

Ribes fa front al canvi climàtic

Animant l'esperança: Una campanya visual per revertir el canvi climàtic

Grau de Multimèdia

TFG-Narratives visuals, 2D i 3D

Autor: Bernat Bredemeyer León

Consultor: Andreu Gilaberte Redondo

Professor: Jesús del Campo Marquiegui

19 de Juny del 2023

Llicència



Aquesta obra està subjecta a una llicència de *Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada 3.0 Espanya de Creative Commons*.

Aquesta llicència autoritza la distribució i ús de l'obra sempre que és compleixin certes restriccions: L'obligació d'atribuir a l'autor original, la prohibició d'ús comercial i la prohibició de crear obres derivades.

També cal mencionar que totes les il·lustracions i elements gràfics presentats en aquest document han estat creats per l'autor o s'han obtingut a través de llibreries de lliure ús i reproducció.

*“Un gran poder,
comporta una gran responsabilitat”*

- STAN LEE

Agraïments

Tots els agraïments a aquelles persones que han col·laborat i ajudat a fer possible aquest treball de recerca. Vull agrair al meu tutor Jesús del Campo Marquiegui per la seva constància, col·laboració i orientació. Voldria agrair també tots els amics i amigues que m'han anat donant punts de vista subjectius i recomanacions que han fet possible que aquest treball sigui més complet. Vull agrair a la família pel suport i la confiança. També donar les gràcies a l'Olga Cuevas Melis per tots aquests anys que ha estat la meva tutora del grau i m'ha ajudat a poder arribar fins aquí. I per acabar, i no menys important, donar les gràcies a tots aquells il·lustradors i animadors que m'han fet créixer i ser un gran apassionat del món de l'animació.

Abstracte

Aquest treball de final de grau té com a objectiu dissenyar i desenvolupar a través de les eines Multimèdia una campanya per promoure un estil de vida sostenible a Ribes, com a resposta al canvi climàtic. Es dissenyarà una campanya que inclourà la creació d'una animació 2D, cartells informatius per a diferents espais del municipi i per últim un filtre per les xarxes socials. La implementació de la campanya inclourà activitats de sensibilització i educació. En definitiva, es pretén contribuir a construir un futur més sostenible per al poble, fomentant hàbits i pràctiques responsables amb el medi ambient i sensibilitzant la població sobre la importància d'actuar davant del canvi climàtic a través de les eines multimèdia.

Abstract

This thesis aims to design and develop a campaign to promote a sustainable lifestyle in Ribes, as a response to climate change. First of all, an analysis of the current environmental situation of Catalonia will be carried out. Once this process has been carefully done, the best sustainable practices will be identified and a campaign will be designed. The campaign will include the creation of a 2D awareness animation, and some spots will be placed in different locations of the municipality to maximize and squeeze the knowledge of the cause. The implementation of the campaign will also include awareness and educational activities to encourage sustainable habits and responsible practices with the environment. In conclusion, and to sum it up, the main objective is to contribute to the creation of a more sustainable future and raise awareness and sensitize the population about the importance of acting against climate change.

Índex

1	Introducció	11
2	Descripció	12
3	Objectius	13
3.1	Objectius principals	13
3.2	Objectius secundaris	13
4	Marc teòric	14
4.1	Antecedents	14
4.2	Estil gràfic	15
4.3	Color	16
4.4	Tipografia.....	16
4.5	Transicions.....	17
4.6	Animació.....	18
4.7	Visualització de dades	18
5	Continguts	19
6	Metodologia i procés de treball	20
7	Plataforma de desenvolupament	21
7.1	Software	21
7.2	Hardware	21
8	Planificació	22
8.1	Taula de treball	22
8.2	Diagrama de Gantt	23
9	Resultats de la recerca d'informació	24
9.1	Situació actual a Catalunya.....	25
9.2	Solucions	26
10	Guions	28
10.1	Guió escrit	28
10.1.	Guió il·lustrat	33
11.	Procés de treball.....	39
11.1.	Elements multimèdia	39
11.1.1.	Vídeos.....	39
11.1.2.	Filtre Instagram	43
11.1.3.	Missatges informatius	45
11.1.4.	Butlletí	47
11.2.	Concepció i plantejament del projecte	48
11.3.	Elements rellevants	52

11.3.1.	Personificació del canvi climàtic.....	52
11.3.2.	Fum.....	53
11.3.3.	Pluja.....	56
11.3.4.	Efecte calor.....	58
11.3.5.	Mapa canvi mitjana temperatura.....	59
11.3.6.	Any de la línia del temps.....	61
11.4.	Transició tipogràfica.....	62
11.4.1.	Títol.....	62
11.4.2.	Subtítol.....	63
11.5.	Efectes sonors.....	64
11.5.1.	Freesound.....	65
11.5.2.	YouTube.....	67
11.6.	Edició.....	68
12.	Producte.....	70
12.1.	Descripció del producte.....	70
12.2.	Mercat i públic objectiu.....	70
12.3.	Idea i estratègia creativa de la campanya.....	70
12.4.	Els mitjans.....	71
12.4.1.	Xarxes socials.....	71
12.4.2.	Lloc web interactiu.....	72
12.4.3.	Col·laboracions amb influencers del poble.....	73
12.4.4.	Esdeveniments presencials i virtuals.....	74
12.4.5.	Comunicació directa amb els clients.....	75
12.5.	Descripció de la proposta de solució interactiva.....	76
12.6.	Justificació del contingut.....	76
13.	Projecció a futur.....	77
14.	Pressupost.....	78
15.	Anàlisi de mercat.....	81
16.	Conclusions.....	83
17.	Bibliografia web.....	85
18.	Annex 1. Lliurables del projecte.....	87
19.	Annex 2. Llibre d'estil.....	90

Índex de figures

Figura 1. Art gràfic de referència	15
Figura 2. Paleta de colors de referència	16
Figura 3. Diagrama de Gantt.....	23
Figura 4. Elaboració del contingut en format vertical	40
Figura 5. Elaboració dels curts informatius	42
Figura 6. Elements utilitzats per elaborar el filtre	44
Figura 7. Patch editor	44
Figura 8. Implementació de l'eina Motion Tracking	46
Figura 9. Elaboració del butlletí.....	47
Figura 10. Conceptualització de la idea a mà	49
Figura 11. Digitalització de l'escena a Adobe Illustrator 2023.....	50
Figura 12. Animació dels elements gràfics elaborats en Illustrator a través del programari After Effects	50
Figura 13. Arxiu base en la qual defineixo exactament la durada d'animació de cada escena...	51
Figura 14. Un cop finalitzat afegim els últims efectes d'edició amb el programa Adobe Premier	52
Figura 15. Personificació dels gasos d'efecte hivernacle per la producció audiovisual de la campanya	53
Figura 16. Fum estil cartoon.....	54
Figura 17. La trajectòria del moviment	55
Figura 18. Els keyframe de posició	56
Figura 19. El resultat final de la composició	56
Figura 20. Procés de creació de la pluja	57
Figura 21. Procés de creació de l'efecte miratge.....	58
Figura 22. Global Warming: 1880-2011	59
Figura 23. Tutorial per crear textura tipogràfica	59
Figura 24. Procés de creació de l'escena 16	60
Figura 25. Paràmetres per dur a terme el comptador d'anys	61
Figura 26. Màquina escurabutxaques	62
Figura 27. Editant el moviment vertical de les lletres a través del editor de gràfics.....	63
Figura 28. Procés de creació dels subtítols del producte	64
Figura 29. Configuració dels paràmetres de tall de traçat	64
Figura 30. Arxiu en el qual s'estava acabant de perfilar el producte final.....	69
Figura 31. Ingressos globals totals del sector audiovisual (milers de milions de dòlars dels EUA) i creixement interanual (%), 2017-2026.....	81
Figura 32. Facturació del sector audiovisual català	82

Índex de taules

Taula 1. Campanyes multimèdia sobre el canvi climàtic	14
Taula 2. Tipografia escollida	17
Taula 3. Tipus transició	17
Taula 4. Metodologia del projecte.....	20
Taula 5. Planificació de treball.....	22
Taula 6. Diferència edició horitzontal i vertical	40
Taula 7. Mostra elements gràfics del filtre	43
Taula 8. Mostra elements gràfics missatge informatiu.....	45
Taula 9. Diferència entre animació tradicional i motion graphic.....	48
Taula 10. Vídeos de referència	53
Taula 11. Gràfica sobre la trajectòria del fum	54
Taula 12. Material de so Freesound	65
Taula 13. Material de so Freesound	68
Taula 14. Producte campanya (I)	71
Taula 15. Producte campanya (II)	72
Taula 16. Producte campanya (III)	73
Taula 17. Taula 16. Producte campanya (IV).....	74
Taula 18. Taula 16. Producte campanya (V).....	75
Taula 19. Pressupost.....	80

1 Introducció

La necessitat des de petit d'haver d'imaginar-me coses i haver-les de crear, m'han fet prendre el camí en el qual em trobo avui: redactar un treball de final de grau en la carrera de Multimèdia. Des d'aproximadament els dotze anys (que és quan va entrar el primer ordinador a casa) sempre m'ha agradat crear continguts audiovisuals i provar coses noves, trobar el límit de les meves creacions: animacions, edició d'imatge, art gràfic, edició de vídeos, etc. Fins al punt, que vaig voler professionalitzar-me i estudiar més a fons el món de la Multimèdia.

Després de quatre anys intensos, em trobo finalitzant aquesta etapa universitària en la qual em queda passar l'última prova que consisteix a demostrar tots els coneixements i experiències adquirits. La veritat que soc una persona segura i amb les idees clares, però és el primer cop que tenint la llibertat que tinc, no sé segur que fer. Són moltes coses la que m'ha donat aquest grau que em fan ser la persona que vull ser, i correspondre-ho amb un treball de final de grau a l'alçada em genera una pressió que en part m'agrada, però que per altre, no sé si sabré estar a l'altura. Tot i això, és la part excitant d'aquesta última etapa.

Per aquest motiu, he estat més temps del que en un primer moment hi hauria en concretar la meua idea. Però tenia clar que el que volia era comunicar, perquè trobo que és l'habilitat més bonica i excepcional que tenim com a espècie, i a ple segle XXI, amb totes les eines i dispositius dels quals disposem, em sento afortunat poder-les treballar i experimentar-les.

Per altra banda, soc un noi que l'apassiona l'actualitat: d'on venim i on anem? Per aquesta raó, el treball de final de grau havia de girar al voltant d'un dels temes d'actualitat: igualtat de gènere, intel·ligència artificial, desigualtat econòmica, racisme... Però al final després de mirar tants temes, m'he decantat per un en la qual, afecta en totes les altres mencionades, perquè sense una solució a aquesta, no podem avançar, i aquesta és la crisi climàtica.

Sense una conscienciació social en la qual, ens adonem que sense unes condicions òptimes del planeta no podem avançar, em sembla primordial. Que desapareguin ecosistemes sencers, alteracions en els oceans, fenòmens meteorològics extrems... No sé com encara, no ens impliquem més en aquest gravíssim conflicte. Perquè el que està clar, és que de moment, no tenim ni els coneixements ni la tecnologia suficient per generar vida i que la nostra existència únicament depengui de nosaltres, per aquest motiu depenem d'una enorme biodiversitat que ha anat evolucionat per milions d'anys i que si l'alterem, podem tenir un desenllaç més aviat de l'esperat, amb totes les coses que ens queden per descobrir i crear... Per tant, és clau que si volem continuar evolucionant com a espècie hem de posar remei a la crisi climàtica.

En conseqüència, quin millor altaveu que un treball de final de grau per fer una crida a posar solució al canvi climàtic i redirigir la societat a un estil de vida més sostenible pel planeta i en conseqüència a nosaltres. Perquè en definitiva, si el planeta viu, nosaltres també.

2 Descripció

La meua perspectiva de la multimèdia ha anat canviant i agafant més conceptes a mesura que he anat avançant en el grau. Però del que m'ha fet adonar primordialment, és que la multimèdia et dona les eines claus per saber comunicar a través dels mitjans primordials d'aquest segle, i això és un poder molt gran. Per tant, ara a través del treball de final de grau, és moment d'aportar el meu primer granet de sorra a la societat a través de la multimèdia, i que millor que conscienciant de la gravetat del problema del canvi climàtic, i que encara no és massa tard abans d'entrar en col·lapse.

El canvi climàtic és una de les amenaces més grans que enfronta el nostre planeta actualment. Les emissions de gasos d'efecte hivernacle produïdes per l'activitat humana estan alterant el clima i provocant esdeveniments climàtics extrems a tot el món. Per això, és important prendre mesures per reduir el nostre impacte ambiental i promoure un estil de vida sostenible que permeti fer front a aquest desafiament global.

En aquest treball de final de grau, s'abordarà el disseny i el desenvolupament d'una campanya per promoure un estil de vida sostenible al meu poble. L'objectiu principal d'aquesta iniciativa és conscienciar la població sobre la importància d'adoptar hàbits més responsables amb el medi ambient i fomentar l'adopció de pràctiques sostenibles en el dia a dia.

Per fer-ho, es durà a terme una anàlisi detallada de les principals problemàtiques ambientals al poble i es proposaran solucions concretes que permetin reduir l'impacte ambiental de la comunitat. Així mateix, s'identificaran les millors pràctiques sostenibles que s'estan duent a terme a altres llocs i s'adaptaran a les necessitats i particularitats del meu poble.

Es posarà un èmfasi especial en l'educació i la conscienciació de la població, a través de l'elaboració d'una animació 2D a part de la difusió de material informatiu i recursos sobre sostenibilitat.

En definitiva, aquest treball de final de grau pretén contribuir a la sensibilització i la conscienciació sobre el canvi climàtic a través de l'art i l'animació, amb l'objectiu de promoure l'acció col·lectiva i la presa de mesures concretes per mitigar i adaptar-se a aquest desafiament global.

3 Objectius

Els objectius clars i ben definits ajuden a dirigir el procés de recerca i desenvolupament d'una campanya eficient. Aquests objectius asseguren que el treball s'enfoca en aspectes rellevants i significatius del canvi climàtic i ajuda a evitar la divagació o la manca de direcció. Els objectius clars també permeten que es pugui mesurar l'èxit de la feina en finalitzar el projecte.

Els objectius definits també ajuda a mantenir-se enfocat a allò que realment importa. En tenir objectius clars i específics que et mantenen enfocat a la tasca en qüestió i així, evitant distraccions que puguin desviar-te del projecte.

En conclusió, tenir els objectius ben definits del treball de final de grau és crucial per a l'èxit del projecte i per garantir que compleixo els requisits acadèmics. Els objectius clars permeten una investigació enfocada, ajuden a mesurar l'èxit del treball i permeten transmetre el missatge de manera efectiva.

3.1 Objectius principals

Els objectius principals pel meu treball de final de grau són:

1. Utilitzar tècniques d'animació 2D per representar visualment els conceptes i idees relacionades amb el canvi climàtic.
2. Presentar la feina de manera clara i concisa, usant un llenguatge i un format adequats per a un treball acadèmic.
3. Desenvolupar habilitats per crear una narrativa efectiva i atractiva per comunicar el missatge.

3.2 Objectius secundaris

A més a més, per complementar el treball, m'agradaria també assolir els següents punts:







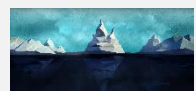
1. Desenvolupar habilitats tècniques en l'ús de programari 2D per crear l'animació.
2. Analitzar críticament l'efectivitat de les tècniques gràfiques i la narrativa utilitzada en la creació de l'animació.
3. Crear consciència i comprensió sobre el canvi climàtic.
4. Presentar solucions i mesures que s'estan prenent a escala mundial per reduir les emissions de gasos amb efecte d'hivernacle i mitigar els efectes del canvi climàtic.

4 Marc teòric

4.1 Antecedents

Per definir el meu producte he hagut de fer estudi de les diferents campanyes multimèdia que s'han fet al llarg de la història per conscienciar del canvi climàtic.

Taula 1. Campanyes multimèdia sobre el canvi climàtic

PRODUCTE	CATEGORIA	DESCRIPCIÓ
	DOCUMENTAL	Aquest documental explora els impactes del canvi climàtic i les mesures per fer-lo front.
	ANIMACIÓ	Aquesta sèrie de vídeos animats explica com el consumisme i l'economia lineal estan contribuint al canvi climàtic i altres crisis ambientals.
	MÚSICA	Aquesta iniciativa utilitza la música per conscienciar sobre el canvi climàtic i l'impacte en el planeta.
	REALITAT VIRTUAL	Aquest museu en línia presenta exposicions digitals que exploren el canvi climàtic des de diferents àmbits: la ciència, la política, la cultura...
	VIDEOJOC	Aquest videojoc educatiu promou la consciència sobre el canvi climàtic a través de la diversió i l'aprenentatge interactiu.
	VISUALITZACIÓ DE DADES	Aquesta informe permet als usuaris veure quan carboni han emès les principals empreses de combustibles fòssils.
	WEB	Aquest projecte multimèdia usa documentals, vídeos i notícies per conscienciar sobre el canvi climàtic i els seus impactes.
	TRANSPORT	Aquesta campanya fomenta l'ús del transport públic com una manera de reduir les emissions de gasos d'efecte hivernacle i combatre el canvi climàtic.
	ANIMACIÓ	Aquest vídeo animat de Greenpeace mostra com l'escalfament global està afectant el gel marí de l'Àrtic i demana la protecció d'aquesta important regió.

D'aquesta manera he volgut fer un producte que impliqués una mica totes les categories que he trobat, en la que l'idea, gira al voltant d'una animació 2D per conscienciar a la ciutadania del canvi climàtic. Aquest curt es difondria a través de les xarxes del municipi i després en diferents espais del poble, dissenyar cartells infogràfics molt visuals i integrats en l'espai en el qual, l'usuari sigui informat de manera clara quin impacte tenen les seves accions en el medi ambient, per exemple a les parades de bus, informant de

l'impacte positiu que té agafar el bus comparat amb el transport privat, i així en diferents espais (deixalleria, comerç local, etc.).

4.2 Estil gràfic

En una societat on constantment es consumeix contingut, l'estil gràfic és clau per destacar i cridar l'atenció de l'usuari, ja que el missatge i com volem dir les coses ha d'estar molt lligat amb l'estil, perquè si no, l'usuari pot interpretar coses que nosaltres no volíem comunicar. És per això, que en aquests últims anys, han sorgit molts estils i subestils en les quals cadascun aporta una identitat diferent (retro modern, minimalisme, surrealisme, vintage, flat design, cartoon, realista...). Però personalment, he trobat una empresa que fa servir un estil gràfic bastant semblant al que seria la meua idea per un ús semblant al que li vull donar jo. Aquesta empresa anomenada Kurzgesagt (Alemany) en català vindria a dir-se alguna cosa així com "En poques paraules", és un canal i un estudi d'animació amb la finalitat de crear contingut divulgatiu ja sigui en l'àmbit científic, tecnològic, històric o filosòfic. En la qual destaca el seu estil cartoon a través del flat design tot i elaborar il·lustracions força detallades. La barreja d'aquests tres estils s'han equilibrat de tal manera que les seves composicions resulten minimalistes, moderns i clars. Elements claus que vull que transmeti el meu producte a la gent, ja que d'aquesta manera un tema complex com el canvi climàtic pot resultar més comprensible i proper per l'espectador.

Adjunto un collage per contextualitzar millor l'estil buscat en el TFG.

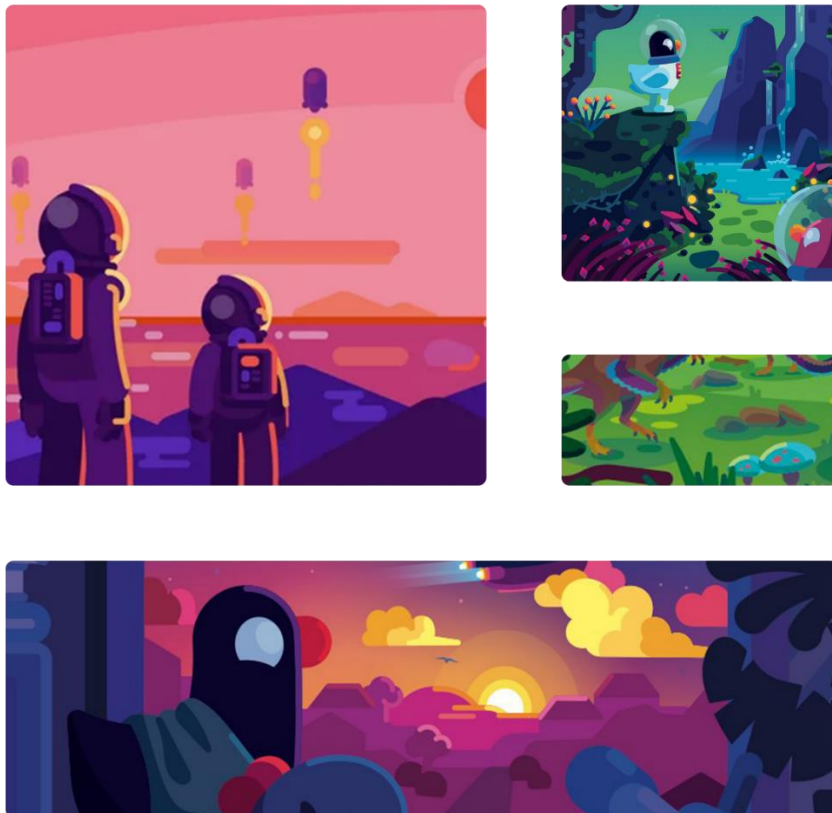


Figura 1. Art gràfic de referència

4.3 Color

Un altre factor clau pel producte d'aquest treball de final de grau és el color, ja que aquest pot tenir un gran impacte narratiu i en la manera de percebre el contingut. La idea és que el producte motivi a la ciutadania a implicar-se en el moviment contra el canvi climàtic, per tant, s'ha de descartar qualsevol combinació de colors que resulti agressiu i xocant a la vista. Perquè l'enfocament que volem donar és d'alerta, però d'esperança i optimisme si ens involucrem a la causa. Per aconseguir aquest efecte, després d'indagar diferents estils de combinació de colors, la millor opció és treballar amb colors pastels i suaus. Dintre d'aquesta gran varietat i en ser un producte on principalment serà consumit per gent amb una cultura occidental els colors més destacats seran diferents escales de blaus, verds, magents, grocs i grisos. Descartant colors com el vermell i el negre. Ja que a la cultura occidental no els associem amb conceptes positius.



Figura 2. Paleta de colors de referència

4.4 Tipografia

La tipografia té un paper clau en qualsevol treball gràfic, ja que en la comunicació visual pot perjudicar significativament la percepció i comunicació del missatge. Una tipografia que afecti la llegibilitat i/o coherència amb l'estil d'animació, pot generar un rebuig o incomprensió de l'espectador. Avui dia, per animacions informatives es busquen tipografies minimalistes i clares (elements que vull que representin la meua animació) i per aquesta raó el més coherent és agafar una tipografia Sans-serif.

També és important tenir en compte la llicència de les tipografies, ja que a vegades ens descuidem que és un treball protegit. Per aquesta raó, he optat per la tipografia Lato, dissenyada per Lukasz Dziedzic i té una llicència completament gratuïta disponible en el Google Fonts.

Aquesta tipografia es caracteritza per tenir una aparença clara i llegible, amb una estructura ben definida i equilibrada. A més d'estar disponible en diferents pesos i estils, cosa que la fa versàtil per a diferents usos al llarg del projecte.

Taula 2. Tipografia escollida

LLATÍ MINÚSCULA											LLATÍ MAJÚSCULA										
a	á	à	â	ã	ä	ā	ą	æ	b	c	A	Á	À	Â	Ã	Ä	Å	Ą	Æ	B	C
ć	ç	d	ð	e	é	è	ê	ë	ę	f	Ć	Ç	D	Ð	E	É	È	Ê	Ë	Ę	F
f	g	h	i	í	ì	î	ï	ı	j	k	G	H	I	Í	Ì	Î	Ï	J	K	L	Ł
l	ł	m	n	ñ	ñ	o	ó	ò	ô	ö	M	N	Ń	Ñ	O	Ó	Ò	Ô	Ö	Ø	
õ	ø	œ	p	q	r	s	ś	š	ß	t	Œ	P	Q	R	S	Ś	Š	T	U	Ú	Û
u	ú	ù	û	ü	v	w	x	y	ý	ÿ	Ü	Û	V	W	X	Y	Ý	ÿ	Z	Ž	Ž
z	ż	ž	ž	þ							Ž	þ									

FONT DE CONSULTA:

Lukasz Dziedzic. Lato. [En línia] [Data de consulta: 12/03/2023]. <
<https://fonts.google.com/specimen/Lato/glyphs> >

4.5 Transicions

Les transicions és un recurs recurrent en les animacions que li poden donar dinamisme a la narració. Aquest recurs té una infinitat de varietats i depèn del que es vulgui comunicar i com en aquell moment, es recorria a un o altre. Les més utilitzades actualment les podem dividir en quatre categories:

Taula 3. Tipus transició

NOM	DESCRIPCIÓ
Transicions de fosos	S'utilitzen fosos per canviar d'una escena a una altra sense brusquedat. Sovint s'usen fosos suaus per crear una sensació de continuïtat a la narració.
Transicions de zoom	S'utilitzen transicions de zoom per apropar o allunyar l'atenció de l'espectador en elements específics a la pantalla. Aquesta tècnica es fa servir sovint per mostrar detalls importants o per emfatitzar la informació clau.
Animacions de càrrega	En algunes animacions fan servir animacions de càrrega per indicar que la informació s'està processant o que s'està carregant una secció nova de l'animació. Aquestes animacions

	sovint són simples i minimalistes, cosa que permet que l'espectador es concentri en la informació en lloc de la transició.
Tall d'escena	S'usen talls d'escena per canviar bruscament d'una escena a l'altra. Aquest tipus de transició es fa servir sovint per canviar el to o per mostrar una nova idea o concepte.

4.6 Animació

Els estudis d'animació 2D implementen diferents tècniques d'animació com pot ser una animació tradicional, en digital, cut-out, stop-motion... Cadascuna d'elles aporta característiques diferents i dona una identitat al producte.

En aquest cas, en termes d'animació s'utilitza una tècnica anomenada "motion graphics", que és una forma d'animació en què es creen gràfics en moviment mitjançant una combinació d'animació tradicional i disseny gràfic. Aquesta tècnica permet que la informació es presenta de manera clara i efectiva, alhora que manté un estil visual coherent i atractiu.

Els motion graphics solen ser produïts usant programari d'animació i disseny gràfic com ara Adobe After Effects. La tècnica implica la creació d'elements gràfics i animació a través de capes, on s'animen els diferents elements per crear una seqüència de moviment fluid i atractiu.

FONTS DE CONSULTA:

chachomotion. *¡Cómo animar de 0 a 100 con After Effects en 30 minutos!*. [En línia] [Data de consulta: 14/03/2023]. < <https://youtu.be/xZbynxeESo> >

chachomotion. *Cómo CREAR y ANIMAR un PERSONAJE divertido Tutorial PASO a PASO de Illustrator y After Effects.* [En línia] [Data de consulta: 14/03/2023]. < <https://youtu.be/APry31yduU> >

chachomotion. *Cómo RIGGEAR y ANIMAR un PERSONAJE completo.* [En línia] [Data de consulta: 14/03/2023]. < <https://youtu.be/FvEeYIZmDrw> >

4.7 Visualització de dades

Com que és una temàtica en què s'explica i contrasta a partir de les dades recopilades, la visualització de dades ha de ser clau en l'animació, presentant-ho de manera clara i efectiva.

Un altre aspecte important de la visualització de dades és que cal enfocar a explicar conceptes complexos de manera senzilla i accessible.

5 Continguts

La campanya dissenyada per promoure un estil de vida sostenible al poble, com a resposta al canvi climàtic, inclourà la creació d'una animació 2D i cartells informatius a diferents espais del poble. L'animació 2D serà un recurs clau per difondre els missatges de la campanya i promoure un estil de vida sostenible entre la població. Aquest recurs permetrà comunicar de manera clara i senzilla les idees clau de la campanya, fent servir un llenguatge visual i didàctic que serà fàcilment entès per la població.

L'animació 2D se centrarà a presentar els principals desafiaments ambientals que enfronta el poble i oferir solucions sostenibles per abordar-los. Es faran servir personatges i situacions quotidianes per connectar amb la població i fer-los sentir que poden ser part de la solució al canvi climàtic. L'animació també inclourà informació sobre els beneficis que pot aportar un estil de vida sostenible, com ara estalvi econòmic i millora de la qualitat de vida.

