONAJES
 - OBJETO DE PODER
9. **PROCESO DE ANIMACIÓN**
 - GUIÓN LITERARIO
 - STORYBOARD
 - ANIMATIC
 - SELECCIÓN DE AUDIO
10. **PROCESO DE ANIMACIÓN 3D**
 - MODELADO
 - ESQUELETO, TEXTURIZACIÓN Y SET UP
 - ILUMINACIÓN
 - ANIMACIÓN
 - RENDER
 - EDICIÓN
11. **BIBLIOGRAFÍA**

introducción

Una de las características esenciales del diseñador es la de comunicar. Así mismo identificar el momento pertinente para transmitir el mensaje que desea comunicar, además de la función que cumple lo que diseña.

Lo que nos ocupa es elaborar un mensaje, un discurso audiovisual, que nuestro público verá en su tiempo libre.

El proyecto plantea el problema de realizar un discurso persuasivo desde el ámbito de la comunicación audiovisual.

Con esta finalidad se desarrollará un elaboración de un discurso audiovisual (cortometraje animado), retomando a la retórica, que sirve para la elaboración de discursos persuasivos, como esquema para la resolución del problema de comunicación, y el empleo de las nuevas técnicas de animación digital por computadora, debido a la pertinencia de este medio de comunicación en la actualidad.

Ahora bien, se implementó un sistema de producción en base a este proyecto identificado como rentable socialmente sobre algún tema de la realidad local.

Así mismo, la búsqueda de la difusión de dicho cortometraje es imprescindible, ya que ésta permite el alcance de su intención. Para dicha finalidad se enfocó al Foro Abierto de Pantalla de Cristal, en donde el cortometraje participará en la proyección.

objetivos del área terminal

Este proyecto que hacemos, cumple a la par con los imperativos del área terminal de Medios Audiovisuales de Ciencias y Artes para el Diseño en la UAM Xochimilco. Así mismo hemos sido asesorados por el profesor Jaime Carrasco Zanini, junto con el Maestro Antonio Rivera Díaz.

La intención del área terminal es la de conducir al alumno a la realización y el desarrollo de un proyecto que aplique los conocimientos teóricos y técnicos para solucionar un problema determinado, abordado desde la perspectiva de su área de trabajo, que en este caso es el área audiovisual y de comunicación. En nuestro caso, se eligió a la animación como medio de un mensaje.

institución o comunidad que se verá beneficiada

Ante la falta de un organismo, institución, o grupo que requiriera de un producto de animación como instrumento para la solución de sus problemas de comunicación, nos vimos en la necesidad de tomar como base una problemática social vigente, la cual no sería resuelta por la animación, sin embargo ésta serviría como mecanismo para crear conciencia acerca de dicha problemática.

Si bien el proyecto está demandado por el área de Medios Audiovisuales de Ciencias y Artes para el Diseño de la UAM Xochimilco, dicho proyecto está sujeto a la comunidad en general, mexicanos que actualmente vivan en México.

Así pues, el proyecto está dirigido a la audiencia de Pantalla de Cristal¹, a su jurado y asistentes, contemplados como jóvenes entre 18 y 28 años de edad, en posición de estudiantes y/o profesionistas, interesados en la comunicación audiovisual, en general.

¹ El propósito de este festival que se lleva a cabo desde 1999, ha sido servir como punto de encuentro en el que se reconozcan las producciones mexicanas y se formalice un registro histórico que refleje sus tendencias y calidad. Tiene como sede la Cineteca Nacional, en donde participan documentales, videoclips, anuncios para televisión y cortos de ficción. Las producciones participantes compiten por el Premio Pantalla de Cristal.

planteamiento del problema

En la actualidad vemos los efectos nocivos de una mala administración del poder y las repercusiones de esa falta de conciencia en la calidad de vida de los individuos, inclusive en el medio ambiente. Esta falta de conciencia recae, en ciertos momentos, en el individuo, en su "inconciencia" en los diferentes roles de poder que ejerce dentro de la sociedad. *"El poder funciona, se ejercita a través de una organización reticular. Y en sus redes no sólo circulan los individuos, sino que además están siempre en situación de sufrir o de ejercitar ese poder, no son nunca el blanco inerte o consiente del poder ni son siempre los elementos de conexión. En otros términos, transita transversalmente, no está quieto en los individuos"* (Foucault, M. *Microfísica del poder*).

Es decir, pensamos que si un individuo concientiza mejor sus acciones considerando que por momentos tiene un poder, y por lo tanto una responsabilidad, se podrían mejorar algunas condiciones de vida. Tomar conciencia y responsabilidad, después.

Por otro lado, las diferentes formas de entretenimiento versus los espacios donde se pueden exponer discursos audiovisuales donde se plantea una visión crítica de los problemas que existen en la actualidad, es una lucha que hoy se establece claramente. Pues si bien hay una cantidad considerable de realizadores y diseñadores de la comunicación gráfica que actualmente realizan producciones de excelente calidad en cuanto a forma y contenido, y que son una propuesta social, crítica y técnica, también lo es el hecho de que no hay muchos espacios donde la gente pueda, de forma recreativa, estar "expuesta" a tales producciones, pues no se trata de comunicación masiva.

justificación del proyecto

Se quiere transmitir un mensaje para que la gente concientice su papel como individuo y su forma de interactuar con los demás, en el momento en que se hallan en una situación de poder. Actuar con responsabilidad. Foucault lo explica: *El poder no tiene una única fuente ni una única manifestación. "...por dominación no entiendo el hecho macizo de una dominación global de uno sobre los otros, o de un grupo sobre otro, sino las múltiples formas de dominación que pueden ejercerse en el interior de la sociedad".*²

Sobre todo, nos interesa esta conciencia en los jóvenes, pues en ellos, valga el lugar común, está el futuro. Así mismo nos enfocamos a aquellos quienes de una forma u otra están interesados en los medios audiovisuales y quienes ocupan su tiempo libre en ver producciones de este tipo.

Nos interesa hablar de la problemática del poder por nuestra preocupación personal y como productores. Nos interesa, también, plantear la manera cómo se diseña un cortometraje animado que se integre eficazmente como producto cultural, y establecer también, por medio de este trabajo, la reproducción de ese encuentro entre las audiencias (en el momento en el que se hallan en su tiempo libre) y los espacios donde se proyectan todas las realizaciones de diferentes productores, quienes están preocupados y ocupados en la crítica social y el mejoramiento de la vida cotidiana.

Ese encuentro está procurado por el Festival de Pantalla de Cristal, uno más dentro de algunos esfuerzos que actualmente se llevan a cabo en México, que en este caso particular será el foro de dicha animación. Así, preocupados y ocupados en ser partícipes, como realizadores y comunicadores, tanto de la crítica social como del fomento a la conservación y difusión de los medios audiovisuales, dejamos de manifiesto en nuestro cortometraje animado no solo nuestras intenciones como comunicadores ni solamente nuestra preocupación como parte de la sociedad, sino como aquellos que comprendemos la importancia de la reproducción cultural para que ésta se lleve a cabo y no se quede en meras intenciones.

Interrogantes

1. ¿Qué es la comunicación y el diseño gráfico desde un esquema retórico?
2. ¿Cómo se diseña una animación?
3. ¿Cómo y por que se inserta en un medio de difusión como Pantalla de Cristal?

² Foucault, M. *Microfísica del poder*.

objetivos generales

1. Realizar un discurso audiovisual, entendido como el contenedor del mensaje, aplicando los diferentes procesos que constituyen la práctica del diseño, abordado como un problema de comunicación desde la perspectiva retórica. Es decir, se elaborará un mensaje gráfico siguiendo el esquema que la retórica plantea: inventio, dispositio, elocutio y actio. En este caso particular se trata de un cortometraje animado, debido a la pertinencia de este medio de comunicación en la actualidad, mismo que contenga el mensaje que previamente se ha seleccionado para los fines que se buscan.
2. Se busca integrarlo a la circulación de bienes culturales.
3. Exponer dicho cortometraje en Pantalla de Cristal, para lograr así su difusión. En este foro se consideran dos audiencias, la conformada por el jurado calificador del concurso y los asistentes al Festival de Pantalla de Cristal, donde se exponen los audiovisuales participantes.

Características del proyecto en respuesta a los objetivos

1. Debe abordar un problema social actual desde un punto de vista crítico y de comunicación objetiva
2. Debe reflejar en su proceso de creación la aplicación de conocimientos, teóricos y técnicos
3. En su labor de comunicación, debe poseer un mensaje claro y conciso para la sociedad.
4. Durara en tiempo un promedio de 3-5 min
5. Se desarrollará como animación en 3D.

forma de trabajo

La forma de trabajo para lograr los pospropósitos del proyecto sigue la estrategia que a continuación se expone:

1. Planeación: esta abarca la primer etapa de desarrollo y comprende toda la conceptualización necesaria para poder realizar un discurso audiovisual en animación; elección del tema, definición de audiencia y justificación de por qué la audiencia, establecimiento de los acuerdos previos de la audiencia acerca de la temática previamente establecida, definición de la intención persuasiva.
2. Desarrollo I: inicio de una animación, que es la elaboración de la historia a partir de los acuerdos previos y la intención persuasiva, pasando por las correcciones necesarias. Selección de un estilo general y de personajes que respalde la intención persuasiva (diseño de estilo).
3. Desarrollo II: etapas que abarcan el proceso de animación antes de la producción, que son bocetaje de entorno y personajes; elaboración de storyboard y guión literario; elaboración de un animatic, selección de audio; proceso de modelado (animación 3D) de personajes, objetos y entorno; esqueleto, texturización y set up.
4. Producción: que comprende la realización de la animación en software. Y render de escenas para su exportación.
5. Edición: de las escenas en el formato correspondiente, acoplamiento de audio. Comprende la edición final.

para comenzar

Ahora bien, antes de entrar en materia, es necesario aclarar que la gran diversidad de temas que se han abordado persiguen el fin de dar una idea clara de lo que es el proceso de la elaboración de un cortometraje animado, que es el que contiene el mensaje que se pretende comunicar.

Hablamos de comunicación en una primera instancia, porque se pretende generar un mensaje, siendo nosotros mismos emisor de ese mensaje, utilizando a la animación como medio o canal de transmisión de ese mensaje.

Se habla de retórica, esquematizando la forma como se realiza un discurso, debido a que éstos discursos tienen la característica esencial de ser persuasivos y dirigidos a una audiencia en particular. Sin embargo, en la actualidad, la retórica es retomada en la labor del diseño gráfico desde el punto de vista de un lenguaje visual, y aquí la aplicamos como base de la estructuración del discurso.

Finalmente, hablaremos de lo que es el proceso de animación por computadora, y la pertinencia de este medio en la actualidad, para dar entrada a lo que es el proceso que seguimos, paso a paso en el desarrollo de este proyecto.

Así pues, se comenzará hablando de lo que es la comunicación, porque la finalidad del diseño gráfico es la de comunicar algo. Posteriormente se abordará lo que es el diseño y la comunicación dentro de un esquema retórico, aduciendo a ambas funciones de la retórica, la de la Retórica Visual y la Retórica General, de la cual hemos retomado la forma de elaborar nuestro discurso persuasivo, considerando a la audiencia y el tema o la *res* para su elaboración, para terminar con un desglose del proceso de animación digital 3D, usando como software *Maya*.

¿Qué es comunicación y diseño a partir de un esquema retórico?

La comunicación

La palabra comunicar significa "poner en común". La comunicación es un proceso mediante el cual se transmiten informaciones, sentimientos, pensamientos, en sí todo lo que es susceptible de ser transmitido; "es un proceso de compartir significaciones"³. Se dice que es un proceso porque se lleva a cabo en un lapso de tiempo, y se necesitan varios elementos para que ésta se realice.

En los seres humanos, la comunicación es un acto propio de su actividad psíquica, derivado del lenguaje y del pensamiento, así como del desarrollo y manejo de las capacidades psicosociales de relación con el otro. A grandes rasgos, permite al individuo conocer más de sí mismo, de los demás y del medio exterior mediante el intercambio de mensajes principalmente lingüísticos que le permiten influir y ser influido por las personas que lo rodean.

Se debe tomar en cuenta que para que pueda haber comunicación, debe existir algo que se desea transmitir. Esto constituye el primer elemento de la comunicación, al cual se le llama **mensaje**. Así pues, estamos ante una **situación comunicativa**, cuando este proceso se completa sin problemas. Y cuando se produce esta situación, es porque algo se ha transmitido. También deben existir dos partes interviniendo en esta situación de comunicación; una es la que transmite el mensaje, y la otra, es a quien se le transmite (emisor y receptor, respectivamente).

Y, finalmente, para que se produzca la comunicación, es necesario un último elemento, el **código**, que es un **conjunto de signos** que le permite al emisor transmitir el mensaje, de manera que el receptor pueda entenderlo. Para que se produzca la comunicación se necesita que tanto el emisor como el receptor manejen el mismo código.

Existen diferentes tipos de códigos, es decir, distintos conjuntos de signos que las personas ocupan para transmitir mensajes, es decir, para comunicarnos. Al referirnos a ellos, lo primero que se debe hacer es distinguir entre código lingüístico y código no lingüístico escrito.

El código lingüístico es un código o conjunto de signos que necesita del lenguaje, ya sea oral o escrito. De este modo, los códigos lingüísticos se dividen, a su vez, en código lingüístico oral y código lingüístico escrito. Los idiomas, que son los códigos más comunes, corresponden a códigos lingüísticos, que pueden ser orales o escritos, si se trata del idioma en esa forma.

El código no lingüístico no necesita del lenguaje, propiamente, es decir, no requiere de un idioma determinado para ser capaz de transmitir el mensaje. Los códigos no lingüísticos se dividen en código no lingüístico visual, código no lingüístico gestual y código lingüístico auditivo.

El código no lingüístico visual se transmite a través de la vista. Para que el mensaje sea captado, el receptor debe ver la señal que el emisor le envía. Sin confundir ver con leer. En el código no lingüístico gestual el emisor transmite sus mensajes a través de gestos, utilizando su cuerpo. Y, finalmente, en el código lingüístico auditivo, la transmisión se logra a través del oído, es decir

³ Verderber, Rodolph F. *¡Comunícate!* Thomson Editores. México, 1999.

que el receptor debe escuchar la señal para recibir y entender el mensaje. En el código no lingüístico auditivo la señal es más universal, y no incluye palabras ni nada lingüístico.

El Lenguaje

El lenguaje es un medio de comunicación; es una categoría abstracta con la que se designa la comunicación de una información dada a través de diferentes medios. Entre los seres humanos, existe a través de signos orales y escritos que poseen un significado. En un sentido más amplio, el lenguaje es cualquier procedimiento que sirve para comunicarse. Algunas escuelas lingüísticas entienden al lenguaje como la capacidad humana que conforma al pensamiento o a la cognición⁴. El lenguaje humano tiene la capacidad de articular los signos formando estructuras complejas que adquieren nuevas capacidades de significación. Filósofos como Martin Heidegger consideran que el lenguaje propiamente dicho es sólo privativo del hombre; se trata de un sistema de comunicación más especializado que el de las otras especies animales, a la vez fisiológico y psíquico, que pertenece tanto al dominio individual como al social y que nos capacita para abstraer, conceptualizar y comunicar.

Para el hombre, el intercambio de pensamientos es una necesidad vital constante y social. En el intercambio de pensamientos intervienen dos sujetos: el que habla y el que escucha. El que habla escoge las palabras que necesita para expresar su pensamiento, las ordena según las reglas gramaticales del idioma y las pronuncia por medio de órganos del lenguaje. El que escucha percibe el lenguaje y, de una u otra manera, comprende el pensamiento expresado. Así resulta que en cada uno de los interlocutores hay un proceso distinto en los receptores, en el cerebro y en los órganos eferentes.

Para que tenga lugar la relación entre interlocutores es necesario apegarse a las normas determinadas del idioma. Estas normas son un sistema de medios de relación desarrollados históricamente. El idioma es un fenómeno histórico-social creado por los pueblos, que nace y se desarrolla con la sociedad. El lenguaje es la utilización del idioma en el proceso de la relación entre las personas.

Al emitir un pensamiento a otra persona por medio del lenguaje le estimula hacia unos actos determinados o hacia otros, existe una influencia. La comunicación y la influencia están unificadas y tienen dos tipos de función de la comunicación: a) La función de denominación, que son las palabras que sirven para denominar los objetos y los fenómenos reales; y b) la función predictiva, combinación de palabras de manera tal que se indique el predicado del juicio.

El lenguaje puede ser estudiado desde dos puntos de vista: por su uso o por su estructura. El uso del lenguaje se relaciona con otros campos, como la literatura, la comunicación de la información, la enseñanza de idiomas, la sociología, la ciencia política y la psicología. Los estudios sobre el uso del lenguaje tratan sobre lo que dicen las personas, lo que piensan que dicen y lo que significa aquello que escriben o dicen para comunicarse. Todo ello incluye el análisis de los contenidos, la crítica literaria, el estudio del cambio lingüístico y los factores sociales que determinan los comportamientos lingüísticos de los miembros de una comunidad idiomática. También se aborda el estudio de los efectos de la lengua en la conducta humana.

