

ETAPA N° 4 DEL PROYECTO INTEGRADOR

GoWon

Animación de una aplicación

Candela Arigós [Comunicación Digital] 0116215

Sol Fleischer [Comunicación Digital] 0118035

Sofía Martinotti [Diseño Digital] 0118597

Lucrecia Sena [Diseño Digital] 0118049

**Diseño de Imagen y Sonido / Prof. Edwin Giancarlo Rojas Marín /
2023 – 1er cuatrimestre**

gowon

Relevamiento

GoWon se trata de una aplicación de transporte proveedora de movilidad como un servicio para el usuario.

Se destaca ya que no es una persona humana la que conduce, sino que es un sistema robot que actúa con características de inteligencia artificial y se presenta a través de un holograma de partículas.

Se busca satisfacer al usuario en el viaje, de manera que se sienta cómodo y seguro.

Responde consultas mediante el Chat GPT, brinda cualquier tipo de servicio, desde mandar un mensaje hasta recordar una respuesta del examen.

Won es un robot amigo que cumple tus necesidades y brinda confianza y confort en sus viajes.

¿En qué nos inspiramos?

La idea surge a partir del concepto de diferentes aplicaciones, películas y servicios, tales como Her, Jarvis, Iron Man, Siri y Alexa o hasta el Chat GPT.

También en nuestra competencia, como Uber, Didi o Cabify, aunque se busca distinguir a GoWon dando un paso más y utilizar inteligencia aritifical.

Se busca resolver una problemática hoy en día que es la inseguridad y el poder cumplir cualquier necesidad que tenga el pasajero durante el viaje.

How Might We

Luego de tener la idea en mente, corresponde plantearse una pregunta la cual permite re-frasear las dificultades, los problemas o las barreras que se encuentran sobre el tema haciendo preguntas con el formato “How might we..?” es decir “Cómo podríamos...?”, ayudando a sintetizar los retos que hay sobre este.

En este caso, se planteó la siguiente pregunta:

¿Cómo podríamos ayudar a jóvenes a que puedan trasladarse de un lugar a otro de manera segura y cubriendo cualquier tipo de necesidad?

Y gracias a ella se llegó a comprender a quienes estaba dirigida la aplicación y que tipo de servicio habría que brindar finalmente.

Competencia

A la hora de tener la idea, se presentaron diversos desafíos los cuales ayudaron a mejorar la calidad de la aplicación y la diferencia con otras aplicaciones similares; siempre tratando de ser mejor o en cierto modo brindarle mejores servicios al cliente, y que este esté lo mas satisfecho posible.

Por eso, no se dudó de la competencia que existía y en base a ellas, el producto intenta ser un poco mejor

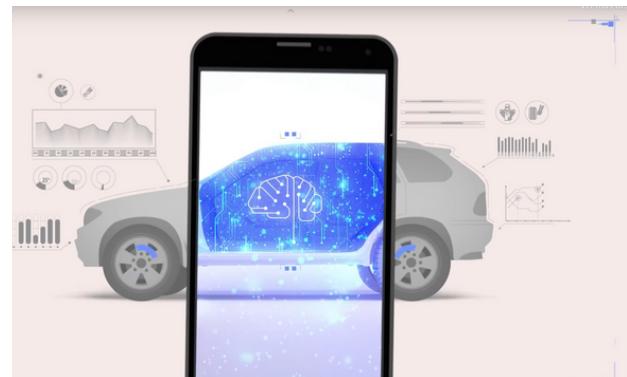
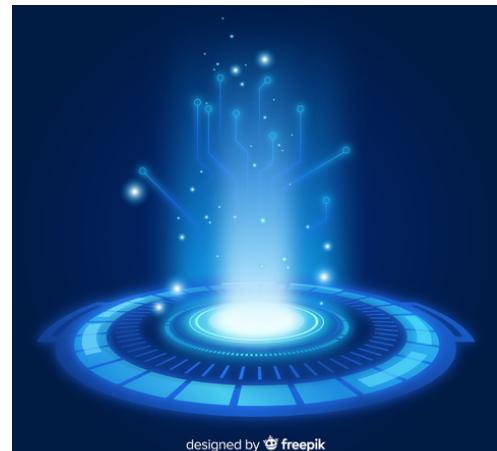
Si bien, se habla de competencia en aquellas aplicaciones o servicios que brindan resultados similares a la idea, en este caso, vehículos que trasladen a las personas a donde necesiten llegar; sin importar el tiempo, espacio y horario.