Per l'elaboració de l'animació 2D per a la meua campanya, primer definiré el missatge que vull comunicar i els personatges i escenaris que faré servir per il·lustrar aquest missatge. Després escriuré un guió detallant la història que vull explicar i la durada de cada escena. En acabar, crearé un guió il·lustrat per visualitzar l'animació i dissenyaré els personatges i escenaris. Tot seguit, animaré l'animació utilitzant eines digitals com són l'Adobe Illustrator i l'After Effects. Finalment, editaré i produiré l'animació, afegint-hi efectes de so, música i diàleg per reforçar el missatge i la marca.

D'altra banda, els cartells informatius a diferents espais del poble seran una eina clau per sensibilitzar i educar la població sobre la importància d'actuar davant del canvi climàtic. Aquests cartells s'enfocaran a destacar la relació entre les accions quotidianes de la població i el seu impacte en el medi ambient, i presentaran solucions pràctiques i sostenibles que es poden aplicar en el dia a dia. Aquests cartells informatius es projectaran en espais públics i privats del poble, com ara places, carrers, comerços, entre d'altres, amb l'objectiu d'arribar a la màxima quantitat de persones possible.

Per crear els cartells informatius de la meua campanya per promoure un estil de vida sostenible, seguiré un procés de planificació, escriptura de guions, disseny d'imatges i exportació en el format adequat. Utilitzaré eines de disseny gràfic com el Photoshop i recursos disponibles a la comunitat per dur a terme aquest procés sense necessitat d'un gran pressupost ni un equip especialitzat. El meu objectiu és assegurar-me que cada espot transmeti el missatge adequat i arribi de manera efectiva al meu públic objectiu per promoure un estil de vida més sostenible i fer front al canvi climàtic.

També volia complementar la campanya amb un petit filtre que permeti al ciutadà fer-lo partícip d'aquesta campanya. D'aquesta manera reforçaria molt més el projecte.

En definitiva, l'animació 2D, els cartells informatius i el filtre, són tres recursos claus dins de la campanya dissenyada per promoure un estil de vida sostenible al poble, com a resposta al canvi climàtic. Tots dos recursos permetran difondre els missatges clau de manera clara, senzilla i atractiva, i arribar a la quantitat més gran de persones possible.

6 Metodologia i procés de treball

Taula 4. Metodologia del projecte

PREPRODUCCIÓ	1. Investigació i recopilació d'informació Realitza una investigació exhaustiva sobre el canvi climàtic, les causes i les conseqüències. Cerca informació a llibres, articles científics, informes governamentals, webs especialitzats, personal especialitzat i altres fonts rellevants.
	2. Definició dels objectius Definir els objectius de l'animació 2D sobre el canvi climàtic. Decidir la perspectiva que vull donar i de quina manera ho vull fer.
	3. Disseny de l'animació Dissenya l'estructura i el contingut de l'animació. Quin estil gràfic fer servir i efectes visuals aplicar per il·lustrar la informació de manera efectiva. Elabora tant un guió escrit com un guió il·lustrat per guiar el procés de creació de l'animació.
PRODUCCIÓ	4. Creació de l'animació Un cop finalitzat els guions i dissenyat com serà l'animació, serà moment d'animar-ho. Utilitza programari d'animació 2D, en aquest cas Adobe After Effects i Adobe Illustrator. En aquesta etapa serà important cada cert temps fer un estudi i anàlisi del contingut realitzar per veure la qualitat i la coherència artística amb la resta d'elements i continguts.
	5. Edició i millora Un cop finalitzat l'animació, s'haurà de revisar acuradament el material per corregir errors i millorar la qualitat. Afegir efectes de so i música per millorar l'experiència de l'espectador.
POSTPRODUCCIÓ	6. Avaluació i anàlisi Avalua l'impacte de l'animació. Compleix amb els objectius inicials? Transmet el missatge? Fer anàlisis quantitatives i qualitatives per obtenir feedback de l'audiència.
	7. Presentació i difusió Prepara la presentació del producte a través d'un teaser a més d'un butlletí complementari a l'animació, per poder transmetre el missatge a través de diferents formats.

7 Plataforma de desenvolupament

7.1 Software

Adobe Illustrator 2023: Aquest programa ha estat clau i amb el qual ha girat tot el projecte, ja que és una eina molt potent i més si vols treballar amb un sistema vectorial. D'aquesta manera aconseguia composicions gràfiques sense pèrdua de resolució que a més podia anar important a altres programes. Principalment, el seu ús ha estat per realitzar tots els elements gràfics de l'animació, el cartell informatiu i la memòria.

Adobe After Effects 2023: També ha estat un programa clau, ja que ha estat amb el qual més hores s'ha invertit per dur a terme totes les animacions del producte final. En aquest programa al ser de la mateixa companyia que d'Adobe Illustrator feia molt fàcil la importació dels elements a animar. A més, té un programari molt potent que et permet treballar amb comoditat i en tot detall els elements de l'animació perquè quedi un producte harmònic i coherent. En últim lloc, i no menys rellevant, aquest programa et dona moltes eines per a la postproducció: treballar la il·luminació i els efectes visuals que enriqueixen el producte.

Adobe Photoshop 2023: Amb aquest programa bàsicament s'ha treballat l'edició d'imatge per a representar com quedarien els cartells informatius.

Adobe Premiere Pro 2023: Amb el Premiere s'ha fet l'edició final en la qual s'han ajuntat les diferents escenes treballades amb l'After Effects, la narració i els efectes de so per aconseguir un resultat final professional.

Adobe Audition 2023: Per treballar tot el material relacionat amb el so. Per una banda, la gravació de la narració i la seva manipulació per obtenir una veu més neta i acurada. I, per altra banda, la manipulació dels diferents efectes de so descarregats amb llicència gratuïta.

Microsoft Word: Aquest ha sigut el principal programa amb el qual s'ha treballat la memòria. En la que dia a dia s'ha anat actualitzant i modificant per complementar i explicar el procés de treball del producte final.

Meta Spark Studio: Un cop finalitzat amb l'animació i els cartells, era necessari elaborar un element multimèdia que pogués fer partícip a l'usuari i la millor idea era un filtre interactiu. Per dur-ho a terme vaig fer ús del programa millor valorat del mercat, Meta Spark Studio.

7.2 Hardware

L'ordinador amb el qual he dut a terme tot el treball de final de grau ha estat un que em vaig muntar per peces l'any 2019. Els components claus per fer possible tot el procés de producció i postproducció han estat:

- Gràfica: [GT GV-N1660-OC-6GD](#)
- Placa mare: [MSI B450 Gaming Plus MAX](#)
- Processador: [AMD RYZEN5 2600](#)
- RAM: [Corsair Vengeance RGB Pro DDR4](#)

8 Planificació

8.1 Taula de treball

Taula 5. Planificació de treball

Tasca	Data inici	Data final	Esforç (dies)
Fase de preproducció	06/03	20/03	15
Introducció	06/03	06/03	1
Descripció	06/03	06/03	1
Objectius	07/03	07/03	1
Marc teòric	08/03	16/03	9
Recerca d'informació	08/03	16/03	9
Continguts	09/03	09/03	1
Planificació	10/03	11/03	2
Plataforma de desenvolupament	12/03	12/03	1
Guió escrit	17/03	17/03	1
Guió il·lustrat	18/03	18/03	1
Revisió PAC1	19/03	19/03	1
△ Entrega PAC1		20/03	
Fase de producció	21/03	20/05	60
Metodologia	21/03	21/03	1
Procés de treball	22/03	18/05	57
Llibre d'estil	22/03	25/03	4
Paleta gràfica	22/03	25/03	4
Correcció PAC1	26/03	27/03	2
Digitalització escenes	24/03	02/04	9
Gravació de la narració	31/03	31/03	1
Animar	03/04	13/05	40
Revisió PAC2	16/04	16/04	1
△ Entrega PAC2		17/04	
Corregir PAC2	23/04	24/04	2
Dissenyar cartells	14/05	17/05	4
Rodar escenes poble	17/05	17/05	1
Revisió PAC3	18/05	18/05	1
△ Entrega PAC3		19/05	
Fase postproducció	20/05	19/05	30
Edició	20/05	27/05	8
Muntatge de so i música	20/05	27/05	8
Abstracte	28/05	28/05	1
Correcció PAC3	28/05	30/05	3
Projecció de futur	31/05	01/06	2
Conclusió	02/05	03/06	2
Lliurables del projecte	04/06	04/06	1
Bibliografia	04/06	04/06	1
Agraïments	04/06	04/06	1
Vídeo presentació del producte	05/06	17/06	13

Milliores i contratemps del treball	05/06	17/06	13
Revisió PR (Memòria definitiva)	17/06	18/06	2
△ Entrega final		19/06	

8.2 Diagrama de Gantt

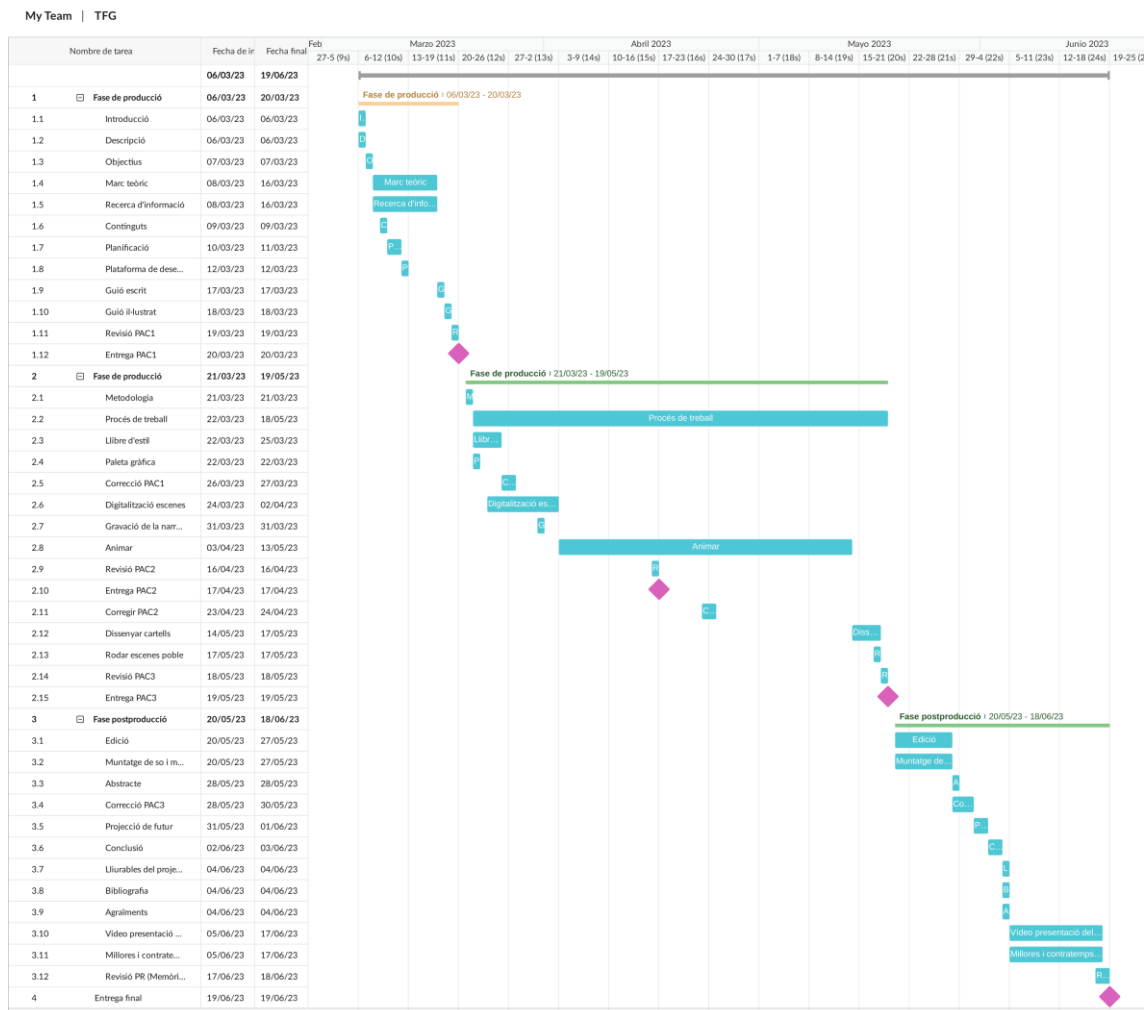


Figura 3. Diagrama de Gantt

[Versió amplificada >>](#)

LLOC ON TROBAR-HO:

Drive. [TFG_DiagramaGantt_BredemeyerLeón_Bernat](https://drive.google.com/file/d/1tuNz18DSwxX_KsAgIWsGYPOvvVx5H7RZ/view?usp=drive_link). [En línia] . <
https://drive.google.com/file/d/1tuNz18DSwxX_KsAgIWsGYPOvvVx5H7RZ/view?usp=drive_link >

9 Resultats de la recerca d'informació

El canvi climàtic es refereix a les alteracions a llarg termini en els patrons climàtics globals, actualment a causa de l'augment de gasos d'efecte hivernacle, els efectes són temperatures més càlides, un augment del nivell del mar, més freqüència i intensitat d'esdeveniments climàtics extrems i una alteració dels sistemes naturals i socials.

El canvi climàtic actual és causat principalment per l'acumulació de gasos d'efecte hivernacle a l'atmosfera. Aquests gasos, principalment diòxid de carboni, metà i òxid nítrós, atrapen la calor a l'atmosfera i augmenten la temperatura mitjana. La majoria d'aquests gasos són conseqüència de la crema de combustibles fòssils per produir energia i treballar l'agricultura i la ramaderia.

Des de la Revolució Industrial al segle XVIII, la crema de combustibles fòssils ha portat a un augment de la concentració de diòxid de carboni a l'atmosfera en més del 40%. Com a resultat, la temperatura mitjana global ha augmentat al voltant d'1 °C en comparació dels nivells preindustrials. Si no es prenen mesures urgents per reduir les emissions de gasos amb efecte d'hivernacle, s'espera que la temperatura global augmenti entre 2 °C i 4 °C per a finals del segle XXI, cosa que tindrà conseqüències greus i duradores per al medi ambient i les societats humanes.

L'augment de la temperatura global té una sèrie d'impactes greus i generalitzats a tot el món. La fosa de les glaceres i el gel marí estan provocant un augment del nivell del mar. S'espera que el nivell del mar augmenti entre 0,26 i 0,82 metres per a finals del segle XXI, cosa que provocarà inundacions costaneres, erosió de les platges i salinització de l'aigua potable.

L'alteració climàtica també està augmentant la freqüència i la intensitat d'esdeveniments climàtics extrems, com ara huracans, sequeres, inundacions i onades de calor. Aquests esdeveniments poden causar danys materials i humans significatius, inclosa la pèrdua de vides i el desplaçament forçat de persones.

Aquesta variació ambiental està alterant també els patrons de precipitació, cosa que provoca sequeres i inundacions a diferents parts del món. Aquests esdeveniments poden tenir conseqüències greus per a la producció d'aliments i la seguretat alimentària.

L'afectació mediambiental també està provocant canvis en els ecosistemes, cosa que està portant a la pèrdua de biodiversitat. L'augment de la temperatura porta a l'extinció d'espècies animals i vegetals, mentre que l'acidificació dels oceans afecta la vida marina.

A més, el canvi climàtic està augmentant la incidència de malalties relacionades amb la calor, com ara la deshidratació i el cop de calor. També està augmentant la incidència de malalties transmeses per vectors, com ara el dengue i la malària.

Per abordar la crisi climàtica, cal prendre mesures per reduir les emissions de gasos amb efecte d'hivernacle. Això inclou la transició a fonts d'energia renovable, la millora de l'eficiència energètica, la promoció de l'agricultura i la ramaderia sostenible.

FONTS DE CONSULTA:

Naciones Unidas. *¿Qué es el cambio climático?*. [En línia] [Data de consulta: 08/03/2023]. < <https://www.un.org/es/climatechange/what-is-climate-change> >

GreenPeace. *CAMBIO CLIMÁTICO*. [En línia] [Data de consulta: 08/03/2023]. < <https://es.greenpeace.org/es/trabajamos-en/cambio-climatico/> >

GenCAT. *El canvi climàtic*. [En línia] [Data de consulta: 08/03/2023]. < <https://canviclimatic.gencat.cat/ca/canvi/> >

Ministerio Transición Ecológica. *Qué es el cambio climático*. [En línia] [Data de consulta: 08/03/2023]. < <https://www.miteco.gob.es/es/cambio-climatico/temas/cumbre-cambio-climatico-cop21/el-cambio-climatico/> >

Wikipedia. *Cambio climático*. [En línia] [Data de consulta: 08/03/2023]. < https://es.wikipedia.org/wiki/Cambio_clim%C3%A1tico >

9.1 Situació actual a Catalunya

La situació actual de Catalunya en relació amb el canvi climàtic és preocupant. Segons dades recents, la regió ha experimentat un augment de les temperatures en les darreres dècades, amb un augment d'aproximadament 1 °C des de la dècada de 1980. Aquest augment de les temperatures ha tingut un impacte negatiu a l'agricultura, la ramaderia i els ecosistemes naturals.

A més, s'espera que la regió experimenti una disminució de les precipitacions, cosa que augmenta el risc de sequeres i afecta la disponibilitat d'aigua per a l'agricultura i altres usos. L'augment del nivell del mar és també una preocupació important a Catalunya, ja que pot provocar inundacions costaneres i erosió de la línia de costa.

En resposta a aquests desafiaments, Catalunya ha implementat diverses polítiques i mesures per abordar l'alteració climàtica. Per exemple, s'estan fomentant les energies renovables, com l'energia eòlica i solar, i s'està promovent l'eficiència energètica a edificis i sistemes de transport. També s'està fent una gestió sostenible dels recursos hídrics i s'estan prenent mesures per protegir la biodiversitat i els ecosistemes naturals.

Tot i això, encara queda molt per fer per reduir l'empremta de carboni de Catalunya i mitigar els efectes d'aquest a la regió. Cal continuar treballant en l'educació i la conscienciació pública sobre el canvi climàtic, així com en la implementació de polítiques i mesures més ambiciosos per reduir les emissions de gasos amb efecte d'hivernacle i adaptar-se als efectes mediambientals.

MÉS INFORMACIÓ:

GenCAT. *Canvi climàtic.* [En línia]

< <https://mediambient.gencat.cat/ca/dades-documentacio/estadistica/indicadors-i-estadistiques/canvi-climatic/> >

GenCAT. *Oficina Catalana del Canvi Climàtic.* [En línia]

< <https://canviclimatic.gencat.cat/ca/oficina/> >

GenCAT. *Publicacions i informes.* [En línia]

< <https://canviclimatic.gencat.cat/ca/oficina/publicacions/> >

GenCAT. *Infografies.* [En línia]

< <https://canviclimatic.gencat.cat/ca/oficina/publicacions/infografies/> >

GenCAT. *Estadística de dades meteorològiques i monitoratge climàtic.* [En línia]

< <https://www.idescat.cat/pub/?id=clim> >

MeteoCAT. *Les projeccions de canvi climàtic.* [En línia]

< <https://www.meteo.cat/wpweb/climatologia/canvi-climatic-i-evolucio-futura-del-clima/les-projeccions-de-canvi-climatic/> >

9.2 Solucions

Hi ha diverses solucions concretes per abordar el canvi climàtic, tant a escala individual com col·lectiu:

- Reducció d'emissions de gasos d'efecte hivernacle: És fonamental reduir les emissions de gasos d'efecte hivernacle, que són els principals causants de l'alteració mediambiental. Les fonts d'emissions principals són la crema de combustibles fòssils, l'agricultura i la desforestació. Per reduir les emissions, cal fomentar l'ús d'energies renovables, com ara la solar, l'eòlica i la geotèrmica, promoure una agricultura més sostenible i conservar els boscos i altres ecosistemes naturals.
- Eficiència energètica: L'eficiència energètica consisteix a reduir el consum d'energia sense disminuir la qualitat de vida. Això es pot aconseguir mitjançant la millora de l'aïllament d'edificis, la instal·lació d'equips i electrodomèstics més eficients i l'ús de tecnologies més sostenibles a la indústria.
- Transport sostenible: El transport és responsable d'una gran part de les emissions de gasos d'efecte hivernacle. Per reduir les emissions del transport cal promoure l'ús del transport públic, la bicicleta i caminar, i fomentar la utilització de vehicles elèctrics o híbrids.
- Economia circular: L'economia circular és un model econòmic que cerca minimitzar els residus i maximitzar l'ús de recursos naturals. Això implica la reducció del consum de materials i energia, el foment de la reutilització i el reciclatge de materials i la promoció de pràctiques sostenibles a la indústria.

- Adaptació al canvi climàtic: Tot i que és fonamental reduir les emissions de gasos defecte hivernacle, també és important adaptar-se als impactes de l'evolució climàtica que ja estan passant. Això es pot assolir mitjançant la construcció d'infraestructures resistentes a esdeveniments climàtics extrems, la gestió dels recursos hídrics, la protecció de la biodiversitat i el foment de pràctiques agrícoles sostenibles.
- Educació i conscienciació: L'educació i la conscienciació són claus per promoure un canvi de mentalitat cap a pràctiques més sostenibles i per fomentar l'acció col·lectiva davant del canvi climàtic. És important que tots compreguem la importància d'aquest fenomen i com les nostres accions individuals i col·lectives poden fer la diferència.

FONTS DE CONSULTA:

Comisión Europea. *Consecuencias del cambio climático.* [En línia] [Data de consulta: 10/03/2023]. < https://climate.ec.europa.eu/climate-change/consequences-climate-change_es >

GreenPeace. *Aquestes són algunes de les conseqüències més preocupants del canvi climàtic sobre el medi ambient.* [En línia] [Data de consulta: 10/03/2023]. < <https://es.greenpeace.org/ca/trabajamos-en/cambio-climatico/asi-afecta-el-cambio-climatico/efectos-del-cambio-climatico-en-el-medio-ambiente/> >

Roigsat. *Les conseqüències del canvi climàtic.* [En línia] [Data de consulta: 10/03/2023]. < <https://www.roigsat.com/consecuencias-canvi-climatic/> >

Mans Unides. *Conseqüències del canvi climàtic.* [En línia] [Data de consulta: 10/03/2023]. < <https://www.mansunides.org/observatori/canvi-climatic/consecuencias-canvi-climatic> >

GenCAT. *Conseqüències del canvi climàtic.* [En línia] [Data de consulta: 10/03/2023]. < https://acsa.gencat.cat/ca/seguretat_alimentaria/seguretat_alimentaria_per_temes/el-canvi-climatic-i-la-seguretat-alimentaria/consequencies-del-canvi-climatic/ >

10 Guions

10.1 Guió escrit

ESCENA 1: INT. CASA (MENJADOR) – DIA

En l'escena el personatge menja patates mentre mira la televisió. Quan de sobte per la finestra apareix un monstre de fum el qual busca ser la representació personificada del canvi climàtic. La noia decideix aixecar-se per cobrir la finestra amb les cortines. Mentre xiula com si no passes res.

NARRADOR – V.O.

- Mai a la història hem sigut tan rics, avançats i poderosos com ara, i sentir que pot estar associat amb el canvi climàtic ens pot generar rebuig i voler mirar cap a una altra banda. Però les conseqüències ja estan a qui, i no és suficient fer com si no existissin.

ESCENA 2: EXT. ESPAI EXTERIOR – DIA

La Terra es troba donant voltes sobre el seu eix. Mentre que, per altra banda, les escenes del fons es mouen amb un moviment de translació vertical creixent.

NARRADOR – V.O.

- Els darrers anys a Catalunya i al món sencer s'han superat records meteorològics catastròfics.

ESCENA 3: EXT. PIS (BALCÓ) – NIT

El noi no pot dormir per culpa de la xafogor...

NARRADOR – V.O.

- A Catalunya per primera vegada des que se'n té registre s'han superat

- els cent trenta-dos dies seguits amb nits tropicals.

ESCENA 4: EXT. CARRER - DIA

En l'escena apareix un marcador virtual que eixampla la imatge a una de les pedres de la calamarsa i mostra la mesura d'aquesta, reforçant el missatge del narrador.

NARRADOR - V.O.

- A la vegada, va patir la calamarsa més intensa amb pedres de fins a 10 centímetres de diàmetre. I això va més enllà d'esdeveniments meteorològics extrems.

ESCENA 5: EXT. CAMP CONREU - DIA

En aquesta escena trobem diferents accions. Per una banda, el pagès eixugant-se la suor. El granger donant de menjar als animals, i per acabar, trobem els tractors treballant el camp.

NARRADOR - V.O.

- Afecta el nostre comerç, les llargues sequeres fan que els nostres agricultors no disposin d'aigua per cultivar...

ESCENA 6: EXT. ESPAI EXTERIOR - DIA

La principal acció serà la fletxa que anirà en direcció creixent per fer èmfasi en la pujada de preus.

NARRADOR - V.O.

- ...i això obliga que els preus puguin.

ESCENA 7: EXT. FÀBRIGUES - NIT

Totes les xemeneies estan traient grans quantitats de CO₂ i altres gasos contaminants.

NARRADOR – V.O.

- A més, la contaminació de l'aire i...

ESCENA 8: EXT. PANTÀ DE SAU – DIA

En l'escena es veu l'efecte ondulat al fons per culpa de les altes temperatures.

NARRADOR – V.O.

- ...els ecosistemes tenen greus conseqüències...

ESCENA 9: EXT. ESPAI EXTERIOR - DIA

Els diferents marcadors que apareixen en el cos del pagès amb alerta de perill.

NARRADOR – V.O.

- ...conseqüències per a la salut. Veus com tard o d'hora t'afecta el canvi climàtic?

ESCENA 10: EXT. ESPAI EXTERIOR - DIA

La transició de com es van dibuixant els diferents carrers del poble i edificant els edificis més importants del poble.

NARRADOR – V.O.

- A Ribes som conscients de la gravetat del problema, i per això...

ESCENA 11: EXT. ESPAI EXTERIOR - DIA

La balança segons els elements que si troben es descompensa i busca trobar un equilibri.

NARRADOR – V.O.

- volem que els nostres habitants disposin d'espais que facilitin el desenvolupament d'un estil de vida sostenible sense renunciar la qualitat de vida.

ESCENA 12: EXT. BOTIGA (1/4 DE QUILO) – DIA
Posició fixa de la càmera.

NARRADOR – V.O.

- Per això apostem per al comerç de quilòmetre 0.

ESCENA 13: EXT. PARADA BUS – DIA
Posició fixa de la càmera.

NARRADOR – V.O.

- Disposem de parades de bus amb un servei freqüent.

ESCENA 14: EXT. DEIXALLERIA – DIA
Tràveling lateral de la càmera.

NARRADOR – V.O.

- Una deixalleria equipada per fomentar el reciclatge.

ESCENA 15: EXT. ESPAI EXTERIOR – DIA
L'aparició dels diferents marcadors assenyalant els contenidors dels quals disposa el poble.

NARRADOR – V.O.

- A part d'una gran

quantitat de contenidors
repartits per tot el
municipi.

ESCENA 16: EXT. ESPAI EXTERIOR - DIA

L'evolució del mapa de calor.

NARRADOR – V.O.

- El canvi climàtic és una evidència, però ara depèn de cadascun de nosaltres fins on volem que arribi.

ESCENA 17: EXT. PAISATGE COSTANER - CREPUSCLE

La parella està tenint una cita, quan una de les dues noies decideix treure el mòbil per immortalitzar el moment.

NARRADOR – V.O.

- Encara ens queden moltes tardes amb els amics i moltes postes de sols a fotografiar.


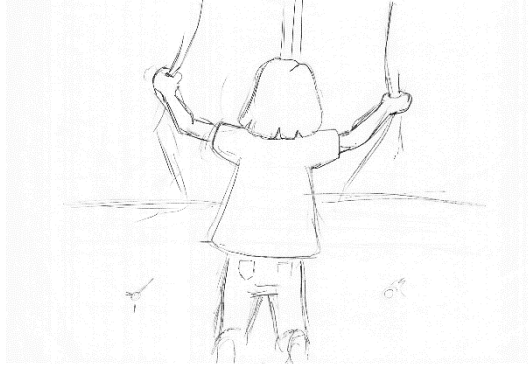

ESCENA 19: EXT. PAISATGE COSTANER - CREPUSCLE

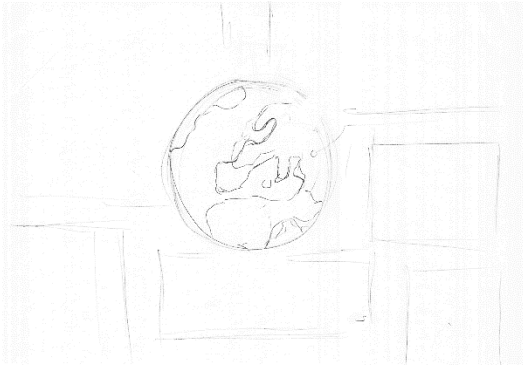
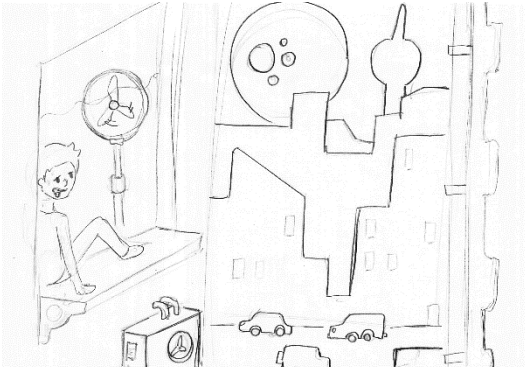
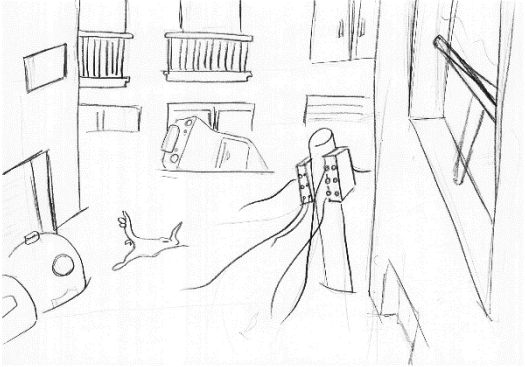
Les noies contentes fent una foto, van canviant d'expressió a mesura que s'aproxima el canvi climàtic personificat. Fins a tal punt que envaeix el plànol.