⁴ facultad de los seres de procesar información a partir de la percepción, el conocimiento adquirido y características subjetivas que permiten valorar y considerar ciertos aspectos en detrimento de otros.

Para la crítica literaria el lenguaje está integrado por palabras que, adecuadamente ordenadas, producen una emoción o un razonamiento. Por último, se puede entender el lenguaje como la forma en que las palabras se seleccionan y combinan, proceso inherente a los individuos, a los grupos o a los géneros literarios.

Comunicación

Persuasión y

Diseño

El lenguaje, gran sistema de comunicación que permite persuadir e influir sobre los demás, actúa, en palabras de Antonio López Eire, "como un poderoso instrumento de acción e interacción social" y se revela por naturaleza esencialmente dinámico: nos hablamos y hablamos a los demás, concibiendo el habla como un sistema impreso de contenidos que invitan al oyente a inducir, adivinar, actuar, etc.; y en este dinamismo envuelve al emisor y al oyente, como ha subrayado Teun A. van Dijk:

"Afirmar que, al hablar hacemos algo, esto es, algo más que meramente hablar, es un simple, pero importante hallazgo de la filosofía del lenguaje. Debemos añadir que el uso de la lengua no es sólo un acto específico, sino una parte de la interacción social".

"El diseño gráfico, visto como actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por los medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados."⁵ En otras palabras, es la acción de realizar la comunicación visual a través de la selección y organización de texto e imágenes. También puede definirse como un lenguaje visual que manipula signos y resuelve problemas de comunicación entre un emisor y múltiples receptores. Diseñar es proyectar y programar un mensaje. Podría decirse que el diseñador realiza la función de traducir el mensaje que transmitirá el emisor. La asociación entre emisor y diseñador dará como resultado un elemento de comunicación destinado a muchos receptores, es decir, una comunicación efectiva y entendible. La comunicación que el diseñador logre, será ordenada para producir un impacto en el pensamiento, conocimiento y conducta del público.

El diseño busca **maximizar** el impacto de una comunicación entre un emisor y un receptor, por las vías conjugadas del texto escrito, de la imagen o del signo. Su capacidad comunicativa se mide por la influencia que ejerce en el público y por la eficacia de los medios utilizados para difundir esos mensajes.

El diseño gráfico responde a una necesidad de comunicación, misma que se puede resolver de distintas maneras. Comúnmente se recurre al dominio de lo que es técnico y formal dentro de la composición gráfica; sin embargo "lo decisivo es el manejo de conceptos y estrategias discursivas que sirven al diseño para intensificar su acción informativa y expresiva"⁶

El diseñador gráfico es un **productor de significaciones** públicas cuyo medio de expresión son principalmente las imágenes. Se aborda entonces al diseño desde una perspectiva semiótica (o teoría de los signos) donde "comunicar es usar entidades (los signos) cuya propiedad esencial es referir algo distinto de sí mismos"⁷ El trabajo del diseño es una semiosis, un lenguaje, cuyo cometido comunicativo se cumple a través de su tipografía, de su texto lingüístico, de sus imágenes y su composición formal. Su labor es significar otros textos que tienen otra sustancia comunicativa.

⁵ Frascara Jorge. *Diseño Gráfico y Comunicación*, Buenos Aires, Infinito, 5ta Edic. 1996.

⁶ Tapia, Alejandro. *El diseño, del enunciado gramatical a la proposición lógica*.

http://www.encuadre.org/revista_mem_6.html

⁷ *Op Cit.*

Se ha visto que diseñar es comunicar, pero además, el diseño como agente comunicativo sometido a circunstancias sociales, toma un punto de partida, lo sintetiza u organiza en un conjunto de signos, procurando la adhesión de éste con lo expuesto. El diseño es un lenguaje siempre dispuesto a hacer valer una idea del modo más directo posible. (Tapia, A. el diseño, del anunciado gramatical a la proposición lógica).

En la antigua Grecia los filósofos comenzaron a hablar de algo que denominaron "retórica", concebido como el arte de persuadir o convencer mediante el uso especial del lenguaje, es decir, utilizando imágenes mentales, *imagos* (ejemplo insuperable para referirse a algo: mencionar el desierto en relación a la esterilidad, la muerte como fin de algo o al cielo como señal de pureza) contruidos en base a omisiones o exageraciones, similitudes conceptuales entre imágenes (el sol como sustitución de una moneda de oro) o bien utilizando sólo una parte de algo para mencionar el todo ("bronces" para significar campana). Todas estas técnicas de comunicación presuponen cierto esfuerzo tanto en la construcción como en la decodificación, pero justamente el tiempo de interpretación al que es sometido el cerebro hasta dar con la idea final. Para hablar con precisión, en diseño gráfico y en publicidad se apela a la retórica dado que se sabe que cuanto más interesante sea esta reconstrucción por parte del cerebro, más claro y por más tiempo quedará en el mismo el concepto comunicado. De ahí que a las gentes del rubro se les llame "creativos", pues deben crear, mejor dicho generar una mini historia, un recorrido entre conceptos, para finalmente dar un cierre que haga que el mensaje comunicado sea más poderoso para la mente⁸.

Así, la retórica puede describir un tema o idea de manera persuasiva con la intención de causar convencimiento. La persuasión constituye la forma comunicativa decisiva para conformar patrones de verdad.

Es imprescindible considerar el hecho retórico en su totalidad, formado por un emisor o productor que elabora un discurso, un receptor o destinatario que lo recibe, un texto con un contenido y una forma, el referente semántico del mismo, el contexto en donde se produce, el código usado que permite la comprensión y el canal que proporciona la comunicación oportuna entre el orador y el auditorio. La coordinación que todos los elementos textuales y extratextuales tienen en la conciencia retórica, configura una de las más sólidas teorías del discurso con que puede contarse en la actualidad.

Los estudios retóricos permiten analizar una de las dimensiones esenciales del objeto y finalidad del discurso retórico: su dimensión como discurso, y, más en concreto, como discurso persuasivo; el discurso retórico pretende influir en los conocimientos, acciones y emociones de los oyentes, y busca la persuasión de los mismos a través no sólo de componentes de orden lógico-argumentativo, sino también psicológico, estético, etc. Y el discurso retórico, por esa referencia directa a la persuasión, se revela esencialmente pragmático en su constitución, como ha señalado Tomás Albaladejo.

Desde la concepción aristotélica como el arte de la persuasión, la Retórica ha evolucionado y ahora abarca muchos más ámbitos que la oratoria y el discurso. La Lingüística y la Semiótica han estudiado su influencia en el lenguaje tanto hablado como escrito. Nuevos campos de estudio han surgido alrededor de la Retórica. Incluso existen intentos por parte del Grupo m, de establecer una Retórica General aplicable a cualquier Semiótica o sistema de signos. Este grupo define la Retórica como "la transformación reglada de elementos de un enunciado, de tal manera

⁸ <http://www.estudiosimbiosis.com.ar/comunicacion/>

que en el grado percibido de un elemento manifestado en el enunciado, el receptor sepa superponer dialécticamente un grado concebido”.

Roland Barthes fue uno de los impulsores de una Retórica de la Imagen y también de la Retórica general (“Es probable que exista una sola forma retórica, común por ejemplo al sueño, a la literatura y a la imagen”). Su discípulo Jacques Durand siguió la estela de su maestro y fue un poco más allá introduciéndonos en la Retórica de la Imagen Publicitaria.

Abraham Moles fue el que estableció, originariamente, la relación existente entre los fines y los medios del Diseño, y sobre su carga semántica denotativa (lo que quiere decir) y su carga estética connotativa (cómo nos atrae diciéndolo).

Sobre esa base, Bruce Brown trazó el llamado “triángulo gráfico” para sintetizar gráficamente el contenido comunicativo del Diseño. Cada uno de los lados del triángulo está conformado respectivamente por la persuasión, la identificación y la información o explicación. La persuasión procura convencernos de que no existe más que una elección razonable; la identificación tiene como fin que se distinga el elemento en su contexto; y la información o explicación es más simple de precisar porque refiere a la comunicación objetiva de los hechos.⁹

La nueva retórica pretende rehabilitar la retórica clásica menospreciada durante la Edad Moderna como sugestión engañosa o como artificio literario¹⁰. El “discurso” retórico recorre un camino que se inicia en la mente del orador y que concluye en la comprensión por parte del receptor.

Retórica

La construcción de un discurso supone un trabajo minucioso por parte del orador en cada uno de los niveles formales y conceptuales que puedan potenciar el efecto persuasivo que se pretende según el caso. Dicha producción queda regulada, ya desde la época clásica (Quintiliano) mediante unas reglas de elaboración que distinguen cinco fases en la preparación del discurso, las cuales se ocupan tanto de conformar el discurso en cuanto a su estructura verbal, como de configurar su puesta en escena, esto es, su exposición ante un auditorio; normas que siguen siendo aplicables en la actualidad. Las cinco operaciones retóricas (*officia oratoris* o *partes artis*) son: *inventio*, *dispositio*, *elocutio*, *memoria* y *actio* o *pronuntiatio*. Todas ellas son necesarias para la producción integral del discurso y su comunicación.¹¹ El orador construye el discurso realizando las tres primeras operaciones (*inventio*, *dispositio* y *elocutio*), y lo comunica mediante las otras dos (*memoria* y *actio*) que actúan sobre el discurso ya elaborado.

Desde mediados del siglo XX se ha producido una enorme reactivación de la retórica, que había quedado reducida a un uso de pura ornamentación literaria, entendida como disciplina englobadora de la producción de todo tipo de discurso elaborado con la finalidad persuasiva, es decir, como ciencia de la argumentación. La importancia que ha adquirido en la actualidad se

⁹ González Ruiz Guillermo. *Estudio de diseño. Sobre la construcción de las ideas y su aplicación a la realidad*. Buenos Aires, Emecé, 2da Edic. 1994

¹⁰ Ch. Perelman y L. Olbrechts-Tyteca. *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*.

¹¹ Ruiz de la cierva, Ma. del C. *Las operaciones retóricas constituyentes de discurso*.
<http://www.ensayistas.org/critica/retorica/ruiz/discurso.htm>

debe a enormes posibilidades que ofrecen los nuevos medios de comunicación permitiendo una amplia y variada difusión de cualquier mensaje.

Actualmente estamos rodeados de mensajes que operan con un grado retórico más o menos sencillo, pero esto es en apariencia, dice Alejandro Tapia en *De la retórica a la imagen*: "...sus mecanismos no son siempre explícitos [...] no toda la comunidad tiene acceso a la elaboración de discursos; el éxito de la retórica se debe precisamente a que el público sólo debe recibir sus efectos"¹², resultado paralelo al diseño gráfico, en palabras de Jorge Frascara: "el público percibe sólo los resultados del diseño, lo visible..."¹³. Actualmente la retórica es retomada como un sistema de organización que permite crear modelos retóricos en mensajes que gozan de gran difusión (la publicidad, por ejemplo), mensajes en donde la imagen cobra gran importancia; Roland Barthes fue uno de los impulsores de una retórica de la imagen y también de la retórica general: "es probable que exista una sola forma retórica, común por ejemplo, al sueño, a la literatura y a la imagen"¹⁴.

La retórica, como un arte de la persuasión, engendrada en la tradición de la cultura occidental, goza de una teoría sistematizada que permite facultar a la palabra y potenciar el lenguaje en los diversos campos del pensamiento. La elaboración de mensajes es algo que compete a comunicadores y diseñadores, ya que "el diseñador gráfico es un productor de significaciones públicas cuyo medio de expresión son principalmente las imágenes"¹⁵, donde el comunicador también produce significaciones. La retórica, pues, comprende una *teorización* de mecanismos de significación, lo que abarca las áreas de la semiótica y la lógica, se trata de una teoría de la comunicación, aunque se le ha tomado su uso como demasiado artificioso y convencional.

La retórica le proporciona al orador, productor del discurso, el instrumental necesario para que éste construya de modo adecuado y efectivo dicho discurso en todos sus aspectos. El texto correspondiente es el producto de la actividad retórica elaborado por el orador a través de una serie de operaciones imprescindibles para que cumpla su finalidad esencial, la persuasiva.

El resultado óptimo en la recepción del discurso se produce cuando, además de persuadir, consigue convencer; la primera trata de influir en un momento puntual para que los destinatarios tomen una decisión determinada, mientras que la segunda pretende actuar en el campo del pensamiento y pretende que los receptores se conciencien de algo y crean lo que se les propone, tengan o no tengan que tomar una decisión concreta (funciona en el terreno de las ideas e intenta modificar los conceptos o creencias). La convicción retórica se vincula a la persuasión, donde es importante considerar el aspecto temporal.

Es el orador quien decide el modo, oral o escrito, y el canal o vía de comunicación de su discurso. La *oralidad* retórica, a la que está unida la visualidad, es la forma de ampliación del auditorio que puede llevar a cabo el orador con su proyección en los medios de comunicación audiovisuales, con la consiguiente extensión del hecho retórico, que crece, lógicamente, en cuanto al auditorio, pero también en cuanto al contexto de recepción¹⁶.

¹² Tapia, Alejandro; *De la retórica a la imagen*; Universidad Autónoma Metropolitana; México, 1991, p. 9

¹³ Frascara, Jorge; *Diseño de la comunicación gráfica*; Ediciones Infinito; 1996; Buenos Aires.

¹⁴ <http://razonypalabra.org.mx/>

¹⁵ Tapia, Alejandro; *Op. Cit*; pág. 10

¹⁶ Ruiz de la Cierva, Ma. del Carmen. *Influencia del discurso retórico en el auditorio*. Dailnet

El discurso retórico está formado a su vez, por res y por verba. En palabras de Quintiliano: "Todo discurso consta de aquello que es significado [res] y de aquello que significa, esto es, de asuntos y de palabras". Se explica así el discurso como signo lingüístico formado por significado y por significante.

La materia o el asunto del *texto retórico* es la configuración inicial de la res, que es sometida a las distintas operaciones de elaboración discursiva. La res ha sido tradicionalmente asociada al plano de la *inventio*. La res es el conjunto de ideas que benefician la posición que el orador defiende en el discurso. Las *verba*, por su parte, se encuentran vinculadas a la *elocutio*, al ser ésta la operación encargada de la verbalización discursiva¹⁷.

El diseño gráfico también pone de manifiesto diferentes dimensiones de la comunicación que tiene que ver con las tecnologías aplicadas a este fin, y a los recursos del lenguaje que lo hacen posible, al manejo de conceptos y estrategias discursivas que le sirven para acentuar su acción informativa y expresiva; por esto "es considerado como un lenguaje"¹⁸ al que hay que dominar. Tomando en cuenta, además, que existe un lenguaje verbal y otro icónico o visual, y en este sentido las reglas que rigen a uno y otro no son muy distintas. "El trabajo del diseño es una *semiosis [...] un lenguaje, su labor es significar otros textos que tienen otra sustancia comunicativa*"¹⁹.

A continuación se presentan dos cuadros donde se exponen las funciones respectivas del diseño gráfico y de la retórica, con la finalidad de mostrar de forma esquemática y sucinta las similitudes entre ambos²⁰.

Las funciones del Diseño Gráfico

Función comunicativa:	Mediante la composición el Diseño Gráfico ordena la información para hacerla más clara y legible a la vista del receptor.
Función publicitaria:	Intenta persuadir al receptor con una puesta en escena visualmente atractiva.
Función formativa:	Tiene mucho que ver con la función comunicativa en la ordenación del mensaje, pero aplicado a fines educativos y docentes.
Función estética:	Forma y funcionalidad son dos elementos propios del Diseño Gráfico cuyo producto tiene que servir para mejorar algún aspecto de nuestra vida y también para hacernos más agradable su uso.

¹⁷ Ruiz de la cierva, Ma. del C. *Las operaciones retóricas constituyentes de discurso*.

<http://www.ensayistas.org/critica/retorica/ruiz/discurso.htm>

¹⁸ Tapia, Alejandro; *Del enunciado gramatical a la proposición*

¹⁹ Tapia, Alejandro; *De la retórica a la imagen*

²⁰ Gamonal, Roberto. *David Carson contra Aristóteles 'análisis retórico del diseño gráfico'*.

Razón y Palabra. Núm. 37. www.razonypalabra.org.mx

La retórica por sus funciones actuales

Función persuasiva:	Es su función más clásica en la que se intenta convencer al receptor.
Función propagandística:	Se intenta conseguir la adhesión del receptor a una idea política o religiosa.
Función constructiva:	Mediante la utilización de las figuras retóricas se puede construir un mensaje con una finalidad determinada y dirigido a un público determinado.
Función comunicativa:	La Retórica toma el sentido del lenguaje estricto para transformarlo en un lenguaje figurado, un nuevo mensaje capaz de convencer y persuadir.

Si comparamos las funciones del diseño gráfico y la retórica, comprobamos que tienen mucho en común. El diseño gráfico intenta crear un mensaje formado por textos e imágenes en el que quiere atraer al receptor tanto por el contenido como por la forma. Aquí se ve de forma clara que comparte con la retórica una función persuasiva y comunicativa, pero también estética. El diseño gráfico también ha tenido una función propagandística desde sus orígenes con el diseño de carteles políticos y la difusión de la imagen de algunos regímenes políticos como el nazismo o el comunismo.

