

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA



**UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA**

CAMPUS DE GANDIA

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

Máster Oficial Postproducción Digital

**Creación de Motion Graphics para campaña
publicitaria basada en redes sociales para
Estrella de Levante**

Dirigido por: Francisco Javier Pastor Castillo

Presentado por: Santiago Morales Fernández

CURSO 2020-2021

RESUMEN

En este documento se puede encontrar una investigación y análisis de la publicidad encontrada en redes sociales relativa al motion graphics de algunas de las empresas cerveceras más importantes de España. Con esta información se ha creado una propuesta de campaña con varias animaciones para una empresa cervecera en concreto de Murcia: Estrella de Levante.

Palabras clave: motion graphics, publicidad, campaña publicitaria, redes sociales, cerveza

ABSTRACT

In this paper you can find an investigation and analysis of the advertising updates in social networks related to motion graphics of some of the most important breweries companies in Spain. With this information, I created a campaign with various animations for a specific brewing company from Murcia: Estrella de Levante.

Keywords: motion graphics, advertising, advertising campaign, social networks, beer

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
LA BASE DEL MOTION GRAPHICS - Conocer los elementos principales	6
ABSTRACTOS	6
CONCRETOS	6
ACTIVIDAD	7
RELACIÓN	7
ANUNCIOS - Conocer trabajos previos y buscar inspiración	8
ESTRELLA DAMM	8
ESTRELLA GALICIA	8
MAHOU	9
ESTRELLA LEVANTE	9
CONCLUSIONES	10
SURGIMIENTO DE LA IDEA	11
DISEÑOS	12
ESTILO COMÚN	13
FLAMENCO	15
BOTELLAS	16
FURGONETA	17
REGIÓN	18
CONCLUSIONES	19
BIBLIOGRAFÍA	20
ANIMACIONES DE ESTRELLA DAMM	20
ANIMACIONES DE ESTRELLA GALICIA	21
ANIMACIONES DE MAHOU	21
ANIMACIONES DE ESTRELLA DE LEVANTE	22

INTRODUCCIÓN

El uso de motion graphics viene relacionado con el rápido avance de la tecnología y el aumento de la demanda de este tipo de animación (Pibernik, J., Mrvac, N., & Babic, N, 2008).

Pero cualquier animación no es motion graphics, sino que tiene que tener integrado una serie de elementos como letras, formas o líneas, en la propia animación. Todo esto tiene que tener un sentido narrativo.

Saul Bass, quien es considerado el padre de los motion graphics, combinó letras y formas en sus primeros trabajos, como la secuencia inicial de títulos de crédito de 'The man with the golden arm'.

Esta evolución de la tecnología y la búsqueda de una renovación más fresca y moderna ha hecho que las empresas se enfoquen en el uso de motion graphics en nuevas campañas publicitarias.

A continuación me centraré en investigar y cómo ha sido la publicidad en las redes sociales de varias empresas cerveceras españolas y que uso le han dado al motion graphics.

El objetivo por el que hago este trabajo es para crear una campaña con un estilo propio y común que englobe a las nuevas publicaciones en redes sociales de Estrella de Levante.

Basándose en la información recabada en la publicidad del resto de empresas espero tener suficientes referencias para después crear una serie de animaciones en motion graphics para una campaña de Estrella de Levante.

Pero antes incluso de investigar la publicidad de estas empresas, analizaré los diferentes elementos del motion graphics y como identificarlos correctamente.

LA BASE DEL MOTION GRAPHICS - Conocer los elementos principales

Antes de comenzar hay que entender cómo se clasifican los diferentes objetos ya que en el lenguaje visual, que es básicamente el motion graphics, no hay una sintaxis propia que clasifique cada elemento. Existen cuatro grandes grupos: abstractos, concretos, de actividad y de relación. Una vez que entienda cómo son cada uno de estos grupos, puedo diseñar mis propias animaciones combinándolos según lo que quiera transmitir (Leborg, 2006).

ABSTRACTOS

Estos objetos son formas básicas pero que no existen en la naturaleza. Se basan en puntos, que forman líneas y, a su vez, superficies y volúmenes. Estos objetos pueden tener cualquier dimensión pero no podemos percibir más o menos de tres dimensiones, aunque sí imaginarlas.