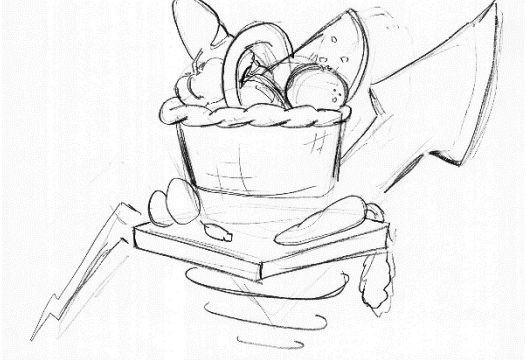
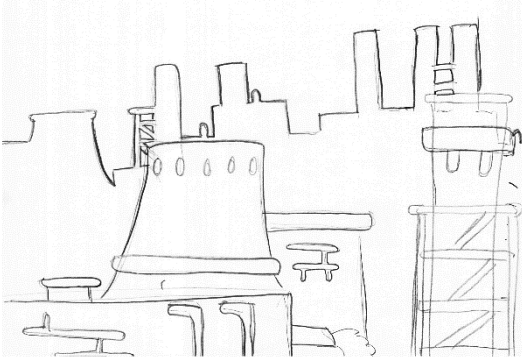

NARRADOR – V.O.

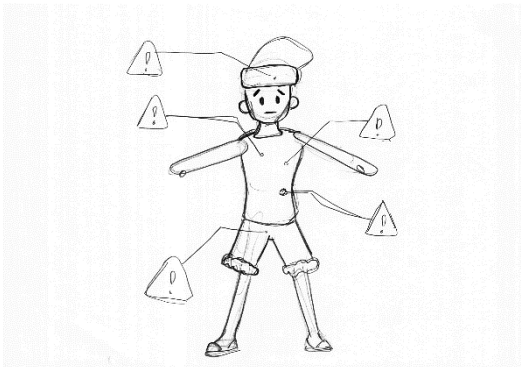
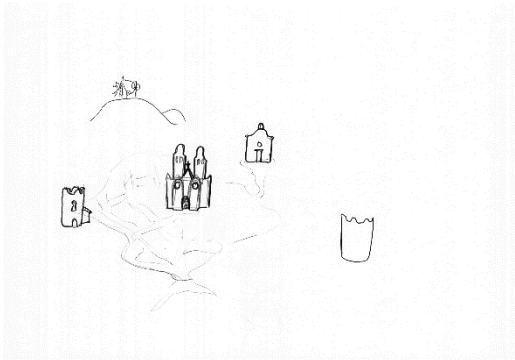
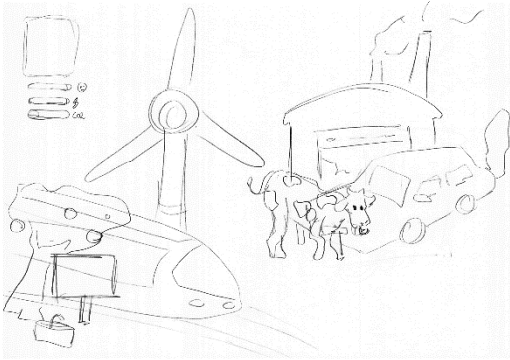
- Però pot ser, un dia no serà possible per haver volgut mirar a un altre costat i no haver fet front al problema.

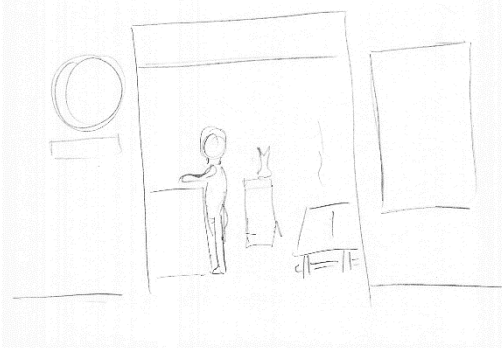
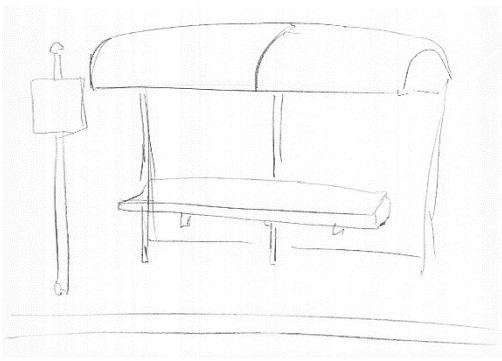
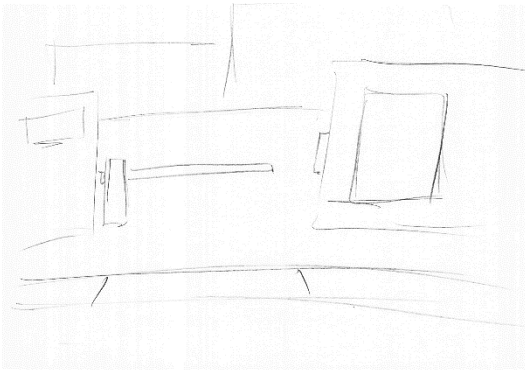
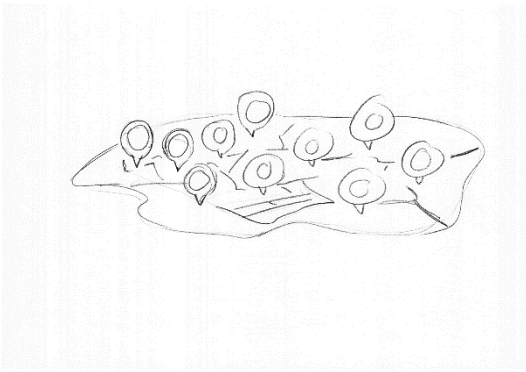
10.1. Guió il·lustrat

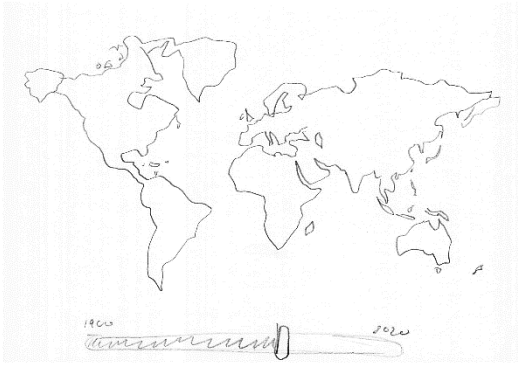

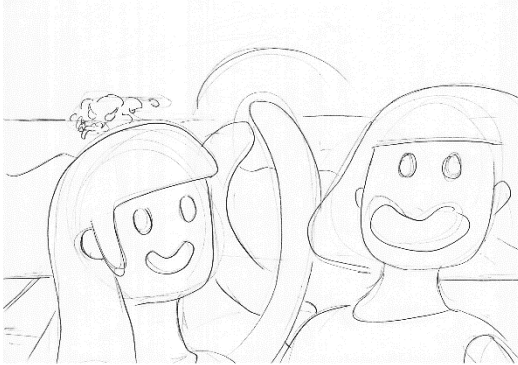
ESC.	PLA	DESCRIPCIÓ	DURACIÓ	ESBÓS
1	1	L'escena és un pla general. En aquesta, veiem una noia estirada en el sofà del menjador veient la televisió mentre menja una bossa de patates.	0:00:08:00	
1	2	El pla és més tancat que l'anterior. Tan sols es visualitza una part del sofà, la finestra i les cortines.	0:00:05:00	
1	3	És un primer pla on es visualitza la cara de la protagonista xiulant mentre mou el cap al ritme del xiulet.	0:00:03:00	
2	1	L'escena és un pla general. En aquesta, veiem al centre el planeta Terra. Mentre en el fons, es projecta diferents	0:00:06:00	

		situacions climàtiques extremes.		
3	1	L'escena és un pla general on es visualitza una ciutat de nit. Concretament, es veu un balcó on hi ha un noi asfixiat de calor tot i el ventilador encès. També es veu el carrer, en la qual, tot i les altes hores de la matinada, hi ha molt trànsit.	0:00:06:00	
4	1	L'escena és un pla general en la que es veu tot un carrer inundat per les fortes pluges i calamarsa. En ella, es veu els pals de l'electricitat destruïts, cotxes enfonsats en l'aigua, un contenidor flotant...	0:00:10:00	
5	1	Un gran pla general en el qual trobem un pagès en primer pla. Més enrere trobem un petit estable vigilat per un granger i de fons	0:00:07:00	

		es veuen grans camps de conreus secs treballats per diferents tractors.		
6	1	L'escena és un pla general on veiem un cistell amb tot d'aliments ecològics: Pa, síndria, taronja, tomàquet, ous, pastanaga... I de fons, una fletxa que tendeix cap amunt per indicar la inflació de preus.	0:00:03:00	
7	1	L'escena és un pla general en la que es visualitza una gran fàbrica deixant emissions de gasos d'efecte hivernacle.	0:00:09:00	
8	1	L'escena és un pla general on es veu l'ermita que teòricament es trobaria enfonsada en el pantà, però per culpa de la sequera es troba completament al descobert. A més, es pot visualitzar un ecosistema	0:00:09:00	

		completament sec i desèrtic.		
9	1	En el pla s'observa al pagès de l'escena 5. En la qual, s'assenyalen diferents parts del cos per alerta d'afectacions que tenen com a conseqüència del canvi climàtic i l'impacte que pot tenir en la salut.	0:00:09:00	
10	1	L'escena és un pla general en la que es visualitza un mapa de Ribes amb els edificis més emblemàtics i rellevants del poble.	0:00:06:00	
11	1	En el pla es mostren dues escenes completament oposades, una amb energia verda (tren elèctric, molins de vent, productes KMO) i l'altre no (producció càrnica, cotxe de combustible...). I acaba amb la transició cap a l'escena amb erigia verda. Fent una metàfora del que s'ha de fer com a societat.	0:00:06:00	
12	1	L'escena és un pla general d'un dels comerços de	0:00:03:00	

		quilòmetre 0 que es troben a Ribes.		
13	1	L'escena és un pla general d'una de les parades de bus de les quals disposa Ribes.	0:00:03:00	
14	1	L'escena és un pla general de la deixalleria del poble.	0:00:03:00	
15	1	L'escena és un pla general on es veu el mapa de Ribes i en la qual apareixen diferents marcadors amb una imatge dels contenidors que trobem disponibles en aquell punt.	0:00:07:00	
16	1	L'escena es visualitza un mapa	0:00:06:00	

		<p>mundi en el qual es veu l'increment de la temperatura mitjana de les diferents zones a mesura que han passat els anys.</p>		
17	1	<p>L'escena és un pla general on es veu una parella tenint una cita romàntica. A l'escena podem veure un cel estrellat i assolellat a la vegada a causa del crepuscle. De fons veiem també una barca navegant.</p>	0:00:05:00	
17	2	<p>L'escena és un pla mitjà des de la perspectiva del mòbil de la noia que ha volgut fer-se uns selfies. L'animació no és fluida, ja que la transició que busquem és que l'escena avanci a mesura que la noia va prenent fotos.</p>	0:00:05:00	

11. Procés de treball

11.1. Elements multimèdia

11.1.1. Vídeos

La primera idea de la campanya consistia a crear un vídeo animat en 2D que fos didàctic, dinàmic i altament visual. En l'era del segle XXI, el contingut audiovisual és àmpliament utilitzat i prioritza l'experiència de l'usuari a través del qual veiem. És per això que era imprescindible satisfer aquesta demanda i mantenir-me al nivell.

Per aconseguir-ho, vaig recórrer als meus programes de confiança, els quals han estat clau en el meu desenvolupament fins a dia d'avui. Pel que fa a la part gràfica, vaig usar Adobe Illustrator; per a l'animació, vaig utilitzar Adobe After Effects; en el que respecta al so, vaig treballar amb Adobe Audition; i finalment, per a l'edició i el muntatge, vaig utilitzar Adobe Premiere.

Gràcies a aquests programes professionals, vaig poder donar vida a la part visual i audiovisual del producte de la campanya, assegurant una alta qualitat i un resultat satisfactori. La seva utilització em va permetre crear una experiència visualment atractiva i convincent per als espectadors.

11.1.1.1. Vídeo horitzontal

Aquest és el producte principal que va servir com a base per desenvolupar i crear la resta de contingut multimèdia per a la campanya. Aquest vídeo, amb format horitzontal, va ser el nucli central que va guiar el desenvolupament de la campanya. És important destacar que el temps invertit en la seva finalització va determinar la quantitat d'elements que es van poder incloure en el projecte. Per tant, per aconseguir un producte complet, va ser crucial ser eficient i minuciós en la creació d'aquest producte, ja que això va permetre avançar més ràpidament en la producció dels altres elements planificats.

11.1.1.2. Vídeo vertical

Per a una difusió efectiva a les xarxes socials, és clau comptar amb les dues variants de projecció: horitzontal i vertical. La elecció del format dependrà de la plataforma en la qual es difongui el contingut. Per exemple, per a Twitter i YouTube, s'utilitza el format horitzontal, mentre que per a plataformes com TikTok i Instagram, el format vertical és fonamental.

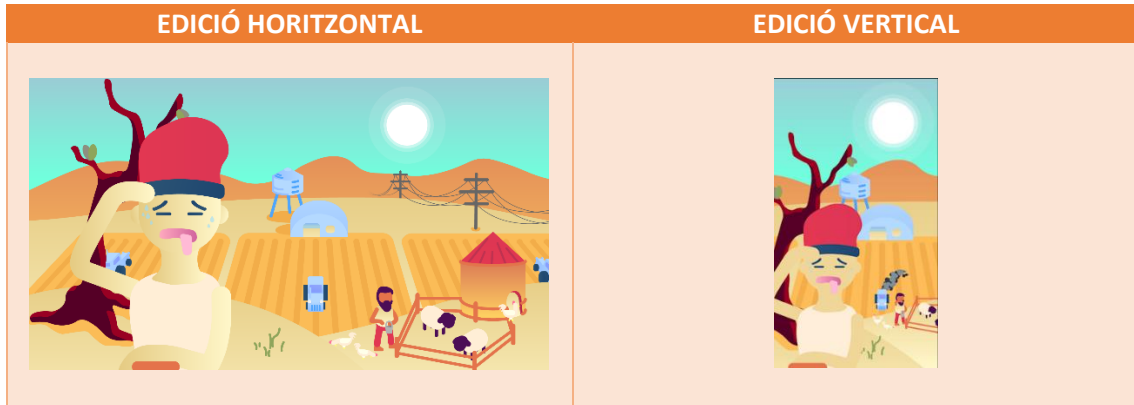
Comptar amb les dues variants de projecció assegura que el contingut pugui ser consumit de manera òptima en les diferents plataformes de xarxes socials. Això augmenta la seva visibilitat i facilita l'adaptació a les preferències dels usuaris i a les característiques de cada plataforma.

ELABORACIÓ:

Per dur a terme aquesta variant del producte, el que he fet ha estat agafar les diferents escenes i analitzar les seves necessitats per tal de compondre-les de manera vertical. En molts casos, quan les escenes no tenien fons, simplement havia de modificar l'escala del pla. No obstant això, quan hi havia un fons, com succeïa a la majoria de les escenes, havia de prendre la millor decisió possible.

Per exemple, en l'escena 4, vaig afegir un moviment de càmera en travelling per augmentar l'efecte visual. En canvi, a l'escena 5, vaig modificar la composició dels elements perquè es mostressin els més rellevants i no quedessin fora del pla. Aquests canvis van ser possibles gràcies a l'ordre amb què es va treballar en la composició i l'emmagatzematge dels elements.

Taula 6. Diferencia edició horitzontal i vertical



Un cop cada pla s'ajustava a les necessitats de la composició en vertical, vaig procedir a importar els talls i duplicar l'arxiu d'edició final del vídeo en horitzontal. Aprofitant aquest arxiu, vaig quadrar tots els plans. Aquest enfocament em va permetre muntar el vídeo de manera significativament més ràpida en comparació amb l'ús del mètode del vídeo en horitzontal.

Mitjançant aquesta tècnica, vaig aconseguir simplificar el procés de muntatge i estalviar temps valuós. En lloc de realitzar ajustos col·lectius des de l'After Effects, ho vaig fer directament a través de l'arxiu d'edició, cosa que em permetia mantenir una coherència visual en tot el vídeo en vertical molt més ràpid. A més, en quadrar els plans, vaig assegurar-me que tot el contingut estava visible i ben encaixat dins de la relació d'aspecte vertical.

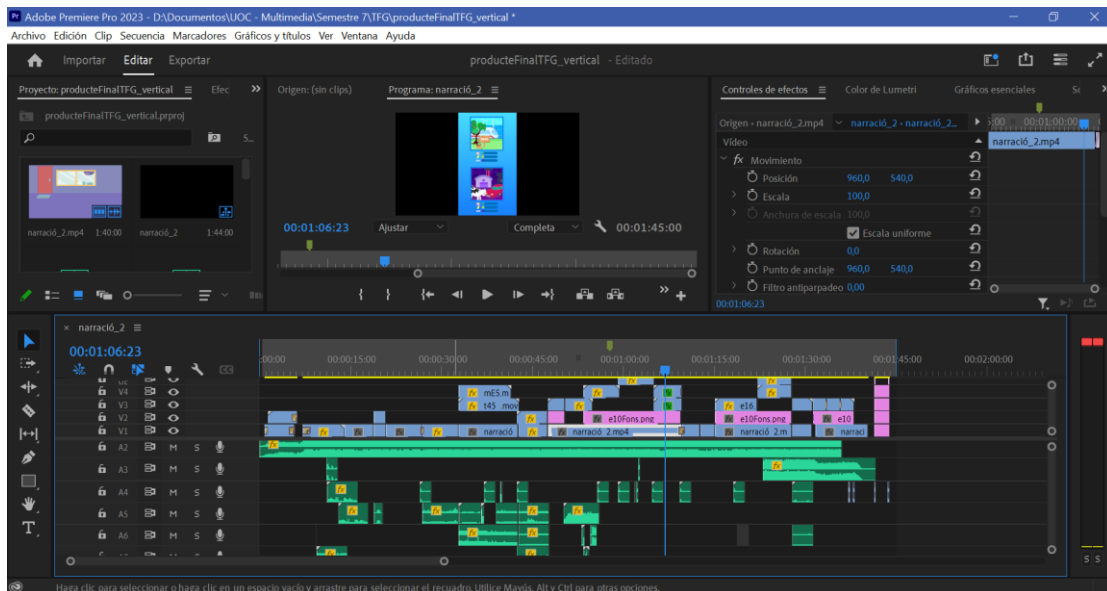


Figura 4. Elaboració del contingut en format vertical

11.1.1.3. Vídeos informatius

Per a millorar l'efectivitat dels vídeos com a tercer producte, vaig considerar crucial explorar més variants del format vertical. S'ha comprovat que els vídeos informatius tenen un gran èxit en plataformes de contingut ràpid com TikTok i Instagram. Així doncs, vaig trobar interessant seguir aquesta via per arribar als ciutadans i elaborar dos vídeos informatius curts.

En lloc de limitar-se a proporcionar un sol vídeo en el qual se'ls recomani un canvi d'estil de vida, vaig proposar crear un parell de vídeos breus amb dades impactants sobre el canvi climàtic. Això té com a objectiu despertar la curiositat dels espectadors, invertint els rols: en comptes de ser l'Ajuntament qui intenta "imposar" la problemàtica, es busca que els ciutadans mostrin un interès actiu per obtenir més informació sobre aquests temes. D'aquesta manera, considerava clau i necessari elaborar aquest contingut addicional. Amb aquesta estratègia, aquesta campanya disposa de diverses estratègies de màrqueting per arribar al màxim nombre d'usuaris.

ELABORACIÓ:

Per començar, vaig realitzar una recerca per trobar dues notícies impactants sobre el canvi climàtic a Catalunya. A partir de la informació recopilada, vaig crear un petit guió per al vídeo que volia produir. Desafortunadament, en aquest moment em vaig trobar sense el micròfon que m'havien deixat en préstec, per la qual cosa vaig haver de recórrer a utilitzar el meu telèfon mòbil per a la gravació de l'àudio, ja que era el millor micròfon que tenia a mà.

Tot i que les limitacions tècniques em van obligar a adaptar-me a la situació, vaig assegurar-me de fer una gravació amb la millor qualitat possible en les circumstàncies disponibles. Vaig procurar trobar un lloc tranquil i sense sorolls de fons per minimitzar les interferències. Tot i les limitacions, vaig posar tot el meu esforç en transmetre el contingut de manera clara i convincent a través de la gravació amb el mòbil.

VÍDEO 1:

SABIES QUÈ?

Catalunya s'escalfa el doble que el conjunt del planeta. El 2022 va ser l'any més càlid i més sec de Catalunya com a mínim des de que se'n té registre i la temperatura es va situar 2,4 graus per sobre l'era preindustrial.

VÍDEO 2:

SABIES QUÈ?

Catalunya porta dos anys amb la meitat de pluja del que toca. Pel que fa a la precipitació, la mitjana a l'Observatori Fabra és de 625 litres per metre quadrat anuals. Per l'any 2021 només va recollir 328 litres per metre quadrat i el 2022 tan sols 310 litres per metre quadrat.

Per dur a terme aquestes dues composicions, vaig seleccionar les escenes exportades en format vertical que millor s'adequaven a les explicacions del vídeo. Mitjançant l'ús de l'eina Adobe Premiere, vaig realitzar el muntatge amb cura i precisió.

Cal destacar que també vaig crear noves composicions, aprofitant elements individuals de les escenes. Per exemple, en el vídeo que tracta sobre la sequera a Catalunya, vaig utilitzar la fletxa de l'escena 6 dins de l'escena 8 per aportar un toc visualment interessant. Aquesta tècnica em va permetre evitar que els vídeos resultessin monòtons o repetitius.

Tanmateix, en una campanya professional, l'objectiu seria buscar la manera que cada contingut multimèdia tingui les seves pròpies escenes i evitar en la mesura del possible la reutilització excessiva dels plans. Això proporcionaria un equilibri i una coherència més gran al resultat final.

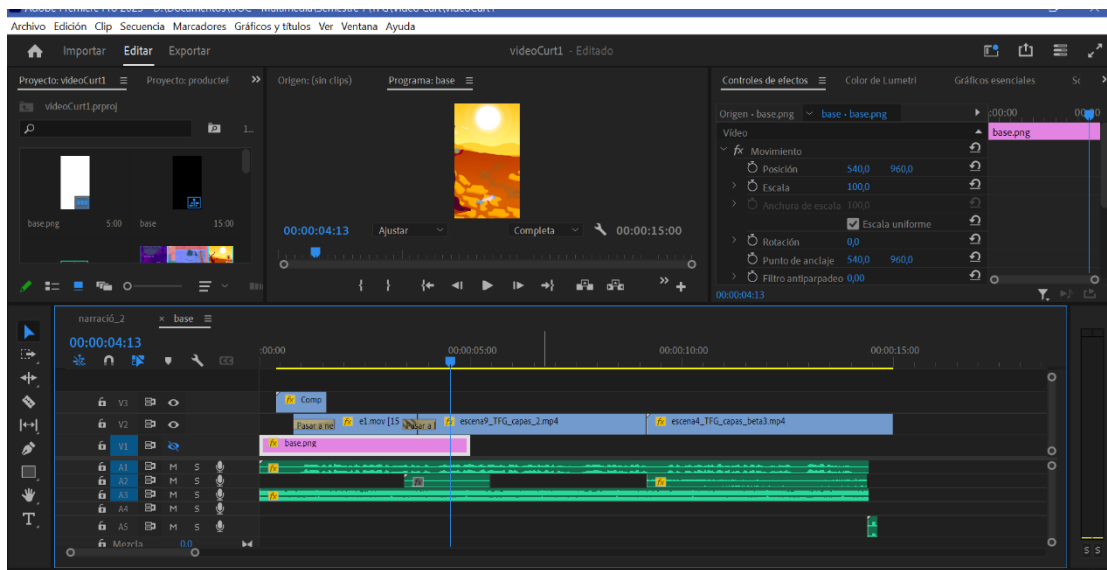


Figura 5. Elaboració dels curts informatius

FONTS DE CONSULTA:

nació. *Catalunya s'escalfa el doble que el conjunt del planeta.* [En línia] [Data de consulta: 16/05/2023]. < <https://www.naciodigital.cat/noticia/257671/canvi-climatic-catalunya-escalfa-doble-planeta> >

nació. *L'avanç imparable del canvi climàtic: 10 males notícies d'un any de rècords.* [En línia] [Data de consulta: 16/05/2023]. < <https://www.naciodigital.cat/noticia/255604/canvi-climatic-avanc-imparable-10-males-noticies-records-2022> >

RAC1. *Les dades alarmants del 2022 que demostren l'emergència climàtica a Catalunya.* [En línia] [Data de consulta: 16/05/2023]. < <https://www.rac1.cat/meteo/20221221/103526/dades-observatori-fabra-demostren-emergencia-climatica-any-2022-calor-sequera.html> >

11.1.2. Filtre Instagram

Aquest element multimèdia té un paper clau des d'un punt de vista estratègic, ja que permet fomentar la interacció i la participació dels usuaris que busquem. D'aquesta manera, els mateixos usuaris col·laborarien perquè la campanya arribi encara més lluny.

Avui en dia, un dels elements més populars a les xarxes socials és l'ús de filtres. Amb això en ment, havia pensat a crear un filtre que proposi un repte aleatori, amb la finalitat d'encoratjar-te a contribuir a un estil de vida més sostenible amb el medi ambient. A més, simultàniament, animant els teus seguidors a participar en aquest joc. Per reforçar aquest moviment, serà essencial utilitzar un hashtag que permeti connectar tota la comunitat. En aquest cas, el hashtag serà #RibesVidaVerda.

ELABORACIÓ:

Per dur a terme aquesta peça gràfica, vaig utilitzar Adobe Illustrator per crear les imatges. D'una banda, vaig dissenyar una imatge que mostrava les instruccions del joc, i, d'altra banda, vaig crear les imatges dels diferents reptes.

Taula 7. Mostra elements gràfics del filtre



Després de finalitzar el disseny i assegurar-me que estaven al meu gust, vaig haver de treballar amb el programa Meta Park Studio. Després d'investigar a fons diverses opcions disponibles a internet, vaig determinar que era la millor opció en termes de posició en el mercat i de crítiques positives.

Com que era la primera vegada que feia servir aquest programa, vaig haver de fer diverses proves fins a aconseguir el producte final desitjat. Tot i això, tot el treball d'investigació i aprenentatge ha estat gratificant.

Per assolir l'efecte desitjat en el filtre, vaig tenir en compte diverses escenes que interactuaven. En aquest cas, vaig necessitar utilitzar la funció de seguiment facial, coneguda com a Face Tracking, que em permetia detectar un rostre quan s'activava el filtre i fer-ne el seguiment. Dins d'aquesta funció, vaig aplicar dos plans: un per afegir la imatge de les instruccions i un altre per mostrar la seqüència de reptes.