Pero la función que más nos interesa para este trabajo es la función constructiva del mensaje en la Retórica y lo que esto puede suponer para el diseño gráfico. Muchos diseñadores utilizan en sus proyectos gráficos figuras retóricas sin darse cuenta. Ser consciente de su uso convierte a la Retórica en una potente herramienta creativa para el diseño gráfico. La Retórica puede aportar al Diseño Gráfico un método de creación que rechace el mito romántico de la Creatividad como inspiración.

operaciones retóricas:

Ya se ha visto previamente que la retórica es el arte de elaborar discursos gramaticalmente correctos, elegantes y persuasivos. En la retórica antigua se presentan cuatro partes principales, correspondientes a cuatro operaciones casi simultáneas mediante las cuales se elabora y se pronuncia el discurso; son la inventio, dispositio, *elocutio* y *actio* (Aristóteles). "En la retórica tradicional, las *partes artis*, u operaciones que tienen lugar en la producción del discurso retórico son cinco: inventio, dispositio, elocutio, memoria y *pronuntiatio* o *actio*, perfectamente válidas en la actualidad"²¹.

La retórica antigua abarcó tres *géneros* de discurso oratorio: el forense o judicial o jurídico; el deliberativo o político y el demostrativo o de circunstancias que describe (con alabanza y elogio o censura y vituperio) personas o cosas. El discurso forense versa sobre la justicia o injusticia de hechos pretéritos cometidos por un sujeto a quien se acusa o se defiende; su finalidad es ventilar juicios y litigios o pleitos ante el juez; los jueces y el público constituyen la audiencia; su argumentación requiere de habilidad y se desarrolla a base de entimemas. El discurso deliberativo es propio de asambleas públicas y privadas, discurre entre el consejo y la disuasión, se emplea para exhortar a los oyentes a tomar una decisión orientada en algún sentido preciso, o bien para disuadir de adoptar una resolución, su finalidad es elegir entre lo conveniente o lo perjudicial, lo legal y lo ilegal, lo placentero y lo enojoso, en relación con eventos futuros; versa sobre asuntos públicos, políticos, finanzas. El discurso demostrativo constituye el elogio *exaltante* de las cualidades y la figura de un hombre público, o bien el vituperio minimiza el mérito y aumenta los defectos de un enemigo; se pronuncia en honras fúnebres, efemérides, consolaciones, peticiones, sermones; se dirige a un público espectador; su razonamiento suele ser inductivo y se desarrolla a base de comparaciones *amplificadorias*.

"La retórica se ocupa tanto de la estructuración interna del discurso como de su estructuración externa, es decir, atiende tanto a la organización textual y también a las relaciones que dicha organización mantiene con el orador, con el público, con el referente y con el contexto en el que tiene lugar la comunicación."²² Tomás Albaladejo hace una distinción entre el hecho retórico, que abarca lo referente al orador o productor, el destinatario receptor, y el texto retórico, que es lo referente a éste y el contexto en el que tiene lugar, manifestando que el texto retórico forma parte del hecho retórico.

²¹ Albaladejo, Tomás; *Retórica*; Editorial Síntesis.

²² Albaladejo, Tomás; *Retórica*; pág. 45

Inventio

La primera de las operaciones constituyentes de discurso que realiza el orador es la *inventio* y consiste en la búsqueda y selección de los contenidos sobre los que debe versar el discurso. Para ello la Retórica suministra un surtido repertorio de lugares comunes y de tópicos de la argumentación, enriquecido siempre por la formación y los conocimientos del orador. La finalidad, pues, de la *inventio* es establecer los contenidos del discurso. El sustantivo *inventio* (o *invenio*) no significa “invención, creación”, sino “hallazgo”: “La invención es el hallazgo de asuntos verdaderos o verosímiles que hagan probable la causa” (*Ad C. Herennium de ratione dicendi*, 1, 2, 3). El orador no se propone inventar ideas nuevas, sorprendentes o inhabituales, sino seleccionar en un catálogo perfectamente tipificado los temas más adecuados para exponer su tesis; *invenire* es buscar en la memoria, que es concebida como un conjunto dividido en *topoi* o *loci* (tópicos o “lugares”) en donde se encuentran las ideas susceptibles de aplicación (A. Azaustre Galiana y J. Casas Rigall, 1994: 11). Es la primera de las operaciones que se realiza y, mediante el “hallazgo” de los elementos referenciales del discurso, permite la obtención de la *res extensional* que ha de ser incorporada a dicho discurso.²³

Así pues, el primer momento de este proceso es la *inventio*, que es la que permite encontrar acerca de lo que se va a hablar, es decir, la cuestión; para luego obtener los materiales (los argumentos) para que sobre ellos opere la *dispositio*. Es importante entender aquí que “el universo de temas no es producto de la invención, sino que las verdades universales están dadas y hay que saber encontrarlas...”²⁴ Lo que se hace en la *inventio* es clasificar los argumentos y los temas, “los argumentos y las ideas funcionan como instrumentos intelectuales (que convencen) y como instrumentos afectivos (que conmueven) para lograr la persuasión mediante un alto grado de credibilidad”²⁵. Aquí recurre tanto a la tópica (“*la retórica ha planteado los tópicos como un depósito de argumentos que permiten al orador o emisor del discurso crear argumentos. Son distintos los esquemas de pensamiento que permiten desarrollar contenidos argumentativos en sentidos diversos*”²⁶) como a los lugares comunes, se trata de “*pruebas inventadas, porque según Aristóteles para recordar algo basta con recordar el lugar que ocupa, una forma abstracta de la lógica, vacías de contenido, que al ser utilizadas en la retórica se llenan con argumentos concretos*”²⁷. Lo que se inventa no son los argumentos pues, sino la selección que se hace de ellos y los artificios que se emplearán para construir las “verdades” sobre las cuales se sustentan las premisas. Una operación retórica previa a la *inventio*, es la *intellectio*, que consiste en el examen de todos los elementos y factores antes de comenzar la producción.

Así pues, en este primer momento es bueno identificar tanto la materia a la que pertenece eso de lo que se quiere hablar, tanto el tema de lo que se quiere hablar. El creador del discurso no determina las pruebas y argumentos de forma apriorística, sino todo lo contrario, a partir del conocimiento del auditorio y del motivo de la disputa, el orador construye los argumentos

²³ Ruiz de la cierva, Ma. del C. *Las operaciones retóricas constituyentes de discurso*. <http://www.ensayistas.org/critica/retorica/ruiz/discurso.htm>

²⁴ Tapia, Alejandro; *De la retórica a la imagen*

²⁵ Beristáin, Helena; *Diccionario de retórica y poética*; Edt. Porrúa; México, 1985

²⁶ Rivera Díaz, Luis Antonio. *El taller de diseño, como un espacio para la discusión argumentada*. Universidad de Guadalajara CUAAD, Universidad Iberoamericana, Universidad Intercontinental. México, 2004. pág. 37

²⁷ *Ib Idem*; pág. 274

adecuados a esa situación específica²⁸. No se debe olvidar que *“una audiencia elige escuchar a un orador debido a una experiencia o discernimiento que se perciben dentro de una materia en particular”*²⁹.

²⁸ Rivera Díaz, Luis Antonio. *El taller de diseño, como un espacio para la discusión argumentada*. pág. 36

²⁹ Verderber, Rudolph F. *Comunicate*. Thomson Editores, Novena Edición. 1999. México.

la audiencia

La audiencia es una fracción de la población de referencia expuesta a un medio, en este caso de comunicación. El auditorio, desde el punto de vista retórico, se define como "el conjunto de aquellos en quienes el orador quiere influir con su argumentación. Cada orador piensa, de forma más o menos consciente, en aquellos a los que intenta persuadir y que constituyen el auditorio al que se dirigen sus discursos"³⁰. Aunque también se pueden tomar en cuenta a aquellos a los que pretende convencer, y no sólo a los que quiere persuadir, ya que también sobre ellos intenta influir. Los discursos son ofrecidos a audiencias particulares, no importa cuál sea su tema específico, cómo se desempeñe debatiendo ese tema depende en gran medida de la naturaleza del público.

El destinatario del texto retórico es, por lo general, de carácter colectivo y su competencia para la comprensión del discurso no tiene que ser homogénea por necesidad ni tampoco simétrica con la competencia del emisor, el texto retórico puede conseguir su efecto aunque el destinatario posea solamente competencia lingüística común.

De manera consecuente, el principio de su proceso de preparación necesita analizar a la audiencia. El análisis de la audiencia es el estudio de un público en específico para un discurso. La intención es cautivar y motivar a la audiencia.

El análisis de la audiencia incluye reunir informes demográficos, para poder determinar de qué manera son la mayoría de los miembros de un público, y elaboración de predicciones del nivel de interés, de su conocimiento y de las actitudes hacia el orador y su tema. Los resultados de este análisis pueden ser de gran ayuda para seleccionar el material de apoyo, para organizar y presentar el discurso. Y por supuesto, el análisis de la audiencia sirve como preludeo para determinar las estrategias de adaptación al público.

Esta relación entre la argumentación y la audiencia tiene correspondencias que tienen que ver con lo que se denomina selectividad en la exposición. La gente selecciona aquello que cree será más interesante o aquello que reforzará sus puntos de vista, opiniones y experiencias. En gran parte los intereses y predisposiciones que guían a los auditorios en la autoselección tienen raíces en la estructura de grupo dentro del cual vive cada miembro de la audiencia³¹

³⁰ Cfr. *Tratado de la argumentación*.

³¹ Wright, Ch R. *Comunicación de Masas*. Paidós Studio. México, 1995. pág. 96

reunir información acerca de la audiencia

EDAD	<i>Datos para la confirmación tanto de la edad promedio como la fluctuación de la misma.</i>
EDUCACIÓN	Confirmación de los estudios con los que cuenta la audiencia, o si sus niveles son variados.
GÉNERO	Confirmación para saber si la audiencia será principalmente masculina, femenina u homogénea
OCUPACIÓN	Si la audiencia tiene solo una ocupación.
INGRESO	Confirmación del nivel promedio de ingreso de la audiencia, si es alto, regular o bajo.
CULTURA	Si el público es de una etnia similar, donde se incluye raza, religión y nacionalidad.
UNICIDAD GEOGRÁFICA	Confirmación si los miembros son del mismo estado, ciudad o vecindario.
AFILIACIÓN A GRUPOS	Confirmación para saber si la mayoría pertenece al mismo grupo social o fraternal.

Una vez hecho esto se pueden pronosticar las reacciones de la audiencia, utilizando la información que se recogió para pronosticar el interés potencial del público, su conocimiento de, y sus actitudes hacia el orador y el tema. Estas predicciones forman una base para el desarrollo de la estrategia del discurso. Pero también ayuda a determinar cuál es el cuerdo previo, y la manera como se dirá el mensaje para esa audiencia en particular.

Una vez que se seleccionó el tema y se analizó a la audiencia, se continúa el proceso de preparación identificando el objetivo general que se desea alcanzar y después se escribe un objetivo del discurso específico. La mayoría de los discursos pueden clasificarse bajo tres encabezados fundamentalmente: entretenimiento, información y persuasión. Puesto que el discurso es un acto complejo que puede afectar a un público de distintas maneras, estos encabezados son útiles sólo para mostrar que es probable que predomine un avasallador objetivo general. El objetivo o propósito específico es una única declaración que precisa la respuesta exacta que el orador requiere de su audiencia.

dispositio

La *dispositio*, es la actividad prolongada de la *inventio*, que dice cómo distribuir y ordenar lo hallado a lo largo del discurso, generalmente las partes en que se dividen son: *exordio*, la *narratio*, la *confirmatio* y el *epilogo*. El *exordio* anuncia el comienzo del discurso y pretende seducir o preparar el ánimo del público, lo predispone y busca además su atención. En la *narratio* es donde se manejan las diferentes pruebas, es la base de la argumentación persuasiva, se recomienda que sea contundente, clara y breve. La *confirmatio* utiliza los razonamientos elaborados por la *inventio* y constituye la argumentación, su fin es convencer considerando las refutaciones posibles; esta parte implica un dominio de la lógica, donde se recomienda utilizar primero los argumentos fuertes, luego los solazantes y al final los que conmueven. El epílogo complementa el *exordio* y anuncia que el discurso llega a su fin.

Organizar y desarrollar el material de manera que se ajuste mejor a la audiencia en particular. Esto implica elegir un patrón que comunique claramente el material. Así bien, un discurso, una ponencia se organiza con una introducción, un cuerpo y una conclusión. Lo primero es organizar el cuerpo del discurso. Se recomienda escribir una declaración de tesis que se base en el objetivo del discurso. Cuando se tengan los puntos principales potenciales, se seleccionan aquellos que se utilizarán y se redactan como oraciones completas, es decir, que sean específicas, intensas y escritas en un lenguaje paralelo.

Un discurso puede organizarse de muchas maneras dependiendo del tipo de discurso y de la naturaleza del material. Los patrones de organización más comunes son: tema, tiempo y razones lógicas.

Los puntos principales se adornan con el material de apoyo, es útil empezar a delinear el material potencial, después de someter el material de una manera que aclare la relación entre los subpuntos y los puntos principales. Después de que se reseñó el cuerpo del discurso, se reseña la introducción, que se usa para captar la atención, establecer el tono del discurso, crear la buena voluntad y para conducir hacia el cuerpo del discurso. Los tipos de introducción incluyen las declaraciones alarmantes, preguntas retóricas, anécdotas, referencias personales, citas y el suspenso. Finalmente se reseña la conclusión, que incluyen los resúmenes, historias, recursos a la acción y el impacto emocional.

elocutio

La tercera parte es la *elocutio* que organiza los modos para poner palabras a las partes del discurso, para esto requiere una corrección gramatical, claridad, es decir, una disposición lógica y elegancia (uso indirecto del lenguaje y sentidos figurados)³² Aquí la semántica es de radical importancia, ya que utilizar una palabra por otra, o un elemento por otro, dota de significaciones y matices muy diferentes a la totalidad, además de que esto constituye el "estilo". Es aquí donde se utilizan las figuras (mecanismos o artificios del lenguaje, es decir, que nacieron en él, fundamentales para abordar la comunicación general, a la vez son mecanismos semánticos arraigados a la tradición occidental que mantienen una complejidad apreciable en muchos sentidos, en el empleo de la retórica a nivel habitual) y se exalta el lenguaje en su función poética, transfigurando los sentidos y ornamentando lo convencional para trascender lo que se dice.

Esto es, en otras palabras, adaptarse a la audiencia de manera verbal y visual. Planificar una estrategia para adaptar el material a la audiencia específica de la ponencia. Esto implica desarrollar lo que se llama campo común, edificar y mantener el interés del público, relacionarse al nivel de comprensión del mismo, reforzar o cambiar la actitud de la audiencia hacia el orador o el tema y relacionar la información de una manera visual.

La adaptación directa a la audiencia incluye utilizar pronombres personales, preguntas retóricas, experiencias comunes e información personalizada.

El interés de la mayoría de la gente está determinado a si creen que esa información se relaciona específicamente con ellos. Las estrategias incluyen dar énfasis en la puntualidad, es decir, lo oportuno de la ponencia; el impacto sobre el espacio personal de la audiencia y la seriedad del impacto personal, que puede ser físico, económico o psicológico, o bien, una mezcla de los anteriores en mayor o menor grado. Para lidiar con los lapsos en la atención, prepare historias, ejemplos e ilustraciones que se puedan utilizar cuando la atención decaiga.

Las estrategias para adaptarse al entendimiento por parte de la audiencia de la información dependen del nivel de conocimiento existente en la audiencia. Si ésta carece de una información específica sobre el tema, entonces se debe completar la información de fondo necesaria. Durante el resto de la ponencia se deben usar definiciones, ejemplos y comparaciones.

Si la audiencia tiene una actitud positiva hacia el orador, se debe procurar mantener esa actitud; sin embargo, si no se tiene ninguna opinión o por alguna razón es negativa, entonces se debe trabajar para cambiar esa actitud. La actitud hacia el orador se basa en la percepción de parte de la audiencia de la credibilidad del mismo, en el nivel de confianza que los miembros de una audiencia tienen en el orador y en su impresión de la personalidad del orador. Aunque una introducción positiva a cargo de otra persona puede ayudar, los oradores edifican actitudes positivas presentándose a la ponencia totalmente preparados, en el que resalta un sincero interés en el bienestar de la audiencia, vistiéndose, acicalándose y presentándose a sí mismos de manera atractiva, con una sonrisa, hablando en un tono de voz agradable.