Se habla entonces, de aplicaciones tales como Uber, Cabify o Didi. Las cuales brindan servicios similares a GoWon, aunque no se trate de inteligencia artificial.

Cabe destacar que gracias a la competencia, GoWon trata de crear una buena experiencia e interactividad con el usuario, haciendo sus viajes más dinámicos y proactivos.

Se trata de la personalidad de la marca, la cual intenta fidelizar y comprender las necesidades del usuario, generando una gran calidad y experiencia de viaje. La cual se destaque por sobre la competencia.

Moodboard



Guión

Una vez planteada la idea, se prosigue la realización del guión, donde se presentan los personajes. En ese caso, principalmente a Won, el robot amigo que acompaña a los pasajeros durante todo el viaje y luego a las estudiantes.

En lo que respecta a la estructura del guión, se decidió hacer una publicidad más dinámica, donde se muestran tres escenarios distintos que suceden al mismo tiempo, donde se plantean conflictos justamente diferentes, los que Won se encarga de resolver.



Público objetivo

Realizado el guión, se piensa el público objetivo, es decir, a quien o quienes está dirigida esta aplicación.

Antes de buscar al público, es importante saber que tienen en común los conflictos y los escenarios.

En ese caso, son todas pasajeras estudiantes de la universidad y están yendo a rendir un examen.

Entonces, puede decirse que el público objetivo son los estudiantes, quienes están en apuros y deben llegar rápidamente a su institución, algunos que olvidan desayunar, otros que simplemente quieren estudiar y necesitan música ambiente, otros que olvidan sus apuntes.

La idea entonces, está en enfocarse en los estudiantes a quienes le surgen diversos conflictos y Won, su robot de confianza puede resolver y asistirlos.



Escenarios

En cuanto a los tres escenarios mencionados anteriormente, el primero se trata de Candela, quien olvida sus apuntes y pide ayuda a Won sobre el tema a repasar.

El segundo se trata de Sol y Lucrecia, que no les dio el tiempo para desayunar y le piden a Won que encargue un desayuno para cuando lleguen a la universidad.

Y por último se muestra a Sofía que está estudiando y la llama su madre, entonces le pide a Won que responda por ella.



Preguntas retóricas

Si bien, una vez planteado el guión, se tuvieron en cuenta aspectos y problemáticas para el público objetivo, las cuales el sistema robot puede y debe resolver.

Debido a esto, para poder comprender la idea se plantearon distintas preguntas que sirvieron como disparadoras para la hora de la edición y el montaje.

En ese caso, se pensaron preguntas retóricas, las cuales no esperan una respuesta, sino que invitan a la reflexión. Cumplen un funcionamiento estratégico discursivo y argumentativo.

Gracias a ellas, es posible que el usuario/público comprenda la idea.

¿Cuántas veces te paso de olvidarte tus apuntes en tu casa?

¿Cuántas veces no te dio tiempo de desayunar?

¿Cuántas veces te llamaron en el peor momento?

Identidad Visual

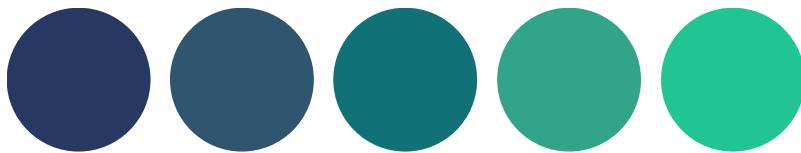
Para el logo y la paleta cromática, se pensaron colores más "tecnológicos" que llevan a la innovación, como lo es el azul y el verde.