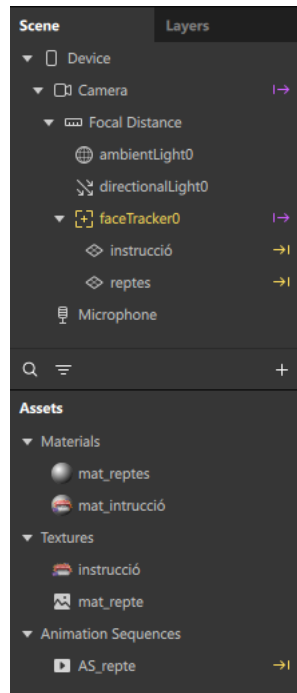


Figura 6. Elements utilitzats per elaborar el filtre

Finalment, perquè el filtre funcionés adequadament, vaig haver de programar-lo. Vaig establir que les instruccions apareguessin fins que l'usuari comencés a gravar amb la càmera frontal. Un cop s'iniciés la gravació amb la càmera frontal, l'animació en seqüència dels 8 reptes es reproduiria en bucle. Aquests reptes estaven relacionats amb accions rutinàries que poden ajudar a reduir les emissions de gasos d'efecte hivernacle. Per aturar l'animació, vaig optar per l'opció de detectar un somriure de l'usuari a la càmera. D'aquesta manera, vaig aconseguir el resultat que buscava: un joc senzill, interactiu i motivador que animés la gent a fer canvis en les seves vides per al bé del planeta.

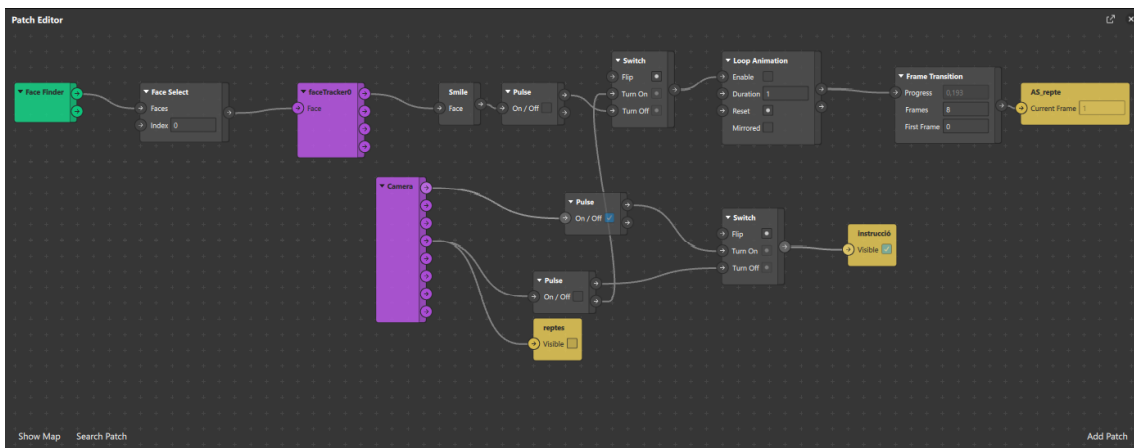


Figura 7. Patch editor

11.1.3. Missatges informatius

Amb l'elaboració d'aquestes pancartes, el meu objectiu és conscienciar de manera gràfica els ciutadans perquè prenguin decisions informades. I per aconseguir-ho, la clau és que els missatges siguin curts, clars i, sobretot, vistosos.

ELABORACIÓ:

En aquest cas, els dos missatges informatius que volia transmetre al públic eren els avantatges del transport públic i els beneficis del comerç local. Després de realitzar una recerca i recopilar les dades rellevants, vaig començar a esbossar diverses idees fins a trobar una proposta que em satisfés per, posteriorment, passar-la a format digital.

Per a aquesta fase del projecte, vaig utilitzar Adobe Illustrator en la seva totalitat. Treballar amb aquesta eina em va permetre assegurar-me que, en cas de necessitar imprimir-ho en el futur, la resolució no suposaria cap problema gràcies a l'ús d'un format vectorial, ja que permet ajustar el material gràfic sense pèrdua de qualitat.

Taula 8. Mostra elements gràfics missatge informatiu



No obstant això, em va semblar que presentar el material gràfic així, era massa bàsic i poc atractiu. La idea era mostrar com es veurien les pancartes en context real. Per tant, vaig decidir enregistrar unes escenes del poble i, utilitzant After Effects i, concretament l'eina de Motion Tracking, vaig aconseguir visualitzar com els missatges s'integrarien als diferents espais. Aquesta decisió també em va permetre explorar una altra tècnica que m'havia plantejat per al meu treball de final de grau.

A més de la composició en format de vídeo, també he fet servir el programa Photoshop per crear un parell de composicions en format d'imatge. Això em permet oferir a l'Ajuntament diverses perspectives de com quedaria el resultat final dels elements de la campanya, tant en format de vídeo com en format estàtic.

D'aquesta manera, puc proporcionar a l'Ajuntament una gamma completa de visions del resultat final de la campanya, sigui en format de vídeo o en format imatge. Aquesta diversitat de representacions visuals els permet avaluar i prendre decisions informades sobre els aspectes estètics i visuals de la campanya.

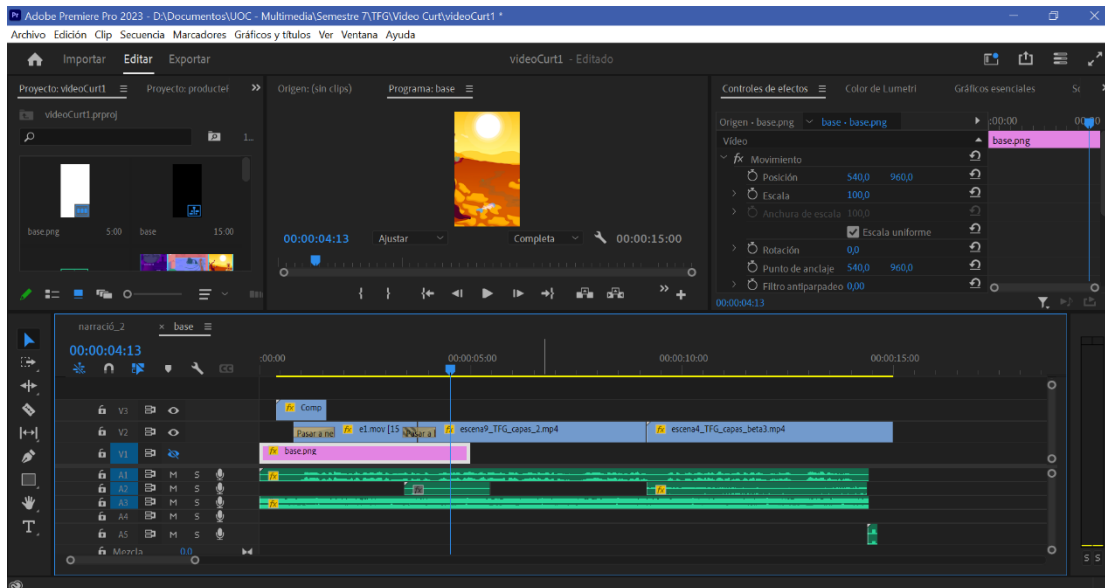


Figura 8. Implementació de l'eina Motion Tracking

FONTS DE CONSULTA:

En estado crudo. *¿Qué son los alimentos y productos de proximidad y cómo localizarlos?*. [En línea] [Data de consulta: 18/05/2023]. <

<https://www.enestadocrudo.com/alimentos-productos-proximidad/> >

David Garrido. *Argumentos para elegir el transporte público o privado.* [En línea] [Data de consulta: 18/05/2023]. < <https://informesmecanicos.es/blog/transporte-publico-o-privado/> >

AutoFacil. *Gramos de CO2 por pasajero y kilómetro.* [En línea] [Data de consulta: 18/05/2023]. < <https://www.autofacil.es/wp-content/uploads/2021/05/transporte-co2-hidrolit.jpg> >

Rafael Clavijo. *Ranking: los medios de transporte más seguros y los más peligrosos.* [En línea] [Data de consulta: 18/05/2023]. < https://www.atlanticohoy.com/recomendado/medios-transporte-seguros-peligrosos-ranking_1109250_102.html >

DGT. *En 2019 fallecieron 1.755 personas en accidentes de tráfico.* [En línea] [Data de consulta: 18/05/2023]. < <https://revista.dgt.es/es/noticias/nacional/2020/08AGOSTO/0806-Balance-accidentes-2019.shtml> >

11.1.4. Butlletí

Dins de la campanya, és essencial tenir un butlletí gràfic que ens permeti comunicar de manera alternativa als clients. Aquest butlletí gràfic és una eina valuosa per promocionar la campanya a través de diversos canals, com ara baners publicitaris, correus electrònics i altres mitjans de comunicació. A més, és un recurs eficaç per ampliar l'abast de la campanya i arribar a un públic més ampli.

El butlletí gràfic és un recurs interessant que ens permet presentar de manera concisa i atractiva els missatges i els aspectes més rellevants de la campanya. Amb l'ajuda dels recursos creats per al vídeo promocional, podem crear un butlletí visualment atractiu i impactant. A més d'afegir informació complementària la qual encara no sabia mencionat a la campanya.

ELABORACIÓ:

Per dur a terme el butlletí, el primer pas que vaig fer, va ser definir clarament l'enfocament i els conceptes que volia transmetre. Donada la naturalesa de la comunicació directa que cercava aquest material, vaig considerar oportú centrar-me en la relació entre el canvi climàtic i la salut. Vaig creure que generar una preocupació en els lectors i, posteriorment, oferir-los les solucions que l'Ajuntament proporciona seria una estratègia eficaç per a la campanya.

Un cop vaig tenir clara la idea de la composició i l'estratègia del butlletí, va ser el moment de posar-ho en pràctica des del punt de vista gràfic. Era fonamental que el butlletí fos visualment atractiu i fàcil de comprendre per als lectors. Després d'explorar diverses propostes, vaig seleccionar una que em semblava adequada i vaig utilitzar el programa Adobe Illustrator per a la seva creació.

En l'elaboració del butlletí, vaig incorporar elements de la campanya que s'havien fet ús en el vídeo promocional. Això va contribuir a cohesionar els diferents productes multimèdia de la campanya, creant una harmonia visual i reforçant la comprensió del missatge que es volia transmetre.

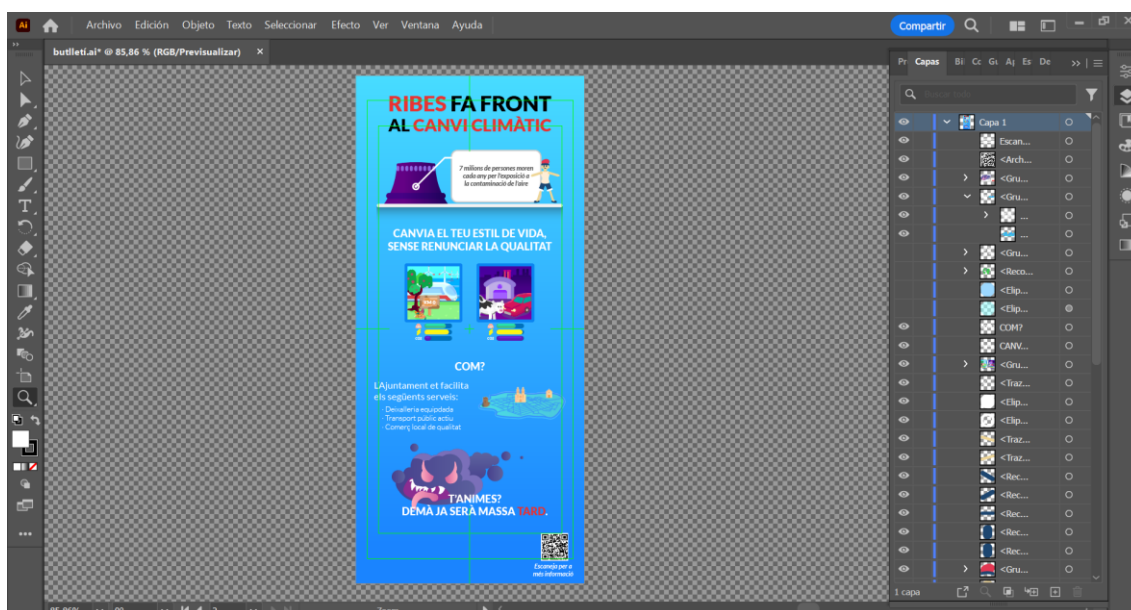


Figura 9. Elaboració del butlletí

Pel que fa a la tipografia, durant tot el projecte vaig optar per utilitzar la font "Lato" perquè és de lliure ús i ofereix diferents estils, la qual cosa la fa molt versàtil per a diferents composicions, com en el cas del butlletí.

Per acabar, i no menys important, tenia la intenció d'incloure un element interactiu al final del butlletí: un codi QR que redirigís els usuaris al vídeo promocional de la campanya. Aquesta funcionalitat permetria als lectors interessats obtenir més informació de manera fàcil i ràpida.

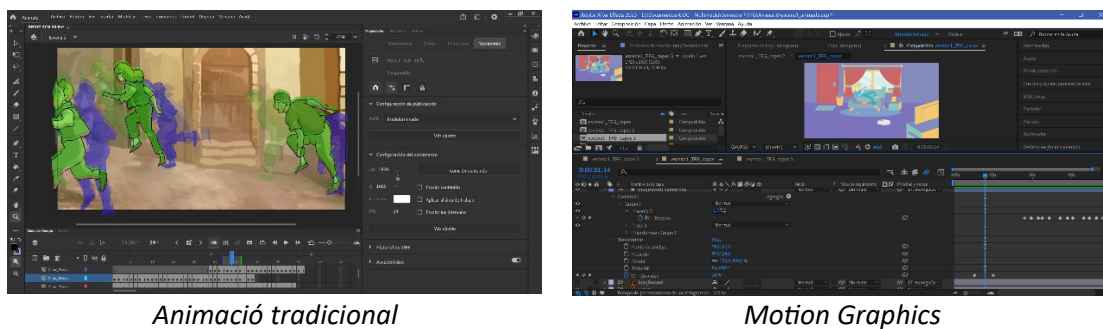
11.2. Concepció i plantejament del projecte

Aquest projecte consisteix en la creació d'un producte audiovisual amb l'objectiu de sintetitzar creativament amb els habitants del poble de Ribes la importància de la conscienciació climàtica i les solucions proporcionades per l'ajuntament per reduir les emissions de gasos d'efecte hivernacle. Per aconseguir-ho, s'utilitzarà una animació 2D i 2.5D mitjançant la tècnica del motion graphics.

El motion graphics és àmpliament utilitzat en diverses indústries, com ara la publicitat, el cinema, la televisió, els videojocs i la producció audiovisual en general. La seva estètica visualment atractiva, i la seva capacitat per transmetre informació de manera clara i efectiva, el converteixen en una tècnica molt popular per comunicar missatges, promocionar productes o serveis, explicar històries i donar vida a idees creatives.

Aquest enfocament del disseny i l'animació, conegut com a motion graphics (gràfics en moviment), combina elements gràfics estàtics i els anima mitjançant moviment, efectes visuals i transicions. A diferència de l'animació tradicional, en què es creen seqüències d'imatges en moviment, el motion graphics se centra en la manipulació i l'animació d'elements gràfics com ara text, formes, il·lustracions i gràfics vectorials.

Taula 9. Diferència entre animació tradicional i motion graphic



El procés del motion graphic comença en una bona conceptualització del disseny. On es comença a definir els conceptes implicats per poder comunicar la idea central que volem comunicar. És a dir, es determinen els elements gràfics necessaris per comunicar el missatge de manera efectiva. És important que en aquest pas, s'inverteixi el temps necessari, ja que contra més definides tinguem les bases, el procés de creació i animació serà més eficient, econòmic i àgil.

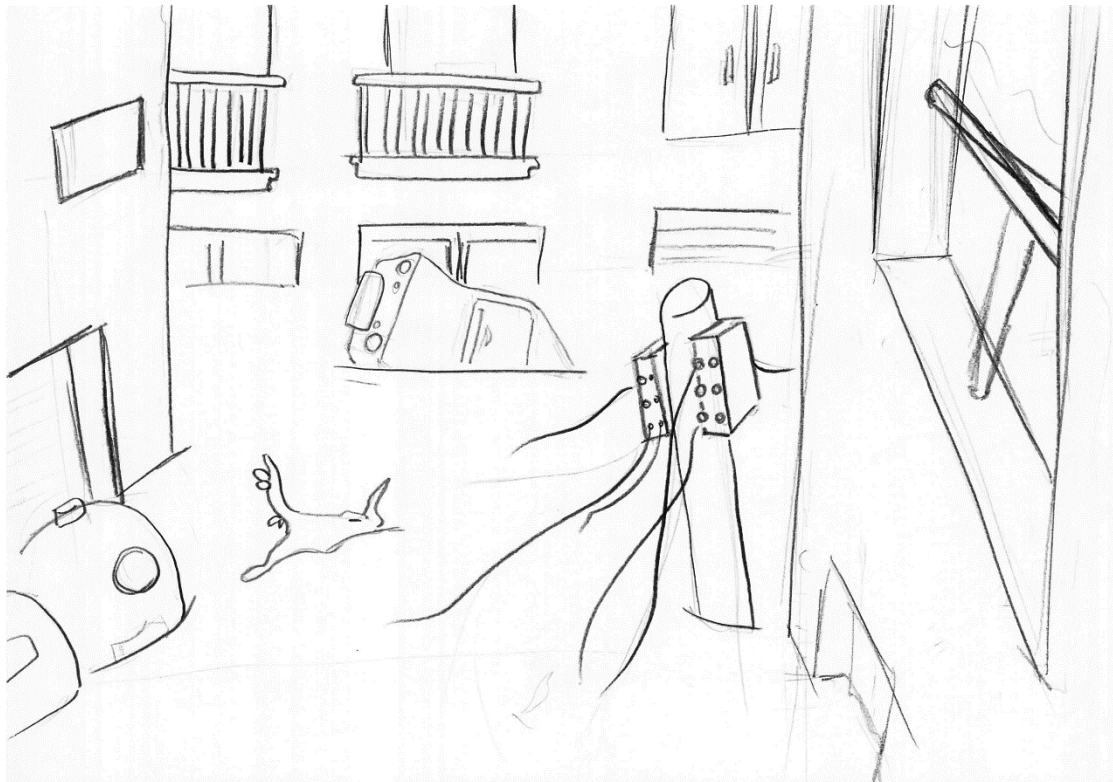


Figura 10. Conceptualització de la idea a mà

Un cop definit els elements implicats i transicions que es volen aplicar, entrem en la fase de la creació d'assets. Es dissenyen els elements gràfics requerits, com ara il·lustracions, icones, tipografies, etc. Aquests assets s'han creat amb el programari de disseny gràfic Adobe Illustrator. He escollit aquest programari, ja que ens permet treballar amb vectors i d'aquesta manera no anirem perdent la qualitat del producte a mesura que ho anem editant i treballant amb els diferents programes d'edició. A més, que al dur a terme l'animació amb After Effects ens permetrà importar les formes vectorials i editar-les amb l'opció de "crear formes a partir de la capa vectorial".

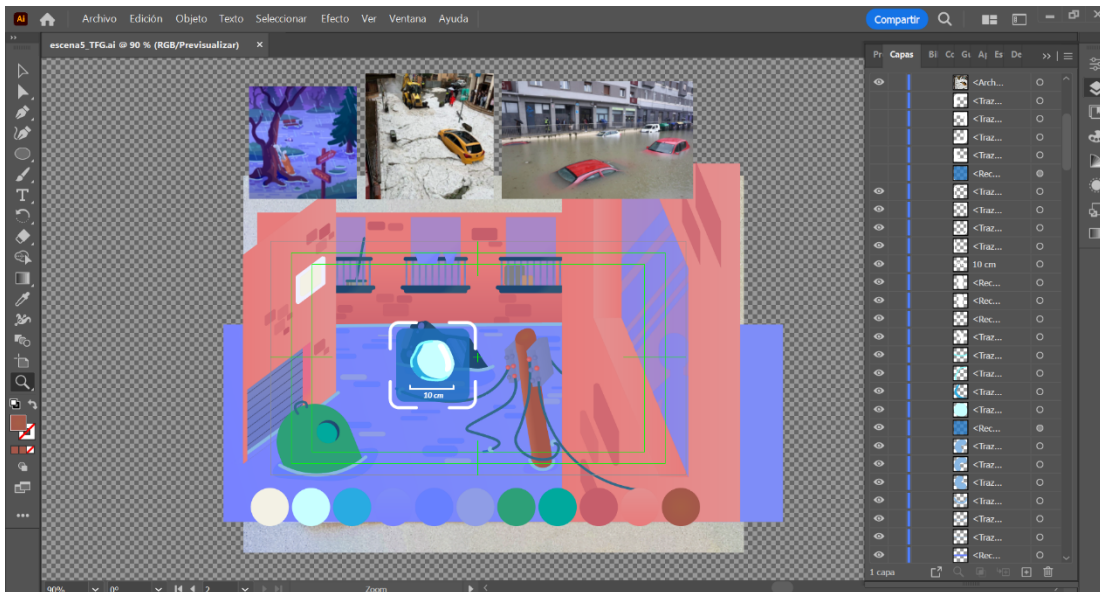


Figura 11. Digitalització de l'escena a Adobe Illustrator 2023

Després d'haver dut a terme tot el procés de digitalització és moment de donar vida als elements gràfics a través de l'animació. Els elements gràfics s'importen en un programari d'animació o composició, com en aquest cas, Adobe After Effects, on se'ls aplica moviment, efectes visuals i transicions. S'utilitzen diferents tècniques, com ara keyframes (fotogrames clau), interpolació, efectes de partícules i transformacions, per crear l'animació desitjada.

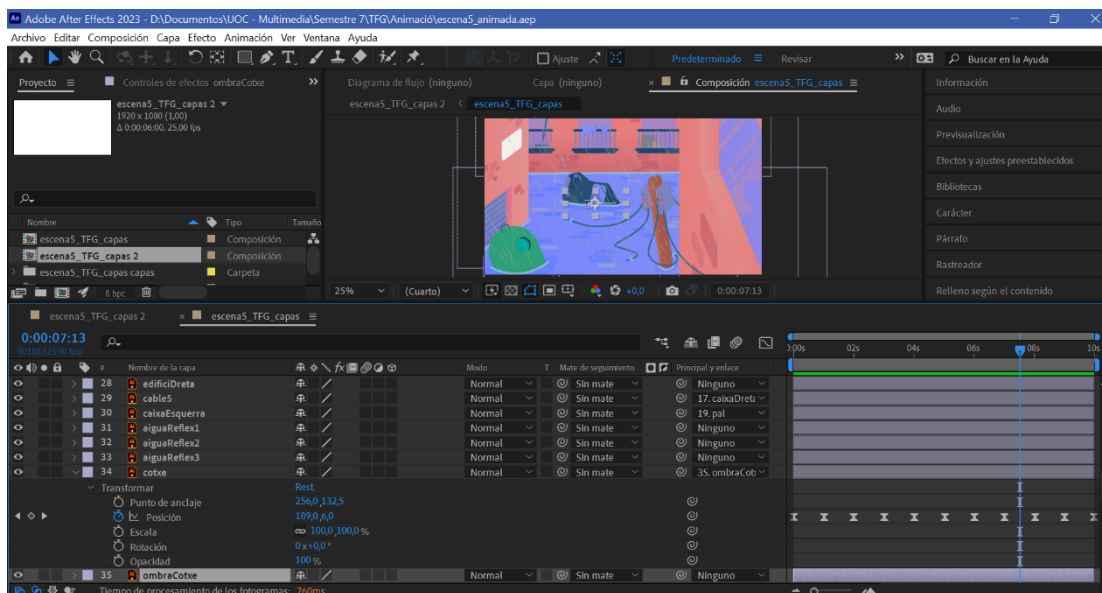


Figura 12. Animació dels elements gràfics elaborats en Illustrator a través del programari After Effects

En el procés d'animació també es treballa la temporització i sincronització. És a dir, es defineix la durada i el ritme de l'animació, així com la sincronització amb elements d'àudio si cal. S'ajusten els temps d'entrada i de sortida de cada element per aconseguir una transició suau i coherent. L'experiència fa que cada artista treballi amb la tècnica que el faci estar més còmode i eficient. En el meu cas el que faig és un cop finalitzat en la digitalització de totes les escenes, gravo la

narració del producte audiovisual. L'edito i netejo l'àudio i un cop sé exactament quina serà la durada d'aquesta, amb el programari Adobe Premiere importo les il·lustracions elaborades prèviament amb l'Adobe Illustrator i concreto la durada exacta de cada pla. Per després fer-me a mà una línia del temps en la qual defineixo el temps de cada acció perquè acabi resultant una escena fluida i coherent amb la resta del producte.

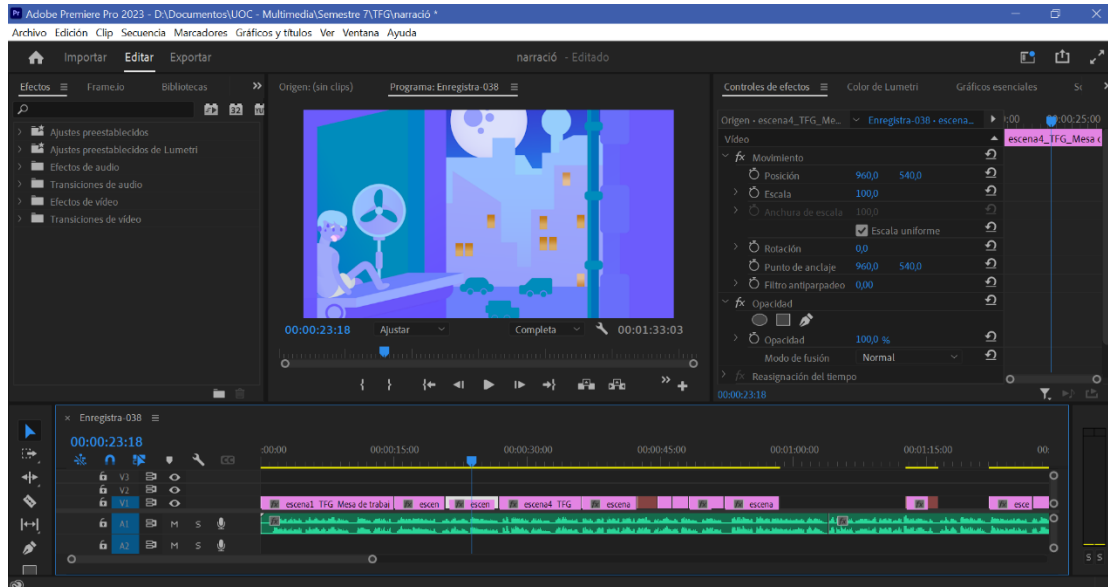


Figura 13. Arxiu base en la qual defineixo exactament la durada d'animació de cada escena

Paral·lelament a l'animació, es realitza la composició i edició del producte final. En aquesta fase, s'uneixen tots els elements animats, s'ajusten les capes i s'apliquen efectes de postproducció si és necessari. També es pot incorporar altres elements multimèdia, com ara música, veu en off i efectes de so.

De manera personal, prefereixo treballar les escenes en arxius més petits per evitar el col·lapse del meu ordinador. Un cop finalitzada cada escena, les importo en un arxiu "mare" creat amb el programa After Effects, on combino les il·lustracions i la narració. Una vegada totes les escenes estan apilades, exporto el projecte i afegeixo els efectes de so amb Adobe Premiere.

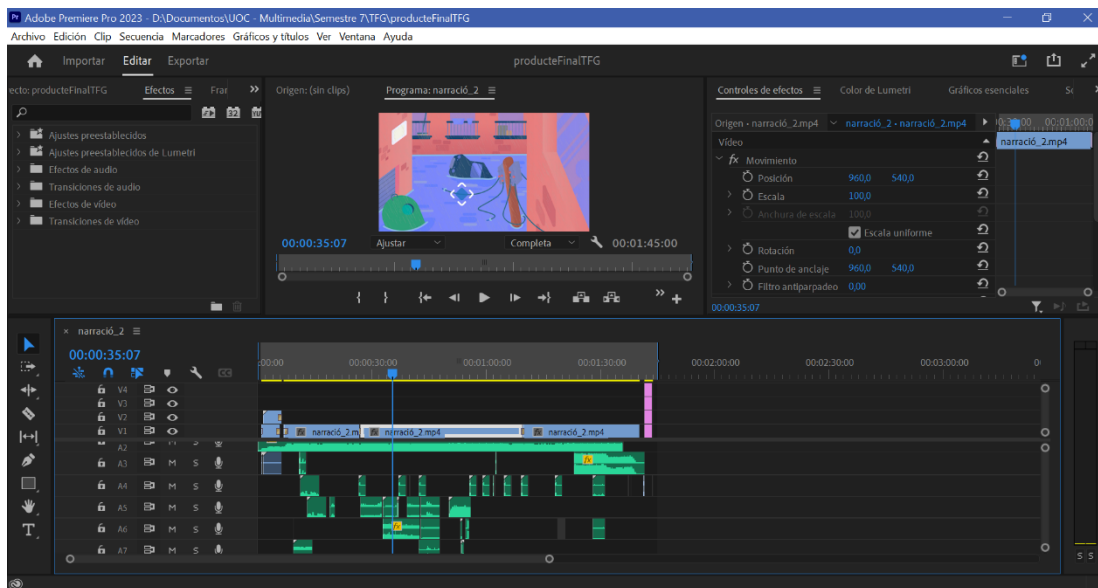


Figura 14. Un cop finalitzat afegim els últims efectes d'edició amb el programa Adobe Premier

Finalment, el producte passa pel procés de renderització i exportació. Un cop l'animació està acabada, el projecte es processa o renderitza en un fitxer de vídeo amb un format compatible amb la plataforma o mitjà en què es mostrarà, com ara MP4, AVI o GIF. En aquest cas, si volem difondre el contingut a través de les xarxes socials, és important tenir en compte els requisits de la plataforma per evitar una pèrdua de qualitat, com en el cas es fa amb YouTube.