Dependiendo del formato o tamaño del lienzo los objetos pueden tener diferentes estructuras. La primera sería la formal, que se da cuando los ejes de la figura están organizados con respecto al lienzo pero a la vez puede ser una estructura de gradiente cuando se repite la figura cambiando tamaño y/o forma o una estructura radial cuando la forma se repite desde un centro común. En cambio, si no siguen ninguna de los patrones anteriores, se habla de una estructura informal.

CONCRETOS

En este grupo los objetos son percibidos con límites que son los que dan la forma al objeto. Esta forma puede ser geométrica si se basa en hechos matemáticos, puede ser orgánica cuando se basa en organismos vivos o puede ser una forma aleatoria si es algo inconsciente o accidental.

Esta forma tiene un tamaño que depende de la persona que lo percibe y está relacionado con el lugar en el que se encuentra dentro del lienzo y que función está teniendo.

El color del objeto depende de cómo interactúa con la luz y como la refleja. Hay varios parámetros a tener en cuenta a la hora de elegir el color. El primero sería el tono, que se refiere a la longitud de onda del color. La intensidad se refiere a la

cantidad de luz y sombra que incide sobre el color. Por último tenemos la saturación que describe la cantidad de mezcla de color y blanco que tendrá el color final.

En este grupo existen tres tipos de estructuras: las visibles, las invisibles y la texturizada. Las primeras hacen referencia a que la propia estructura tiene líneas visibles, al contrario del segundo tipo que la estructura está activa por la influencia de la propia forma de los objetos. En el tercero encontramos que la estructura viene dada por el material del objeto.

ACTIVIDAD

Las representaciones visuales son estáticas, pero la secuencia de estas imágenes es lo que se puede percibir de tal forma que se crea la ilusión de movimiento.

Esta ilusión puede crearse de varias formas. Con la repetición de alguna característica común en el objeto, ya sea la forma, el tamaño, el color... También se puede usar la distancia que hay entre un objeto y el de su fotograma anterior para crear el movimiento que dependiendo de la distancia que hay entre uno y otro crea la sensación de ir más rápido o más lento. También se puede diferenciar entre frecuencia y ritmo. Este movimiento puede seguir una línea imaginaria llamada patrón y que tiene una dirección determinada a lo largo del lienzo. La deformación o emborronamiento del objeto también ayuda a crear la ilusión de movimiento.

RELACIÓN

Los objetos del lienzo pueden interactuar de diversas formas con el resto de objetos, y hasta con el propio lienzo. Desde la simple simetría con respecto a uno o varios ejes, hasta la opacidad del objeto y dejar ver una nueva forma que crea la interacción que ejerce otro objeto por detrás del primero. Existen gran variedad de relaciones, y por esta razón no voy a describirlas todas en este trabajo puesto que esa no es la función del mismo.

ANUNCIOS - Conocer trabajos previos y buscar inspiración

Una vez conocida la base de los objetos y sus interacciones paso a analizar, investigar e informarme sobre los diferentes anuncios de motion graphics que en los últimos años, las empresas de cervecería han ido mostrando en las redes sociales. El enlace para visualizar las diferentes animaciones se encuentra al final del documento.

ESTRELLA DAMM

Todas sus animaciones tienen estilos diferentes, no tienen una cohesión entre ellas a excepción de sus anuncios principales que giran en torno al Mediterráneo, pero eso es otro tema. Esto tiene sentido debido a la distancia temporal que hay entre cada una de las publicaciones, pero en todas ellas destaca el color. En algunas, el propio color y la limitación entre ellos son los que crean unas formas concretas como en la de diciembre de 2017, en el que esas formas nos recuerdan a los protagonistas de la campaña de verano de ese mismo año. Se nota claramente una relación entre las figuras y vemos cómo interactúan mínimamente entre ellas.

Su siguiente paso fue mezclar imagen real con animación como en la de diciembre de 2019, en la que utiliza a la estrella de mar como símbolo de la estrella de la cerveza que recrean con el marco, combinando así la campaña que durante ese verano hizo del ecologismo en el Mediterráneo. En diciembre de 2020 han pasado a un estilo abstracto y completamente diferente a los anteriores. Tenemos varias estructuras simétricas que se van complementando con otras de estilo gradiente y radial.

ESTRELLA GALICIA

Estrella Galicia ha sido muy activa en este tipo de publicidad en los últimos meses y años. En sus animaciones encontramos un ritmo mucho mayor y en ocasiones minimalista que en los ejemplos anteriores. Voy a comentar las animaciones que más me han llamado la atención. Si nos remontamos a octubre de 2019 encontramos varios ejemplos que comparten estilo, ritmo y color. Todas ellas forman parte de la misma campaña que anuncia la misma idea, pero con animaciones diferentes.