Las actitudes de la audiencia hacia el objetivo del discurso pueden ser clasificadas como sin opinión, a favor, u opuestas. Si la audiencia no tiene ninguna opinión, está a favor o está apenas

³² Tapia, Alejandro; *De la retórica a la imagen*; pág. 28

ligeramente opuesta a si tema, los esfuerzos para crear y edificar la atención y para relacionarse con el nivel de entendimiento de la audiencia también funcionarán para mejorar esa actitud.

memoria

La memoria, dentro de las fases preparatorias del discurso, corresponde el aprendizaje de las ideas fundamentales del mismo, mediante el empleo de la *mnemotecnia* que consiste en la distribución regular de un espacio evocado o imaginario al que corresponden los *loci* o lugares, "que son las áreas mentales en que se almacenan los argumentos hallados durante la inventio, que convergen hacia su utilidad en una causa dada, y que se recuerdan por su ubicación en ellas. Los "loci", a su vez, se relacionan con los "*topica*" que, según Aristóteles, son un método, un conjunto de recursos para hallar fácil y rápidamente los argumentos en los "loci", al formular las preguntas: *quis, quid, ubi, quibus auxiliis, cur, quomodo, quando* –quién, qué, dónde, con ayuda de quiénes, por qué, de qué modo, cuándo-"³³

actio

"La *pronuntiatio* o *actio* es la quinta fase preparatoria del discurso oratorio en la antigüedad; es la puesta en escena del orador al recitar su discurso como un actor, con la dicción adecuada y los gestos pertinentes para realizarlo y lograr el efecto que se propuso. Consiste pues, en hacer uso de la palabra y recitar las expresiones que lo constituyen. Su estudio consideraba además todo lo relacionado con la voz y el cuerpo"³⁴.

Aunque los discursos pueden presentarse *impromptu*, en un manuscrito o de memoria, el material que se obtuvo tiene un diseño que ayudará a presentar sus discursos de manera extemporánea, esto es, con una cuidadosa preparación y práctica, y con una redacción exacta que determinará el momento de pronunciarlo.

Los componentes verbales de una presentación eficaz son claridad, intensidad y acento. Los elementos no verbales de la presentación incluyen voz, articulación y acción corporal.

La oratoria efectiva utilice componentes verbales y no verbales para alcanzar la calidad de la conversación que incluye entusiasmo, expresión vocal, espontaneidad, fluidez y contacto visual.

Se deben de considerar esmeradamente las necesidades de la audiencia para cualquier efecto, ya sea visual o verbal, es decir, se debe cuidar el hecho de que contribuya directamente a la atención de la audiencia para entender, o retener la información del tema, y es entonces cuando se debe considerar su uso, por la efectividad que representa.

³³ Beristáin, Helena; *Diccionario de retórica y poética*

³⁴ Ib Idem; pág. 408

Conclusión de la retórica y el diseño

La retórica como el proceso o el arte de elaborar discursos, es patrimonio cultural de Occidente, y como tal, se ha incorporado a las formas de pensamiento y de expresión en los ámbitos donde se halla el lenguaje en sus múltiples formas, la practicamos de manera habitual y, en mayor o menor grado, de forma inconsciente.

Así pues, la retórica provee a los nuevos sistemas de comunicación una estructura metodológica que permite generar nuevas formas dentro del lenguaje. "Esto sucede con el nuevo tipo de mensajes que se establecen a partir de la Revolución Industrial: la prensa, los nuevos géneros literarios, la fotografía, el cine, la televisión, etc. De hecho, la cultura de masas es heredera en muchos aspectos de esta tradición"³⁵. La publicidad encaja en esta línea, el diseño gráfico, a su vez, lo hace por medio del mismo orden discursivo, debido a que ambos son públicos y pretenden ser persuasivos.

Los mecanismos retóricos aparecen en el ámbito del diseño gráfico (y en el de la imagen, en general) debido a que esta estructura subyace en la base de la cultura Occidental. Finalmente la imagen se puede considerar como un lenguaje que necesita de códigos, produce significación y tiene una semántica y retórica propia. La retórica se incorpora a nuestra cultura gráfica manteniendo su estructura, pues ya estaba formulada en las raíces de la misma. "Esto hace pensar que [...] hay un sistema de significación subyacente en el discurso y más general que la lengua puesto que puede manifestarse en diversos lenguajes".³⁶

En síntesis, "la retórica aporta al diseñador los argumentos para que el producto diseñado sea a la vez lógico, coherente, persuasivo, atractivo y estético"³⁷. De esta forma el peso de la creatividad del diseño no reside únicamente en una estética original, sino también en un razonamiento lógico, que además le permite al diseñador fundamentar y defender su trabajo con argumentos, puesto que éstos han sido previamente establecidos.

La retórica es la capacidad de considerar en cada caso lo que sirve para persuadir, este objeto no lo comparte con ningún otro arte, ya que cada una de las demás disciplinas abarcan solo la enseñanza y la persuasión de un objeto específico, como la medicina que trata sobre la salud y sobre la enfermedad; y la geometría sobre las propiedades de las magnitudes, y la aritmética sobre el número, y de modo semejante, las restantes artes y ciencias; la Retórica se ocupa por el contrario de cualquier cosa dada, por así decirlo, parece que es capaz de considerar los medios persuasivos en general, por eso decimos que no limita su estudio a ningún genero específico.

³⁵ Tapia, Alejandro; *De la retórica a la imagen*; pág.40

³⁶ Tapia, Alejandro; *De la retórica a la imagen*; pág. 42

³⁷ <http://www.icono14.net/revista/num5/articulo6/>

¿Qué es diseño de animación?

animación

Las imágenes tienden a comunicar mucha información ya que el sistema visual humano es un sofisticado procesador de datos, por ende las imágenes en movimiento tienen el potencial de transmitir mucha más información que las imágenes estáticas. La animación no sólo es el arte de secuenciar imágenes, es un poderoso medio de comunicación.

Los *filmes* evocan la memoria pública, ponen en relación nuestros deseos personales con las aspiraciones sociales, no sólo reflejan la cultura, sino que la conforman y construyen son un espacio que permite conocer la visión que una sociedad tiene de sí misma y son por ello, un punto de partida común desde el cual las personas pueden dialogar y repensar sus propias historias, como individuos y como sociedad, participando de la construcción de identidades individuales y colectivas³⁸. Las historias, como las que aparecen en los dibujos animados, responden esencialmente a la necesidad de narrar, de explicar, de contar. La narración entonces, es una serie de hechos en una relación causa-efecto³⁹.

Las historias y las narraciones que nos proponen los dibujos animados, son una sucesión de relatos que revelan una estrecha relación con la vida y el mundo real, aún cuando muchos de estos relatos son ciertamente de ficción.

La animación es una secuencia lineal de imágenes, ya sean dibujos, fotos reales, imágenes en general o por computadora, la mayoría de las veces incluye audio, voces o música de fondo, con la finalidad de dar un mensaje. Existen varias partes dentro de la animación y requiere de un proceso, el cual comienza con una idea, luego se ve la manera de representar esa idea y se ve con qué elementos se quiere llevar a cabo. Luego sigue la planeación: el storyboard, que es una manera de plasmar la idea en papel de una manera burda o comprensiva. Después siguen los guiones, que es lo que va a suceder en tiempo lineal de la animación, tanto en el campo visual como en el campo sonoro. Después grabación o filmación, tanto de imágenes como de audio. Y finalmente para concluir el proceso, viene la edición que es juntar tanto las imágenes como el audio de la manera que se había planeado para que finalmente quede la animación deseada. Dentro de cada parte del proceso surgen complicaciones y otros factores que influyen, tanto manuales como técnicas dependiendo de la animación que se quiera realizar.

selección de estilo

Se podría decir que la elección de producir un mensaje utilizando animación implica e soporte, un lenguaje que reúne ciertas características que le dan una fuerza, un impacto. El *estilo* que se elija para hacer esta animación depende de muchas variables: de los recursos disponibles, de la facilidad y preferencia del realizador, de la pertinencia en un momento y un espacio determinados, pero lo que debe prevalecer frente a todas las anteriores es que el mensaje permanezca claro, y que adquiera fuerza a través de su estilo.

³⁸El cine de animación. Morduchiwicz, Roxana Et. Ac. Hoyts General Cinema. Telecom Argentina, agosto 2004

³⁹ *Op cit.*

El estilo, además, habla de lo que es un contexto en el cual se halla, e implica una estructura que intervendrá en su forma narrativa, o si no recae en una estructura propiamente. El estilo es, propiamente la forma, una serie de características que son una manera de expresarse. Los estilos provocan asociaciones intelectuales y afectivas, estableciendo relaciones de afinidad.

Los estilos se componen de elementos primarios y pueden analizarse en función de éstos. El color, la forma y la línea son los principales elementos del estilo visual. Los elementos primarios correspondientes a los dominios sensoriales básicos son: vista, oído, tacto, gusto y olfato.

La estimulación de un sentido por otro sentido se denomina sinestesia, palabra que viene del griego syn (con) y aisthesis (sensación). La sinestesia integra elementos primarios, como los colores, las formas, los aromas y los materiales, un "sistema de atributos" que expresa un estilo estético. Gestalt: la percepción total es mas que la suma de las partes. Dos métodos de gestión para crear un estilo: El estilo surge de la visión, la creatividad y la intuición de los diseñadores.

Dentro de la animación se encuentran pues, diferentes técnicas, desde la animación 2D, pasando por el stop motion, rotoscopia, pixelación, animación por recortes, hasta el 3D digital, entre otras.

La animación ha sufrido transformaciones a la par de la tecnología, tanto en el campo de la televisión y resoluciones de pantalla, como en el campo de las computadoras y de los softwares destinados a este fin. En un principio se realizaban animaciones en blanco y negro, y solían hacerlas imagen por imagen, dibujo por dibujo manualmente. Comenzaron a hacerse caricaturas de esta forma, a mediados del siglo XX. Con la llegada del cine y la invención de la televisión a colores, el ámbito de la animación no se quedó atrás. Y surgió la técnica de animación usando acetatos pintados con acrílicos, sobre fondos antes realizados, para una mejor realización. Esta técnica fue utilizada por vez primera en Blanca Nieves, de Walt Disney en 1937. Esta técnica fue utilizada por mucho tiempo y para hacer todo tipo de animaciones, tanto largometrajes como cartoons en todos los géneros y en la gran mayoría de los países del mundo. Actualmente gracias al avance de la tecnología se han podido hacer animaciones por computadora en 2D y 3D que antes era prácticamente imposible con los recursos que se tenían. La calidad de la animación ha mejorado mucho debido a las herramientas y medios que se han desarrollado actualmente, y es por eso que hoy día vemos películas en 3D por computadora que han marcado un gran paso en el ámbito de la animación.

Antes ya se usaban muchos medios tanto electrónicos como tecnológicos para hacer efectos especiales en películas y programas de televisión, pero se aprovechó toda esta tecnología para mejorar la realización tanto en animaciones como en videojuegos. A finales del siglo XX la tecnología ya era muy avanzada en las computadoras y los softwares, en el área de animación y videojuegos. En ese tiempo empezó a entrar en el medio, el mundo de la 3era dimensión por computadora y todo lo relacionado con realidad virtual, fenómeno que era evidente sobre todo cuando empresas como Nintendo y Play Station dedicadas a la realización de videojuegos aparecieron en la escena del mercado con muchísima fuerza. En 1996, la empresa Pixar se unió a Disney y realizaron la primer película 100% animación 3D por computadora, Toy Store, y a partir de este momento han surgido muchas otras casas de animación que se dedican a animaciones en 3D. Ahora la animación ha tomado un nuevo rumbo, aunque las técnicas antes usadas siguen siendo útiles, es gracias a la tecnología que se ha podido llegar a animaciones impresionantes con una simulación de realidad increíble.

características de la animación

La animación tiene varias características, éstas se determinan debido a la idea y realización y el tipo de animación que se quiere hacer. Dentro de las animaciones hay que tomar en cuenta como característica externa, la calidad de las mismas, es decir, hay que definir cuántas imágenes por segundo se quieren. Con respecto a las características internas de la animación se deben tomar en cuenta: la aceleración, desaceleración, tiempo y movimiento, acción y reacción, anticipación y la secuencia.

No se debe olvidar que una animación está hecha a base de una secuencia de imágenes o dibujos que pueden ser cientos, miles e incluso millones dependiendo del tiempo y de la calidad que se deseen. Al ser transmitida la animación y pasar en secuencia las imágenes, lo que nosotros vemos es una imagen tras otra, pero al ser pasada con una velocidad adecuada, el ojo ve la secuencia y la mente compone la secuencia, es por eso que al ver una animación vemos realmente una secuencia. A esto se le suma música, voces y audio, lográndose una verdadera animación.

Para saber cuántas imágenes hay que poner para que la mente junte una imagen con la siguiente y tenga una secuencia, hay que ver cuántas imágenes percibe el ojo sin ser demasiadas ni muy pocas. Tiene que ser el número óptimo, ya que entre más imágenes por segundo es mejor la animación pero no pueden ser demasiadas ya que el ojo no percibiría todas y tampoco la secuencialidad. Para tener un parámetro, vemos que Walt Disney en sus películas usa 30 imágenes o cuadros por segundo, esto significa que por cada segundo se han realizado 30 dibujos para lograr una secuencia de movimientos y de animación óptima. Si se multiplica los 30 dibujos por segundo y vemos que la película dura más de una hora, notamos que son millones de dibujos. El ojo humano es capaz de ver y captar las 30 imágenes y transformarlas en una secuencia, si fueran menos imágenes, la animación podría verse cortada y el movimiento poco natural, dependiendo de lo que se quiera conseguir. Algunas animaciones japonesas llegan a tener hasta un mínimo de 10 imágenes por segundo.

La calidad de la animación y de cada una de las imágenes depende en gran medida de la técnica, pero principalmente de la persona que las realiza. Aquí entra mucho en juego la creatividad y habilidad de realizar dibujos o "hacer" imágenes, tal vez combinando técnicas y utilizando todas las herramientas de dibujo como son: punto, línea, perspectiva, color. Y todo esto depende directamente de la idea y de la animación que se quiere realizar.

Con respecto a las características internas de la animación, lo primero que hay que tener en cuenta son la aceleración y desaceleración. Esto es muy importante ya que de esto depende el realismo que tendrá la secuencia. También hay que tomar en cuenta que la animación es exageración de las cosas reales. Ni el movimiento real ni el animado es lineal, sino que empieza poco a poco, se va acelerando, aumenta y antes de terminar se detiene. Esto se llama "ease in" que es aceleración para empezar el movimiento, y "ease out" desaceleración para terminar el movimiento. De esto depende en gran parte que la animación sea "real". Todos los elementos que se muevan dentro de la animación deben de tener en cuenta estos dos aspectos.

Acercas del movimiento y el tiempo vemos que el movimiento es muy importante en la animación, ya que en todas existe el movimiento, pero hay que saber darle el tiempo al movimiento de cada cosa o personaje que queremos mover. No es el mismo tiempo o las mismas imágenes para

hacer una animación de una persona que esté caminando a una que esté corriendo, esto dependerá de la acción que hace cada personaje dentro de la animación. Hay que darle el tiempo suficiente a acción de cada personaje, y para lograr este efecto de movimiento reflejado en una animación es muy importante la realización de los dibujos o imágenes secuenciados unos a otros para dar la impresión de movimientos rápidos o lentos, dependiendo la acción deseada. Hay acciones que toman segundos y otras décimas de segundo, esto se logra dependiendo la secuencia de cada movimiento. Por ejemplo, si se quiere hacer una persona corriendo muy rápido, la secuencia de imágenes debe ser muy salteada. Es decir, se hace el dibujo o la imagen de una persona con las piernas estiradas a punto de tocar el suelo, pues la siguiente imagen deberá ser la misma persona ya flexionando las rodillas para dar otro paso. No es lo mismo cuando una persona camina, porque la secuencia de dibujos es más corta, es decir, son más dibujos por cada paso que se da.

Con respecto a la acción y reacción es importante en animación, igualmente que en lo real pero de una manera exagerada, todas las acciones tienen reacciones, y esto se tiene que tomar en cuenta en una animación. Imaginemos una pelota cayendo, mientras cae la pelota se ovala un poco debido a la aceleración con la que cae. Al momento de tocar el suelo, la pelota se contrae y el suelo se flexiona un poco. Esto dependerá en gran parte del material con que esté hecho, dentro de la animación. Luego, al saltar de nuevo la pelota se vuelve a estirar, y así sucesivamente dentro de la desaceleración. Es decir, cuando uno o dos cuerpos sufren de una causa externa en cualquier aspecto, éstos sufren cambios físicos, aunque sea sólo por unos instantes, y esto se debe de exagerar en la animación.

La anticipación es importante para expresar al espectador que algo está a punto de pasar. Es decir, antes de que un personaje de un salto, flexiona las rodillas para tomar impulso, y justo antes de saltar se toma un momento y luego realiza la acción. O antes de que un personaje le tire un golpe a otro, toma impulso echando el hombro para atrás para tomar más impulso y más fuerza. La anticipación debe estar presente en cada acción de la animación, de cada personaje o cosa que se mueva.

animación 3D por computadora

La animación por computadora en 3D solamente difiere de las otras animaciones únicamente en su realización. Para hacer una animación en 3D es necesario pasar por todo el proceso para realizar una animación y tomar en cuenta sus características tanto internas como externas. Hay que tener una idea, planeación, storyboard, guiones, grabación y edición. En donde varía la animación en 3D es en su realización y en la técnica que se use para llevarla cabo. Otras animaciones pueden estar hechas en dibujos en blanco y negro o en color, o en acetatos o en 2D por computadora. El proceso para hacerla en 3D es distinta a las demás. Para saber qué técnica usar, se debe tener claro qué tipo de animación se quiere.

Para hacer animación en 3D por computadora se requiere un proceso. Primero, después de que se tienen todos los procesos anteriores de una animación, hay que modelar los personajes y las cosas que van a aparecer en la animación (modelado), luego hay que aplicarles una textura (texturización) a cada uno de los elementos. Después hay que darle iluminación adecuada a los ambientes. Para proseguir con darle el movimiento deseado para cada uno de los elementos. Finalmente se renderiza imagen por imagen para luego editarlas y obtener la animación final.

Primero hay que modelar ⁴⁰ a los personajes y cada una de las cosas y elementos que se necesitan en los ambientes, para esto hay que tomar en cuenta las características del software con el que se va a trabajar. Generalmente se parte de figuras geométricas básicas y propiedades de las mismas para ir creando las cosas necesarias. Para los personajes que se van a mover es necesario tomar en cuenta las articulaciones para realizar el movimiento adecuado. Para los demás elementos se necesita tener un idea de animación y basarse en ella para el modelado. Depende de esto si se requieren las cosas más orgánicas o cuadradas, etc.

Una vez que ya se tienen modelados todos los elementos que se van a utilizar, hay que aplicar textura, esto es el proceso de texturización, a todas las cosas. Tomando en cuenta textura, color, brillo, transparencia, reflejo, profundidad de las texturas, etc. Y se aplican a cada uno de los elementos, de manera que cada cosa tenga su textura propia. Esto es muy importante para lograr que el pasto parezca pasto, por ejemplo; los objetos metálicos de metal; la piel, piel; y los objetos de plástico con sus características y colores propios, etc. Todo esto va a estar gobernado desde el punto de vista de la animación y concepto que se quiera hacer.

Una vez terminado los modelos con sus respectivas texturas, sigue la iluminación. Para esto es necesario tener claro el ambiente para el tipo de animación deseada. La iluminación es muy importante porque es la que le da profundidad y sombra a las cosas. Hay que tener muy en cuenta con qué color se quiere iluminar y cuántos y qué tipo de focos o fuentes de iluminación se quieren usar. No es lo mismo un *foco dirigido* a o un *foco redondo* o iluminación de sol o luna, etc. Hay que saber iluminar las cosas, quizá resaltar con la misma luz las cosas o acciones más importantes dentro de la animación.

Ya que se tienen los modelos y ambientes con texturas iluminados sigue lo que es la animación en sí, es decir, mover los elementos, los personajes, darle vida a las cosas. Es donde se hace que camine un personaje o que se mueva algo. Aquí hay que tomar en cuenta las características

⁴⁰ Vid Kit Laybourne. "The Animation Book"

internas de la animación. Se cambian las expresiones de caras y de personajes y se sigue la secuencia antes planeada en el storyboard y en los guiones.

Finalmente una vez hecha la animación y el movimiento de cada uno de los personajes deseados, que puede durar desde unos segundos hasta horas, dependiendo de la animación que se hizo, viene la parte del renderizado. Render se refiere a hacer imagen por imagen de la animación, esto es debido a que mientras se va haciendo el movimiento de los personajes, se va quedando sólo en el programa; pero una vez que se quiere hacer la animación y la secuencia, ya sea imagen por imagen, o la animación como película, la computadora tiene que hacer el proceso de render, la computadora va haciendo imagen por imagen de la secuencia de una manera análoga a como se hacía anteriormente en la animación, sólo que ahora es un proceso computacional. Para hacer un buen render, es necesario especificar las características deseadas. La animación final depende en gran parte de este proceso. Aquí se le indica a la computadora cuántas imágenes por segundo se quieren, que tanta calidad de imagen, de textura, de iluminación, etc; es decir, se refiere a las características externas de la animación. La duración de este proceso depende en gran parte de la calidad y las imágenes que se quieran y de las texturas e iluminación que entran dentro de las imágenes. También cuenta la computadora con la que se va a renderizar y sus características en memoria RAM, etc. El programa que se uso para la animación, entre otras cosas. Un proceso de render de 10 segundos puede tardar incluso horas. Finalmente los archivos se editan y se hace la animación final.

Para la edición es necesario tener todos los archivos e imágenes renderizadas y luego unirlas según el orden lógico inicial de la planeación. Aquí es donde se unen las imágenes con el audio, ya sea música, voces, etc. Una vez terminado esto, se produce una animación final que puede pasar a video.

anexo

A pesar de haber muchos paquetes de modelado y animación 3D, los cuatro que se han ganado la mayor popularidad son:

- Maya (Alias Wavefront). Es el software de modelado más popular en la industria. Tras la adquisición de la empresa fabricante, ALIAS, por parte de AUTODESK, la versión octava de Maya fue publicada. Es utilizado por multitud de importantes estudios de efectos visuales en combinación con RenderMan, el motor de rénder fotorrealista de Pixar. Última versión a octubre de 2006: Maya 8.
- 3D Studio Max (Discreet). Fue originalmente escrito por Kinetix (una división de Autodesk) como el sucesor de 3D Studio para DOS. Más tarde Kinetix se fusionaría con la última adquisición de Autodesk, Discreet Logic. La versión más reciente en Octubre de 2006 era la 9.0. Es el líder en el desarrollo 3D de la industria del videojuego y es muy utilizado a nivel amateur.
- Lightwave 3D (Newtek). Fue originalmente desarrollado por Amiga Computers a principios de la década de los 90. Más tarde evolucionó en un avanzado paquete gráfico y animación 3D. Actualmente disponible para Windows, Mac OS y Mac OS X. La versión a principios del 2006 era la 8.5. El programa consiste en dos componentes: el modelador y el editor de escena. Es utilizado en multitud de productoras de efectos visuales como Digital Domain.
- Softimage XSI (Avid). El contrincante más grande de Maya. En 1987, Softimage Inc, una compañía situada en Montreal, escribió Softimage3D, que se convirtió rápidamente en el programa de 3D más popular de ese período. En 1994, Microsoft compró Softimage Inc. y comenzaron a reescribir Softimage3D para Windows NT. El resultado se llamó SoftimageXSI. En 1998 Microsoft vendió Softimage a Avid. La versión a mediados del 2003 era la 3.5.⁴¹

⁴¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Gr%C3%A1ficos_3D_por_computadora

El caso

Para el proyecto Eón, sabíamos que queríamos transmitir un mensaje, cuyo soporte o medio sería la animación. Desde el comienzo se abordó el problema como un problema de comunicación, y lo resolveríamos siguiendo un esquema retórico.

Se procede a dar una justificación del por qué del medio utilizado, así mismo del empleo de la retórica abordando el problema como un problema de comunicación dentro del diseño.

Se diseña pues un mensaje, cuyo soporte es la animación 3D, por computadora, debido a la pertinencia de éste en la actualidad y al impacto que genera en los jóvenes quienes son nuestro principal *target*.

por qué animación

Los productos audiovisuales (la animación dentro de éstos) evocan la memoria pública, ponen en relación nuestros deseos personales con las aspiraciones sociales, no sólo reflejan la cultura, sino que la conforman y construyen, son un espacio que permite conocer la visión que una sociedad tiene de sí misma y son por ello, un punto de partida común desde el cual las personas pueden dialogar y re-pensar sus propias historias, como individuos y como sociedad, participando de la construcción de identidades individuales y colectivas⁴².

La animación aparece en muchos lugares y se dirige a toda clase de público. Ésta forma de representación audiovisual se inserta de manera muy eficaz como capital simbólico cultural, ejerciendo efectos persuasivos de importancia considerable. Dirigida a diversos auditorios que persiguen diferentes objetivos; esta forma de representación audiovisual ha tomado tanta fuerza y tanta persuasión a lo largo de los años, desde su primera aparición como tal hasta nuestros días, que no sólo se manifiesta como una expresión artística, como un producto *mercantilizable*, o un medio de entretenimiento, sino que también figura como una herramienta didáctica en los procesos educativos y como medio de crítica, que se considera debido a su eficacia, así mismo como un medio de comunicación y persuasión de radical importancia. También es cierto que esta forma de manifestación audiovisual repercute de manera directa en un lenguaje que es susceptible de ser asimilado de forma más directa, debido a su universalidad y esteticismo.

Las historias y las narraciones que nos proponen los diversos productos animados, son una sucesión de relatos que revelan una estrecha relación con la vida y el mundo real, aún cuando muchos de estos relatos son ciertamente de ficción.

Podemos concluir que el valor que ha tomando la animación como uno mas de los medios de comunicación que contribuyen a la cultura, es una razón para su utilización en este proyecto, además la animación no sólo es un canal de expresión narrativo, sino que también puede mostrar diversas formas de ver el mundo, comprendiéndolo en relación a un tiempo, un espacio y una sociedad.

⁴² Morduchiwicz, Roxana Et. Ac *El cine de animación*. Hoyts General Cinema. Telecom Argentina, agosto 2004

por qué 3D

La animación tradicional tiene un "feelling". Por tradición e historia ha conseguido un lugar que en varias ocasiones la ha colocado en sitios privilegiados (Disney, por poner un ejemplo).

La enorme ventaja que implica realizar animaciones por computadora es un incentivo para cualquier productor, y no menos para nosotros, ya que no solamente implica economía de recursos, sino que nos ha permitido poner en práctica apoyos del módulo. Sin embargo, lo que determinó el uso de personajes en 3D y no recurrir al impacto artístico de la animación tradicional fue, principalmente, por la posibilidad de homogeneizar el estilo de los diferentes alumnos que conformamos el equipo de trabajo, y de esta forma todos podrán, en su momento, participar activamente en lo que es el modelado de personajes. Aunque bien implica primero un desarrollo en 2D que posteriormente se genera a 3D. De esta forma se abarcan ambas posibilidades como ejercicios que, así mismo, requiere el módulo.

Finalmente, la enorme invasión de animaciones por computadora en el *mass media*, de las cuales muchas son en 3D, incluyendo a los grandes estudios de animación, nos hacen ver la pertinencia del empleo de este estilo frente al de animación tradicional, pues tal parece que le da un "aire" de actualidad.

Para nosotros resulta enormemente atractivo, ya que una vez realizados los modelos y los sets, bien podemos decir que tenemos a nuestros actores y nuestras locaciones donde comenzaremos nuestra producción.

Hemos decidido realizar un cortometraje animado en 3D no sólo por los efectos estéticos y de *pregnancia*⁴³ que implica, sino también por la disponibilidad y multiplicidad de las herramientas que se pueden utilizar para llevar a cabo este proyecto. De las cuales disponemos, en su mayoría, las de los medios digitales, es decir, una computadora. Debido a la economía de este medio y a la gran ventaja que nos ofrece al homogeneizar el trabajo de todos los participantes en este proyecto, fue nuestra herramienta por elección desde un principio.

⁴³ El concepto de *pregnancia* se fundamenta sobre la idea de coherencia estructural de una forma y, por consiguiente, sobre el sentido de simetría, orden, regularidad y sencillez. El concepto "*pregnancia*" se relaciona, también, con la idea de "*impregnación*". Es decir, aquello con lo que nos quedamos "*impregnados*" cuando miramos. Desde este punto de vista, la idea de *pregnancia* aún se proyecta sobre nociones tan importantes para la comunicación visual como velocidad de transmisión y memoria visual.

encontrar un tema

La res: el Poder

En base a la necesidad de plantear un discurso audiovisual que puntualizara en un problema social, se abordó el tema del poder como tema general y como subtema, las relaciones de poder, su mal manejo y la destrucción del bien común y el medio ambiente como consecuencias nocivas de la falta de consciencia de los roles de poder en los individuos. El primer momento dentro de la retórica, la inventio, nos ha permitido encontrar acerca de lo que queremos hablar. Abordamos el tema del poder y las relaciones de poder que se dan en los diferentes grupos sociales; queremos evidenciar éstas, mostrar las consecuencias nocivas de un mal manejo de poder, enfatizando también las que tienen que ver con el medio ambiente.

En nuestro caso particular el tema general es el poder, desde la perspectiva que Foucault⁴⁴ plantea. La mayor parte de nuestra argumentación parte de la obra de Foucault dedicada al poder y sus mecanismos aplicados a la sociedad, es decir que esta visión no sólo es una de las más actuales y con más vigencia hoy día, sino que la perspectiva que tiene, una perspectiva social, nos ayuda a dirigir mejor nuestra temática. De ahí el tema deriva en las relaciones de poder, su jerarquización y sus mecanismos, procurando enfocar el tema a la preocupación que hemos expuesto previamente. Creemos que para nuestros fines, esta visión sociológica que el filósofo propone es eficaz para esta finalidad. No en vano, diversos autores hacen referencia a la obra de Michel Foucault, porque actualmente muchas de sus observaciones están vigentes y *funcionan* en nuestra sociedad.

Se entiende por poder como la facultad del hombre para actuar, que incluye la posibilidad de reunir diversas voluntades para obrar por un fin común: esta capacidad está limitada por reglas específicas de acuerdo a la sociedad en la que se desarrolle. El poder es la "fuerza y la capacidad de controlar a los otros... es en última instancia *exercitium*: el ejercicio del poder".

El control es tal únicamente cuando se ejerce. Y ejercer este control implica una relación del individuo con otros actores donde unos dominan y otros son dominados. Sin esta relación, el poder es imposible.

Es el espacio social donde se producen las relaciones de poder precisamente porque éste es lugar que permite desarrollar diferencias, posibilita la creación de un sistema de posiciones que se definen en y por sus opciones mismas y que permite se realice una práctica orientada a producir valores admitidos socialmente.

Foucault propone que para analizar las relaciones de poder tomemos en cuenta los siguientes factores:

1. Sistemas de diferenciación; esto es, las condiciones particulares y características de cada actor que van desde los sistemas de producción, distribución y consumo simbólico hasta la normatividad a la que están condicionados.
2. Objetivos que persigue.

⁴⁴ Michel Foucault (1926 - 1984), filósofo y psicólogo francés, profesor de la cátedra *Historia de los sistemas de pensamiento* en el *Collège de France* de 1970 a 1984. El trabajo de Foucault ha influido a importantes personalidades de las ciencias sociales y las humanidades en Europa y Estados Unidos.

3. Modalidades instrumentales; es decir, herramientas que cada actor utiliza para ejercer su poder.
4. Formas de institucionalización; es decir, modos de organización en que cada actor se agrupa para relacionarse con los demás.

Foucault hace hincapié en el hecho de no hacer una observación calificativa que pretenda atacar qué institución, grupo o élite ejerce el poder, sino más bien distinguir una técnica, una forma de poder. Ésta se ejerce sobre la vida cotidiana inmediata que clasifica a los individuos en categorías, los designa por su propia individualidad. Es una forma de poder que transforma a los individuos en sujetos. Existen dos significados de la palabra sujeto: sometido a otro a través del control y la dependencia, y sujeto atado a su propia identidad por la conciencia o conocimiento de sí mismo. Ambos significados sugieren una forma de poder que subyuga y somete.

las relaciones de poder

“Las relaciones de poder” entendidas como la capacidad de unos individuos o grupos para influir, determinar, condicionar u obligar el comportamiento y el pensamiento de otros individuos o grupos, son resultado de la acción social, hasta el punto de que una colectividad humana sin relaciones de poder sólo sería viable en el caso imposible de que en dicha colectividad no se diese la dinámica de interacción que implica y es consecuencia de la acción de los individuos que la integran.

El poder, por lo tanto, no es un fenómeno externo, impuesto, corruptor de una pretendida naturaleza humana o fuerza coercitiva necesaria para el mantenimiento de la vida social, tal como explícita o implícitamente se le ha presentado o considerado con frecuencia. El poder, las relaciones de poder, son consustanciales a la vida social humana a todos los niveles, desde las relaciones de pareja, pasando por las que se dan entre estados, del mismo modo, utilizando una analogía de que la fuerza de gravedad es consustancial el movimiento de los cuerpos celestes. Las relaciones de poder vienen determinadas primariamente por la existencia objetiva de diversidad entre los individuos y los grupos, las cuales en el transcurso de la acción social, son consecuencia del establecimiento de relaciones de poder y de la configuración de desigualdades entre dichos individuos o grupos; pero sólo cuando las fuentes de poder y los instrumentos para su ejercicio son monopolizadas por unos individuos o grupos con respecto a los demás, el poder se convierte en dominación, del mismo modo que la apropiación de los medios de producción de unos sobre otros da lugar a la explotación.

Se distinguen entonces varios tipos de poder, tantos tipos como fuentes o recursos considerados esenciales por una determinada sociedad sobre los que su control establece desigualdades entre los individuos y grupos. Así tendremos un poder económico, un poder sexual, un poder generacional, un poder simbólico, y un poder político, que podríamos definir como la capacidad del individuo a grupo de influir, condicionar, determinar u obligar a otros en el desarrollo de aquellas actividades y acciones que tienen un carácter público, es decir, que suponen la participación o la implicación de la colectividad en su conjunto o de sectores significativos de ella, más allá de la esfera propiamente individual o familiar que podríamos denominar “privada”, si inmediatamente matizamos que la extensión de la misma varía según el tipo de sociedad, llegando en algunos a fundirse prácticamente con la esfera de lo “público”, de lo “político”.

Para poder conocer bien el problema de las relaciones de poder en la sociedad tenemos que analizar los medios por los cuales se ejerce el poder.

No podemos escapar del poder, lo ejercemos y lo sufrimos, el poder no es un fenómeno unilateral, sino que se trata de un complejo tránsito de constante retroalimentación, en palabras de Foucault *"el poder funciona, se ejercita a través de una organización reticular"*, en donde intervienen los mecanismos reguladores *"...en sus redes no sólo circulan los individuos, sino que además están siempre en situación de sufrir o ejercitar ese poder..."*

Las relaciones de poder se hacen complejas y se manifiestan de diversas maneras: esclavitud, domesticación, disciplina... El poder disciplinario *"se organiza como un poder múltiple, automático y anónimo"*, el control es asumido por los propios sujetos en un sistema de relaciones multi-direccionales.

Foucault divide las modalidades puras del poder en tres formas, dominación, autoridad y dirección.

Dominación: Se da por medio de la fuerza, la amenaza y la violencia física, un ejemplo es el poder machista que hay en muchas familias; existe una sumisión que esta basada en el miedo y el terror, una rebelión o resistencia, que se puede dar en dos formas, en su forma pasiva, se identifica por el martirio y la fuga, y la activa en donde se presentan atentados y sabotaje. En esta modalidad hay una condición de Vigilancia y un control permanente.

Autoridad: Se funda en las creencias compartidas, por miedo a las ideologías de legitimación generadoras de un consenso social. La sumisión se presenta en la obligación a someterse a reglas establecidas (autoridades religiosas y paternas) creando así respeto y en algunas ocasiones fanatismo, obediencia ciega, convicción y entusiasmo. La rebelión se da cuando hay una ruptura, un desacuerdo ideológico, y para esta hay una sanción de orden ideológico, una excomuniación o una condena. La condición se mantiene sin soporte espacial se expande en el ámbito de un espacio homogéneo (nación)

Dirección: Modalidad de poder ligado a las exigencias de la división técnicas del trabajo, por medio de la competencia, es un poder delegado por contrato cumple con una función definida es temporal ante la necesidad de cooperación social

Ahora bien, sabemos que no podemos escapar al poder, lo ejercemos y lo sufrimos, sea cual sea el rol que nos toque dentro del intrincado panorama social. Las relaciones de poder se hacen complejas y se manifiestan de diversas maneras, así como el político tiene un claro papel dentro de la administración de su país, también lo es el papel que ejerce la gente sobre él. *El poder disciplinario "se organiza como un poder múltiple, automático y anónimo", el control es asumido por los propios sujetos en un sistema de relaciones multi-direccionales.*

"El poder, las relaciones de poder, son consustanciales a la vida social humana a todos los niveles, desde las relaciones de pareja, pasando por las que se dan entre estados...", y para nosotros este hecho nos empuja a reflexionar en que cada uno ejerce un poder sobre otro, y esta situación cambia según las diferentes dinámicas que se establecen entre los individuos, pues no es un "algo" preestablecido e indeleble. Esta no conciencia de los diferentes roles que adquirimos en lo cotidiano con respecto al poder que ejercemos conduce a los individuos a realizar acciones que, creemos, pueden mejorar para un bien común, si se toma una verdadera conciencia de ello.

establecimiento de la audiencia a quién va dirigido el cortometraje y por qué se decidió esta audiencia

Un auditorio es un grupo de personas, con uso de razón y con creencias particulares. Dado su carácter racional, los auditorios pueden ser persuadidos si se les presenta un argumento adecuado⁴⁵.

Cuando se hizo la elección del auditorio se tomó en cuenta la edad ya vivida entre los participantes del proyecto por que se puede entender mejor al público y conocer sus preferencias, este fue un elemento importante tomado en cuenta para la elección del público.

"Las preferencias (...) reflejan, en parte, una característica más general de los auditorios, llamada selectividad en la exposición. La gente selecciona los medios masivos y contenidos que creen serán más interesantes y reforzarán sus puntos de vista, sus opiniones y experiencias iniciales. En gran parte los intereses y predisposiciones que guían a los auditorios en la autoselección tienen raíces en la estructura del grupo dentro del cual vive cada miembro de la audiencia."⁴⁶

En nuestro caso, la audiencia es de jóvenes estudiantes, aquellos que consideramos en un principio como asistentes al Festival Pantalla de Cristal. Además del jurado que califica las producciones en dicho festival. ¿Qué tienen en común nuestras dos audiencias? Pues el interés en los medios audiovisuales; nos aventuramos a pensar que la audiencia de forma general ya tiene un conocimiento de los que son las producciones en este sentido, por esta razón nuestra estrategia cuidará en gran medida lo que abarca los aspectos técnicos.

Por lo tanto, nuestra audiencia está contemplada en jóvenes universitarios, mexicanos entre 18 y 28 años de edad (sin exclusión de otras edades) de clase social media. Hemos partido de nuestro interés, nuestra preocupación y nuestro conocimiento personal para poder definir nuestra audiencia.

La otra parte de la audiencia está conformada por el jurado de Pantalla de Cristal, especialistas en medios audiovisuales.

⁴⁵ Rivera, A. *Mexicanos Diseñando*.

⁴⁶ Wright, Ch. R. *Comunicación de Masas*. Paidós Studio. México, 1995. pág. 96

información general de la audiencia

EDAD Se consideró una audiencia entre los 18 y 28 años en general

EDUCACIÓN la mayoría cuentan con estudios de nivel medio o superior, con un interés general en medios audiovisuales.

GÉNERO un público homogéneo

OCUPACIÓN estudiantes, profesionistas en el área de medios audiovisuales, o que se dedican a la producción audiovisual.

INGRESO regular

CULTURA no pertenecen a un etnia en particular, la gran mayoría son mexicanos, algunos católicos.

UNICIDAD GEOGRÁFICA la mayoría radican en el Distrito Federal o Área Metropolitana.

ANÁLISIS DE LA AUDIENCIA

Datos

1. El nivel de educación pública es ___bachillerato ___medio ___*___ superior
2. La fluctuación de la edad es de _18_ a _28_. La edad promedio es de _23_
3. Aproximadamente, la audiencia es _50_% masculina y _50_% femenina
4. El cálculo de nivel de ingresos del público es ___*___ por debajo del promedio ___promedio ___ por encima del promedio
5. Básicamente, el público es ___*___ la misma raza ___ una mezcla de razas
6. Básicamente, el público es ___*___ de la misma religión ___ una mezcla de religiones
7. Básicamente, la audiencia es ___*___ de la misma nacionalidad ___ una mezcla de nacionalidades
8. La audiencia es básicamente ___ del mismo estado ___*___ de la misma ciudad ___del mismo vecindario ___ de diferentes áreas

Pronósticos

1. El interés del público en este tema es probable que sea ___*___ alto ___ moderado ___ bajo
2. La comprensión del tema por parte de la audiencia será ___*___ mayor ___ moderada ___ poca
3. La actitud del público hacia el orador es probable que sea ___*___ positiva ___ neutral ___ negativa
4. La actitud de la audiencia hacia el tema será ___ positiva ___*___ neutral ___ negativa

convocatoria especificaciones del concurso

Para poder concretar parte del "perfil" del cortometraje, es necesario conocer las características en las que puede participar, para ceñirnos a éstas.

Podrán participar en cualquiera de las categorías producciones independientes o realizadas por casas productoras, televisoras, agencias de publicidad, compañías ó instituciones públicas ó privadas de México ó para México, excepto en la categoría de Anuncios de Televisión en la que se aceptan comerciales en español producidos para el mercado hispano de cualquier parte del mundo.

Considerando que en la actualidad la tecnología permite originar imágenes y audio por medio de grabaciones, filmaciones, equipo de cómputo y material fotográfico, se aceptará que las producciones hayan sido filmadas, videograbadas o producidas en una computadora y editadas en cinta o en sistemas de edición no-lineal de disco, siempre y cuando la obra sea presentada en DVD -R para su inscripción, mismo que será exhibido al público.

Los participantes deberán llenar completa la Ficha de Inscripción y pagar la inscripción correspondiente.

Las categorías de competencia son las siguientes:

- Anuncios para Televisión (se aceptan comerciales en español producidos para el mercado hispano de cualquier parte del mundo).
- Videoclip
- Documental (Tema, duración y formato libres)
- Cortos de Ficción (historias). Tema y formato libres. Duración máxima: 10 minutos
- Video Corporativo
- Reportaje Noticioso
- Películas Digitales

Serán aceptadas producciones concluidas durante 2005 y hasta el 15 de septiembre del 2006.

Costo de inscripción por cada producción: \$700.00 (Setecientos pesos 00/100 M.N.)

El Festival hará una selección de los mejores trabajos inscritos que se exhibirán en sesiones de Jurado abiertas al público del lunes 9 al viernes 13 de octubre del 2006. En las sala estarán presentes Jurado, público y participantes que deseen asistir. El Jurado deberá calificar las producciones seleccionadas en las sesiones públicas y, al terminar la proyección, deliberará y entregará al Presidente del Festival nominados y ganadores.

Cada categoría tendrá un Jurado integrado por 5 personas de reconocido prestigio, honestidad y trayectoria profesional, que se darán a conocer oportunamente.

El Jurado deberá otorgar los siguientes premios:

- 1.- Un sólo ganador por Categoría y Especialidad recibirá el Premio Pantalla de Cristal. Se entregará a Casa Productora, Agencia de Publicidad, Anunciante, Disquera e

Institución, al Mejor por Categoría (Documental, Videoclip, Comerciales, Corto, Video Corporativo, Reportaje Noticioso y Película Digital).

2.- Y también recibirá el Premio Pantalla de Cristal el Mejor de cada Especialidad por Categoría:

Mejor Director, Mejor Fotografía, Mejor Guión, Mejor Edición, Mejor Postproducción, Mejores Efectos, Mejor Animación, Mejor Colorista, Mejor Pintado y Mejor Música Original (no en Videoclip), Mejor Casting y los premios especiales que el Jurado considere merecidos.

3.- Se otorgarán Nominaciones de Finalistas en todas las categorías.

Décima Segunda: Todos los casos no especificados por la presente convocatoria deberán ser resueltos por el Jurado. La decisión del Jurado es inapelable.

intención persuasiva

Pretensión general:

Que el auditorio concientice el manejo del poder en los diferentes niveles en los que éste se da. Ya que el mal manejo del poder, conlleva consecuencias nocivas para la sociedad en general; siendo éstas condiciones menos óptimas para la calidad de vida de los individuos y de la sociedad. Por otra parte, el manejo irresponsable del poder puede causar daños al medio ambiente que son irreversibles, mismos que a mediano o largo plazo repercuten en el hombre.

Pretensiones particulares:

- Mostrar cómo se dan las relaciones de poder entre los individuos de una sociedad.
- Señalar que el mal manejo del poder conlleva a situaciones nocivas no sólo para los individuos, sino para la sociedad en general y, al mismo tiempo, para el medio ambiente.
- Evidenciar la confrontación inexorable de las actitudes egoístas de los individuos.
- Criticar el hecho de cómo el individualismo se antepone a valores humanos esenciales.
- Plantear la confrontación del hombre contra la naturaleza haciendo un uso indebido de su "poder" frente a ésta.
- Mostrar las relaciones de poder según los estereotipos de la sociedad mexicana.

Objetivo general:

Evidenciar las consecuencias negativas del abuso de poder en la sociedad, ya que esta actitud acaba con la integración del bien común, ya que actualmente las relaciones de poder en la sociedad tienden a ser abusivas y usadas en beneficio de unos cuantos, creando no solamente un malestar, sino terminando con la integración del bien común.

Intención persuasiva:

Reafirmar la postura crítica de los individuos frente al abuso de poder.

acuerdos previos de la audiencia

Para definir la intención persuasiva es necesario conocer lo que opina el auditorio al respecto del tema que será expuesto.

Lo que piensa nuestro auditorio de las relaciones de poder:

- ❖ El poder llevado de manera irresponsable conlleva a la destrucción
- ❖ El poder puede ser útil para la sociedad en general
- ❖ El poder no debe favorecer grupos minoritarios
- ❖ Existe una dominancia a través de la imposición de la fuerza.
- ❖ El abuso de poder en la sociedad conlleva a consecuencias negativas, cuya actitud acaba con la integración del bien común.
- ❖ Actualmente las relaciones de poder en la sociedad tienden a ser abusivas y usadas en beneficio de unos cuantos, creando no solamente un malestar, sino terminando con la integración del bien común.
- ❖ El mal manejo del poder actual conlleva situaciones nocivas para los individuos, para la sociedad en general y para el medio ambiente.
- ❖ La confrontación del hombre contra la naturaleza es inexorable a causa del uso indebido de su "poder" frente a ésta.
- ❖ A cada estereotipo le corresponde un rol el cual implica una jerarquía dentro del poder.
- ❖ Se antepone el individualismo frente a valores humanos esenciales.

Al plantear la temática del proyecto, nos dimos cuenta que no generaba controversia en la medida de que el mensaje, no pretendía hacer cambiar de parecer al auditorio en su idea acerca de las relaciones de poder, ni tampoco persuadirlo de una nueva idea. Es decir que nuestra audiencia ya está previamente convencida de lo que queríamos plantear, no hallamos desacuerdo. Entonces aducimos al lugar común:

acuerdo previo:

el abuso de poder conduce a la destrucción

el abuso de poder conduce a la destrucción del bien común

La historia

La historia generada a partir del conocimiento previo de la audiencia y la selección del tema se organiza según el esquema de la dispositio, es decir que los argumentos que se esgrimirán para que la intención persuasiva cumpla su cometido.

A partir de la diversidad de temas se elaboraron una serie de borradores con diferentes historias que podrían ser las transmisoras de los diferentes mensajes. Todas ellas culminaron en la elaboración de un *animatic*, y cada uno fue evaluado por el profesor Jaime Zanini.

Antes de seleccionar una historia definitiva, ésta tuvo que pasar por varias correcciones pues presentaba problemas en su conceptualización general y puntualización de personajes, pues bien podría prestarse a que la temática se entendiera en un principio como un conflicto de género, desviando así la intención persuasiva.

Una vez concluidas las correcciones, se llegó a la concreción de una historia.

Premisa de Eón

La no conciencia del individuo en sus roles de poder lo puede llevar a un mal manejo de ese poder, conduciendo al individuo y a la sociedad a repercusiones negativas.

Premisas implícitas:

La obtención del poder para sí.

Cada individuo desea el poder para sí mismo,

Cada individuo ejerce el poder, de una forma u otra, en diferentes momentos, ciñéndose este poder, generalmente al contexto y dinámica en la que se halla el individuo.

Los individuos no están concientes -la mayor parte del tiempo- de su situación de poder o sumisión, por lo tanto no la ejercen con toda la responsabilidad posible.

La poca conciencia del poder puede llevar a un mal manejo del mismo.

El conflicto

El término conflicto aparece definido en manuales de dramaturgia como la oposición de fuerzas contrarias, de voluntades y obstáculos. Ciertas exigencias con relación al conflicto dramático se repiten en los manuales: su intensidad (energía de las fuerzas en oposición), su equilibrio (que las fuerzas en pugna compitan con idénticas probabilidades de éxito), sus posibilidades de permanencia a través del desarrollo total de la obra y, sobre todo, la irreductibilidad de los términos que se hallan en él comprometidos (que se definen uno con relación al otro, como en la simbiosis), es decir, de su posibilidad de integrar una unidad de contrarios, al decir de Lajos Egri.

La narración tiene como fundamento la situación del conflicto producida por una carencia inicial. Se pueden referir cinco tipos clásicos de conflicto como origen del relato⁴⁷:

⁴⁷ Aspectos teóricos y prácticos de la escritura del guión cinematográfico/ Separata Encuadre N° 27. Caracas, 1990

- ser humano vs. Hombre
- ser humano vs. Sociedad
- ser humano vs. él mismo
- ser humano vs. Naturaleza
- ser humano vs. destino.

El conflicto en Eón

Todos quieren el poder para sí mismos, sin importarles si es en pro de un bienestar común.

El enfrentamiento se da entre los miembros del grupo, pero la amenaza real está afuera, y se encuentran expuestos al peligro; situación de vida o muerte.

Se trata pues de un conflicto de social porque pone en tensión a uno a más personajes y un grupo social que asume el papel de antagonista. El desarrollo de este tipo de conflicto cuenta con elementos visuales de tipo simbólico (sociedad, sistema, grupos de poder).

La **no** autoconciencia y el autocontrol del poder para conducirlo por la vía de lo funcional y lo satisfactorio, a nivel social, individual y ambiental.

Planteamiento del mundo en que viven

- Destruído desde hace 300 años después del tiempo actual.
- La causa: Guerras nucleares y biológicas, ocasionadas por la ambición y la lucha por el poder entre naciones.
- Consecuencias: Destrucción masiva, deterioro ambiental, involución de las especies.

Género: Tragicomedia, porque al ser un género que trata temas de problemas sociales de una forma muy humana, nos ayuda a comunicar de la mejor manera nuestro mensaje.

Argumento: Un grupo de individuos tratan de sobrevivir en un futuro caótico (repercusión de una guerra nuclear), y mantienen una organización social de la manera más elemental (síntoma de involución), donde la fuerza bruta hace su mayor gala en un principio. Las circunstancias van demostrando las posiciones que cada uno de los cinco personajes, cuatro hombres y una mujer, de manera que se establece no sólo una jerarquía visible según sus aptitudes físicas e intelectuales, sino también psicológicas y de interés individual. Cada personaje es motivado por su propio interés personal en su vida cotidiana. Hasta el día, momento en que el espectador "entra" a la intimidad de éstos personajes, en que un objeto (objeto de poder) es hallado por la mujer, que demuestra inteligencia por encima de su incapacidad física y de carácter, y descubren que "cualquiera" de ellos puede ejercer el poder por medio de ese objeto, la imposición; pero en este breve *lapsus* de revelación, la incapacidad de tomar buenas decisiones y, sobre todo, la necesidad de querer obtener el poder para sí, lleva a la destrucción del objeto de poder, dejando a los personajes en la misma situación inicial, en apariencia, pues esta desazón, la de la conciencia de su posición jerárquica los ha dejado, sin que ellos lo noten, vulnerables al acecho de su depredador, convirtiéndose en la presa ellos mismos, llevándolos a la inexorable muerte.

En **Eón** los personajes, que viven en un futuro apocalíptico, en decadencia, tienen la necesidad de buscar su alimento para poder sobrevivir. Las mutaciones que han sufrido a lo largo de varias generaciones y a causa de restos radioactivos en el ambiente, le otorga a cada uno habilidades que son utilizadas para este fin, pero al mismo tiempo los coloca en jerarquías de poder. Uno de los personajes, el Líder, refleja el poder absoluto, mientras que los demás: Machorra, Ojos, Nácas y Débil reflejan diferentes posiciones dentro de la jerarquía de poder, llevados por intereses individuales y sus mutaciones, es decir, capacidades e incapacidades que cada uno tiene. Al final, el hallazgo del objeto misterioso habrá de mostrarles la ironía de las relaciones de poder y su "verdadera" postura frente a la naturaleza.

La historia se presenta en una introducción visual, donde vemos el entorno, de ahí se presentan a los personajes de una forma jerárquica, para que nuestro auditorio pueda ir distinguiendo esto sin tener que detenerse en este punto, para luego meternos de lleno a la historia; hacia el final de la misma ya está ocurriendo el desenlace donde se puntualiza en el mensaje primordial, la moraleja, y al final se encuentra el epílogo.

sinopsis

Año 2337. Un grupo de mutantes salen en busca de su alimento, en un mundo lleno de caos y destrucción tras una guerra nuclear. El líder del pequeño grupo impone su voluntad por la fuerza bruta y designa a los otros, más débiles, a buscar alimento y sus respectivas funciones.

El líder abusa de su poder imponiéndose de una manera violenta, la sumisión de los otros integrantes del grupo se basa en el miedo; pero uno de ellos, la mujer, curiosa y más débil que el resto, desobedece al líder al distraerse con los objetos que hay a su alrededor. Siendo uno en especial el que captura toda su atención, ante la revelación de lo que el artefacto es en realidad, y en la grandiosa oportunidad que representa para ella.

De un momento a otro, los demás se van percatando del hallazgo, se trata de un objeto que puede quitarles el yugo y darles poder y control a quien lo posea. Comienza una lucha grupal por obtenerlo y forcejean. Este descuido de parte de todos los lleva a un final dramático.

El poder que tiene el líder en nuestra historia es como dice Foucault que se presenta en la realidad, articulado por formas de dominación, autoridad y dirección en proporciones variables.

Queremos mostrar a nuestro auditorio que en la sociedad siempre que hay un abuso de poder hay una resistencia que lucha por el bien común, y que es fácil que las personas se corrompan por la tentación por tener la capacidad de ejercer su voluntad sobre los otros.

concepto de diseño

Éste se encuentra ligado a la labor de la dispositivo porque la selección de un estilo en particular conlleva el empleo de una estrategia, de una forma de regulación para un desempeño óptimo, en correspondencia con la elocutio.

Carga estética en todo su conjunto, ya sea en un largometraje o una animación.

El mensaje trata una crítica de cómo funciona el poder en la sociedad mexicana, a la actitud que provoca que los individuos no toleren el éxito del otro, obligándolo a evitar el progreso del otro, en lugar de buscar el propio; haciendo uso del status de poder que puede tener uno sobre otro para conseguirlo.

El entorno donde se desarrolla la historia tiene sus paralelismos con el nuestro, pero éste es un mundo futuro, destruido por una guerra mundial. Esto se debe a que queremos hacer un énfasis en las consecuencias que podrían suscitarse. Hay también un ambiente de involución en la atmósfera y en los personajes, porque no se trata de una evolución, sino de un devenir inexorable: las repercusiones nocivas de malas decisiones a nivel social e individual.

Así, se encuentran restos de objetos, que hablan del fin de una sociedad civilizada y tecnológicamente avanzada; se pueden ver los restos de un vagón del metro, un pedazo de lo que fue el *Segundo Piso del Periférico*; todo en formas que denotan un grado de modernidad y tecnología. Al mismo tiempo por el color y algunos detalles que se ven deterioradas.

En una fusión de estilos, el diseño general del cortometraje se basa en el valor estético de la caricaturización, no la representación realista de los individuos, la cual nos ha permitido puntualizar las características tipológicas y topológicas de personajes y ambiente. Y al mismo tiempo se respalda en los valores del modernismo.

La historia se plantea como un relato que narra, primero la introducción, para ubicar el espacio y la temporalidad (un futuro deteriorado por causas humanas) y la presentación de los personajes (seres que han sufrido deformaciones en sus cuerpos a causa de mutaciones para adaptarse al medio; supervivencia). Comienzan a desplegarse paulatinamente las relaciones que existen entre los personajes y de estos con su entorno, pues necesitan cubrir una de sus necesidades inmediatas: la alimentación. Las cuestiones causales de su búsqueda son las mismas que en las de cualquier grupo, la diferencia radica en cómo las relaciones de poder y abuso se evidencian, y que no son necesarias para la obtención del alimento.

Esto a su vez tiene la implicación de que el mundo fue destruido a consecuencia de una mala gobernabilidad, y en sí, de las malas decisiones que fueron tomando los seres humanos, aventajados por el uso de la tecnología que conllevó al deterioro del mundo y de la sociedad. En nuestra historia se demuestra que la situación es un problema social, se ve un planeta que ha sufrido las consecuencias de un mal uso del poder, de la poca responsabilidad de los gobernantes hasta llegar al punto de la decadencia.

Queremos *narrar*, en un tiempo y un espacio determinados, la forma como viven seres involucrados, que conservan los rasgos características de la naturaleza humana, su lucha constante por el poder, a través de una mirada, un acontecimiento que habrá de determinar la consecuencia de sus actos.

Ya que nosotros queremos persuadir a nuestro auditorio de que "El mal uso de poder nos lleva a la destrucción del bien común", así contribuir a una concientización de que las acciones tienen consecuencias, y que debe de tomarse con cuidado las decisiones de poder en los diferentes roles sociales

los personajes concepto y estilo

Para la creación de personajes nos basamos en el concepto de personaje tridimensional de Lajos Egri, referidas a la construcción del personaje en tres aspectos: el fisiológico, el sociológico y el psicológico.

En Eón los personajes caricaturizan y representan a la sociedad mexicana, para lograr la identificación y al mismo tiempo, atraer la atención del público. Han sufrido deformaciones por mutación, aún mantiene rasgos característicos de los seres humanos, pero sufren alteraciones en su fisonomía y en su psicología. En ellos se pueden ver los efectos y las consecuencias que los anteceden.

El diseño de los personajes, así mismo, ha sido desarrollado en base a la intención persuasiva, de la identificación de estereotipos que conforman la sociedad mexicana actual, con la finalidad de ser más precisos en la intención del mensaje y, a la vez, que la audiencia reconozca rápidamente a los personajes.

El estereotipo, definido en el diccionario de sociología de H. Pratt Fairchild como *"creencia popular, imagen o idea aceptada por un grupo, [...] aspecto de la estructura social o programa social que ocupa en nuestras mentes el lugar de imágenes exactas"*, busca la pronta identificación del auditorio con cada uno de los personajes.

Al mismo tiempo que por analogía de algunos animales, han tomado características físicas para revelar su "forma de ser" y su "forma de actuar", y esto implica también la manera cómo interactúan entre ellos y las relaciones de poder establecidas entre ellos mismos, así mismo de la relación que establecen con su entorno.

Estereotipos abordados
MACHISTA
GARNACHERA
POLICÍA
MUJER Y HOMBRE SUMISO
"LAME BOTAS"
POLÍTICO

características tridimensionales de los personajes

LÍDER	
SOCIOLOGÍA	Es medio hermano de la Machorra, cuando era joven sobrevivió al ataque de uno de los depredadores que habitan este mundo. Siente admiración por el líder de la manada anterior que, posiblemente, era su padre biológico.
PSICOLOGÍA	Mantiene una actitud segura a la vista del grupo, es orgulloso e imponente, así como soberbio. Valiente y patán.
FISIOLOGÍA	Por analogía con un gorila. Su edad es de aproximadamente 35 años, mide 1.80, aunque está un poco jorobado. Tiene estructura ósea muy gruesa y su apariencia es tosca y maltratada, así como su cuerpo bofo. Es rápido, fuerte y bastante resistente a su medio.
ESTEREOTIPO	Policía

MACHORRA	
SOCIOLOGÍA	Es media hermana del Líder. Mantiene cierta distancia con su hermano. Fue sobreviviente, al igual que su hermano, de un ataque del depredador. Siempre menospreciada, a pesar de demostrar determinación. Obedece las ordenes de su hermano muy forzosamente, aunque no lo haga directamente o por completo.
PSICOLOGÍA	Hábil en actividades grupales, aunque rebelde y desafiante a las ordenes o actividades que se le imponen, no por eso deja de ser sigilosa y calculadora en beneficio propio. Es egoísta.
FISIOLOGÍA	Por analogía de un jabalí. Es débil visual, debido a una enfermedad uno de sus párpados está cerrado y no lo puede abrir, por lo tanto tiene más desarrollados el oído y el olfato. Mide unos 1.76 mts y con su hermano comparte fuerza y resistencia, así como velocidad para la cacería.
ESTEREOTIPO	Gamachera

DÉBIL	
SOCIOLOGÍA	Su madre la abandonó a muy corta edad, siempre tuvo la necesidad de juntarse a diversos grupos para poder sobrevivir. Aislada por sus debilidades y su inferioridad física. Se mantiene relegada del grupo, participa en las actividades grupales por obligación y necesidad de sobrevivir, más que por gusto o ambición.
PSICOLOGÍA	Es una mujer noble, aunque rebelde en su modo de pensar; curiosa de su entorno. Racional e introvertida. La motiva encontrar el sentido de las cosas. Muy inteligente, no le interesa mucho socializar. Acostumbrada al maltrato de los demás, por eso trata de evadirse de la realidad.
FISIOLOGÍA	Por analogía de un ratón. Es una mujer muy delgada, aproximadamente de 1.60 mts, ágil en sus movimientos. Pequeña y con falta de fuerza.
ESTEREOTIPO	sumisa

OJOS	
SOCIOLOGÍA	Creció en un grupo numeroso, no le prestaban mucha atención y siempre quiso tenerla. Es muy enfermizo y por lo tanto, se dilató mientras su manada cambiaba de residencia, nadie se preocupó en regresar por él, siempre fue una carga para el grupo porque no participaba de forma activa.
PSICOLOGÍA	Es un hombre bastante torpe, tonto y falto de identidad personal, nervioso y necesitado de atención. Le interesa ser reconocido y siempre ser importante en el grupo. Admira al Líder y trata de imitarlo, se limita a hacer lo que éste le diga para quedar bien ante él. Es el más cercano al Líder, por esta razón busca mantenerse al tanto de lo que sucede en el grupo.
FISIOLOGÍA	Por analogía de un sapo. De aproximadamente unos 1.70 mts de estatura, complexión media, con rasgos exagerados en sus ojos que remiten a un sapo.
ESTEREOTIPO	Servidor público oportunista

ÑACAS	
SOCIOLOGÍA	Vivía con su madre y la pareja de ella, que no era su padre biológico; careció de alimento, su madre lo protegió mucho de pequeño, para evitar los maltratos de la pareja de la madre, ella le pidió que se fuera en busca de otro grupo.
PSICOLOGÍA	Es leal y sumiso, distraído y amistoso. Es muy segregado, cercano a la Débil por su condición similar dentro del grupo. El papel que juega no es muy importante dentro del grupo productivamente, pero participa dentro de las actividades de modo casi desapercibido, solamente siguiendo lo que hacen los demás para no llamar la atención.
FISIOLOGÍA	Por analogía de un perro. Es un individuo alto de complexión delgada, poco fuerte y no muy inteligente, pero bastante veloz.
ESTEREOTIPO	Sumiso

LÍDER	MACHORRA	DÉBIL	OJOS	ÑACAS
-Hijo de líder -orgullosos poder	-hermana de líder			
-35 años -bofo -tosco	-28 años -complexión gruesa -fuerte -cara enojada	-delgada -ágil	-sapo -complexión median -enfermo	-complexión delgada -alto
-maduro -valentón -patán	-fría y calculadora	-noble -rebelde -astuta -aislada -introvertida	-introvertido -torpe -tonto	-leal
Vel- 11 Fuerza- 10 Habilidad- 5 Inteligencia- 5 Resistencia- 9	V-8 F-7 H-3 I-2 R-7	V-4 F-4 H-6 I-8 R-4	V-7 F-6 H-2 I-1 R-8	V-6 F-6 H-5 I-3 R-2

relaciones de poder entre personajes

personajes	relación del 1º con el 2º	relación del 2º con 1º
MACHORRA CON LIDER	RIVALIDAD DE GÉNERO	LA ASUME COMO UNA HERRAMIENTA, TEME ENFRENTAMIENTO, GUARDA DISTANCIA
LÍDER CON OJOS	OPORTUNISMO	SUMISIÓN POR CONVENIENCIA, FIDELIDAD APARENTE
LÍDER CON ÑACAS	OPRESIÓN	SUMISIÓN POR MIEDO, PASIVIDAD, CONFORMIDAD
LÍDER CON DÉBIL	INDIFERENCIA	TEMOR, DESPRECIO
MACHORRA CON OJOS	DESPRECIO, ANDROGINIA, DESDÉN POR SEGUIR A SU HERMANO	HERRAMIENTA, OPORTUNISMO
MACHORRA CON ÑACAS	DESPRECIO, ANDROGINIA	RESPECTO, MIEDO Y ADMIRACIÓN
MACHORRA CON DÉBIL	DESPRECIO POR INGENUA, INÚTIL	INDIFERENCIA, SUMISA POR RESIGNACIÓN, RESPETO
DÉBIL CON ÑACAS	IDENTIFICACIÓN Y CONFIANZA	ATRACCIÓN FÍSICA, COMPAÑERISMO
DÉBIL CON OJOS	CORAJE POR BARBERO, RESENTIMIENTO	LA VE COMO ESTORBO, SE QUIERE PROPASAR, MENOSPRECIO
ÑACAS CON OJOS	COMPADRISMO	COMPADRISMO HIPÓCRITA, IGUALDAD PERO BIEN PODRÍA TRAICIONARLO SI EXISTE LA OPORTUNIDAD.

objeto de poder

El objeto de poder representa, valga la redundancia, el poder y la tecnología. Es la "parte" de un arma (la fragmentación) a causa del deterioro del mundo; pretende ser un símbolo que refleja el momento involutivo donde la humanidad alcanzó un punto de desarrollo en la tecnología, donde lo bélico fue la consecuencia ulterior, para iniciar una cuesta abajo: la involución. Además de que sería poco diegético hallar un arma que se encuentre completa, sin mostrar deterioro alguno. Así, este objeto representa lo futuro, pero al mismo tiempo muestra el caos, el desorden, la involución.

En cuanto al diseño del mismo debería ser un objeto que no se hubiese visto antes, para poder reforzar el hecho de ubicarlo en un futuro y, sin embargo, lo suficientemente reconocible para identificar un arma.

El objeto de poder representa:

- el poder y la tecnología.
- lo futuro, el caos y la involución
- sinécdoque
- símbolo que refleja la involución del hombre, a través de lo bélico
- por diégesis está fragmentado y deteriorado.

proceso de animación

Para continuar con el proceso antes señalado, es necesario establecer ahora lo que es la animación, dentro de la comunicación audiovisual, los procesos que sigue una animación por computadora y conceptualización.

En base a lo anterior, la realización de la animación propiamente distingue el proceso del bocetaje, de varias ideas que corresponden a un estilo. Al mismo tiempo la planeación del storyboard incluye elementos propios de la retórica visual, en donde se ha aplicado lo que es la organización del discurso propiamente, con sus "argumentos" hechos imagen. Correspondiendo a una forma que va íntimamente ligada al estilo.

guión literario

El guión literario describe aquello que se mostrará y escuchará en una obra cinematográfica, típicamente una obra de ficción. Involucra división por escenas, acciones de los personajes o eventos, diálogo entre personajes, así como breves descripciones del entorno en el que van a acontecer y, cuando es prudente, el énfasis que usarán los actores.

A continuación se transcribe el guión literario para **Eón**.

Escena 1

Se asoma el Ojón antes del Líder, el Líder lo avienta hacia un lado, sale el Líder y observa de lado a lado; el Ojón se asoma nuevamente e intenta salir, entonces sale la Machorra y avienta hacia un lado al Ojón, Ojón y Ñacas se atorán al querer salir al mismo tiempo y hacen ruido, el Líder golpea la cabeza de Ñacas, con este golpe se desatoran y sale hacia delante el Ojón; al final, sale la Débil muy tímidamente y observando a su alrededor, el Ñacas le indica a ella que avance con un gesto amable, para que no se separe del grupo, Ñacas camina normalmente mientras ella lo hace muy lentamente y distraída con los objetos que se encuentran tirados alrededor. Con un ademán de mano, el Líder, los incita a que avancen y que entren a la pequeña cuenca que se encuentra frente a ellos, mientras se rasca el trasero.

Escena 2

En la vanguardia caminan Ñacas, Ojón y Débil, por detrás va la Machorra y empieza a aguzar el oído y a caminar lentamente, inclinándose al piso, en tanto Ñacas y Ojón buscan y escarban con poco cuidado y atención. La Débil va recogiendo pequeños objetos que observa cuidadosamente y que va tirando, se queda en un lugar para seguir analizando los objetos.

Escena 3

Todos buscan alimento por su parte, Ñacas avienta objetos, que plantea la existencia de cosas que funcionan aún. Ojón busca por su parte y encuentra el objeto de poder, en este momento la Machorra encuentra un gusano y pide ayuda para poder sacarlo, el Ñacas y el Ojón avientan las cosas que tenían en las manos para poder ayudar al

Machorra y sacar el gusano, de las cosas que avientan, una de estas golpea a la Débil, que es el objeto de poder que empieza a analizar debido a que al caer vio que este objeto produjo una chispa.

Escena 4

En tanto, empiezan a escarbar el Ojón y Ñacas para poder sacar el gusano, una vez que lo tienen empiezan a pelear al intentar matarlo, la Machorra se los arrebató y golpeándolos, lo intenta matar y uno de ellos, Ñacas, abre la boca creyendo poder darle una mordida, después de varias sacudidas se muere el gusano. La Machorra lo avienta e inmediatamente el Ojón lo recoge para llevárselo al Líder; llega con él y le hace una reverencia, el Líder lo toma y lo mira con desprecio, le arranca casi la mitad del gusano para comérselo y lo ensarta en una lanza, hace ademanes de enojo y los manda a cazar a uno más grande.

Escena 5

La débil sigue analizando el objeto, en el fondo se ve cómo está regañando el Líder a Ñacas y a Ojón, entonces se echan a correr hacia dentro de la cuenca para seguir buscando más alimento. Espantados, empiezan a buscar desesperadamente; la Machorra al haber encontrado la primera presa, busca con menor interés. El Ñacas escarbando entre los objetos, se da cuenta que ha visto un gusano, sorprendido y emocionado, empieza a jalar al gusano; lo jala fuertemente y la Débil sin querer, apuntando hacia él, le da una descarga a 3 metros de ella, con esto Ñacas da un brinco hacia atrás y logra sacar un gusano más grande que el anterior, Ñacas está en shock tirado en el piso, desvanecido y electrocutado.

Escena 6

El Líder se da cuenta del resplandor que produce la descarga, duda dejar su puesto para averiguar qué es lo que ocurrió, mira a su alrededor cuidando que no haya peligro, pero decide quedarse a cuidar.

Escena 7

El gusano sale muerto, tostado y con aroma agradable que todos alcanzan a percibir, cae cerca de los pies de la Débil, se acerca el Ojón para levantarlo y entregárselo a la Débil. La Machorra "echa mirada del perro siniestro", sabiendo que algo extraño a ocurrido. Ñacas y Ojón empiezan a festejar, Ñacas con menor intensidad debido a los estragos de la descarga e incluso tambalea y parece caer al hacerlo; la Débil está consternada sobre lo acontecido y sentir que puede tener el poder; el Ñacas da brincos festejando y cae debido a la fuerte descarga.

Escena 8

En ese momento el Líder decide dejar su puesto, debido al alboroto que hay dentro de la cuenca; existe una transición en la que decide por fin dejar su puesto, importándole poco el peligro latente que hay en cualquier lugar y al que ha expuesto al resto del grupo.

Escena 9

Se va acercando el Líder rápidamente, mientras tanto, la Machorra igualmente lo hace pero ella lo hace sigilosamente, haciendo como si buscara algo de alimento. El Líder llega y se planta en el centro de las acciones, frente a la Débil. El Líder con un grito ordena al Ojón estar a su lado, el Ojón obedece debido al miedo que ha cosechado en él; ordena quitarle el objeto a la Débil. La débil se da cuenta de todo el poder que tiene

en sus manos y con miedo empieza a asumir la actitud de privilegiada. El Ñacas ya se está incorporando del choque eléctrico y empieza a darse cuenta de lo que está pasando, escucha la orden del Líder al Ojón y Ñacas creyendo que ésta es para él, nerviosamente se pone a buscar alimento de entre los escombros.

Escena 10

El Ojón con supuesta determinación, se arremanga "los brazos" pero nerviosamente se acerca muy lentamente a la Débil alargando los brazos a ella para intentar quitarle el objeto, da un pequeño salto hacia ella sin ver lo que hace, en tanto la Débil apunta al Ojón, dispara intuitivamente y cae el Ojón debido a una descarga de menor intensidad que la primera producida a el Ñacas.

Escena 11

La Machorra es cuando ve su oportunidad de arrebatarse el objeto y se abalanza sobre ella y empieza a quitarle de las manos el objeto fácilmente, cae el gusano que tenía en un brazo, ya no importa la comida sino tener el poder, la Débil no lo suelta, se acerca el Líder y de un manotazo avienta ala Débil. Empieza el forcejeo, empieza el forcejeo de la Machorra con la Líder, esto incita a que la Débil y el Ñacas se incorporen a la lucha; el Ñacas entra solamente por la inercia del momento.

En una toma subjetiva, que coincide con la primera toma del recorrido de los personajes; vertiginosamente se hace el mismo recorrido.

Escena 12

El ojón está en el piso y empieza a reaccionar después de la descarga y ve por en medio de unas dunas una sombra rápida que atraviesa, sorprendido intenta entrar a la disputa, con desesperación hace ademanes de que hay peligro, todos se encuentran inmersos en la lucha del poder y no hacen caso de sus advertencias, viendo que existe una mínima oportunidad de defenderse con el objeto, trata de advertir al Líder, para que sea el Líder quien proteja al grupo.

Escena 13

Hace su aparición el monstruo (insecto) y todos se percatan de él. Gritan desesperadamente; la Machorra abre uno de sus ojos debido a la impresión. Se ven las caras de todos. En subjetiva se ve la boca del monstruo acercándose a devorarlos, corte a negro.

FIN.

storyboard

Son ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender una historia, para previsualizar una animación o seguir la estructura de una película antes de realizarse o filmarse. Esencialmente es una serie grande de viñetas del film o alguna sección producida de antemano para ayudar a los directores y los cineastas a visualizar las escenas y encontrar problemas potenciales antes de que éstos ocurran.

En la elaboración de nuestro storyboard se planearon una serie de escenas, haciendo un total de 104 escenas (más de 160 en la primer propuesta), resultando las 104 después de una síntesis y una edición. Se hizo una revisión de este primer storyboard para determinar si las los encuadres y los movimientos de cámara eran los adecuados, recordando la alineación de los ejes, y la claridad del mensaje. Así se elaboraron correcciones y proseguimos a la próxima etapa del proceso.

animatic

El *animatic* se elabora para poder tener una visión más clara de lo que será la animación final, pues aquí el *timing* puede ser "medido" en función del audio. Pero también sirve éste para verificar si el lenguaje cinematográfico es correcto, es decir, si funciona; además de visualizar las soluciones que se les dieron a los mensajes, traducidos a este medio. Para comprobar antes de gastar recursos en elaboración de escenas que al final podrían ser editadas o rehechas.

Los tiempos de la acción se corresponden y, aunque no muestra toda la animación particularmente, se notan aspectos de carácter técnico. Para **Eón** se elaboró un *animatic* partiendo de dibujos 2D, muchos de los cuales fueron seleccionados del *storyboard*, se manejó color, y se conjuntó audio y animación elemental en *After Effects*.

El resultado se proyectó, para notar los errores probables que pudiera tener tanto técnica como semánticamente.

Es necesario manifestar en este punto que el audio utilizado en el animatic no es el definitivo, ya que éste se realizará durante el proceso de producción.

selección de audio

Sin música el espectáculo cinematográfico se considera incompleto. Victor Wagner lo expresa en 1927 con estas palabras: *en la obra cinematográfica vemos una forma artística que depende de otra (la música), para ser completa, y es todavía incompleta e imperfecta para su presentación al público sin su correspondiente acompañamiento musical, como ocurre con el ballet, donde la danza y la acción están sincronizadas con la música para lograr un todo unitario*⁴⁸.

La intención del audio es la de contextualizar y redondear el mensaje narrativo visual. Es decir, apoyar el discurso y en sí, otorgarle más significaciones a través de la herramienta auditiva, que es más abstracta en cierto sentido, y mucho más directa. Imagen y audio juntos son un poderoso instrumento.

Se logrará dicha contextualización mediante el ritmo y el estilo, que buscan la pronta identificación en el auditorio. En este caso la intención es demostrar auditivamente el proceso involutivo en el que están inmersos los personajes y este universo ficticio, para ello el ritmo tribal, que hace referencia a las agrupaciones tribales, de organización social primigenia y esencial. Ritmo isócrono, similar a los latidos del corazón, referencia de la naturaleza, y al mismo tiempo de lo que es esencial. Denotación del grado de involución, conllevando la pérdida del lenguaje inclusive.

Por otro lado el estilo que ubica a la audiencia en un espacio en el tiempo: un futuro progresivo y en decadencia. El electrónico, que al mismo tiempo sirve como recurso para hacer referencia directamente a sonidos ambientales y sincrónicos, lo mecánico y lo caótico, ubica un espacio futurista y postmoderno. Al mismo, tiempo, la audiencia podría sentir adhesión a este género de música por ser bastante actual y difundido.

Para **Eón** se buscó la manera de realizar una "pieza" original de audio, que busca acoplarse en su totalidad a las intenciones de la animación para alcanzar un grado óptimo en nuestra animación.

⁴⁸Wagner, V. *Scoring a Motion Picture*.
http://www.cinemaweb.com/silentfilm/bookshelf/3_etwag2.htm

proceso animación 3D modelado

La elaboración de modelado se repartió por personajes básicamente, en una primera faceta de la realización; posteriormente se modelaron objetos del ambiente, objeto de poder y fondos. El proceso de modelado se realizó en Maya 7, sistema de animación de personajes y efectos visuales diseñado para animadores profesionales. Elegimos Maya porque no sólo uno de los apoyos que llevamos en el módulo se concentra en este software (una de nuestras intenciones ha sido la de utilizar todos los conocimientos adquiridos para la realización de este proyecto), sino porque *Maya ofrece un enorme potencial y gran flexibilidad en la generación de imágenes digitales de escenas y personajes animados.*

Como en este caso el modelado se hace para una animación, recurrimos al método propuesto por Jason Osipa, en un primer momento, en su libro *Stop Staring*, para el modelado de la cabeza de los personajes. Posteriormente se recurrieron a diversos apoyos, otros tutoriales como *Hyper Realistic*; desde luego, lo aprendido en el apoyo 3D del módulo, y otros recursos y tutoriales tomados de la red, respondiendo a la necesidad de los problemas que se fueron suscitando (por ejemplo, la dificultad de hacer ver la ropa de polígonos comunes de forma "natural", sin contar con los problemas técnicos que limitaban algunos movimientos).

Posteriormente se elaboraron los cuerpos de los personajes, además del modelado de sus ropas.

El modelado los objetos ambientales se resolvió en Maya, desde los objetos pequeños como toda la chatarra hasta los grandes objetos que también son parte del ambiente como es el vagón del metro, la estación completa, segundos pisos, los puestos de tacos y taxis (bocho taxis característicos del Distrito Federal), con la finalidad de lograr la identificación.

esqueleto, texturización y set up

Una vez modelados los personajes, se procedió a crear el **esqueleto**, que se utiliza para unir la geometría y animar a los personajes. Para crear el esqueleto se dibujaron las articulaciones para insertarlas en cada personaje. Las superficies se unieron al esqueleto y se usaron distintas formas de programar los *joints* (esqueleto), para realizar movimientos de forma más automática (como es el caso de cerrar una mano con un atributo, en vez de mover dedo por dedo, es decir *joint* por *joint*).

Otros atributos que movían ciertas partes del cuerpo para automatizar movimientos y así, agilizar el proceso de animación, para lo que se buscaron también controladores en *joints* clave, para emular una especie de *shortcut* (por ejemplo, desde el *joint* raíz no sólo se pueden mover los atributos normales, como rotación y traslación, sino que se le incluyeron más controladores, como las rotaciones de columna en tres direcciones). Con el mismo objetivo de agilizar la selección de los *joints*, se utilizó una caja de MEL para hacer la selección de los *joints* sin necesidad de seleccionarlos manualmente o en el *outliner*.

De igual manera se utilizó *blend shape* para lograr las diferentes expresiones faciales; ésta consiste en duplicar las cabezas del personaje, una por cada gesto, y al final mezclarlas en la que está "puesta" sobre el personaje; de esta forma por medio de sencillas palancas, es posible realizar los gestos, con la posibilidad, además, de mezclar unos con otros.

Por último, el *rigging* se los ojos, que se logró a base de unos limitadores de movimiento para mover los polígonos que conforman los ojos con un simple *locator* (objeto nulo dentro de Maya), al que están constreñidos. En algunos personajes se constriñó la textura en vez de los polígonos; terminado esto se procedió a usar otros polígonos que hicieran lo mismo en párpados; en el caso de personajes con ojos ovalados, los otros tienen párpados de la misma geometría que en la cara, y se maneja el parpadeo con *blend shape*.

Se procedió a realizar la **texturización**, que se hizo en fotografía digital en base a objetos reales con la finalidad de dar un aspecto realista, aplicadas (con ayuda de un *plug in* para Maya, que es gratuito y descargable de la red) que facilitó el desdoblamiento de los UV's, correspondientes a los polígonos que forman los personajes, que de otra forma no hubiera sido posible, dada la complejidad de los mismos.

Pues, se realizó la configuración combinando dos métodos de animación, *inverse kinematics* y *forward kinematics*, debido a la complejidad de los movimientos de animación, como se mencionó arriba, ya que la combinación de ambos permite mayor movilidad.

bibliografía

1. Albaladejo, Tomás. *Retórica*. Editorial Síntesis.
2. Beristáin, Helena; *Diccionario de retórica y poética*; Edt. Porrúa; México, 1985
3. Bettetini, Gianfranco. *La Comunicación Audiovisual*. Cátedra, Signo e Imagen. España, 1984.
4. Dominick, Joseph R. *La Dinámica de la Comunicación Masiva*. Mc. Graw Hill, Iberoamericana Editores. Sexta Edición. México, 2001.
5. Ch. Perelman y L. Olbrechts-Tyteca. *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*.
6. Frascara, Jorge; *Diseño de la comunicación gráfica*. Ediciones Infinito. Buenos Aires, 1996.
7. Frascara Jorge. *Diseño Gráfico y Comunicación*, Buenos Aires, Infinito, 5ta Edición. 1996.
8. Gamonal, Roberto. *David Carson contra Aristóteles 'análisis retórico del diseño gráfico'*. Razón y Palabra. Núm. 37. www.razonypalabra.org.mx
9. González Ruiz Guillermo. *Estudio de diseño. Sobre la construcción de las ideas y su aplicación a la realidad*. Buenos Aires, Emecé, 2da Edic. 1994
10. Maya 7, Alias Learning Tools. Anaya Multimedia. España, 2006.
11. McLuhan, Marshall. *Contraexplosión*. Van der Tuin Impresores. Argentina, 1969.
12. Morduchiwicz, Roxana Et. *Ac El cine de animación*. Hoyts General Cinema. Telecom Argentina, agosto 2004
13. Osipa, Jason. *Stop Staring, Facial Modelling and Animation Done Right*. SYBEX. U.S.A.
14. Rivera Díaz, Luis Antonio. *El taller de diseño, como un espacio para la discusión argumentada*. Universidad de Guadalajara CUAAD, Universidad Iberoamericana, Universidad Intercontinental. México, 2004.
15. Ruiz de la Cierva, Ma. del Carmen. *Influencia del discurso retórico en el auditorio*. Dailnet
16. Tapia, Alejandro; *De la retórica a la imagen*; Universidad Autónoma Metropolitana; México, 1991.

17. Tapia, Alejandro. *El diseño, del enunciado gramatical a la proposición lógica*. http://www.encuadre.org/revista_mem_6.html
18. Verderber, Rodolph F. *¡Comunícate!* Thomson Editores. Novena Edición. México, 1999.
19. Vid Kit Laybourne. *"The Animation Book"*
20. Wright, Ch R. *Comunicación de Masas*. Paidós Studio. México, 1995. <http://www.icono14.net/revista/num5/articulo6/>
21. <http://www.estudiosimbiosis.com.ar/comunicacion/>
22. <http://razonypalabra.org.mx/>
23. http://es.wikipedia.org/wiki/Gr%C3%A1ficos_3D_por_computadora