Un cop el vídeo està llest, l'objectiu és compartir-lo a altres plataformes com WhatsApp o Instagram mitjançant una campanya informativa i de promoció.

11.3. Elements rellevants

11.3.1. Personificació del canvi climàtic

Per tal que el producte pugui transmetre la idea de manera senzilla, es fa servir la tècnica de personificació del problema, ja que això facilita que els espectadors puguin empatitzar i comprendre la situació. És crucial convertir un concepte complex i ampli com el canvi climàtic en una forma que els espectadors puguin identificar com a perillós i relacionar amb el problema dels gasos d'efecte hivernacle.

En aquest sentit, vaig prendre com a referència el famós Pokémon fantasma [Gengar](#), ja que té una aparença fosca i està format per gasos. També vaig investigar els diversos vídeos de *Kurzgesagt* per veure com personificaven el canvi climàtic. Després d'una recopilació d'il·lustracions, va arribar el moment de dissenyar el personatge final.

Taula 10. Vídeos de referència



[We WILL Fix Climate Change! >>](#)



[Is It Too Late To Stop Climate Change? Well, it's Complicated. >>](#)

Després d'iterar i revisar el resultat final per a la personificació del canvi climàtic en la campanya, he arribat a la següent versió:



Figura 15. Personificació dels gasos d'efecte hivernacle per la producció audiovisual de la campanya

11.3.2. Fum

Un altre factor clau per assegurar que el producte final sigui complet i de qualitat és trobar l'estil gràfic adequat per representar el fum. És important recordar que el fum és un element recurrent i ha de mantenir coherència amb l'estil general. Un dels principals desafiaments de simbolitzar el fum és que no té una forma sòlida, per tant, s'ha de buscar un equilibri perquè, mitjançant els elements gràfics utilitzats, l'espectador pugui percebre clarament que és fum.

Per aconseguir aquest objectiu, s'ha realitzat una recerca d'estils gràfics que puguin representar adequadament el fum, amb la finalitat de desenvolupar una representació d'aquest que s'adapti a l'estil general del producte.

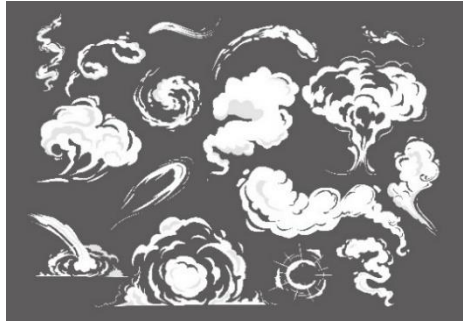


Figura 16. Fum estil cartoon

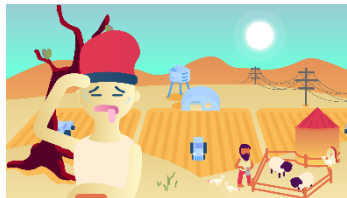
Un cop s'han realitzat diversos esbossos i s'han generat diverses idees sobre com representar el fum, he començat a pensar en com dur-ho a terme utilitzant l'After Effects. No obstant això, abans de fer-ho, era necessari determinar en quines escenes concretes el fum apareixeria i com s'integraria en elles.

Taula 11. Gràfica sobre la trajectòria del fum



ESCENA 3:

Els vehicles que circulen per la ciutat serien el context ideal per a la presència del fum. En aquest cas, el fum hauria de reflectir el moviment del cotxe, ascendent i en constant evolució.



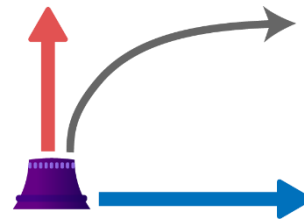
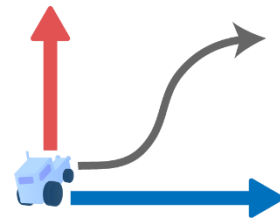
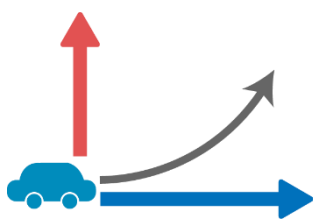
ESCENA 5:

Els tractors que es troben treballant al camp són una altra situació en què es veu la presència de fum. Donada l'amplària dels camps i la presència de vent, aquest factor ha de tenir un impacte en l'animació.



ESCENA 7:

El fum sortint de les xemeneies de les fàbriques. S'ha de capturar l'essència del fum que s'eleva de forma contínua i constant des de les xemeneies, donant-li un aspecte realista i coherent amb l'activitat industrial.



- Trajectòria fum
- Força aplicada
- Recorregut del fum

Un cop tenia clars els tres tipus de models de fum que necessitava per al projecte, va ser el moment de crear la composició i posteriorment importar-los a les diferents animacions.

Per a elaborar aquesta animació, només vaig necessitar utilitzar un objecte sòlid, com una esfera, i aplicar l'efecte de vores rugoses, així com modificar els valors de moviment i escala. Però anem pas a pas. Una vegada tenim la nostra composició, creem l'esfera i li apliquem l'efecte de vores rugoses. D'aquesta manera, l'objecte sòlid adquireix una textura més fluida i menys rígida. Els paràmetres que he triat per aquest efecte són els següents:

Vores rugoses:

Tipo de vora: *Rugós*
Vora: *10*
Intensitat de la vora: *1*
Influència fractal: *1*
Escala: *100*
Complexitat: *2*
Evolució: *time*500*

En el paràmetre de l'evolució, he incorporat una expressió perquè em permet crear una animació dinàmica i interactiva.

Un cop he definit el que serà una partícula de fum, el següent pas és crear el moviment. Utilitzant com a referència el moviment que volia donar-li al fum, he marcat les tres posicions clau a la línia de temps (inici, punt mig i final). Després, fent servir l'eina de ploma (Ctrl + Alt), he perfilat i suavitzat la trajectòria de l'esfera de fum. D'aquesta manera, he aconseguit una animació amb un moviment fluid i realista.

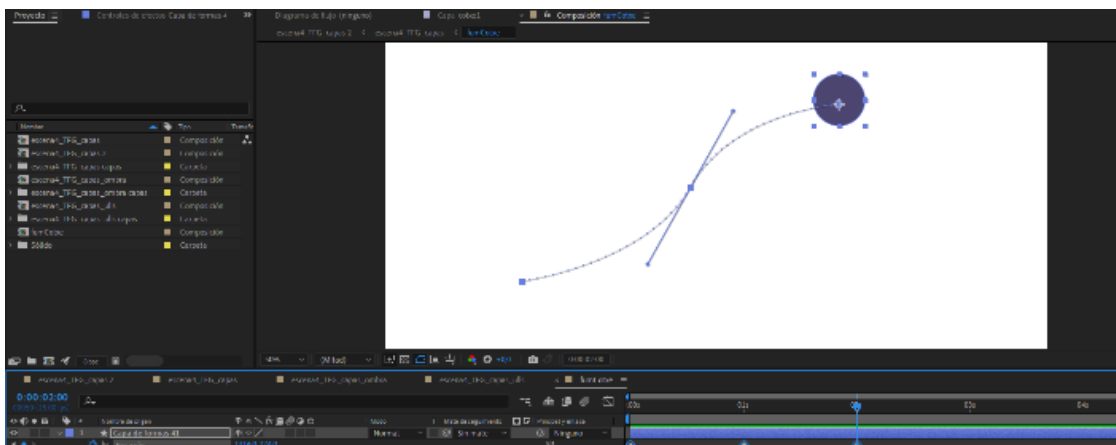


Figura 17. La trajectòria del moviment

A continuació, per aconseguir un moviment més dinàmic, he aplicat una acceleració i desacceleració als punts clau del moviment, utilitzant la tecla F9. Per assegurar un moviment totalment fluid, he assignat el fotograma clau del mig com un fotograma de corba automàtica. Això ha donat lloc a una línia de temps amb el següent aspecte:



Figura 18. Els keyframe de posició

Aprofitant la mateixa seqüència de fotogrames de moviment, he afegit els fotogrames d'escala per donar una sensació de moviment i dinamisme addicionals a l'animació. Un cop estava satisfet amb el moviment, vaig aplicar una expressió per aconseguir que la modificació de l'escala i la posició es repetís en un bucle contínuament. Això aporta un efecte repetitiu i constant a l'animació:

```
loopIn() + loopOut() - value;
```

Un cop aquesta partícula estava funcionant correctament, vaig començar a duplicar la capa i a fer petites modificacions en el moviment i l'escala de cada partícula de fum. En funció de la composició, podia arribar a tenir entre 30 i 40 partícules. Per evitar que el moviment semblés monòton, vaig ajustar la posició dels fotogrames perquè no totes les partícules comencessin al mateix temps. A més, vaig voler crear dos nivells de fum, un més fosc que l'altre, per aconseguir una major sensació de profunditat. Tot i que el producte està ara finalitzat, en retrospectiva, hauria considerat utilitzar un altre estil i afegir una textura en lloc de tenir partícules monocromàtiques. Això hauria aportat un toc visual més interessant a l'animació al meu gust.

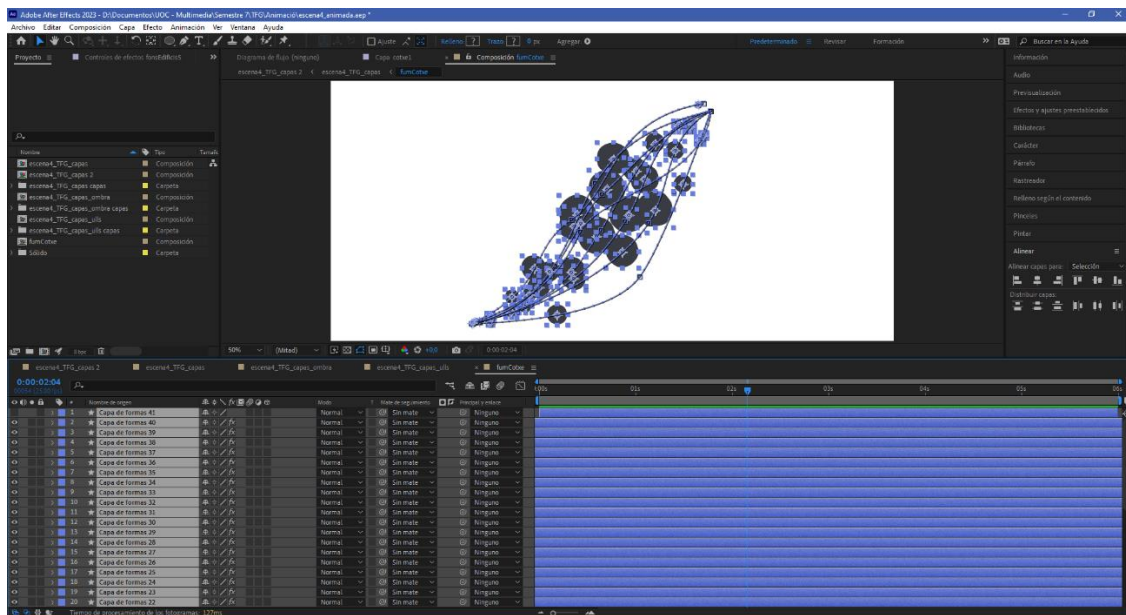


Figura 19. El resultat final de la composició

11.3.3. Pluja

Un altre element crucial a tenir en compte en aquest procés és la creació de la pluja, que requereix una menció especial. Per aquesta composició, vaig explorar diverses maneres d'aconseguir aquest efecte a través de l'After Effects i adaptar-lo al meu estil gràfic.

La meua idea principal era fer que la pluja caigués i, a més, que produís l'efecte de rebot en impactar amb l'aigua. Això em permetria demostrar els meus coneixements en 3D. No obstant això, em vaig trobar amb el problema que, quan treballava en 3D, el meu ordinador es penjava constantment, fet que em va impedir desenvolupar aquest efecte amb precisió. Hauria requerit programar la pluja de manera que el software reconegués els elements 3D, com els edificis, per aconseguir un rebot realista. Com que el programa es penjava cada cop que intentava treballar-ho, vaig haver de descartar l'opció de l'efecte de rebot i centrar-me en la creació d'una pluja sense aquest element.

Aquest procés no va resultar complicat de dur a terme, ja que bàsicament mitjançant una capa sòlida vaig aplicar l'efecte de partícules (CC Particle World) i vaig aplicar els paràmetres que feien que el resultat fos agradable visualment.

CC Particle World:

- > **Birth Rate:** 3,9
- ▼ **Producer:**
 - > **Radius X:** 1,72
 - > **Radius Y:** 1
 - > **Radius Z:** 0,7
- ▼ **Physics**
 - > **Animation:** *Direction Axis*
 - ▼ **Gravity Vector:**
 - > **Gravity X:** 0,5
 - > **Gravity Y:** 1
 - > **Gravity Z:** 0

El resultat ha estat molt positiu i s'adapta perfectament a l'escena. No obstant això, hauria estat del meu gust poder explorar més a fons l'ús del 3D, ja que això hagués proporcionat un major realisme a l'escena. Especialment en el cas de la pluja, on hauria estat interessant veure com s'interactua amb l'edifici de la dreta, creant una superposició més convincent.

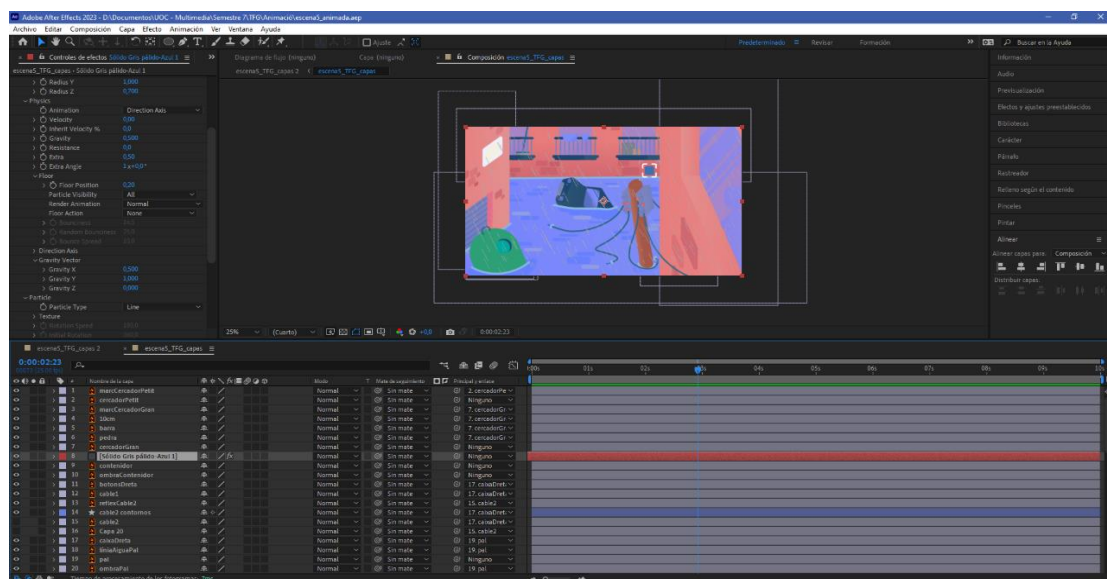


Figura 20. Procés de creació de la pluja

11.3.4. Efecte calor

A l'escena 8, es representa el pantà de Sau, on a causa de les altes temperatures i la sequera, no queda aigua i es pot veure l'ermita. En aquesta escena, és crucial representar la calor, i un dels factors clau és la recreació del miratge. Quan hi ha una gran diferència de temperatura entre el terra i l'aire circumdant, l'aire calent prop del terra s'eleva a mesura que es torna menys dens, creant una capa d'aire amb una refracció de llum diferent. Aquest canvi en la densitat de l'aire pot causar que la llum es corbi i refracti, creant distorsions en el paisatge i donant la il·lusió d'ondulacions o miratges.

Per aconseguir aquest efecte, he creat una capa d'ajust amb l'efecte de desplaçament turbulent (desplazamiento turbulento) i li he aplicat les següents propietats:

Desplaçament turbulent

- > **Desplaçament:** Turbulent
- > **Nivell:** 20
- > **Mesura:** 15
- > **Desplaçar (turbulència):** 960, 540
- > **Complexitat:** 1
- > **Evolució:** time*300

Gràcies a l'ús de l'efecte de desplaçament turbulent, he aconseguit que el fons de l'escena s'onduli de manera suau, recreant així l'efecte provocat per les diferències de temperatura de l'aire. Mitjançant aquest efecte, assolixo que el paisatge de l'escena prengui vida, donant una representació visual del miratge i accentuant la sensació de calor intensa. Això contribueix a la immersió de l'espectador i ajuda a transmetre de manera més efectiva l'atmosfera de l'entorn desèrtic i de temperatura extrema.

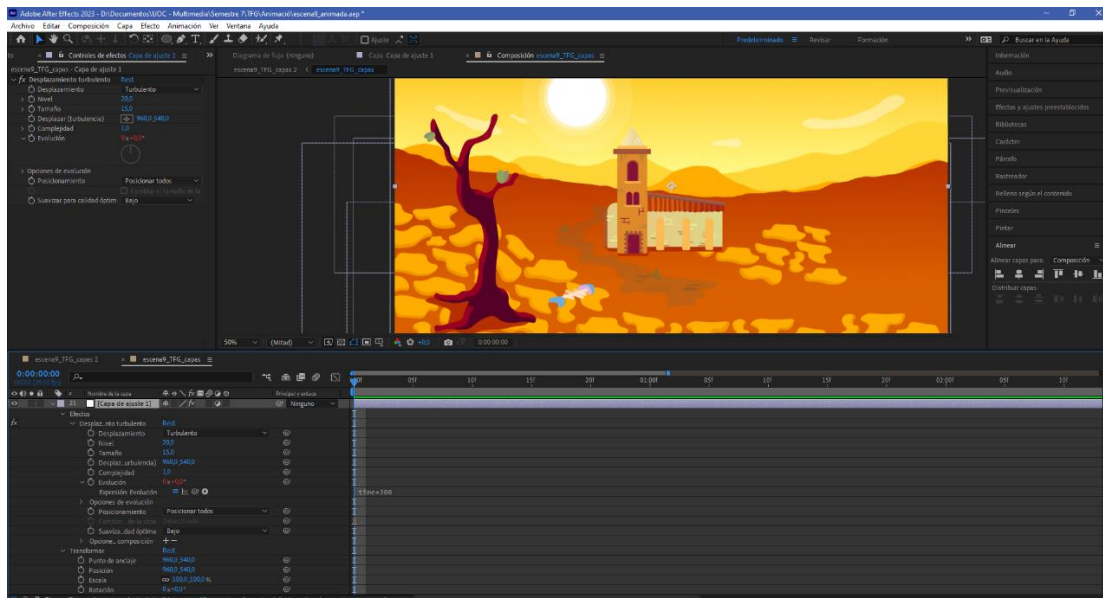


Figura 21. Procés de creació de l'efecte miratge

11.3.5. Mapa canvi mitjana temperatura

Una de les escenes que em va causar més dificultats va ser l'escena 16, ja que vaig haver de treballar molt per trobar una manera visualment agradable d'animar el mapa de calor. En aquesta escena, l'objectiu era representar de forma minimalista l'evolució mitjana de la temperatura a escala global. Mitjançant una línia de temps i l'ús de tres colors càlids, volia que l'usuari pogués comprendre la tendència climàtica de manera clara i senzilla. Per desenvolupar aquesta escena, em vaig inspirar en un vídeo proporcionat per la NASA que em va servir com a referència i podeu consultar al final d'aquest apartat.

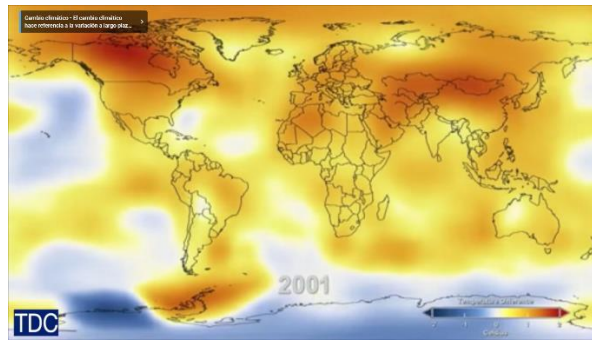


Figura 22. Global Warming: 1880-2011

Per a dur a terme aquesta escena, vaig començar utilitzant objectes sòlids que evolucionaven i s'ajustaven al mapa original al llarg del temps. Per aconseguir-ho, vaig capturar imatges del vídeo original de l'evolució de cada 10 anys. Després, vaig importar-les a l'After Effects i vaig utilitzar diversos sòlids per anar traçant i adaptant les formes segons les dades capturades del mapa de calor original. No obstant això, el resultat era poc dinàmic i visualment feble, mancant-li un aspecte professional.

Vaig passar dies rumiant i cercant vídeos que poguessin ajudar-me a trobar una solució per a aquest problema, però no sabia exactament què buscar ni com abordar-ho. Fins que un dia, de manera fortuïta, em vaig topar amb un vídeo que va proporcionar la solució que necessitava. Enllaç adjuntat al final d'aquest apartat.



Figura 23. Tutorial per crear textura tipogràfica

Agafant com a referència aquest vídeo, vaig adaptar-lo per aconseguir el resultat final que es pot veure en el producte final. Primer de tot, vaig crear un sòlid al qual li vaig aplicar l'efecte de soroll fractal (ruido fractal). A continuació, vaig ajustar els següents paràmetres per aconseguir l'efecte desitjat:

Soroll fractal

- > **Contrast:** 300
- > **Il·luminació:** 30
- ∨ **Transformar:**
 - > **Rotació:** 180º
 - > **Escala:** 200
- > **Evolució:** $time * 50$

El segon efecte que vaig afegir a la capa va ser el desenfocament gaussià (desenfoque gaussiano), augmentant el valor de desenfocament a 120 i activant l'opció de repetició de píxels de la vora. Després, vaig aplicar l'efecte de posterització (posterización) per aconseguir la textura desitjada. Finalment, per donar-li el color adequat, vaig afegir l'efecte de tri-to (tritono). Amb aquests ajustos, vaig aconseguir la textura que tenia en ment i que feia dies que no aconseguia. Només em faltava aplicar un seguiment al mapa del món per tal que la textura s'apliqués a la capa desitjada.

Cal dir que el resultat no és el 100% desitjat, ja que hauria preferit que el mapa de calor es basés en les dades originals en lloc de ser aleatori. Per aquesta raó, no vaig trobar apropiat afegir una llegenda que simbolitzés cada color o una referència de les dades, ja que aquestes no estaven disponibles. No vull enganyar la gent en una campanya que promou una vida més sostenible. Tot i així, el mapa compleix amb la funció de transmetre colors càlids que es mouen i s'intensifiquen, en consonància amb les explicacions del narrador sobre l'increment de la temperatura mitjana del planeta.

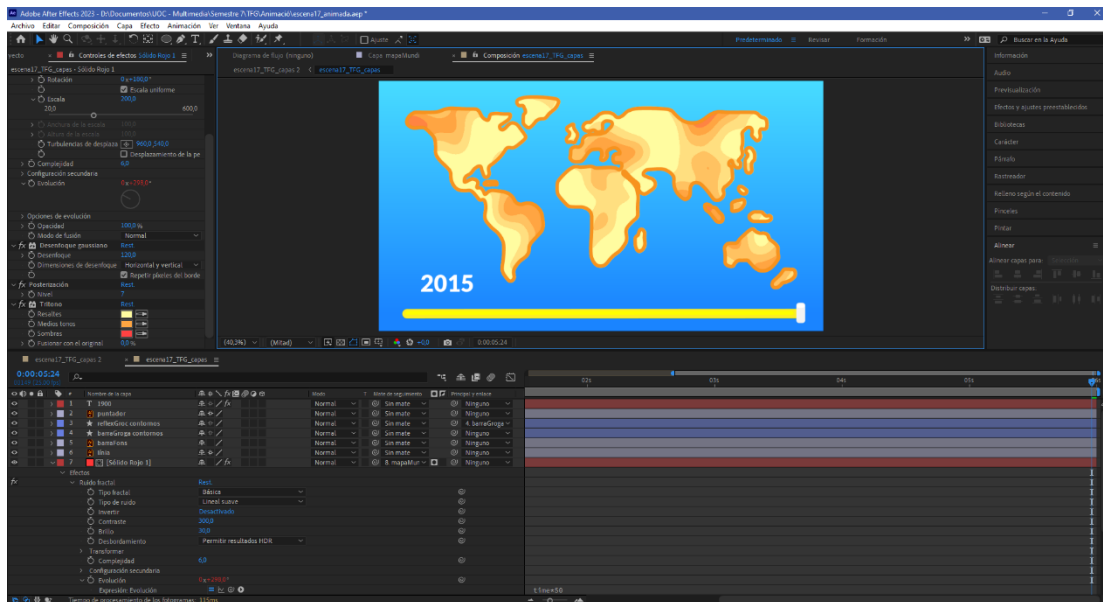



Figura 24. Procés de creació de l'escena 16

FONTS DE CONSULTA:

TDC. Global Warming: 1880-2011. [En línia] [Data de consulta: 14/05/2023]. <
<https://youtu.be/9kFHQpZpgdg> >

DIEGO CREATIVO. TUTORIAL | Cómo crear una TEXTURA TOPOGRAFICA en AFTER EFFECTS  *Textura animada.* [En línia] [Data de consulta: 14/05/2023]. <
<https://youtu.be/--UB6ydpz8Y> >

11.3.6. Any de la línia del temps

Un altre dels elements clau d'aquest projecte, que és digne de menció en aquest apartat, és el procés d'elaboració per dur a terme el comptador dels anys de la línia del temps de l'escena 16. Tot i que a primera vista pugui semblar un procés complicat, és molt fàcil de fer si es coneixen les eines que el programa posa a disposició. Primer de tot, cal crear un text amb el valor inicial, en aquest cas 1900, aplicar-li l'efecte de control del lliscador (control del deslizador) i activar el cronòmetre en el fotograma desitjat, en el meu cas, al començament de l'animació. Després, amb la tecla "Alt" premuda, farem clic al cronòmetre de l'apartat de text d'origen, el qual obrirà les eines d'expressió. A continuació, seleccionarem l'espiral i la vincularem amb el lliscador, de manera que es generarà automàticament l'expressió:

```
effect("Control del deslizador")("Deslizador")
```

No obstant això, a mi no em resulta rellevant la visualització dels nombres decimals, per això he inclòs tota l'expressió amb el següent control:

```
Math.round(effect("Control del deslizador")("Deslizador"))
```

Finalment, em vaig desplaçar fins al darrer fotograma i vaig especificar fins a quin any volia que es comptessin. En el meu cas, fins a l'any 2015.

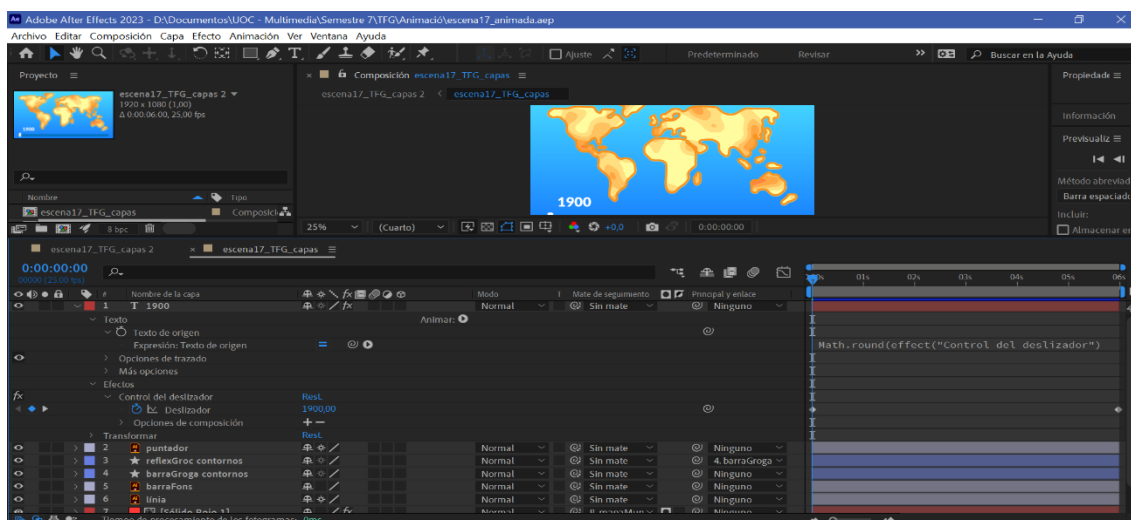


Figura 25. Paràmetres per dur a terme el comptador d'anys

11.4. Transició tipogràfica

11.4.1. Títol

En la creació del títol del producte, tenia una visió clara de com volia que fos representat. Volia transmetre un missatge directe, amb una presentació dinàmica que destaqués els conceptes importants. Després d'haver considerat diverses propostes i esbossos, vaig decidir que seria una idea original que les lletres recordessin l'estil d'una màquina escurabutxaques del casino, on els premis van apareixent a mesura que es baixa la palanca...