En junio de 2021, aprovechando la celebración del Orgullo, hacen una similitud entre la variedad de su colección de cervezas con los de la bandera. En su ejemplo más reciente, de agosto de 2021, han simplificado la animación, utilizando el contraste producido por el negro y el blanco junto a la forma de una estrella para anunciar su campaña.

MAHOU

Esta empresa crea varias animaciones con la intención de crear una unidad entre ellas y consigue darles un sentido y un contexto a lo que quieren mostrar. Como en los meses de noviembre de 2020 y los de marzo de 2021. Con estas campañas lo que pretenden conseguir es una mayor interacción y participación por parte de sus seguidores en redes sociales. Su estilo combina imágenes recortadas reales con la animación del resto de elementos. Su paleta de colores se centra en la cerveza que están mostrando en esa campaña, pero principalmente usan el rojo, blanco y negro, ya que son sus colores principales de marca. Consiguen de esta forma que sea simple a la vista para luego destacar con los efectos y movimientos que les añaden al texto, sobre todo en la campaña de marzo. Destacarí­a su última animación de julio de 2021 en la que todos los elementos se encuentran en movimiento dentro del lienzo y con respecto al resto de objetos.

ESTRELLA LEVANTE

Estrella de Levante en general no destaca por sus animaciones, pero hay algunas que habría que resaltar debido a su calidad. Nos remontamos a diciembre de 2016 donde vemos un estilo cartoon y animaciones simples pero con mucho ritmo y llamativas. En este caso hacen un repaso por todo lo que han ido haciendo y consiguiendo a lo largo del año. En marzo de 2019 utilizan el motion graphics para animar las confirmaciones de un festival, y siguiendo con esas animaciones, lo integran en una versión simple del cartel. Y la última a destacar es de junio de 2021 que tiene un estilo simple, con fondo negro y contrastado con los elementos que van apareciendo.

CONCLUSIONES

Cada marca tiene sus diferencias y optan por un estilo u otro, pero todas ellas aluden a su lugar de origen utilizando algún elemento representativo de ellos mismos. Lo que mejor funciona son los elementos básicos y crear un buen ritmo con la animación.

En el caso de Estrella de Levante, al ser una cerveza local, los elementos tienen que resaltar aún más y ser diferenciadores. Lo ideal sería crear una campaña en redes sociales utilizando algunos de los elementos que podemos distinguir en su última campaña publicitaria y añadiendo otros elementos característicos de la Región de Murcia.

SURGIMIENTO DE LA IDEA

Antes de ponernos a trabajar con el programa debemos pensar detenidamente qué elementos son los que vamos a utilizar y de qué manera. Para ello volvemos a analizar a Estrella de Levante y a su entorno para extraer los elementos principales.

Mi intención inicial era la de crear varias animaciones de corta duración para redes sociales por lo que he renunciado a la utilización de cualquier sonido o música y centrarme directamente en crear unos elementos simples y llamativos. Estos elementos han surgido de indagar en el resto de campañas publicitarias de la marca y que paso a explicar cada uno de ellos en su correspondiente apartado de animación dentro del siguiente punto.

DISEÑOS

Teniendo en cuenta las animaciones anteriores del resto de marcas y tomando las referencias de cada una de ellas, he creado una serie de animaciones que tienen un estilo común para que todas estén en sintonía entre ellas y se vea a simple vista que pertenecen a la misma campaña pero que cada una de ellas alude a un tema en concreto.

Mi intención principal es la de crear unas animaciones simples, con buen ritmo y ausentes de cualquier tipo de música o sonido para que con un simple vistazo puedas diferenciar a qué marca pertenece. Es por esa razón por la que he utilizado elementos con pocos detalles y simples, para no cargar de demasiada información la animación. Estos elementos tienen una forma geométrica para que sean fácilmente identificarlos y otros elementos que, por su naturaleza, tienen que tener una forma más orgánica.

A su vez, y siguiendo las pautas que se describen en el libro “Timing for Animation”, para generar un poco de realismo al movimiento de los objetos y, debido a como el ojo percibe los objetos en la vida, le he añadido un difuminado al propio objeto de la animación para dar la sensación de que realmente se está moviendo ese objeto (Whitaker, H., & Halas, J., 2009).