Para la tipografía del logotipo se utilizó una de estilo Sans Serif, de bordes redondeados que remiten a la confianza y el confort.

Logo



Paleta crómatica



Tipografías complementarias

Comfortaa bold
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz

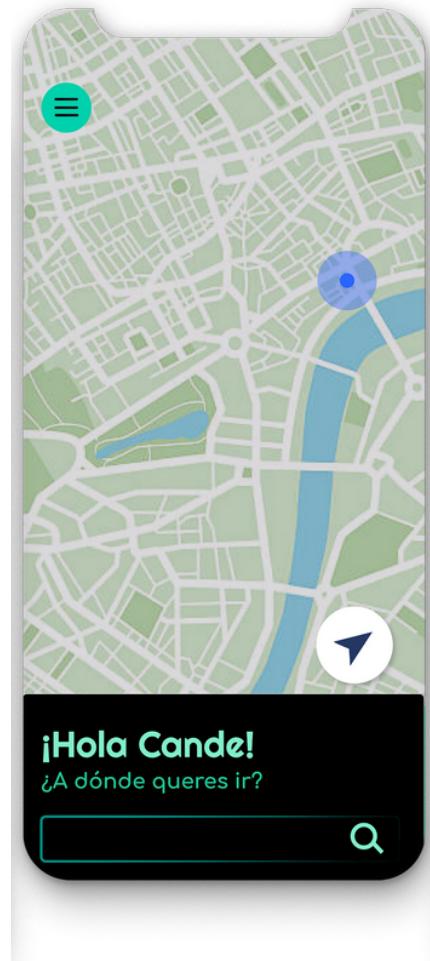
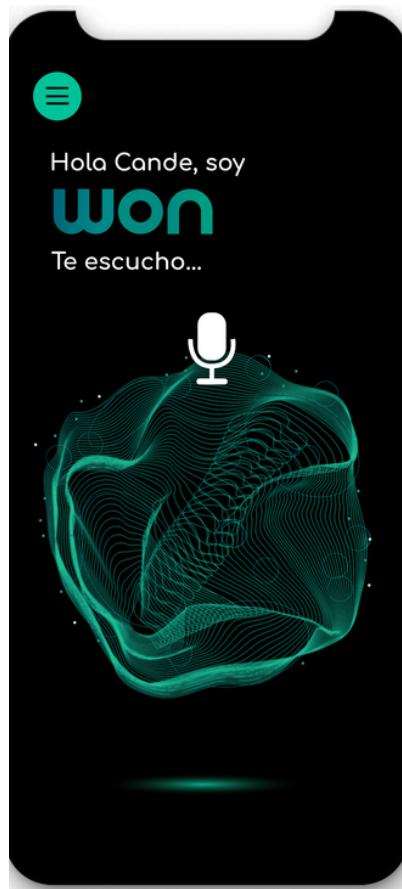
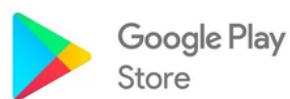
Righteous regular
abcdefghijklmnñó
pqrstuvwxyz

COCOCOOSE
abcdefghijklmnñopqrsu
vwxy

Mock Up

Para el mockup, es decir, el fotomontaje o maqueta, se enseña una muestra previa del proyecto, antes de lanzarse a la aplicación real.

En ese caso, sirve como una "prueba" de como se vería la aplicación vista desde el celular, junto con el ícono.



Sonido

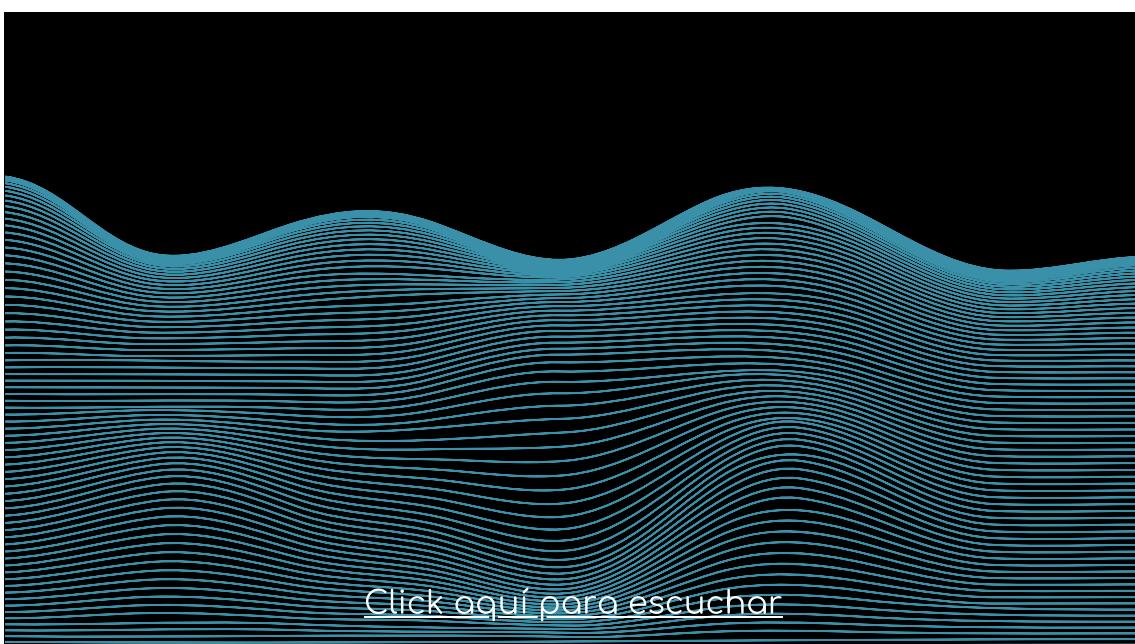
Para lo que es el sonido, en la etapa de postproducción, se buscaron efectos de sonido que en su mayoría remitan al futurismo, modernidad y tecnología avanzada.

Para la música de fondo se optó por una más dinámica, también se buscaron sonidos más realistas como el tono de llamada o el escaneo Face ID.

Por otro lado, para el momento del rodaje las realizadoras se encargaron de grabar el sonido con un micrófono corbata, para después no tener problemas con que se oye mal.

Además, al filmar en la calle se contaba con mucho sonido ambiente que generaba cierto ruido molesto en el audio.

En ese caso, a la hora de pensar los sonidos que serían aplicados posteriormente, se tuvieron en cuenta aspectos tales como la innovación, la tecnología, el confort y la era digital.



Voz Won

Por otro lado, para la voz de Won se buscaba transmitir amabilidad y a la vez la sensación de que se está hablando con tecnología avanzada. Es por eso que para el momento de su realización se grabó la voz y luego se modificó con distintos efectos para cumplir con el objetivo.

Por último en caso de tener alguna traba con el idioma de la voz predeterminada, está la opción de personificar a Won con otros idiomas o géneros. Entre ellos el italiano, inglés y un castellano más neutro. Siempre se busca la manera de que el público objetivo se sienta cómodo utilizando los servicios de GoWon.



INGLÉS



[Click aquí para escuchar](#)

ITALIANO



[Click aquí para escuchar](#)

NEUTRO



[Click aquí para escuchar](#)

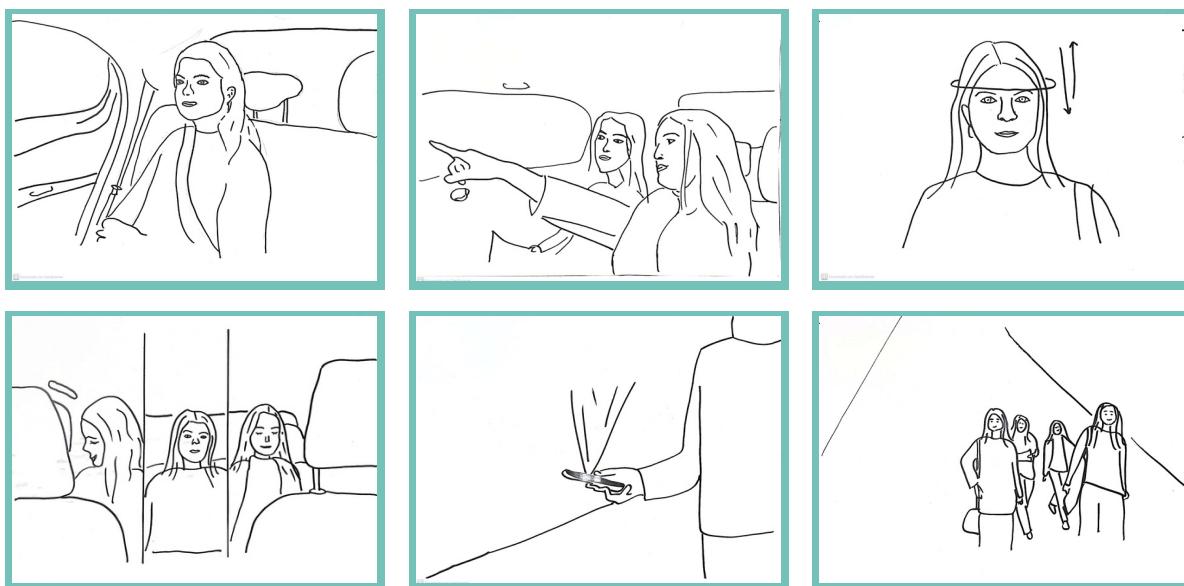
Animatic

En lo que respecta al animatic, se realizaron bocetos a mano sobre lo que se quería y hubiera gustado aplicar en el rodaje.

Estos bocetos se convirtieron en video y se le aplicaron sonidos y música para guiarse a la hora de editar y tener una idea de todo lo que se tendría que aplicar posteriormente.

Si bien, se explica con flechas lo que serían los planos, las posiciones y movimientos de cámara, además de una breve explicación de las escenas y el orden en el que tendría que verse finalmente la publicidad.

A continuación se muestran algunas imágenes del animatic.



Para verlo completo escanear el QR:



Edición

Para la edición de sonido se utilizó la aplicación Ableton Live, para todos aquellos efectos de reverberación que serían la voz de Won.

Se aplicó el montaje paralelo ya que se muestran y cuentan tres historias que suceden al mismo tiempo pero tratan de un conflicto diferente.

Para lo que sería la edición del video, se usó principalmente Adobe After Effects, donde se aplicaron las animaciones como los motion graphics, acompañados de efectos y transiciones.

Se utilizó la animación tanto 2D como 3D, lo cual fue un gran desafío, ya que se trata de intervenir la imagen real con motion graphics, y que a la vez resulte una publicidad dinámica.

Como recursos lo que más se utilizó fueron las líneas con los colores de la marca para percibir de alguna manera la imagen corporativa de GoWon; ya sea también en los sócalos, líneas, transiciones y efectos de sonido.

Se destaca el uso de las líneas discontinuas al momento de los personajes, las cuales intervienen la imagen; también el uso de mapas y mock ups de como se vería la aplicación desde un celular.

Se trabajó mucho con máscaras para hacer las transiciones y dividir las pantallas para que resulte más interactivo y dinámico.

Para corregir el color y darle contexto a las escenas, se aplicaron luces frías ajustadas con opacidad, que corresponden al "holograma" azul, generando así un ambiente.

Lo más importante de la utilización de motion graphics es que se busca remitir un mismo tono comunicacional, generando coherencia entre las escenas y la aplicación.