Figura 26. Màquina escurabutxaques

El canvi climàtic és un problema complex, i malgrat els avenços científics en l'estudi de les seves conseqüències, mai sabrem exactament la seva gravetat. L'únic que tenim del cert, és que si no fem una aposta decidida i contundent per afrontar-lo, hi ha molt en joc, d'aquí el paral·lelisme amb la màquina escurabutxaques.

A més, és important que les paraules clau del títol "Ribes fa front al canvi climàtic" siguin destacades, perquè el client pugui identificar clarament els conceptes principals de la campanya. He ressaltat les paraules "Ribes" i "canvi climàtic" en vermell, ja que en la simbologia occidental aquest color evoca perill i alerta. Són dos conceptes que vull deixar ben clars en aquesta temàtica.

Un cop he definit la idea, el primer pas per dur-la a terme ha estat obrir una nova composició en After Effects. He escrit la primera lletra, ja que considero que treballar lletra per lletra és la millor opció per aconseguir aquest efecte desitjat. He utilitzat la tipografia LATO i he ajustat les mides segons les meves preferències. Després, he creat una precomposició per facilitar la duplicació de l'efecte en el futur. És essencial crear una màscara que s'ajusti a les dimensions de la lletra dins de la precomposició per evitar complicacions tedioses durant el procés de treball.

Després de crear la precomposició i estar satisfet amb els resultats, l'he duplicada quinze vegades per a les lletres que ho requerien, inclòs l'accent per a la lletra "A". Tot seguit, ha arribat el moment de col·locar-les de manera que siguin llegibles i agradables a la vista.

A continuació, he aplicat una màscara a cada lletra per evitar que les duplicacions es mostrin quan apliquem l'efecte CC RepeTile, que simularà el moviment vertical de les màquines escurabutxaques. Aquest pas pot resultar tediós, ja que és crucial ajustar les màscares de manera precisa per obtenir un bon efecte visual. Ara és el moment d'aplicar l'efecte CC RepeTile amb els següents paràmetres introduïts:

CC RepeTile:

> Expandir-se d'alt: 800
> Expandir-se baix: 800

Després d'haver aplicat els paràmetres necessaris per obtenir l'efecte desitjat, he modificat la posició inicial de les lletres en l'eix Y per aconseguir el moviment característic de les màquines d'escurabutxaques. Per acabar de perfeccionar el moviment, vaig ajustar la velocitat del moviment utilitzant l'editor de gràfics.

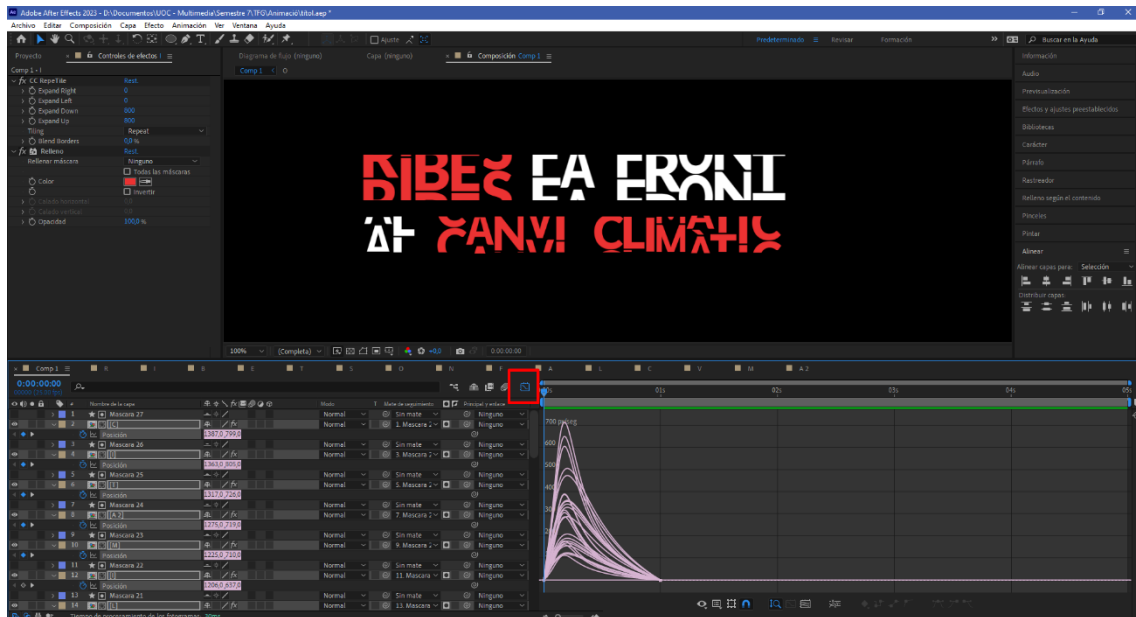


Figura 27. Editant el moviment vertical de les lletres a través del editor de gràfics

Finalment, per a les lletres que formaven les paraules clau "RIBES" i "CANVI CLIMÀTIC", vaig aplicar l'efecte "omplir" (relleno), aconseguint la textura vermella que buscava per destacar-les.

11.4.2. Subtítol

Per realitzar els subtítols, tenia clar que havien de ser una opció senzilla que no restés protagonisme al títol. Volia una transició simple, minimalista i moderna. Per aquest motiu, vaig optar per utilitzar un efecte d'escombrat, ja que si s'aplica adequadament, aporta un aspecte molt professional. Per aconseguir-ho, en primer lloc, vaig crear un traçat mitjançant una ploma, que serviria com a element d'escombrat. A més, vaig afegir el text, que apareixeria a la pantalla a mesura que el traçat passés per sobre. Per fer-ho possible, vaig haver de crear una màscara que retallés el text i acompanyés el traçat, de manera que quan la línia passés sobre el text, aquest aniria apareixent gradualment. La veritat és que no vaig trobar cap complicació en aquest procés.

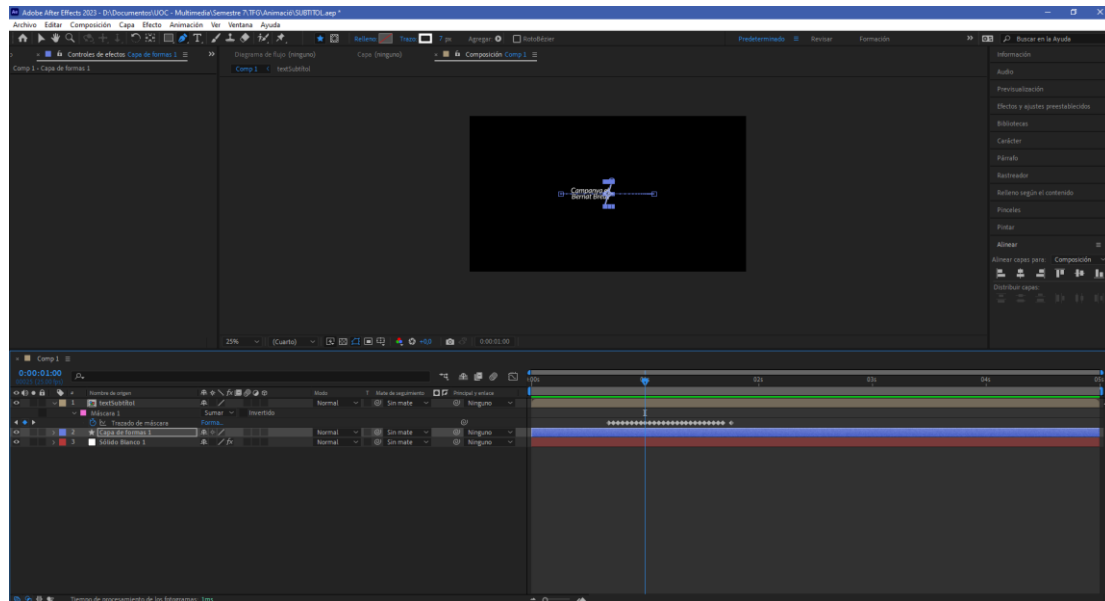


Figura 28. Procés de creació dels subtítols del producte

Per donar una aparença més dinàmica i professional a la transició, vaig fer que el traçat aparegués i desaparegués mitjançant el tall de traçat. Això va aportar més harmonia a la transició.

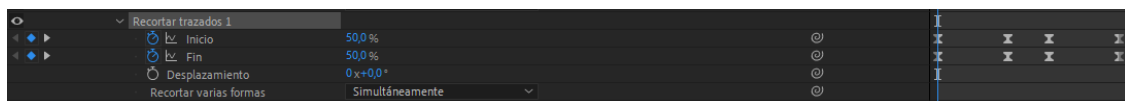


Figura 29. Configuració dels paràmetres de tall de traçat

El títol i els subtítols han estat dissenyats tenint en compte diversos factors. En primer lloc, s'ha buscat una presentació clara i dinàmica que capti l'atenció del públic. S'ha utilitzat una combinació de tipografia i efectes visuals per ressaltar les paraules clau i els conceptes importants de la campanya.

En definitiva, el títol i els subtítols han estat dissenyats de manera que captin l'atenció del públic i transmetin clarament els missatges clau de la campanya. S'ha aplicat una combinació d'efectes visuals, tipografia i colors per aconseguir un resultat professional i impactant.

11.5. Efectes sonors

Els efectes sonors tenen una importància significativa en una animació, ja que contribueixen a millorar l'experiència global i afegir realisme i dinamisme a les imatges en moviment.

En primer lloc, els efectes sonors són essencials per a l'ambientació i la immersió. Mitjançant l'ús adequat dels sons, es pot crear l'atmosfera adequada per a cada escena i situació. Els efectes sonors poden representar sons d'entorns naturals, com ara la pluja caient o els ocells cantant, o efectes especials com explosions o sorolls mecànics. Aquesta ambientació sònica ajuda a transportar l'espectador a l'univers de l'animació i a fer que se senti més immers en la història i els personatges.

En segon lloc, els efectes sonors són importants per comunicar informació addicional i millorar la comprensió de l'animació. Sovint, hi ha accions i esdeveniments que es produeixen fora de la vista de l'espectador. En aquests casos, els efectes sonors poden indicar l'aparició d'un objecte, un moviment específic o un canvi d'estat. Això ajuda a mantenir l'espectador informat i a comprendre millor el que està succeint a l'animació.

Els efectes sonors tenen la capacitat de generar emocions i expressar la intensitat d'una escena. Els sons potents i enèrgics poden transmetre tensió, emoció o perill, mentre que els sons suaus i relaxants poden crear una sensació de calma i serenitat. Aquests efectes sonors emocionals contribueixen a l'impacte emocional de l'animació i ajuden a involucrar emocionalment l'espectador en la història. Per aquest motiu ha estat clau treballar i invertir temps a escollir adequadament el material d'àudio pel producte.

Una de les dificultats que m'he trobat però, és trobar contingut de qualitat amb una llicència gratuïta per implementar-ho en el producte. A més, no disposava d'eines prou professionals per crear jo els efectes sonors.

Al final la totalitat del material sonor a excepció de la narració, s'ha extret de les plataformes de YouTube i Freesound.

11.5.1. Freesound

Freesound proporciona una biblioteca d'efectes de so sota una llicència Creative Commons. Els fitxers de so disponibles a Freesound es publiquen sota diferents llicències Creative Commons, que estableixen les condicions per a l'ús d'aquests fitxers.

La llicència de tots els arxius escollits comparteixen la llicència Creative Commons Attribution (CC BY). Aquesta llicència permet als usuaris descarregar, utilitzar i modificar els fitxers de so amb finalitats personals i comercials, sempre que s'atribueixi adequadament a l'autor original.

Taula 12. Material de so Freesound

CONTINGUT	ORIGEN
<p>Àudio: 153140__argos22__bip_book-checked</p> <p>Autor: argos22</p>	<p>Argos22. <i>Bip_book-checked.wav</i>. [En línia]. < https://freesound.org/people/argos22/sounds/153140/></p>
<p>Àudio: 182415__mehra__trafic</p> <p>Autor: MEHRA</p>	<p>MEHRA. <i>TRAFIC soundsterio</i>. [En línia]. < https://freesound.org/people/MEHRA/sounds/182415/></p>

<p>Àudio: 194488__jmbphilmes__factory-machine-05 Autor: jmbphilmes</p>	<p>jmbphilmes. <i>Factory machines</i>. [En línia]. < https://freesound.org/people/jmbphilmes/sounds/194488/ ></p>
<p>Àudio: 362392__trouby__sheeps Autor: trouby</p>	<p>trouby. <i>trashy multimedia sounds</i>. [En línia]. < https://freesound.org/people/trouby/sounds/362392/ ></p>
<p>Àudio: 387318__sergioflorez__movimiento-de-brazo-gigante Autor: SergioFlorez</p>	<p>SergioFlorez. <i>Sonidos final</i>. [En línia]. < https://freesound.org/people/SergioFlorez/sounds/387318/ ></p>
<p>Àudio: 392320__viliquis__zoom-in Autor: tkshredder</p>	<p>tkshredder. <i>ZoomIn.wav</i>. [En línia]. < https://freesound.org/people/tkshredder/sounds/62139/ ></p>
<p>Àudio: 412768__riiaan3ignite__nobones__eating_crunchy Autor: Riaan3ignite</p>	<p>Riaan3ignite. <i>Crunchy Eating Sounds.wav</i>. [En línia]. < https://freesound.org/people/Riaan3ignite/sounds/543083/ ></p>
<p>Àudio: 418689__siller19__ambiente Autor: siller19</p>	<p>siller19. <i>Ambiente</i>. [En línia]. < https://freesound.org/people/siller19/sounds/418689/ ></p>
<p>Àudio: 430510__cheira__01-golpes-glued Autor: cheira</p>	<p>cheira. <i>01 Golpes-glued.wav</i>. [En línia]. < https://freesound.org/people/cheira/sounds/430510/ ></p>
<p>Àudio: 430559__itsamecasta__16-silbido Autor: itsamecasta</p>	<p>itsamecasta. <i>16 -Silbido.wav</i>. [En línia]. < https://freesound.org/people/itsamecasta/sounds/430559/ ></p>
<p>Àudio: 459153__lentusss__tractor Autor: lentusss</p>	<p>Lentusss. <i>Tractor</i>. [En línia]. < https://freesound.org/people/Lentusss/sounds/459153/ ></p>

Autor: <i>Lentuss</i>	
Àudio: <i>467953__w1zy__am_radio_sounds</i> Autor: <i>W1ZY</i>	W1ZY. <i>AM_Radio_Sounds.m4a</i> . [En línia]. < https://freesound.org/people/W1ZY/sounds/467953/ >
Àudio: <i>471310__marianabe22__golpe-corto-y-suave</i> Autor: <i>marianabe22</i>	marianabe22. <i>Golpe corto y suave.wav</i> . [En línia]. < https://freesound.org/people/marianabe22/sounds/471310 >
Àudio: <i>508990__spacejoe__hail-1</i> Autor: <i>SpaceJoe</i>	SpaceJoe. <i>Hail - 1.wav</i> . [En línia]. < https://freesound.org/people/SpaceJoe/sounds/508990/ >
Àudio: <i>538751__ba-doink__racerx</i> Autor: <i>BaDoink</i>	BaDoink. <i>RacerX.wav</i> . [En línia]. < https://freesound.org/people/BaDoink/sounds/538751/ >
Àudio: <i>559601__podcapocalipsis__male-cough</i> Autor: <i>Podcapocalipsis</i>	Podcapocalipsis. <i>MALE COUGH</i> . [En línia]. < https://freesound.org/people/Podcapocalipsis/sounds/559601/ >
Àudio: <i>685678__xkeril__retro-bip-robot</i> Autor: <i>xkeril</i>	xkeril. <i>Retro bip robot</i> . [En línia]. < https://freesound.org/people/xkeril/sounds/685678/ >

11.5.2. YouTube

YouTube proporciona una biblioteca d'àudio anomenada "Audio Library" que conté una varietat de pistes de música i efectes de so que els creadors poden utilitzar als seus vídeos de forma gratuïta. Aquestes pistes estan disponibles sota la llicència de YouTube, cosa que significa que es poden fer servir en vídeos de YouTube sense preocupar-se de problemes de drets d'autor.

Quan utilitzeu música de la biblioteca d'àudio de YouTube, no cal obtenir permís addicional de l'autor ni fer atribucions especials. Tot i això, és important tenir en compte que aquestes pistes

només es poden fer ús en vídeos de YouTube i no es poden descarregar ni utilitzar fora de la plataforma.

La biblioteca d'àudio de YouTube ofereix una àmplia selecció de gèneres musicals i efectes de so perquè els creadors puguin trobar la música adequada per complementar els vídeos. A més, també proporciona eines de cerca i filtratge per facilitar l'exploració i la selecció de pistes.

Afortunadament, el fet que la plataforma emprada per l'[Ajuntament de Ribes](#) per a la divulgació de les seves campanyes sigui YouTube no representa cap problema. Tot i que l'objectiu és la difusió a través de les xarxes socials, es busca evitar ocupar espai addicional al dispositiu de l'usuari, cosa que no seria possible si s'intentés difondre a través de plataformes com WhatsApp i l'arxiu no està al núvol. YouTube és una excel·lent opció en aquest sentit.

Taula 13. Material de so Freesound

CONTINGUT	ORIGEN
Àudio: <i>Instant Crush</i> - <i>Corbyn Kites</i> Autor: <i>Corbyn Kites</i>	Corbyn Kites. <i>Instant Crush</i> . [En línia].
Àudio: <i>Rake Swing</i> <i>Whoosh Close</i> Autor: <i>YouTube</i>	YouTube. <i>Rake Swing Whoosh Close</i> . [En línia].

FONTS DE CONSULTA:

YouTube. *Utilitzar música i efectes de so de la Biblioteca d'àudio*. [En línia] [Data de consulta: 31/05/2023]. < <https://support.google.com/youtube/answer/3376882?hl=ca> >

Freesound. *Licenses*. [En línia] [Data de consulta: 31/05/2023]. < <https://freesound.org/help/faq/#license-restrictions-when-publishing> >

11.6. Edició

Per aconseguir el producte final desitjat, s'ha utilitzat principalment Adobe Premiere per a l'edició. Després d'animar totes les escenes amb After Effects i l'escena 17 amb Adobe Premiere, els arxius es van exportar i es van realitzar les edicions de transicions de llum, aplicació d'efectes sonors i narració amb l'eina Adobe Premiere.

És important destacar que la major part de la inversió de temps s'ha dedicat a l'animació, ja que des del principi es va voler que fos l'element protagonista del producte. Això ha permès que l'edició en si, no requereís molt de temps, pel fet que el producte s'ha desenvolupat d'una manera que no ho ha necessitat.

Un aspecte destacable ha estat la creació dels crèdits finals del producte. Per a això, vaig fer servir una capa de configuració per elaborar una transició manual, en la qual vaig aplicar un efecte de sincronització per fer aparèixer i desaparèixer el text de manera fluida. Aquest mateix efecte també va ser usat per animar la transició final de l'escena 17, aportant coherència i professionalitat al conjunt del producte. Aquesta atenció als detalls en les transicions i crèdits finals ajuda a oferir una experiència de visualització més agradable i polida.

L'ús d'Adobe Premiere com a eina d'edició ha proporcionat una gran flexibilitat i possibilitats per a perfeccionar i realçar les transicions, així com per afegir efectes sonors i la narració per a donar una millor experiència al públic. L'objectiu principal ha estat assegurar-se que tots els elements del producte treballin conjuntament per transmetre el missatge desitjat de manera coherent i efectiva.

En resum, si bé l'animació ha requerit una inversió de temps significativa, l'ús de l'eina Adobe Premiere per a l'edició ha estat clau per a perfeccionar i realçar el producte final, tot assegurant-se que tots els elements estiguin ben integrats i en harmonia.

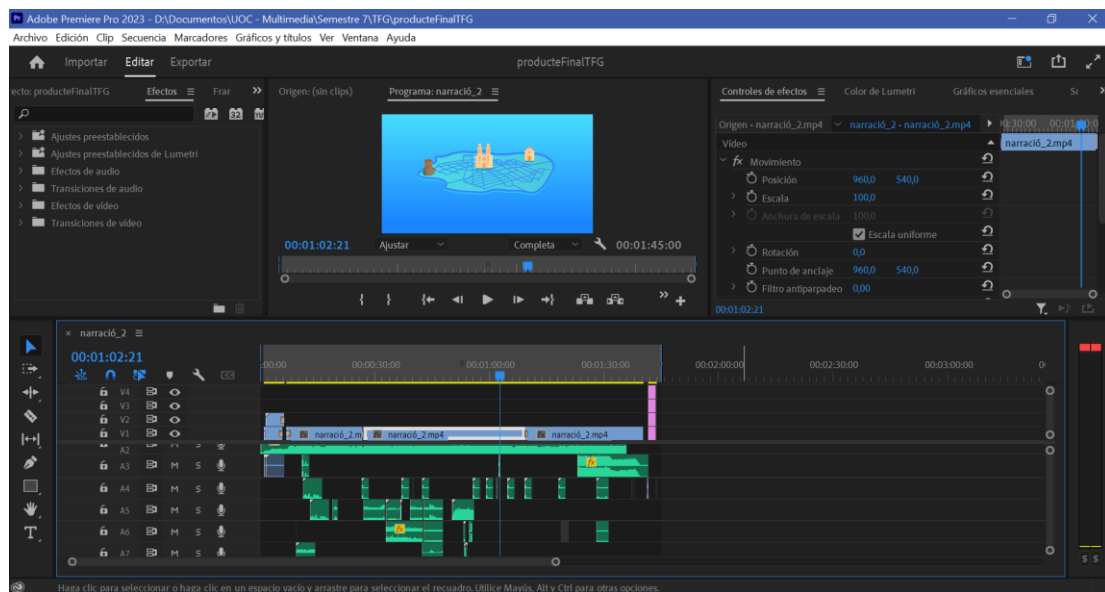


Figura 30. Arxiu en el qual s'estava acabant de perfilar el producte final

12. Producte

A través d'aquest producte, busco unir a la gent entorn d'una idea contundent: adaptar un estil de vida sostenible per fer front a l'emergència climàtica imminent. L'objectiu de la campanya és aconseguir un impacte zero en el planeta i en la seva biodiversitat, unificant el poble en aquesta causa. Utilitzo tècniques multimèdia com animacions, filtres i missatges informatius per transmetre el missatge. A més, em comprometo a operar de manera neutra en termes climàtics.

L'estratègia és crear una campanya interactiva que faci sentir els consumidors com a part del moviment i que tingui un públic objectiu tan ampli com sigui possible. Apostant per uns objectius clars:

- Augmentar la consciència sobre l'emergència climàtica i fomentar la implicació del públic en l'adopció d'un estil de vida sostenible.
- Apostar per les eines multimèdia per promoure una ciutat intel·ligent (Smart City).

Amb aquests objectius en ment, treballa per generar impacte i mobilitzar la societat cap a un futur més sostenible.

12.1. Descripció del producte

El producte consisteix en un curt animat que busca conscienciar a la població sobre la situació actual del planeta i les possibles solucions que la societat pot adoptar per abordar aquesta problemàtica. A més, l'objectiu principal d'aquest producte és arribar al màxim nombre de persones possible, per la qual cosa també s'han desenvolupat altres continguts multimèdia com un filtre per a la plataforma d'Instagram. Aquest filtre proporciona diferents opcions per ajudar al planeta davant de l'emergència climàtica. També es crearà contingut breu per impactar aquells que estan menys familiaritzats amb aquesta problemàtica. A través d'aquest contingut, s'exposaran dades impactants relacionades amb el problema. Tenint en compte que actualment el contingut breu és el més consumit, crec que aquesta és una opció efectiva.

12.2. Mercat i públic objectiu

Públic jove i adult força ampli no conscienciat per l'emergència del planeta i que valora productes de qualitat i no practica un consum responsable.

12.3. Idea i estratègia creativa de la campanya

"Ribes fa front al canvi climàtic" és una idea de campanya que busca transmetre el poder transformador de les accions rutinàries i el compromís del ciutadà amb un futur millor. A través d'aquesta campanya, es pretén inspirar als consumidors a unir-se a la revolució sostenible i convertir-se en agents de canvi a través d'un consum de quilòmetre zero i equilibrat.

L'estratègia creativa es basarà en un enfocament pull, utilitzant l'aproximació, la transparència i la unicitat per atreure i motivar els consumidors. La campanya s'aproparà als consumidors de manera inspiradora, mostrant-los l'impacte positiu que poden generar a través de les eleccions del dia a dia. Cal destacar que en un futur a la campanya seria interessant implicar persones reals i referents del poble per explicar les seves històries adaptades en aquesta nova filosofia i com a generat un impacte significatiu.

La campanya cercarà un nivell d'interactivitat significatiu, i permetrà als consumidors ser part activa de la campanya i generar el seu propi impacte. S'hi inclouran elements interactius com desafiaments creatius en xarxes socials, col·laboracions amb influencers del poble i esdeveniments on els consumidors podran conèixer de prop els valors i projectes de l'Ajuntament.

12.4. Els mitjans

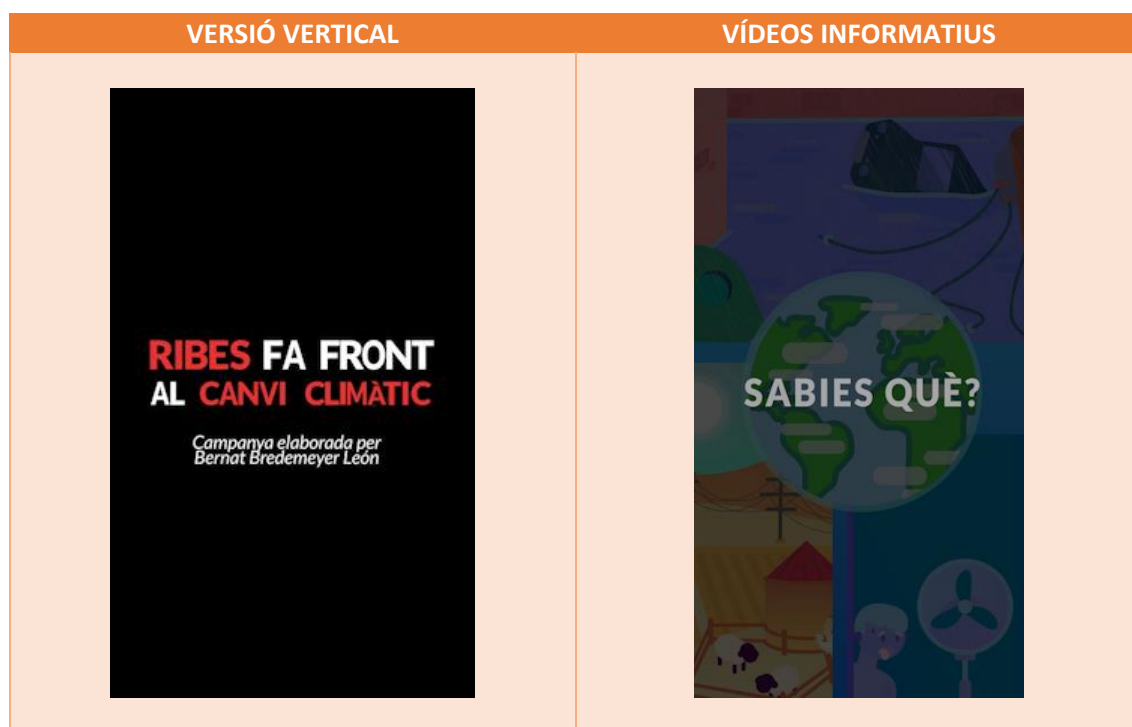
Els mitjans en què es desplegaran les propostes interactives de la campanya "Ribes fa front al canvi climàtic" inclouen:

12.4.1. Xarxes socials

S'utilitzaran plataformes com ara Instagram i TikTok per llançar desafiaments creatius relacionats amb l'activitat sostenible. Els ciutadans podran participar compartint fotos, vídeos o idees originals que mostrin com estan contribuint al moviment sostenible. S'utilitzarà un hashtag específic per fomentar la participació i generar converses al voltant de la campanya el qual és #RibesVidaVerda.