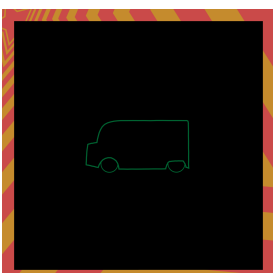


Flamenco:

<https://media.upv.es/resources/politube/videos/ba980300-013d-11ec-92e4-05a348c43b5f/polimedia/presenter.mp4>

Botellas:

<https://media.upv.es/resources/politube/videos/c5a68460-013d-11ec-92e4-05a348c43b5f/polimedia/presenter.mp4>



Furgoneta:

<https://media.upv.es/resources/politube/videos/cfee8170-013d-11ec-92e4-05a348c43b5f/polimedia/presenter.mp4>

Región:

<https://media.upv.es/resources/politube/videos/d8a30d40-013d-11ec-92e4-05a348c43b5f/polimedia/presenter.mp4>

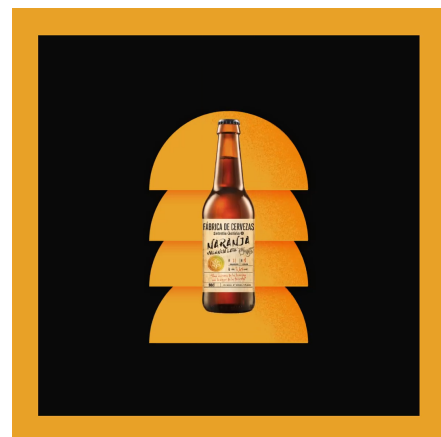


ESTILO COMÚN

Lo primero que vemos de ellas son el marco y el fondo negro. Estos elementos son los principales que nos indican que pertenecen a la misma campaña. Para el marco he tomado como referencia las últimas animaciones de Estrella de Levante pero simplificando el tema. He colocado una estrella en la esquina superior izquierda que se repite con una estructura de gradiente y con escala ascendente desde el centro de la estrella inicial. Los dos colores utilizados son el dorado característico de la estrella de esta marca y el rosa utilizado en su última campaña de verano anunciando una cerveza con un estilo nuevo, pero que más adelante hablaré de ello. He pensado que la combinación de estos dos colores le dan un toque diferenciador y que contrasta muy bien con el negro del fondo. Y esa era mi intención principal al elegir este fondo, para que los elementos que aparezcan y que se vayan construyendo destaquen por ellos mismos. Me he basado en las animaciones de Estrella Galicia y su uso de este tipo de fondo.



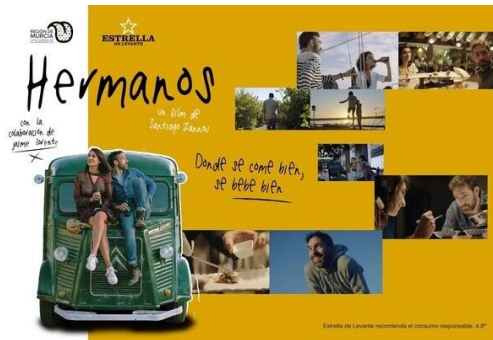
Fotograma de anuncio de Estrella de Levante donde podemos distinguir el patrón de estrellas.



Fotograma de anuncio de Estrella Galicia con marco naranja y fondo negro.

El siguiente elemento común es la frase con la que termina la animación. En cada caso acompaña o añade información a la propia animación. Su función no es otra que ser un slogan de la campaña. La tipografía que he utilizado es la de *Memoria Vestri*, aunque algo retocada a mi gusto y para que se parezca lo más posible a la tipografía utilizada durante la campaña del cortometraje *Hermanos* de la propia Estrella de Levante. El color amarillo viene de nuevo dado por el color de la estrella y para diferenciarlo del mensaje que aparece a continuación, que no es otro

que el propio logo de la empresa para firmar el vídeo y darlo por acabado. La tipografía del logo es la de *Vogue* y de nuevo está otra vez retocada y deformada para simular lo máximo posible a la del logo original. El color blanco es para simplificar al máximo el final de la animación y conseguir el mayor contraste posible.



Cartel publicitario del cortometraje "Hermanos" de Estrella de Levante

Logo de Estrella de Levante sobre fondo negro.

Un detalle a tener en cuenta es que al ser el logo el final de la animación funciona como firma, como he comentado anteriormente, pero también como título si la animación se reproduce en bucle, al igual que la rotación de las estrellas está creada de forma que sea cíclica.

FLAMENCO

Esta animación hace referencia a la nueva cerveza de estilo gose que Estrella de Levante ha estado comercializando en diferentes locales alrededor del Mar Menor. Para esta animación he utilizado los elementos y colores del propio cartel publicitario.



Imagen publicitaria de la nueva cerveza de estilo GOSE de Estrella de Levante.

El primer elemento que aparece son las olas que hacen referencia a las propias salinas que se encuentran en San Pedro del Pinatar y que con el mensaje final se hace más claro el origen de esta cerveza. El siguiente elemento es un flamenco característico de este ecosistema y es por ello que Estrella de Levante lo utiliza en el cartel. He simplificado el dibujo del flamenco a solamente el contorno para que esté en sintonía con el resto de elementos de las demás animaciones. El animal se va formando siguiendo su contorno para luego desaparecer y dejar paso al nombre de esta peculiar cerveza que se compone de la misma forma que el flamenco para unificar ambos elementos. De detrás de estas letras salen 2 frases que la acompañan y añaden más información.

El siguiente paso es la frase con la que acaba la animación y que ya he explicado anteriormente.

BOTELLAS

Con esta animación mi intención era mostrar las cuatro variedades de cervezas que tiene a su disposición Estrella de Levante durante todo el año, ya que la anterior es solamente para la época de verano. Para ello he utilizado la forma de un botellín de cerveza al que he animado para darle un toque más informal, alegre y para aprovechar que con cada movimiento cambiase su color. Las botellas tienen un color sólido y el único detalle es la parte sombreada del cuello que hace referencia a una etiqueta donde va impresa la estrella. Los colores a los que cambia hacen referencia a los 4 tipos de cerveza permanente que ofrece la marca: verde, por su cerveza tradicional; azul, por su versión sin alcohol; naranja, por la variante de estilo tostada; y amarillo, por su cerveza con limón.



Muestra de las 4 variedades que ofrece Estrella de Levante.

Con la frase final he querido mostrar que no importan los gustos del consumidor, porque Estrella siempre tiene una cerveza que se adapte a ellos.

FURGONETA

Esta animación utiliza como primer elemento la misma furgoneta que aparece en el cortometraje anteriormente mencionado, y de esta forma crear una unidad entre ambas publicaciones. El vehículo aparece por la derecha para detenerse en el centro y transformarse en una lengua, en una copa de cerveza y de nuevo a la furgoneta para desaparecer del cuadro visual. Los colores de los elementos son el verde de Estrella de Levante y, de nuevo, el amarillo. Otro elemento que aparece son las 5 líneas cada vez que cambia de objeto, y son 5 por las 5 puntas de la estrella del logo.

La frase que aparece esta vez es la misma que aparece en un momento del cortometraje y se relaciona con la lengua (símbolo de Murcia gastronómica) y con la copa.



Imagen de la premiere en la Filmoteca Regional de Murcia del cortometraje "Hermanos".



Logo de Murcia como capital española de la gastronomía

REGIÓN

La última animación consiste en una línea que va formando 3 elementos. El primero de ellos es el contorno de la Región de Murcia, el segundo es una botella de cerveza y el último, una estrella. Con esta animación he querido representar de una forma muy simple y visual cómo de unida está la marca con la región y crear así un sentimiento de pertenencia y reforzar el origen de la empresa. De ahí que la frase elegida sea la de *Nuestra región, nuestra estrella*.



Contorno de la Región de Murcia.

CONCLUSIONES

Mi intención con estas animaciones era crear un estilo nuevo que englobe las siguientes publicaciones de Estrella de Levante y que con solo ver el comienzo de cada animación sea fácilmente identificable cual es la marca implicada. Es un estilo sencillo en el que los elementos implicados se reducen a su forma más simple y que sea rápidamente reconocible.

Además, este tipo de animación funciona perfectamente como complemento para otro tipo de anuncios como hemos visto con el cortometraje, ya que los elementos del propio anuncio pueden usarse en la animación y crear una retroalimentación entre ellos, y que en el mensaje de la publicación de la animación se incluya un enlace para ver el cortometraje.

BIBLIOGRAFÍA

Leborg, C. (2006). *Visual Grammar (First ed.)*. Princeton Architectural Press.

Pibernik, J., Mrvac, N., & Babic, N (2008, octubre). *Media study: Motion graphics*. Faculty of Graphic Arts, University of Zagreb.

https://www.researchgate.net/publication/224370723_Media_study_Motion_graphics

Whitaker, H., & Halas, J. (2009). *Timing for Animation* (T. Sito, Ed.; Second ed.) Focal Press.

<https://archive.org/details/timingforanimation/page/n109/mode/2up>

ANIMACIONES DE ESTRELLA DAMM

(2016, diciembre) *#CadaEstrellaQueHacemos*.

<https://www.facebook.com/watch/?v=1516313418383109>

(2017, diciembre) *To new journeys. ¡Felices Fiestas!*

<https://www.facebook.com/watch/?v=1941468685867578>

(2017, diciembre) *Un brindis que resonará durante todo 2018*.

<https://www.facebook.com/watch/?v=1947104711970642>

(2018, diciembre) *Here's to 10 more Christmases together*.

<https://www.facebook.com/watch/?v=1189362054550152>

(2019, diciembre) *Estrella Damm wishes you a Merry Christmas*.

<https://www.facebook.com/watch/?v=988982924809894>

(2020, septiembre) *Por 8º año consecutivo nuestros maestros cerveceros...*

<https://www.facebook.com/watch/?v=398380504889472>

(2021, diciembre) *Adiós, 2020. ¡Hola, 2021!*

<https://www.facebook.com/watch/?v=160045459268504>

ANIMACIONES DE ESTRELLA GALICIA

(2019, octubre) *Antes de lo que piensas...*

<https://www.facebook.com/watch/?v=2124006037895455>

(2019, octubre) *Las naranjas valencianas...*

<https://www.facebook.com/watch/?v=546782372723142>

(2019, octubre) *Si eres una naranja...*

<https://www.facebook.com/watch/?v=517416159046132>

(2019, octubre) *¿Qué pasa si juntas terriña y terreta?*

<https://www.facebook.com/watch/?v=445614429397051>

(2020, abril) *¿Quieres ser el campeón de Copa?*

<https://www.facebook.com/watch/?v=1117149835304855>

(2021, mayo) *No os vamos a hacer madrugar mucho....*

<https://www.facebook.com/watch/?v=291843845986874>

(2021, junio) *¡Celebremos la diversidad!*

<https://www.facebook.com/watch/?v=1053647315039432>

(2021, agosto) *Cuando decidimos recuperar la imagen...*

<https://www.facebook.com/watch/?v=225516966181294>

ANIMACIONES DE MAHOU

(2020, julio) *#UnSaborQueDesmontaPrejuicios.*

<https://www.facebook.com/watch/?v=701926007324544>

(2020, noviembre) *“Piensa en algo que te haga feliz”.*

<https://www.facebook.com/watch/?v=903334890428380>

(2020, noviembre) *No es casualidad que estemos TAN ENAMAHOURADOS.*

<https://www.facebook.com/watch/?v=420910112411315>

(2021, marzo) *PO-LÉ-MI-CA. Gastrolikes.*

<https://www.facebook.com/watch/?v=299831008151596>

(2021, marzo) *¡¡Oído cocina!! Gastrolikes.*

<https://www.facebook.com/watch/?v=553360758901783>

(2021, julio) *Nuevo contenido Rasé by Mahou.*

<https://www.facebook.com/watch/?v=271073581449801>

ANIMACIONES DE ESTRELLA DE LEVANTE

(2016, diciembre) *2016 ha sido fantástico.*

<https://www.facebook.com/watch/?v=10154981921011495>

(2016, diciembre) *#sansilvestre.*

<https://www.facebook.com/watch/?v=10154980560896495>

(2017, febrero) *¡Celebra el amor! #SanValentinEstrella.*

<https://www.facebook.com/watch/?v=10155128041576495>

(2019, marzo) *La mítica banda escocesa....*

<https://www.facebook.com/watch/?v=2378495688862200>

(2019, abril) *Un consejo de última hora...*

<https://www.facebook.com/watch/?v=702270273521510>

(2019, junio) *Tenemos uno de los monumentos más fotografiados...*

<https://www.facebook.com/watch/?v=429309120998875>

(2021, marzo) *¡Feliz día a todos los padres, Pepes, Pepas, Joses y Josefas!*

<https://www.facebook.com/watch/?v=1572887169569071>

(2021, junio) *¡Presentamos nuestra nueva cerveza edición limitada!*

<https://www.facebook.com/watch/?v=1132851640548182>

(2021, abril) *“Hermanos”, una película de Santiago Zannou*

https://www.youtube.com/watch?v=2m-CMC06xhA&ab_channel=EstrelladeLevante

**Todos los enlaces han sido revisados el 24 de septiembre de 2021.*