A més el contingut multimèdia que s'ha pensat per aquestes plataformes és, primer de tot, un curt animat en 2D en format vertical, al qual exposa la situació en la qual ens trobem. I a més petits curts animats en la qual s'exposarà als usuaris informació impactant sobre els efectes de la problemàtica en la qual es troba el planeta i ens implica a tots.

Taula 14. Producte campanya (I)



LLOC ON TROBAR-HO:

Instagram. *Ribes fa front al canvi climàtic.* [En línia]. <

<https://www.instagram.com/reel/CtonpnuPnAt/?igshid=MWQ1ZGUxMzBkMA==> >

Instagram. *Sabies què? #01.* [En línia]. <

<https://www.instagram.com/reel/CtosHjUM3b7/?igshid=MWQ1ZGUxMzBkMA==> >

Instagram. *Sabies què? #02.* [En línia]. <

<https://www.instagram.com/reel/CtosPORPIP8/?igshid=MWQ1ZGUxMzBkMA==> >

12.4.2. Lloc web interactiu

L'Ajuntament té l'oportunitat d'enriquir el seu lloc web dedicant una pestanya a la campanya, afegint una pestanya especial on els visitants puguin explorar històries inspiradores, accedir a contingut exclusiu i participar en activitats interactives relacionades amb les eines facilitades per aquesta iniciativa. A través d'aquesta secció dedicada, el lloc web de l'Ajuntament es convertiria en un punt de referència per a tots aquells que busquin inspiració i suport per a un estil de vida sostenible.

La secció podria incloure una galeria d'històries reals de persones de Ribes i de tot el món que han adoptat un estil de vida sostenible i han aconseguit un impacte positiu. Aquests relats inspiradors servien com a exemples concrets i motivadors per a altres membres de la comunitat. A més, es podrien compartir consells pràctics i recursos per ajudar a les persones a incorporar canvis sostenibles a la seva vida diària.

Per a una experiència visualment atractiva, aquesta secció del lloc web també podria incloure el curtmetratge relacionat en un format horitzontal. Això permetria als visitants gaudir del contingut audiovisual de manera més immersiva i emocionant. El vídeo podria ser una peça clau per transmetre el missatge central de la campanya i captar l'atenció dels visitants des del primer moment.

Taula 15. Producte campanya (II)



LLOC ON TROBAR-HO:

YouTube. *Ribes fa front al canvi climàtic | TFG.* [En línia]. < <https://youtu.be/lt-bFyvPQEs> >

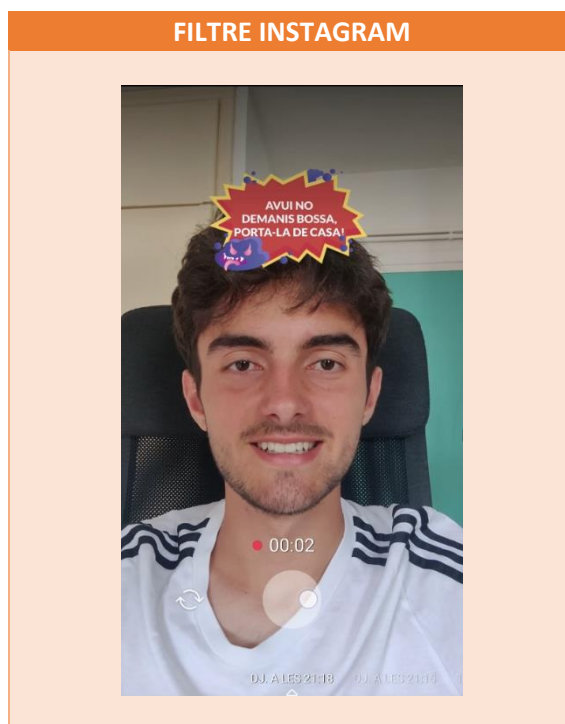
12.4.3. Col·laboracions amb influencers del poble

L'Ajuntament de Ribes té una gran oportunitat de col·laborar amb influencers i entitats referents de la zona per amplificar el missatge de la campanya. Aquests influencers podrien participar en desafiaments creatius, compartir contingut rellevant sobre la vida sostenible i promoure aquesta acció a través de les seves plataformes de xarxes socials. Això permetria arribar a un públic més ampli i generar un impacte més significatiu en la comunitat.

Per a facilitar aquesta col·laboració, es pot promoure l'ús del hashtag #RibesVidaVerda com a símbol unificador de la campanya. Això permetrà agrupar i rastrejar el contingut relacionat a les xarxes socials, fomentant la participació de la comunitat i l'intercanvi d'idees i experiències.

Una idea creativa per aprofundir en la participació del públic és la creació d'un filtre. Aquest filtre, mitjançant un algoritme aleatori, proposarà als usuaris una iniciativa concreta per ajudar a fer front al canvi climàtic que s'haurà de realitzar durant aquell dia. Els participants podran compartir aquesta acció a través de reels, fent que l'experiència sigui visualment atractiva i compartible. Això no només promourà la consciència i l'acció individual, sinó que també fomentarà una comunitat compromesa amb la vida sostenible.

Taula 16. Producte campanya (III)



LLOC ON TROBAR-HO:

YouTube. *vídeoFiltre - Ribes fa front al canvi climàtic | TFG.* [En línia]. <
<https://youtube.com/shorts/Zcln9NkpZlQ?feature=share> >

12.4.4. Esdeveniments presencials i virtuals

La campanya busca organitzar esdeveniments temàtics relacionats amb la vida sostenible, amb la participació activa dels consumidors. Aquests esdeveniments es realitzaran en diversos punts estratègics del poble, oferint incentius i beneficis als participants. Per exemple, si una persona fa ús de la deixalleria 12 vegades a l'any, podria rebre una reducció d'impostos relacionats amb els residus. A més, es podria proporcionar bons de descompte per als ciutadans que compren en comerços de quilòmetre zero, utilitzin transport públic i duguin a terme altres accions sostenibles.

Per promoure aquesta iniciativa, s'han creat missatges informatius que s'adaptin a l'entorn i ressaltin els beneficis d'aquestes activitats més sostenibles tant per al planeta com per a la mateixa persona. Aquests missatges seran també difosos a través de les diverses plataformes que disposa l'ajuntament per atraure l'atenció del públic i motivar-los a participar en aquestes accions verdes.

Amb aquest enfocament, la campanya busca involucrar activament als ciutadans de Ribes en un estil de vida sostenible, oferint-los incentius tangibles per a les seves accions positives. Això no només generaria un impacte positiu en el medi ambient, sinó que també reforçaria un sentiment de comunitat i orgull en ser part de les iniciatives verdes del poble.

Taula 17. Taula 16. Producte campanya (IV)



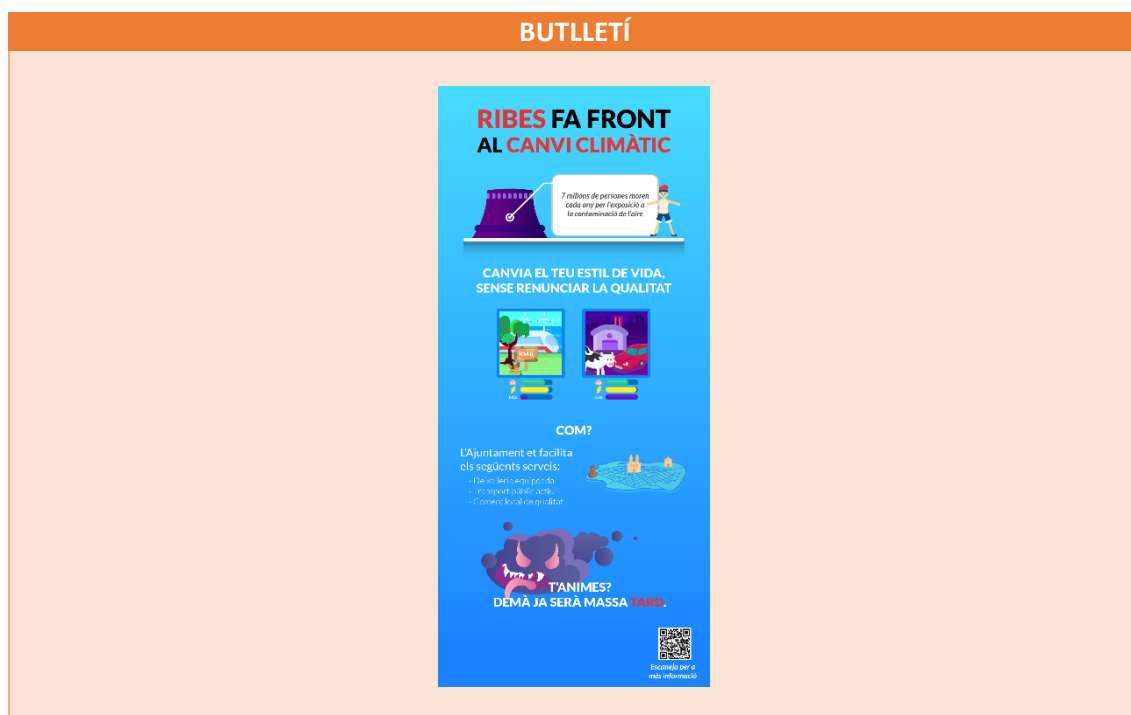
LLOC ON TROBAR-HO:

YouTube. *vídeo* Missatge - Ribes fa front al canvi climàtic | TFG. [En línia]. <
<https://youtu.be/8YEUmzLmIVY> >

12.4.5. Comunicació directa amb els clients

En la campanya proposo que l'Ajuntament podria implementar estratègies de comunicació directa amb els seus clients a través de butlletins informatius per correu electrònic, missatges personalitzats a les xarxes socials o xats en línia. Això permetria una interacció més propera amb els consumidors, brindant-los l'oportunitat de fer preguntes, rebre consells de sostenibilitat i participar en enquestes o concursos relacionats amb la campanya.

Taula 18. Taula 16. Producte campanya (V)



LLOC ON TROBAR-HO:

Drive. *Ribes fa front al canvi climàtic - Butlletí.* [En línia]. <
https://drive.google.com/file/d/1CMgyK2O79ixm0FgZr_862nsvUqlxL6CW/view?usp=sharing >

⚠ *Només amb el permís o correu de la universitat*

12.5. Descripció de la proposta de solució interactiva

Una solució interactiva basada en les xarxes socials per a la campanya "Ribes fa front al canvi climàtic" podria ser la creació d'un desafiament a Instagram anomenat #RibesVidaVerda. Aquest desafiament convidaria els seguidors a compartir fotos o vídeos que mostrin com estan contribuint a la vida sostenible del poble i la cura del medi ambient.

La dinàmica del desafiament seria la següent:

1. Llançament del desafiament: L'ajuntament anunciaria la campanya i amb aquesta, el desafiament a través del compte d'Instagram, explicant com els seguidors poden participar i què se n'espera. El vídeo ja s'ha creat amb un disseny visual atractiu i un llenguatge inspirador per captar l'atenció i generar entusiasme.
2. Tema i enfocament: Es proporcionaria les facilitats que aporta l'Ajuntament per la ciutadania, com ara una deixalleria en condicions, diferents parades de transport públic amb horaris freqüents i diferents locals de quilòmetre zero.
3. Etiqueta i mencions: S'encoratjaria als participants a utilitzar el hashtag #RibesVidaVerda en les seves publicacions i a esmentar l'ajuntament i les diferents entitats referents del poble a la descripció. Això facilitaria la recopilació i el seguiment de les participacions.
4. Contingut creatiu: Els participants compartirien fotos o vídeos que mostrin com estan adoptant accions sostenibles a la seva vida diària o com estan contribuint a la protecció del medi ambient. Se'ls animaria a ser creatius i autèntics a les seves publicacions, destacant el seu estil personal i el seu compromís amb la sostenibilitat. A més des de la campanya, com s'ha mencionat anterior se'ls facilitarà un filtre per ajudar als menys creatius.
5. Interacció i reconeixement: L'Ajuntament s'involucraria activament amb els participants, donant-los likes, comentaris i compartint algunes de les publicacions destacades al vostre compte. Això generaria un sentit de comunitat i reconeixement per a aquells que participin en el desafiament. A més, les publicacions més originals serien pujades al web de l'Ajuntament.
6. Premis i recompenses: Com a incentiu addicional, l'Ajuntament podria facilitar als ciutadans més participants amb descomptes exclusius, promocions gratuïtes al comerç local o mencions especials als seus canals de xarxes socials. Això motivaria més persones a participar i generaria un sentit de gratificació per formar part del moviment sostenible.

Aquesta solució interactiva aprofita l'abast i participació activa dels seguidors a Instagram per crear una comunitat compromesa amb l'estil de vida sostenible. En utilitzar un desafiament a les xarxes socials, es fomenta la creativitat, la participació activa i la difusió orgànica del missatge de la campanya. A més, permet a l'Ajuntament interactuar directament amb els seus habitants, construir relacions sòlides i generar un impacte més gran en la consciència sobre la vida sostenible.

12.6. Justificació del contingut

El contingut de la campanya "Ribes fa front el canvi climàtic" es basa a transmetre un missatge clar i poderós que inspire els consumidors a adoptar una vida verda i unir-se al canvi. A través del llenguatge verbal, visual i audiovisual, es vol transmetre informació rellevant i emocionalment impactant.

13. Projecció a futur

El projecte plantejat per a aquest treball de final de grau té una base sòlida per convertir-se en una futura campanya per al poble. Caldria finalitzar les negociacions amb l'Ajuntament per establir les diferents condicions i requisits per dur-lo a terme.

No obstant això, m'aprofundiré més en l'anàlisi del producte principal, que és un vídeo d'aproximadament 1 minut i 30 segons. Tot i estar satisfet amb els resultats del producte, en aquesta etapa actual em trobo reflexionant sobre les decisions que vaig prendre en el seu moment i considerant si hauria pres decisions diferents.

- **Animacions:**

Tot i que he invertit la major part del meu temps en l'animació i em sento molt orgullós del resultat final, potser hauria estat interessant explorar altres tècniques més enllà del motion graphics. No obstant això, vull destacar l'enorme aprenentatge que he tingut durant aquests mesos. Tot i tenir coneixements previs de la tècnica i haver fet projectes petits en el passat, treballar en un projecte a escala professional ha millorat la meua eficiència i ha suposat un avanç que només s'aconsegueix en aquestes situacions. Malgrat això, en relació amb l'animació, m'agradaria haver aprofundit en algunes escenes específiques, com ara l'escena 6. Aplicar el principi de l'acció complementària als ous o a les fulles de la pastanaga hauria afegit més vida a la seqüència. Tanmateix, tot i aquests petits detalls, el resultat en l'àmbit personal em sembla excel·lent.

- **Transicions:**

Un dels elements en els quals he volgut invertir de manera significativa, a més de l'animació, són les transicions. A través d'aquestes, he assolit crear un producte amb un fil conductor molt potent que manté l'espectador connectat de principi a fi. Les transicions s'han aplicat de manera natural i fluida, facilitant els canvis d'escena, com per exemple la transició d'una animació 2D a una filmació, entre altres exemples. Aquesta decisió ha afegit un valor especial a l'animació i ha contribuït a una experiència visual més enriquidora per al públic.

- **Textures:**

Considero que l'animació i les transicions són els pilars forts del projecte i no tinc gaires qüestions sobre ells personalment. No obstant això, m'hauria agradat treballar més amb les textures. Com ja he explicat anteriorment en la memòria, un dels aspectes que canviaria és la representació del fum. Crec que hauria aportat un salt qualitatiu si, en lloc d'utilitzar una textura monocromàtica, hagués aplicat una textura en 3D amb ombres a les partícules de fum. Per tant, aquest seria un factor de canvi en els meus projectes en futurs treballs, l'atreviment amb les textures.

- **Efectes de so:**

Un segon factor que modificaria en el futur, o més aviat en el qual demanaria ajuda externa, són els efectes de so. Reconec que aquest aspecte del producte no ha estat al nivell que desitjava, especialment perquè la meua oïda té dificultats per percebre les diferències en els efectes sonors. Tot i que em desenvolupo bé en el poliment dels detalls visuals, em resulta més complicat treballar amb el so. En aquest cas, ja que el projecte era individual, no vaig buscar assistència externa, però en projectes futurs consideraria l'ajuda d'un professional per potenciar aquest aspecte del producte.

14. Pressupost

El cost de producció d'un vídeo animat d'aproximadament 1:30 minuts amb un estil d'animació semblant al de Kurtzgesagt pot variar considerablement en funció de diversos factors. Algunes de les consideracions que poden influir en el cost inclouen:

1. Complexitat de l'animació:

L'estil d'animació implementat es caracteritza per la seva alta qualitat i detall. Si vols aconseguir un nivell d'animació amb detalls, personatges detallats i moviments suaus, això augmentarà el cost de producció.

2. Durada del vídeo:

Encara que el vídeo té una durada d'1:30 minuts, és important tenir en compte que cada segon d'animació pot requerir una quantitat significativa de treball. Tots els plans que apareixen en el curt tenen una durada similar, però el temps invertit en aquests no. A mesura que augmenta la durada del vídeo, el cost de producció augmenta proporcionalment.

3. Equip de producció:

El cost de producció també dependrà dels professionals involucrats. Això inclou animadors, dissenyadors de personatges, artistes de fons, editors de vídeo i professionals de so. Els honoraris i les tarifes de cada membre de l'equip poden variar en funció de la seva experiència i reputació. En aquest cas a l'haver estat creat per un únic membre i que a més, seria el seu primer projecte professional, el cost d'aquest tot i la qualitat de producte, disminueix.

4. Locució i música:

Si el vídeo requereix veu en off professional o música personalitzada, això també sumarà al cost total. Les tarifes dels locutors i dels músics varien en funció del seu prestigi i experiència. En aquest cas, aquest apartat no es veuria afectat, ja que tot el material de so ha estat extret de galeries gratuïtats, tot i això, en cas d'haver fet una inversió en aquest, hagués millorat la qualitat, però en paral·lel també el cost.

Donada la complexitat de valorar el cost de producció en un cas hipotètic en què només ha treballat una persona en les diferents tasques en lloc d'un equip, el resultat pot allunyar-se de la realitat. Per aquest motiu, he investigat els diversos rols professionals que estarien implicats en la feina que he fet durant aquests mesos i he analitzat els convenis respectius de la indústria de la Producció Audiovisual, així com les tarifes que es poden trobar a Domestika, per obtenir una idea més precisa dels costos implicats.

ROLS IMPLICATS:

• Director d'art:

El director d'art és responsable de la direcció artística global d'un projecte. Supervisa els aspectes visuals, com el disseny de personatges, els escenaris, el color i l'estil artístic per assegurar-se que s'ajustin a la visió general del projecte.

- **Guionista:**
El guionista és l'encarregat d'escriure el guió o la narració del projecte. Desenvolupa la història, els diàlegs i les accions dels personatges per crear una estructura narrativa. El guionista treballa acompanyat del director per assegurar-se que el guió compleixi amb la visió artística i els objectius del projecte.
- **Storyboarder:**
El storyboarder transforma el guió en una seqüència visual d'il·lustracions estàtiques. Cada il·lustració representa una escena o un moment clau de la narració i serveix com a guia visual per a la producció. El storyboarder ajuda a visualitzar la seqüència de les escenes i a planificar els moviments de càmera i les transicions.
- **Il·lustrador:**
L'il·lustrador és l'encarregat de crear les imatges visuals per a l'animació. Poden dissenyar personatges, escenaris, objectes i altres elements gràfics que apareixeran a l'animació. L'il·lustrador treballa acompanyat del director d'art per assegurar-se que els seus dibuixos s'adeqüin a l'estil i la visió de l'animació.
- **Animador:**
L'animador pren les il·lustracions i els dona vida mitjançant el moviment. Utilitza tècniques d'animació per crear la il·lusió del moviment fluid i realista dels personatges i els objectes.
- **Editor de vídeo:**
L'editor de vídeo és responsable de la postproducció i el muntatge dels materials d'animació. Treballa amb les seqüències d'animació, els elements visuals, l'àudio i els efectes visuals per crear el resultat final. L'editor de vídeo assegura que la narració sigui coherent, fa ajustos de temps, afegeix transicions i efectes, i s'encarrega de la qualitat general de la producció.
- **Tècnic en càmera:**
El tècnic en càmera és responsable de configurar i manipular les càmeres per capturar els elements visuals necessaris per a l'animació. Això pot incloure l'ús de càmeres físiques o eines de càmera virtual per definir les perspectives, els angles i els moviments de càmera.
- **Compositor musical:**
El compositor musical és l'encarregat de crear la música original per a l'animació. Treballa estretament amb el director per entendre l'atmosfera, l'emoció i l'estil de l'animació. El compositor crea composicions musicals que complementen i realcen les escenes visuals de l'animació.
- **Tècnic de so:**
El tècnic de so és responsable de la captura i l'edició dels efectes de so per a l'animació. Aquest professional enregistra i edita els efectes de so, com ara sorolls ambientals, diàlegs i efectes especials. Treballa estretament amb l'editor de vídeo per assegurar-se que l'àudio s'ajusti adequadament a les imatges visuals i compleixi amb els estàndards de qualitat de so.
- **Locució:**
El locutor és la persona que proporciona les veus per als personatges o les narracions de l'animació. El locutor treballa amb el director per comprendre l'estil, la personalitat i les

intencions dels personatges. Gravant la seva veu i aplicant-hi les expressions i entonacions adequades, el locutor dona vida als personatges i ajuda a transmetre la història i les emocions de l'animació.

Taula 19. Pressupost

OFICI	DIES	HORES	PREU HORA	TOTAL (€)
Director d'art	4	20	18	360
Guionista	3	16	18	288
Storyboarder	2	12	16	192
Il·lustrador	17	128	16	2048
Animador	20	152	17	2584
Editor de vídeo	5	20	15	300
Tècnic en càmera	2	8	17	136
Compositor musical	--	--	18	0
Tècnic de so	7	8	17	136
Locució	1	2	18	36
TOTAL	61	366		6080€

És important tenir en compte que aquesta és només una estimació i que s'ha buscat ser el més realista possible en tot moment. Dit això, després d'aquest treball de recerca, he arribat a la conclusió que el valor aproximat de tot el treball invertit durant aquests mesos seria d'aproximadament 6080 €. Considerant-ho de manera totalment objectiva, trobo que aquesta xifra és coherent.

15. Anàlisi de mercat

Per a elaborar una anàlisi del potencial del producte que estic presentant en el mercat actual i en els anys que venen, és important identificar el sector al qual pertany. En aquest sentit, aquest producte es classifica com a contingut audiovisual que ha estat creat utilitzant exclusivament mitjans i eines digitals. A partir d'aquesta base, un bon punt de partida per a avaluar el mercat potencial d'un producte similar és analitzar l'evolució del sector audiovisual en la creació de continguts.

En aquest sentit, és sumament interessant estudiar l'informe publicat per ACCIÓ i la Generalitat de Catalunya el gener del 2023 sobre el sector audiovisual a Catalunya. Aquest informe proporciona una visió detallada de l'evolució i el creixement previst per al sector audiovisual en els pròxims anys. És crucial analitzar tant el creixement anual esperat com els percentatges de potencial d'ocupació per a cada subsector, ja que això ens donarà una visió completa de les oportunitats i el potencial de creixement en cada àrea.

Per comprendre les dades a Catalunya, és rellevant analitzar primer la tendència global de la indústria audiovisual. L'any 2022, a escala mundial, la indústria audiovisual va generar uns ingressos de 2,5 bilions de dòlars, amb un creixement del 8% respecte a l'any 2021. A més, el sector de l'entreteniment a escala global té una tendència clara de creixement, amb una projecció excel·lent que s'estima que augmentarà a una taxa anual del 4,6% fins a l'any 2026.

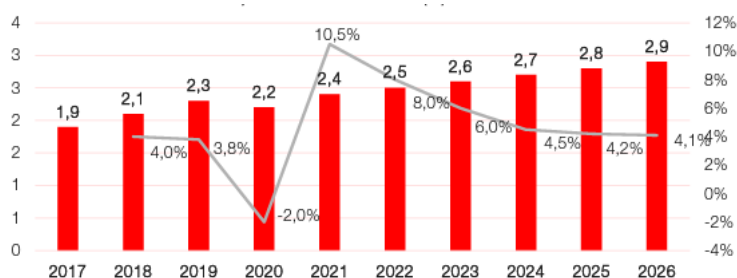


Figura 31. Ingressos globals totals del sector audiovisual (milers de milions de dòlars dels EUA) i creixement interanual (%), 2017-2026

Dins de l'àmbit audiovisual, el sector de la publicitat en línia és el que m'interessa per al meu producte. Segons l'informe, es preveu que els ingressos globals de la publicitat en línia creixin a una taxa del 9,1% entre el 2021 i el 2026, arribant a una xifra impressionant de 723.600 milions de dòlars.

Tornant al mercat local, el panorama sembla prometedori, ja que Catalunya es consolida com una indústria audiovisual forta i innovadora. Destaca especialment el nombre de startups catalanes del sector, amb 198 empreses emergents, la qual cosa representa el 10% del total de startups a Catalunya. Aquesta xifra suposa un increment del 51% en comparació a fa cinc anys.

El potencial de Catalunya en aquest àmbit també ha estat reconegut pels líders del sector, els quals han decidit invertir en aquesta regió. Les dades recents entre el 2018 i el 2022 mostren que Catalunya ha rebut 84 projectes, amb una inversió de 566,2 milions d'euros i la creació de 4.976 llocs de treball. Aquestes xifres representen un augment del 52,7% en el nombre de projectes, un 18,2% en la inversió de capital i un 99,6% en la generació de llocs de treball en comparació amb el període entre el 2013 i el 2017.

Catalunya és la cinquena regió de la Unió Europea amb el nombre més gran de projectes en les indústries creatives, la tercera en termes de creació d'ocupació i la tercera en inversió de capital. Aquests indicadors posen de manifest la vitalitat i l'atractiu del sector audiovisual a Catalunya, amb un ecosistema empresarial vibrant i un entorn propici per a la innovació i la inversió.

Pel que fa a la facturació del sector audiovisual català, ha experimentat un creixement de més del 5% en comparació amb l'any anterior. Tot i això, és important assenyalar que el negoci de l'entreteniment audiovisual representa només el 37% de les empreses del sector.

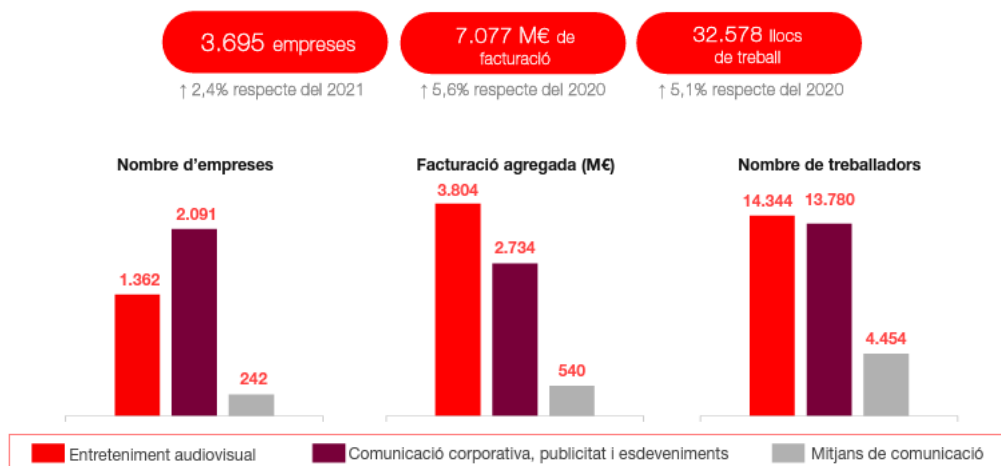


Figura 32. Facturació del sector audiovisual català

Aquestes xifres demostren l'enorme potencial que ofereix el mercat de la publicitat en línia tant a escala mundial com a Catalunya. És un sector en constant creixement, impulsat pel canvi en els hàbits de consum i l'augment de la connectivitat digital. Aprofitar aquesta tendència positiva pot ser una gran oportunitat per aconseguir un èxit significatiu en el mercat de la publicitat en línia i maximitzar el rendiment del meu producte.

FONTS DE CONSULTA:

ACCIÓ. *El sector audiovisual a Catalunya.* [En línia] [Data de consulta: 08/06/2023]. < https://www.accio.gencat.cat/web/.content/bancconeixement/documents/informes_sectorials/Audiovisual-informe-sectorial.pdf >

16. Conclusions

Aquest projecte ha estat un dels reptes més importants tant en l'àmbit acadèmic com personal. Encara que ja havia dut a terme projectes similars en el passat, sempre m'ha agradat posar en pràctica els coneixements adquirits durant la meva formació universitària. No obstant això, des del principi era conscient que aquesta aventura requeriria una investigació i una dedicació exigents per assolir els objectius establerts i presentar un producte multimèdia digne per a una campanya professional.

Tot i que sempre hi ha espai per a la millora, considero amb la mà al cor, que el resultat obtingut és molt satisfactori, tant personalment com professionalment. Ha estat una prova realment exigent que m'ha permès prendre consciència de les meves pròpies competències i superar-me.

Revisant els objectius inicials, m'adono que, tot i tenir les idees clares i l'enfocament definit, el projecte ha estat en constant evolució i ha experimentat canvis i circumstàncies imprevistes. La idea inicial amb la qual vaig començar i la que finalment he aconseguit són pràcticament la mateixa, però el camí per arribar-hi ha estat ple de giragonses i factors sorpresa que han permès que aquests objectius s'assolissin i es contrastessin de manera natural i coherent. Durant aquest procés, he desenvolupat habilitats en l'ús de programari 2D, fruit de la perseverança i la dedicació constants. És probable que, si hagués de començar de zero aquest treball, obtindria un producte semblant, però amb tècniques i habilitats diferents. I això és una de les coses més belles i interessants d'aquest ofici, la constant evolució i aprenentatge.

Pel que fa al treball en si, ha estat exigent i ha requerit dedicar moltes hores a la creació d'aquests petits materials gràfics. No obstant això, aquests materials compleixen el seu propòsit fonamental: conscienciar i transmetre als espectadors la importància de l'emergència climàtica.

Pel que fa al procés de creació, ha tingut els seus moments bons i complicats. La clau ha estat la recerca i la perseverança per saber com abordar cada situació. Tot i que algunes fases de creació, com la digitalització de les il·lustracions, m'han resultat feixugues i lentes, el fet d'haver tingut paciència i ser meticulós en la creació dels elements ha permès que pogués gaudir molt més de la fase d'animació.

A més a més, aquesta aproximació ordenada i estructurada ha facilitat la modificació d'elements per adaptar-se a diferents formats, com ara els vídeos horitzontals i verticals. Tot i ser les mateixes escenes, les composicions varien significativament, ja que l'espai és totalment diferent. Gràcies a la claredat i l'organització amb la qual he elaborat el projecte, he pogut realitzar aquestes modificacions sense cap dificultat i assegurant una coherència visual en tot moment.

A part, he aconseguit dedicar temps addicional per complementar el projecte amb altres materials gràfics, com ara missatges informatius, un butlletí i un filtre. A través del reaprofitament dels elements existents, he pogut explorar diferents àrees de la multimèdia i demostrar la meua capacitat d'improvisació per millorar el producte final.

Aquesta oportunitat de treballar en diferents sectors de la multimèdia ha estat una experiència enriquidora. Els missatges informatius m'han permès presentar informació complexa de manera visualment atractiva i comprensible, proporcionant una forma concisa de transmetre els conceptes clau relacionats amb el canvi climàtic. El butlletí ha estat una eina eficaç per difondre el missatge del projecte de manera més extensa i detallada, arribant a un públic més ampli i proporcionant recursos addicionals per aprofundir en el tema. A més, el desenvolupament d'un filtre ha afegit una dimensió interactiva a la campanya, permetent als usuaris participar activament i compartir el missatge amb la seva pròpia xarxa de contactes.

Aprofitar els elements existents i expandir el projecte cap a altres àrees de la multimèdia ha estat un repte gratificant. M'ha obligat a explorar noves habilitats i a adaptar-me a diferents formats i plataformes. A més, m'ha permès mostrar la meua versatilitat i flexibilitat com a professional de la comunicació multimèdia, essent capaç de respondre de manera creativa a les necessitats emergents i millorar el producte final de manera significativa. Cal destacar la importància d'establir una base sòlida. Encara que en un principi semblés que el projecte no avançava prou ràpidament, el temps invertit en una planificació adequada i en la investigació de la idea ha estat fonamental. Aquesta base ha permès desenvolupar un estil propi, dinàmic, atractiu i modern, adaptat al mercat actual. Això fa que el resultat final sigui encara més valuós, ja que, a més de tenir un impacte social rellevant, reflecteix la meua empremta i identitat.

En resum, aquest projecte ha representat un gran repte tant a escala acadèmica com personal. Ha requerit una dedicació exhaustiva i la utilització de tècniques d'animació 2D per representar visualment els conceptes i idees relacionades amb el canvi climàtic. He après a presentar la meua feina de manera clara i concisa, utilitzant un llenguatge i un format adequats per a un treball acadèmic. He desenvolupat habilitats per crear una narrativa efectiva i atractiva per comunicar el missatge, així com habilitats en l'ús de programari 2D per crear l'animació. Durant el procés, he estat capaç d'analitzar críticament l'efectivitat de les tècniques gràfiques i la narrativa emprades, adaptant-les i millorant-les segons les necessitats. Tot plegat, aquest projecte m'ha proporcionat un aprenentatge valuós i m'ha permès créixer tant en l'àmbit personal com professional en el camp de l'animació i la comunicació.

17. Bibliografía web

Before the Flood. *Before the Flood.* [En línea] [Data de consulta: 07/03/2023]. < www.beforetheflood.com >

The Story of Stuff Project. *A Global Solution to Plastic Pollution.* [En línea] [Data de consulta: 07/03/2023]. < <https://www.storyofstuff.org/> >

ClimateMusic. *Science + Music + Action.* [En línea] [Data de consulta: 07/03/2023]. < <https://climatemusic.org/> >

Chinese University of Hong Kong. *VIRTUAL TOUR.* [En línea] [Data de consulta: 07/03/2023]. < <https://www.mocc.cuhk.edu.hk/en-gb/museum/virtual-tour> >

EcoHeroes. *Three EcoHeroes.* [En línea] [Data de consulta: 07/03/2023]. < <https://threecoheroes.com/game/> >

THE YEARS PROJECT. *THE YEARS PROJECT.* [En línea] [Data de consulta: 07/03/2023]. < <https://theyearsproject.com/> >

National Today. *HISTORY OF NATIONAL DUMP THE PUMP DAY.* [En línea] [Data de consulta: 07/03/2023]. < <https://nationaltoday.com/national-dump-pump-day/> >

Greenpeace International. *Save the Arctic and Free the Arctic 30.* [En línea] [Data de consulta: 07/03/2023]. < <https://youtu.be/jV9BLjzgS7E> >

Naciones Unidas. *¿Qué es el cambio climático?.* [En línea] [Data de consulta: 08/03/2023]. < <https://www.un.org/es/climatechange/what-is-climate-change> >

GreenPeace. *CAMBIO CLIMÁTICO.* [En línea] [Data de consulta: 08/03/2023]. < <https://es.greenpeace.org/es/trabajamos-en/cambio-climatico/> >

GenCAT. *El canvi climàtic.* [En línea] [Data de consulta: 08/03/2023]. < <https://canviclimatic.gencat.cat/ca/canvi/> >

Ministerio Transición Ecológica. *Qué es el cambio climático.* [En línea] [Data de consulta: 08/03/2023]. < <https://www.miteco.gob.es/es/cambio-climatico/temas/cumbre-cambio-climatico-cop21/el-cambio-climatico/> >

Wikipedia. *Cambio climático.* [En línea] [Data de consulta: 08/03/2023]. < https://es.wikipedia.org/wiki/Cambio_clim%C3%A1tico >

GenCAT. *Canvi climàtic.* [En línea] [Data de consulta: 09/03/2023]. < https://mediambient.gencat.cat/ca/dades-documentacio/estadistica/indica_dors-i-estadistiques/canvi-climatic/ >

GenCAT. *Oficina Catalana del Canvi Climàtic.* [En línea] [Data de consulta: 09/03/2023]. < <https://canviclimatic.gencat.cat/ca/oficina/> >

GenCAT. *Publicacions i informes.* [En línea] [Data de consulta: 09/03/2023]. < <https://canviclimatic.gencat.cat/ca/oficina/publicacions/> >

GenCAT. *Infografies.* [En línia] [Data de consulta: 09/03/2023].
< <https://canviclimatic.gencat.cat/ca/oficina/publicacions/infografies/> >

GenCAT. *Estadística de dades meteorològiques i monitoratge climàtic.* [En línia] [Data de consulta: 09/03/2023].
< <https://www.idescat.cat/pub/?id=clim> >

MeteoCAT. *Les projeccions de canvi climàtic.* [En línia] [Data de consulta: 09/03/2023].
< <https://www.meteo.cat/wpweb/climatologia/canvi-climatic-i-evolucio-futura-del-clima/les-projeccions-de-canvi-climatic/> >

Comisión Europea. *Consecuencias del cambio climático.* [En línia] [Data de consulta: 10/03/2023]. < https://climate.ec.europa.eu/climate-change/consequences-climate-change_es >

GreenPeace. *Aquestes són algunes de les conseqüències més preocupants del canvi climàtic sobre el medi ambient.* [En línia] [Data de consulta: 10/03/2023]. < <https://es.greenpeace.org/ca/trabajamos-en/cambio-climatico/asi-afecta-el-cambio-climatico/efectos-del-cambio-climatico-en-el-medio-ambiente/> >

Roigsat. *Les conseqüències del canvi climàtic.* [En línia] [Data de consulta: 10/03/2023]. < <https://www.roigsat.com/consequencies-canvi-climatic/> >

Mans Unides. *Conseqüències del canvi climàtic.* [En línia] [Data de consulta: 10/03/2023]. < <https://www.mansunides.org/observatori/canvi-climatic/consequencies-canvi-climatic> >

GenCAT. *Conseqüències del canvi climàtic.* [En línia] [Data de consulta: 10/03/2023]. < https://acsa.gencat.cat/ca/seguretat_alimentaria/seguretat_alimentaria_per_temes/el-canvi-climatic-i-la-seguretat-alimentaria/consequencies-del-canvi-climatic/ >

Kurzgesagt – In a Nutshell. *We WILL Fix Climate Change!.* [En línia] [Data de consulta: 11/03/2023]. < <https://youtu.be/LxgMdiyW8uw> >

Kurzgesagt – In a Nutshell. *Is It Too Late To Stop Climate Change? Well, it's Complicated.* [En línia] [Data de consulta: 11/03/2023]. < <https://youtu.be/wbR-5mHI6bo> >

Łukasz Dziedzic. *Lato.* [En línia] [Data de consulta: 12/03/2023]. < <https://fonts.google.com/specimen/Lato/glyphs> >

chachomotion. *Cómo RIGGEAR y ANIMAR un PERSONAJE completo.* [En línia] [Data de consulta: 14/03/2023]. < <https://youtu.be/FvEeYIZmDrw> >

chachomotion. *¡Cómo animar de 0 a 100 con After Effects en 30 minutos!.* [En línia] [Data de consulta: 14/03/2023]. < <https://youtu.be/xZbynxeESo> >

chachomotion. *Cómo CREAR y ANIMAR un PERSONAJE divertido Tutorial PASO a PASO de Illustrator y After Effects.* [En línia] [Data de consulta: 14/03/2023]. < <https://youtu.be/APry31yduU> >

DIEGO CREATIVO. *TUTORIAL | Cómo crear una TEXTURA TOPOGRAFICA en AFTER EFFECTS Textura animada.* [En línia] [Data de consulta: 14/05/2023]. < <https://youtu.be/--UB6ydpz8Y> >

18. Annex 1. Lliurables del projecte

Llista i descripció dels fitxers lliurats:

- Memòria del projecte maquetada amb Word i exportada en PDF:

Memòria_BredemeyerLeón_Bernat.pdf

- Presentació escrita-visual del projecte realitzat amb Adobe Illustrator i exportat en PDF:

Presentació_BredemeyerLeón_Bernat.pdf

- Presentació en vídeo editat amb Adobe Premiere i After Effects i exportat com a mp4 amb còdec H.264:

vídeoPresentació_BredemeyerLeón_Bernat.mp4

- Autoinforme d'avaluació:

Autoinforme_BredemeyerLeón_Bernat.pdf

Llista i descripció dels arxius font:

```
> Arxiu font
  > 1.Animació horitzontal
    > After Effects
      escena1_animada.aep
      escena2_1_animada.aep
      escena2_2_animada.aep
      escena3_animada.aep
      escena4_animada.aep
      escena5_animada.aep
      escena6_animada.aep
      escena7_animada.aep
      escena8_animada.aep
      escena9_animada.aep
      escena10_animada.aep
      escena11_animada.aep
      escena12_animada.aep
```

escena16_animada.aep
escena17_animada.aep
escena18_animada.aep
escena19_animada.prproj
producteTFG.aep
subtítol.aep
títol.aep
transició_escena4_5.aep
transició_escena8_9.aep

> *Illustrator*

escena1_TFG_capas.ai
escena2_1_TFG_capas.ai
escena2_2_TFG_capas.ai
escena2_2_TFG_capas_fons.ai
escena1_TFG_capas_ulls.ai
escena3_TFG_capas.ai
escena4_TFG_capas.ai
escena4_TFG_capas_ombra.ai
escena4_TFG_capas_ulls.ai
escena5_TFG_capas.ai
escena6_TFG_capas.ai
escena7_TFG_capas.ai
escena8_TFG_capas.ai
escena9_TFG_capas.ai
escena10_TFG_capas.ai
escena11_TFG_capas.ai
escena12_TFG_capas.ai
escena16_TFG_capas.ai
escena17_TFG_capas.ai
escena17_TFG_capas_línia.ai
escena18_TFG_capas.ai

escena19_TFG.ai

> *Premiere*

producteFinalTFG.prproj

producteFinal_animacióHoritzontal.mp4

> *2. Animació vertical*

> *Premiere*

producteFinalTFG_vertical.prproj
TFG_verticalResolució.prproj

producteFinal_animacióVertical.mp4

> *3. Animació vertical curt*

> *Vídeo 1*

videoCurt1.aep
Vídeo curt 1.mp4

> *Vídeo 2*
videoCurt2.aep
Vídeo curt 2.mp4

titolVideoCurt.aep

> *4. Butlletí*
 > *Illustrator*
 butlletí.ai

butlletí.png

> *5. Filtre*
 > *Illustrator*
 FiltreIG.ai

 > *Meta Spark Studio*
 filtre.arproj

vídeoFiltre.mp4

> *6. Missatge informatiu*
 > *After Effects*

 > *Illustrator*
 infografia1.ai
 infografia2.ai
vídeoMissatge.mp4
foto1Missatge.png
foto1Missatge.png

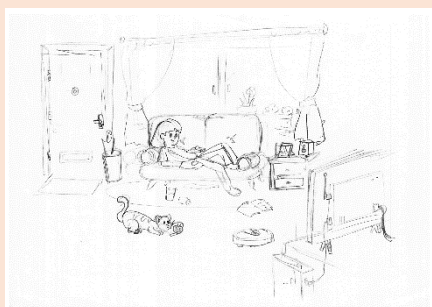
Llista i descripció del arxiu corpus:

> *Corpus*
producteFinal_animacióHoritzontal.mp4
producteFinal_animacióVertical.mp4
Vídeo curt 1.mp4
Vídeo curt 2.mp4
butlletí.png
vídeoFiltre.mp4
vídeoMissatge.mp4
foto1Missatge.png
foto1Missatge.png

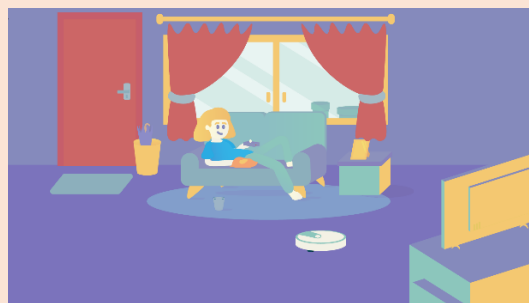
19. Annex 2. Libre d'estil

19.1. Escena 1 – Pla 1

ESBOS



IL·LUSTRACIÓ

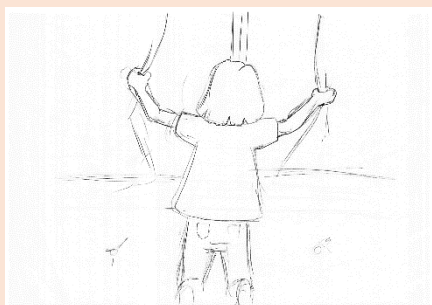


PALETA DE COLORS:



19.2. Escena 1 – Pla 2

ESBOS



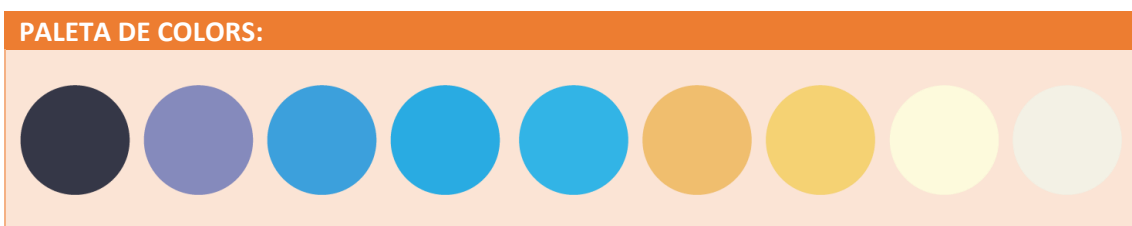
IL·LUSTRACIÓ



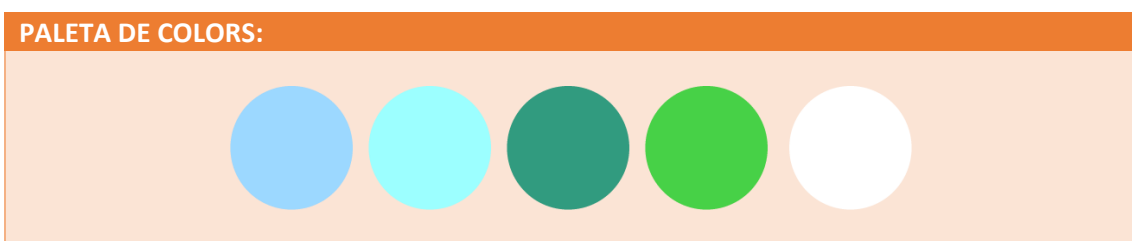
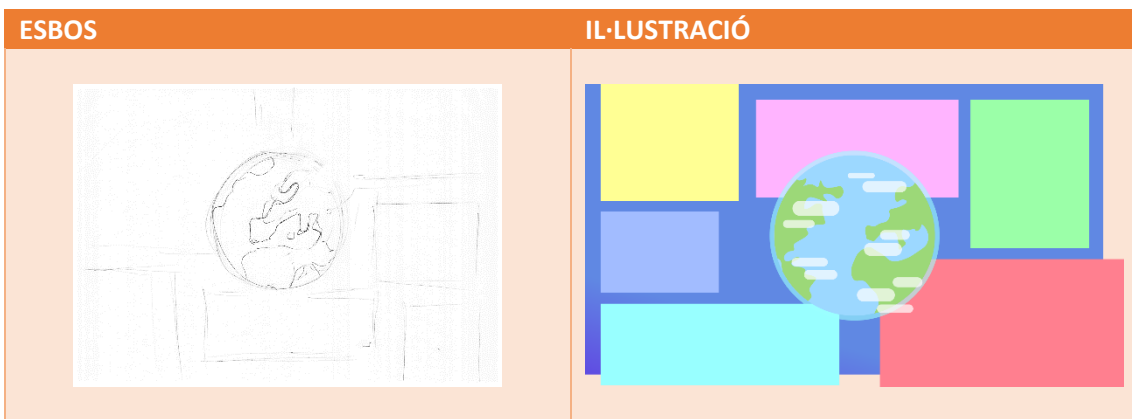
PALETA DE COLORS:



19.3. Escena 1 – Pla 3

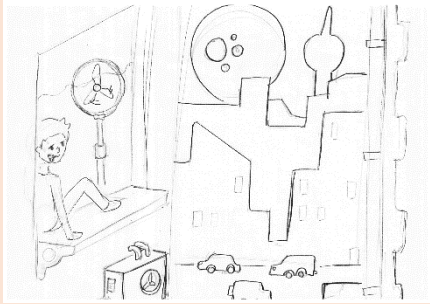


19.4. Escena 2 – Pla 1



19.5. Escena 3 – Pla 1

ESBOS



IL·LUSTRACIÓ

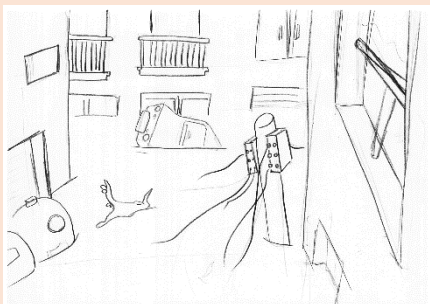


PALETA DE COLORS:



19.6. Escena 4 – Pla 1

ESBOS



IL·LUSTRACIÓ



PALETA DE COLORS:



19.7. Escena 5 – Pla 1

ESBOS



IL·LUSTRACIÓ

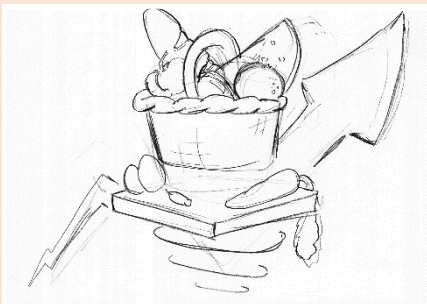


PALETA DE COLORS:



19.8. Escena 6 – Pla 1

ESBOS



IL·LUSTRACIÓ

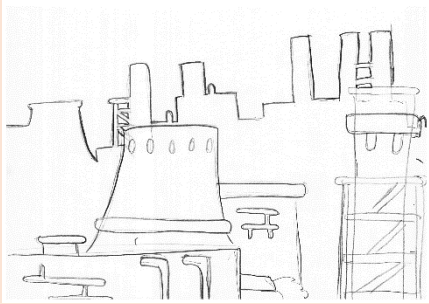


PALETA DE COLORS:



19.9. Escena 7 – Pla 1

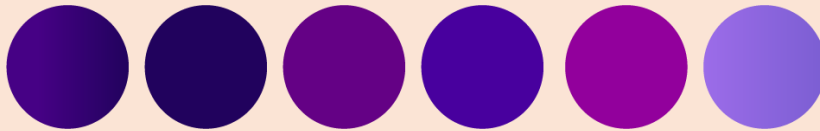
ESBOS



IL·LUSTRACIÓ

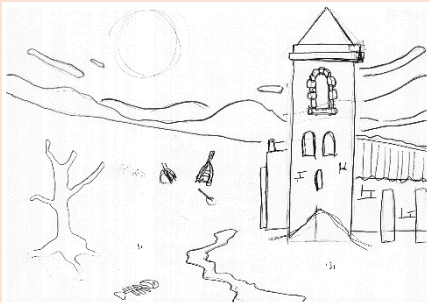


PALETA DE COLORS:

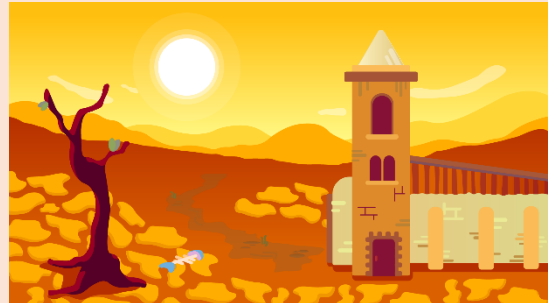


19.10. Escena 8 – Pla 1

ESBOS



IL·LUSTRACIÓ

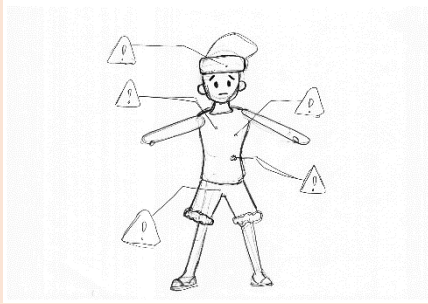


PALETA DE COLORS:

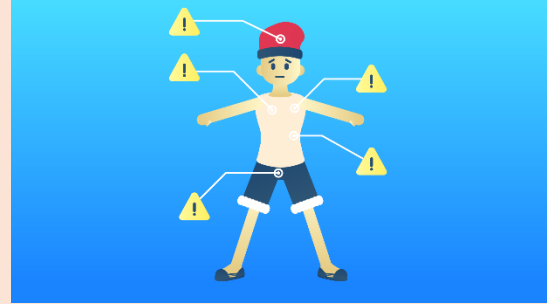


19.11. Escena 9 – Pla 1

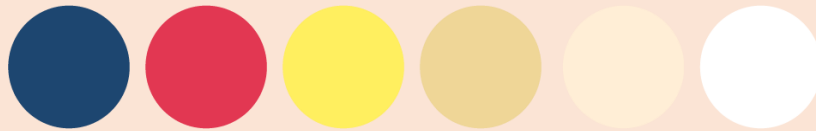
ESBOS



IL·LUSTRACIÓ

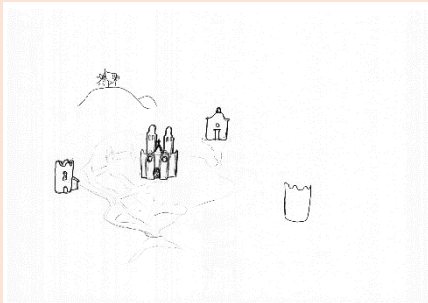


PALETA DE COLORS:

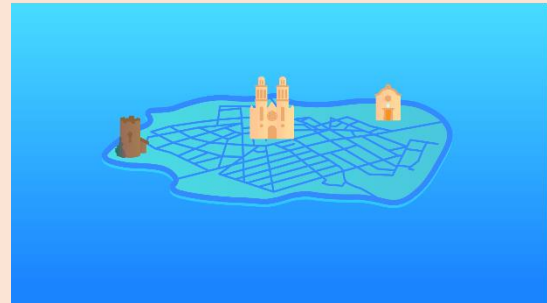


19.12. Escena 10 – Pla 1

ESBOS



IL·LUSTRACIÓ



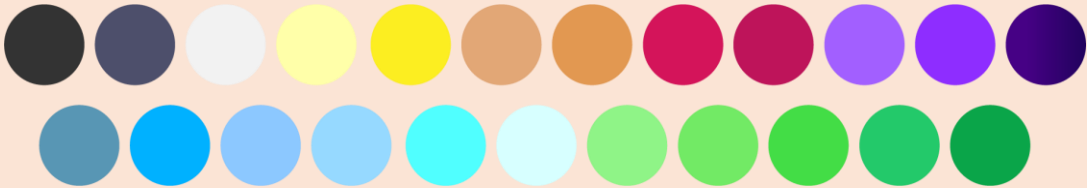
PALETA DE COLORS:



19.13. Escena 11 – Pla 1

ESBOS	IL·LUSTRACIÓ
	


PALETA DE COLORS:



19.14. Escena 15 – Pla 1

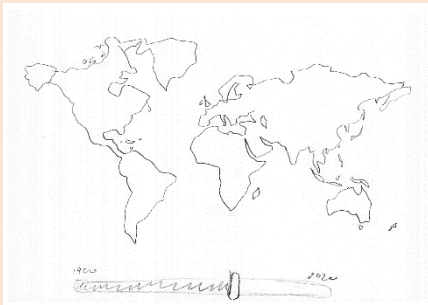
ESBOS	IL·LUSTRACIÓ
	

PALETA DE COLORS:



19.15. Escena 16 – Pla 1

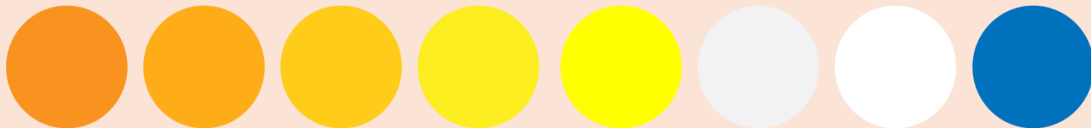
ESBOS



IL·LUSTRACIÓ



PALETA DE COLORS:



19.16. Escena 17 – Pla 1

ESBOS



IL·LUSTRACIÓ

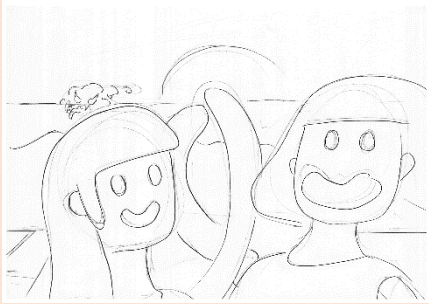


PALETA DE COLORS:



19.17. Escena 17 – Pla 2

ESBOS



IL·LUSTRACIÓ



PALETA DE COLORS:

