

# **Treball de fi de grau**

Títol

Autor/a

Tutor/a

Grau

Data

## Full Resum del TFG

**Títol del Treball Fi de Grau:**

**Autor/a:**

**Tutor/a:**

**Any:**

**Titulació:**

**Paraules clau (mínim 3)**

**Català:**

**Castellà:**

**Anglès:**

**Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)**

**Català:**

**Castellà:**

**Anglès**

## Compromís d'obra original\*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i la signatura:

**\*Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar una còpia en mà al tutor abans la presentació oral**

**Títol:** *Habits: The Hidden Déjà Vu's*

**Alumne:** Eduard Trias Grande

**Tutor:** Nicolás Lorite García

**Data:** 13 de juny del 2014

La realització d'aquest projecte s'ha centrat en la creació d'un producte audiovisual fet amb tècniques de *motion graphics* o animació, on s'expliquen de manera didàctica aspectes relacionats amb els hàbits des del punt de vista de la psicologia.

El projecte consta de dues vessants: per una banda la creació del producte audiovisual i per l'altre l'explicació escrita del procés de creació a mode de memòria, així com els objectius que es perseguien amb la creació del vídeo.

Pel que fa al vídeo, aquest explica d'una manera didàctica com es creen els hàbits, com funcionen i es comporten a més a més d'oferir unes pautes per a la seva modificació. Tot això es fa combinant animació i so amb la finalitat de crear un vídeo entenedor seguint una coherència tant estètica com del contingut que s'hi exposa.

L'objectiu d'aquest vídeo és el d'oferir un producte educatiu breu, amè i de fàcil accés, tant per a creatius del sector de la publicitat pels quals aquesta temàtica és d'especial interès, com també per a qualsevol persona que tingui curiositat amb la temàtica.

Per altra banda, la part escrita engloba les fases de pre-producció, producció i post-producció del vídeo i en elles s'hi expliquen tots els passos que s'han seguit tot justificant cadascuna de les decisions preses. Per altra banda també s'hi exposen les dificultats trobades.

Seguidament, també s'hi inclou el resultat d'un pre-test elaborat per tal d'obtenir el feedback de diverses persones després del visionat del vídeo. Això serveix per valorar si s'han assolit els objectius de comunicació plantejats a l'inici del projecte a la vegada que va permetre aplicar petites modificacions per a la millora del producte resultant.

Per últim també hi ha una valoració personal del projecte així com unes conclusions que fan referència al procés seguit i en especial al *feedback* obtingut gràcies al pre-test.

# HABITS

---

THE **HIDDEN** DÉJÀ VU'S

**AUTOR**

EDUARD TRIAS GRANDE

**TUTOR**

NICOLÁS LORITE GARCÍA

**UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA**

FACULTAT DE CIÈNCIES DE LA COMUNICACIÓ (2014)

## ÍNDEX

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| 1. Introducció                                   | 2  |
| 2. Projecte                                      | 5  |
| 2.1. Objectiu concret                            | 5  |
| 2.2. <i>Target</i>                               | 5  |
| 2.3. Procés                                      | 6  |
| 2.3.1. Pre-producció                             | 6  |
| a) Documentació                                  | 6  |
| b) Selecció                                      | 7  |
| c) Identificació de diferents estils             | 8  |
| d) Títol                                         | 9  |
| e) Guió                                          | 9  |
| f) <i>Storyboard</i>                             | 10 |
| g) Recerca de tutorials i estudi d'After Effects | 11 |
| 2.3.2. Producció                                 | 11 |
| 2.3.3. Post-producció                            | 15 |
| 3. Pre-test                                      | 17 |
| 4. Valoració                                     | 19 |
| 5. Conclusions                                   | 20 |
| 6. Bibliografia i webgrafia                      | 21 |
| 7. Annexos                                       | 23 |
| 7.1. Guió                                        |    |
| 7.2. <i>Storyboard</i>                           |    |
| 7.3. Pre-test                                    |    |

## 1. INTRODUCCIÓ

En els últims anys l'evolució d'Internet i l'aparició de noves tecnologies i dispositius, han facilitat que sorgeixin noves formes d'educació o transmissió del coneixement que poc a poc van adquirint importància. La llibertat que ofereix Internet ha permès la popularització del coneixement i portals com *Youtube*, la possibilitat d'oferir-lo en vídeo, fet que l'ha ajudat a guanyar en atractiu. Un exemple clar en són els vídeo tutorials, que avui en dia s'han convertit en una important font de coneixement que ofereixen la llibertat d'accedir a l'aprenentatge des de qualsevol lloc. També en format audiovisual, hi ha un creixent augment de les animacions o *motion graphics* destinats a mostrar informació animada als usuaris. Aquest tipus d'animacions poden complementar-se amb imatges reals amb diverses finalitats, però el seu tret característic és la claredat amb la que mostren la informació. En altres ocasions el *motion graphics* és la tècnica escollida per la totalitat del vídeo, i el flux i ritme d'animació i so s'uneixen per comunicar allò desitjat de manera atractiva i dinàmica. Ja sigui amb finalitats empresarials, informatives, didàctiques o simplement d'entreteniment.

En relació a aquest tipus de vídeos, hi ha estudis que demostren com l'ús de formats audiovisuals en la transmissió de la informació, augmenten la comprensió i el record sobre la temàtica que s'hi exposa. A més a més permet mostrar moltes dades en molt poc temps podent reproduir el vídeo tantes vegades com es desitgi.

Tenint en compte aquest context, la realització d'aquest projecte s'ha centrat en la creació d'un producte audiovisual fet amb tècniques de *motion graphics*, on s'expliquen de manera didàctica, aspectes relacionats amb la psicologia i els hàbits. Una temàtica la qual resulta d'especial interès per als professionals que treballen en publicitat, però també per a la població en general. Donada l'experiència viscuda durant els estudis de Publicitat i Relacions Públiques, la psicologia, tot i ser un camp molt important i amb relació directa amb el món de la publicitat, no sempre es tractada en prou profunditat. Així doncs oferir unes nocions bàsiques sobre determinats aspectes d'aquest camp, que tenen relació

---

<sup>1</sup> <http://uq.edu.au/tediteach/video-teach-learn/ped-benefits.html>



directa amb la manera que tenim de consumir, s'ha considerat que podia resultar útil e interessant, tant pel que fa als possibles espectadors, com per a un servidor.

Per entendre aquest projecte cal conèixer les raons que han portat a decantar-se per la temàtica i el format escollits, així com l'idioma emprat per al vídeo resultant.

A nivell personal, l'objectiu principal a l'hora d'afrontar el projecte i el que ha estat present durant tot el procés de creació ha estat l'aprenentatge, aspecte que a més a més ha condicionat positivament tot el procés. Un aprenentatge que de segur serà de profit per al futur professional.

Tenint en compte això, es va decidir perfilar el projecte cap a uns continguts teòrics que poguessin suposar un valor afegit a l'hora de fer el procés de documentació, aportessin motivació i generessin interès tant a un servidor com als futurs espectadors del vídeo. És per això que es va escollir tractar aspectes psicològics com son els hàbits, que a la vegada van molt acord amb l'àmbit professional del món de la publicitat i han ampliat els coneixements obtinguts durant el grau.

Seguint amb aquesta premissa de l'aprenentatge, es va escollir realitzar el projecte en format digital mitjançant tècniques de *motion graphics*, degut a que és una tècnica que ofereix moltes possibilitats a l'hora de comunicar. L'ús d'aquesta tècnica, va implicar partir des de zero i per tant un llarg procés d'aprenentatge degut al total desconeixement del software a utilitzar, l'*Adobe After Effects*. A més a més la creació d'aquest tipus de vídeos es perfila com una possibilitat professional a nivell personal, i per tant una motivació afegida.

Per últim, l'idioma escollit per a la creació del vídeo, va ser l'anglès ja que això implicava diversos reptes i alguns avantatges. D'entrada facilitava la recerca de documentació a la vegada que afegia motivació a aquest procés perquè implicava un doble aprenentatge tant pel que fa al contingut a llegir, com l'idioma en que es llegia. A més, també obligava a crear el guió en aquest idioma així com fer les veus en off corresponents. També es va tenir en compte que a posteriori, l'ús d'aquest idioma podia ajudar a la difusió del producte.

Lligat amb aquesta idea de difondre el producte, aquest projecte també es va realitzar amb la voluntat d'iniciar un *book* creatiu amb contingut de *motion graphics*. Així doncs el resultat final també servirà en un futur per a donar-se a conèixer i optar a possibles oportunitats professionals.

Per altra banda, la idea es que la relació amb el *motion graphics* no sigui un element anecdòtic sinó que vagi més enllà. Considerant les possibilitats i avantatges que tenen aquest tipus de vídeos, com son una major comprensió del contingut, un major record i la gran llibertat i facilitat d'accés, independentment del nivell socioeconòmic dels usuaris. No es descarta la possibilitat de fer una sèrie de vídeos curts amb contingut didàctic, fent ús de tècniques de *motion graphics* per tal d'incentivar i/o facilitar l'estudi o donar a conèixer diverses temàtiques.

Al llarg d'aquest document es fa un repàs a mode de memòria, de totes les fases de creació del projecte des de la delimitació dels objectius concrets del projecte i el seu desenvolupament, fins a la valoració del resultat final. Per a aquesta avaluació s'ha realitzat un breu pre-test a la vegada que s'hi fa una autoavaluació dels diversos moments del projecte, així com unes conclusions.

## 2. PROJECTE

### 2.1. OBJECTIU CONCRET

L'objectiu del projecte ha estat la creació d'un document audiovisual en anglès amb finalitats didàctiques per tal d'explicar des d'un punt de vista científic el funcionament dels hàbits, el procés de creació d'aquests i la seva raó de ser, així com oferir unes pautes per a la modificació d'aquests. Això es va fer buscant en tot moment facilitar la comprensió del contingut per part de l'espectador, així com fer-ho d'una manera atractiva i que facilités el record d'allò que s'hi explica. Així doncs, la finalitat principal del vídeo resultant és generar coneixement a través d'un document audiovisual. A part també servirà d'inici per endinsar-se en el món del *motion graphics* i que això obri opcions en el futur professional.

### 2.2. TARGET

El *target* a qui va dirigit el vídeo és força ampli. En un primer moment, l'objectiu era dirigir el vídeo a professionals del món de la publicitat, especialment creatius, per tal que la informació que s'hi explica, els hi fos d'utilitat en el seu dia a dia com a professionals i especialment durant el procés creatiu. Tenint en compte la importància que tenen els factors sociològics i psicològics en els comportaments de consum de la societat, es considerava que era interessant generar un contingut que donés resposta a aquest fet.

Tot i que aquest era el plantejament inicial, posteriorment s'ha considerat que el contingut del vídeo pot ser d'interès tant per als publicitaris com per tots aquells qui estiguin interessats en la temàtica. Els hàbits en definitiva és quelcom amb el que tothom hi conviu i per tant conèixer millor el seu funcionament pot ser útil per tothom independentment de la seva professió.

## 2.3. PROCÉS

El projecte ha constatat de diverses fases les quals han seguit el patró habitual de pre-producció, producció i post-producció de tota obra audiovisual. No obstant al tractar-se d'un producte audiovisual creat en la seva major part digitalment, la barrera entre les etapes de producció i post-producció, a la pràctica ha quedat diluïda. No obstant, aquí s'hi farà la separació. A part d'això, també hi va haver una part de documentació molt important, prèvia a l'inici de l'elaboració del guió.

### 2.3.1. PRE-PRODUCCIÓ

#### a) Documentació

En aquesta primera etapa de preproducció, el punt de partida va ser la tasca de documentació. Degut a la naturalesa del treball, aquest consta d'una part teòrica la qual ha d'anar sustentada per fonts fidedignes i la qual posteriorment quedarà plasmada en el vídeo.

Així doncs per dur a terme el procés de documentació, es va realitzar una recerca de llibres que des dels àmbits de la psicologia i la sociologia, tractessin el tema dels hàbits des d'un punt de vista científic i/o acadèmic. Es volia conèixer com es creen els hàbits, com funcionen i com es poden modificar. La recerca es va centrar especialment en llibres de psicologia escrits en llengua anglesa que parlessin dels hàbits, ja que aquest és l'idioma en el que es va trobar més documentació i a part anava acord amb l'idioma escollit pel vídeo final. Per fer-ho es van consultar diversos articles i *blogs* on poder llegir les opinions dels *bloggers*, així com la consulta a la web d'*Amazon* on es poden veure les valoracions dels lectors per així poder aconseguir fer una millor selecció. Gràcies a aquesta recerca, es van seleccionar una sèrie de llibres d'entre els quals, el més destacat va ser *The Power Of Habit* de Charles Duhigg. Aquesta va ser una de les fonts teòriques principals per a la posterior creació del guió, degut a la seva claredat en el tractament del tema d'interès, així com el rigor de la informació que s'hi mostra. Els altres títols escollits, tot i tractar aspectes psicològics, com ho fan *Thinking*,

*Fast and Slow, New. Understanding Our Need For Novelty and Change* o *Herd. How to Change Mass Behaviour By Harnessing Our True Nature*, no es centraven únicament en el tema dels hàbits i per tant van quedar descartats després d'una breu lectura.

Durant la lectura de *The Power of Habit* es van anar prenent notes de tots aquells aspectes vinculats amb el tema d'interès que podien ser d'utilitat per a la posterior escriptura del guió. Un cop finalitzada la lectura, es va continuar amb la recerca d'informació, aquest cop a través d'articles i *blogs* per tal de contrastar la informació i ampliar el material. En aquesta recerca es va descobrir un altre llibre d'utilitat com va ser *Sentence Comprehension: The Integration of Habits and Rules* de David J. Townsend i Thomas G. Bever, el qual va permetre complementar la informació de la que ja es disposava.

#### b) Selecció

De tota la informació recollida es va fer una selecció basada en els aspectes més rellevants per al vídeo. Per a fer-ho es van concretar els aspectes que s'hi volien tractar, com són:

1. Que és un hàbit.
2. Perquè i com es crea.
3. Morfologia i composició.
4. Funcionament.
5. Pautes a seguir per a la seva modificació.

Els aspectes escollits, van ser aquests perquè es va considerar que eren els de vital importància per a la comprensió dels hàbits així com també els de més interès per als futurs espectadors.

En aquesta selecció també es va tenir en compte la futura duració del vídeo ja que no es volia que superés de gaire els 3 minuts de duració degut a les dificultats tècniques que comportaria la seva creació. A més a més, si el vídeo és massa

llarg, es corre el risc de que l'espectador redueixi el seu nivell d'atenció i perdi eficàcia.

Amb aquestes acotacions es va procedir a fer la selecció de la informació que posteriorment va servir per al redactat del guió.

### c) Identificació de diferents estils

Per tal d'iniciar el projecte disposant d'uns referents de vídeos de *motion graphics* existents, es va fer una recerca en webs especialitzades com *motionserved.com* o d'altres com *Vimeo* i *Youtube*. Especialment *Vimeo*, té molt bon contingut ja que està més destinat als artistes i per tant s'hi van trobar molt bons referents. Amb aquesta recerca, va quedar palès l'atractiu d'aquest tipus de vídeos i també va servir per identificar estils gràfics així com moviments i transicions. Això va permetre entrar en l'univers del *motion graphics* i començar a agafar idees pel vídeo.

Alguns dels referents destacats que es van trobar a la recerca que tenen un perfil més didàctic són:

*The Innovation of Loneliness*: [http://www.youtube.com/watch?v=c6Bkr\\_udado](http://www.youtube.com/watch?v=c6Bkr_udado)

*BBC Knowledge Explainer DNA*: <http://vimeo.com/60747882>

En l'àmbit empresarial també s'utilitza aquest tipus de comunicació amb grans resultats com demostren els següents vídeos:

*The Editor*: <http://vimeo.com/channels/263244>

*Created By Apple in California*: <http://vimeo.com/77720400>

*Solea*: <http://vimeo.com/80389028>

Per últim cal destacar el vídeo *Facts About Online Vídeo* (<http://vimeo.com/29774427>) que tot i haver estat visionat fa anys, segurament va ser un dels detonants de que el projecte es vagi encaminar cap a la creació d'un

vídeo en *motion graphics*. A més a més argumenta les virtuts d'aquest tipus de vídeo.

#### d) Títol

En la selecció del títol del vídeo i per extensió el del projecte es va tenir en compte tota aquella documentació recopilada i les conclusions i sensacions que se'n havia extret. La voluntat era que el títol il·lustrés amb claredat la naturalesa dels hàbits i que a la vegada fos proper als futurs espectadors, que s'hi poguessin identificar en certa mida. Tenint en compte això i després d'un procés de reflexió, va aparèixer la idea dels *déjà vu's*, aquells moments concrets en que es te la sensació que una situació concreta ja s'ha viscut prèviament i fins i tot en alguns casos es pot en un marge de temps molt limitat, tenir la sensació de saber el que passarà posteriorment. Un cop trobat aquest concepte, no va ser difícil, salvant les distàncies, veure el clar paral·lelisme que existeix entre els *déjà vu's* i els hàbits. En els dos casos hi apareix la idea de repetició, una situació que es repeteix. Va ser d'aquí d'on va sorgir el títol *Habits: The Hidden Déjà Vu's*. Aquest títol il·lustra clarament allò que són els hàbits. Comportaments i situacions que es repeteixen una vegada i una altre però que en molts casos no se'n és conscient de que hi son, i per tant, estan amagats.

#### e) Guió

L'objectiu principal al escriure el guió era que aquest seguís el mateix ordre utilitzat en la selecció de la informació, és a dir, partir des de l'explicació de que és un hàbit, fins a donar unes pautes que ajudin a modificar-los. A part d'això, també es volia generar interès al inici del vídeo, oferint dades que cridessin l'atenció a l'espectador, així com donar credibilitat a aquestes dades, és per això que es va creure que seria adient iniciar el vídeo amb una cita.

També era important que fos fluït i que tots els conceptes que s'hi expliquen s'anessin vinculant i deixessin lloc als següents sense talls molt evidents. Donat que el que s'hi explica no és una història i no hi ha personatges, aconseguir

aquesta fluïdesa en el guió tenia certa complexitat, no obstant amb l'ajuda de les animacions es podia aconseguir una major fluïdesa. Per tant, en el moment d'escriure el guió, en certa mida també s'havia de pensar en imatges, o si més no, tenir una lleu idea de com es volia explicar en imatges el que s'estava escrivint.

#### f) Storyboard

La creació de l'*storyboard*, es va dur a terme amb la mateixa idea amb la que es va crear el guió, és a dir buscant la màxima fluïdesa entre els elements i el text per tal de donar cohesió al conjunt. Aquest, es va crear en *Adobe Illustrator* per tal que si es donava el cas de necessitar-ho i que fos tècnicament possible, es poguessin aprofitar els elements emprats a l'*storyboard* per a l'animació del vídeo. No obstant això, després en la fase de producció, tot i ser útil en alguns casos moltes de les figures es van haver de tornar a dibuixar.

Pel que fa al format, es va seguir una estructura molt bàsica on hi apareixen diferents moments del vídeo acompanyats del fragment de text de guió que li correspon. Donat que l'*storyboard* en aquest cas, era un document que era només una guia i que no havia de ser consultat per terceres persones, no es va considerar que fos vital que tingués un gran detallisme ni que seguís un patró concret més enllà de les necessitats de plasmar els diversos moments del vídeo i la seva correspondència amb el text del guió. Per altra banda, el fet de no tenir unes delimitacions clares pel que fa a la duració del vídeo, sinó que aquest anava subjecte als requeriments del contingut, tampoc es va considerar necessari marcar els temps de cada tipus de pla. Això si, sempre tenint en compte que el vídeo havia de ser breu.

Un altre dels aspectes que es van tenir en compte a l'hora de realitzar l'*storyboard*, va ser la possibilitat d'introduir canvis a posteriori durant el procés de producció. Donat el desconeixement en l'ús del software de creació així com la inexperiència en la creació d'aquest tipus de vídeos aquesta podia ser una possible necessitat, tal i com es va acabar demostrant.



Aquest moment de la fase de pre-producció va ser una de les més crítiques. Això va succeir per la total inexperiència en l'ús de l'*Adobe After Effects*, el software d'edició digital, cosa que va fer que no es tingués gaire clar que allò que es dibuixava al *storyboard* es fos capaç després de plasmar-ho amb animació. Aquest factor de no conèixer molt bé el grau de limitació que podia suposar la inexperiència, va ser sense cap mena de dubte un handicap important. Per altra banda, també va haver-hi dificultats a l'hora de pensar com plasmar la història així com marcar una línia estètica per al vídeo, ja que no és el mateix dissenyar per imatge estàtica que per imatge en moviment. Aquest últim aspecte va ser un dels mals de caps que va provocar haver de repetir o modificar dibuixos posteriorment i en el que va ajudar molt el fet de no concretar cap línia estètica a l'*storyboard*.

Pel que fa a l'ús d'un *animatic*, tot i haver vist en alguna explicació a Internet que per a aquest tipus de vídeo també es fan *animatics*, es va considerar que no era necessari ja que no hauria suposat cap mena d'avantatge degut a que hauria estat una feina molt similar a la creació del vídeo final i tampoc hauria aportat un plus a l'hora d'ajudar en el procés de creació.

#### g) Recerca de tutorials i estudi d'*After Effects*

Aquest procés va ser sense cap mena de dubtes un dels més importants de tot el procés de creació i va tenir continuïtat també durant la fase de producció. La seva importància rau especialment en el fet de que de res servien les fases prèvies de preproducció si posteriorment no es sabia plasmar el que prèviament s'havia projectat.

Durant la creació del vídeo van anar sorgint necessitats i dubtes que es van haver d'anar resolent amb l'ajuda de diferents vídeo tutorials.

### 2.3.2. PRODUCCIÓ

Abans d'explicar el procés de producció, cal destacar que degut a la tipologia de vídeo, es fa difícil determinar la barrera entre la producció i la post-producció, ja

que en ambdós casos hi intervenen programes d'edició com són l'*Adobe After Effects* i l'*Adobe Premiere*, que són normalment propis de la fase de post-producció. No obstant això, aquí se'n farà la divisió. A la fase de producció s'explicarà el procés de creació del *motion graphics*, és a dir, la fase de creació de l'animació i també la gravació de la veu en off. Pel que fa a la fase de post-producció s'hi explicarà com es van afegir i tractar els efectes d'àudio.

Durant l'etapa de producció, és quan va començar realment el treball amb l'*After Effects*. Primer de tot i seguint l'*storyboard* es van anar convertint tots els plans allà plasmats en imatges en moviment. Va ser un llarg procés que en molts casos va ser de prova i error, ja que trobar els ritmes i el moviments d'animació adequats no va ser fàcil. A més a més també calia aprendre com realitzar els moviments desitjats i com gestionar els objectes que hi apareixen, per tant va ser una tasca on es van anar entrellaçant la creació i el visionat de vídeo tutorials.

Per facilitar el flux de treball, es va anar fragmentant el vídeo en diferents seqüències, de manera que cada vegada que apareixien elements nous dins de l'enquadrament es creava una seqüència nova. Això va ser molt útil per diverses raons. Per una banda, és molt més còmode gestionar petits fragments d'animació mentre es va treballant. Per l'altre, a l'hora de fer modificacions i sincronitzar amb l'àudio, si el vídeo estava fragmentat en petites seqüències era molt més fàcil i còmode aplicar les modificacions per parts, sense haver de modificar molts *frames* a l'hora. Així doncs, totes aquestes petites seqüències es van anar afegint a una seqüència final que era la que contenia tota l'animació.

Tal i com s'ha comentat anteriorment, durant el procés van anar sorgint dubtes i necessitats. Una d'elles va ser la de reproduir moviments com impactes, rebots o aplicar força de gravetat als objectes. Per a fer això es va utilitzar un *pluggin* anomenat *Newton 2*, el qual va facilitar considerablement la tasca, tot i que també va requerir un aprenentatge d'ús. Aquest *pluggin* permet escollir els objectes de l'escena que seran afectats, quins seran estàtics i quins dinàmics, i per últim d'aquests dinàmics, quin tipus de càlculs físics se'ls hi ha d'aplicar. Això permetia generar el moviment desitjat a partir dels paràmetres escollits.

Durant el vídeo també hi ha altres moviments que van suposar una dificultat important. Per una banda, l'ús de màscares ja que tenen unes particularitats que no permet tractar-les d'igual manera que els objectes normals, i per l'altre l'ús de càmeres. Pel que fa a les màscares, la dificultat va raure en el fet de que va costar arribar a entendre com funcionaven i sobretot com modificar-ne els vectors per tal de crear animació. Amb les càmeres la dificultat va venir pel fet que s'ha d'entendre l'espai d'una manera diferent, ja que també s'ha de tenir en compte tot allò que en un fotograma en concret no es veu, però que amb el moviment de la càmera s'acaba veient. Això fa que el llenç sigui gairebé infinit. A més cal contemplar la dificultat afegida que suposa animar la càmera a la vegada que s'animen els altres elements intentant aconseguir que el moviment sembli natural i fluït.

Una de les característiques a destacar de l'animació, és que es va intentar emfatitzar el moviment dels objectes mitjançant petits detalls. Un d'aquests detalls són les espurnes que apareixen cada vegada que un objecte impacta contra un altre o es minimitza fins a desaparèixer. Això a part de donar uniformitat i cohesionar el vídeo, també emfatitza l'acció de l'objecte en qüestió.

Un altre dels moviments a destacar són els petits rebots que fan els objectes en canviar la seva mida, així com quan es desplacen sense ser víctimes de la força de gravetat. Aquesta anticipació de moviment aporta fluïdesa al vídeo a la vegada que ajuda a l'espectador a identificar que un determinat objecte iniciarà un moviment. Crida l'atenció i l'espectador es pot concentrar en l'element.

En quant a l'estètica, com ja s'ha dit anteriorment, no és va concretar a l'*storyboard* perquè no se sabia quina seria la que s'adequaria millor al missatge que es volia transmetre, ni com funcionaria amb l'animació. Així doncs es va començar la producció utilitzant una línia estètica on predominaven els contorns gruixuts i els fons plans. No obstant aquest disseny no transmetia la serietat que es volia i al final es va triar utilitzar línies fines que contrasten amb taques de color i un fons amb una suau trama. Les formes utilitzades en la major part del vídeo són formes poligonals senzilles que juguen amb els gruixos dels contorns i les mides.

És una línia estètica sòbria i senzilla que contrasta amb l'alegria i els colors dels objectes de l'escena.

Un dels elements que va de la mà de les formes utilitzades és la tipografia. Per a tot el vídeo s'ha utilitzat la *Helvetica Neue* en les seves variants de *thin*, *light*, *regular* i *bold*, les quals encaixen perfectament amb l'estètica de línies fines i figures poligonals que s'ha esmentat anteriorment.

En l'aspecte de l'ús del color, es va crear una paleta de colors concreta i es va treballar sobre aquesta paleta. Això va facilitar molt la tasca de selecció de colors a part que va permetre anar veient quins contrastos de colors eren més adients per a cada objecte de l'escena. Als colors utilitzats hi ha un contrast de colors vius (càlids i freds) amb colors menys lluminosos que contrasten amb el fons de l'escena. Amb això es buscava transmetre serietat a la vegada que alegria i dinamisme, sense deixar de banda l'harmonia. Hi tenen molta importància els colors blaus, verds i vermellorsos, així com el beix del fons i el negre dels textos i contorns. El blanc també hi té força presència en molts casos i ajuda a ressaltar moviments i figures.

En quant al procés de treball, aquest es va veure positivament afectat per la millora del domini del software utilitzat, cosa que va fer que al final de la creació de l'animació es fes un repàs de tota l'animació corregint i millorant aspectes que prèviament havien passat desapercebuts.

Dins de la fase de producció, també s'hi inclou la gravació de la veu en off. Per a dur-la a terme, es va fer servir un micròfon extern a l'ordinador per tal de guanyar en qualitat d'àudio. No obstant això, les limitacions en aquesta fase van ser evidents ja que no es disposava de material de qualitat.

El software utilitzat per a la captura de l'àudio va ser l'*Adobe Audition* ja que té moltes funcionalitats per editar la pista d'àudio resultant i a més a més permet la visualització del vídeo en temps real a la vegada que es grava la veu. Això és molt útil a l'hora de sincronitzar àudio i vídeo. No obstant, tot i fer-ho d'aquesta manera, sempre hi ha fragments de vídeo i d'àudio que necessiten un major treball de sincronització. És per això que un cop disposar de la pista d'àudio de

referencia, aquesta es va importar a *After Effects* per així acabar d'adaptar l'animació al ritme de la narració.

Aquesta fase del procés és de les més importants, ja que és quan realment es marca el ritme de l'animació i per tant és quan es determina en gran mesura com quedarà l'animació final. Ja un cop es disposava de l'animació amb el ritme adequat, es va gravar la pista de veu en *off* final.

A la fase de pre-producció, es va pensar quin seria el moment més adient per a gravar la veu en *off* per tal de ser més eficient. Una opció era fer-ho a l'inici de la fase de producció i així disposar d'una pista de referencia per a la creació de l'animació. Això segurament hagués permès crear d'entrada una animació més acord al ritme de la narració. No obstant, tot i ser una molt bona opció, es va descartar degut al desconeixement en aquell moment de com crear l'animació. Per tant es va decidir concentrar-se en aquell primer moment a descobrir el funcionament de *After Effects* i treballar l'animació, més que no pas entrar en fases que es consideraven posteriors a l'animació.

Un cop duta a terme tant la creació de l'animació com la gravació de la veu en *off*, es considera que la decisió va ser l'encertada. Aquesta decisió, va provocar que a l'hora de treballar amb *After Effects*, es fes un document més modular i fàcil de modificar davant de futures correccions, cosa que a la llarga va ser molt útil.

### 2.3.3. POST-PRODUCCIÓ

A la fase de postproducció, el software utilitzat va ser *Adobe Premiere*. Va ser a aquesta fase quan es va unir el vídeo amb la veu en *off* i es van afegir els efectes de so, obtenint així el resultat final preparat per a fer el *render*.

Els efectes de so utilitzats provenien de bancs de so o col·leccions d'àudio. Això va permetre trobar sons aproximats als sons buscats. Tots ells van ser modificats digitalment per obtenir el resultat desitjat. Per aconseguir-ho, es van utilitzar diversos efectes d'àudio com *Lowpass filter* o *Hipass filter*, a la vegada que es van regular tant la velocitat dels efectes com els volums.

L'objectiu a l'hora d'utilitzar efectes era el de donar realisme a l'animació a la vegada que dramatisme. Els moviments dels objectes de l'escena guanyen molt amb rellevància gràcies a aquests efectes, a més a més ajuden a la comprensió del vídeo ja que contextualitzen. No obstant, val a dir que segurament la part de l'àudio es un dels aspectes més complicats i amb el que es va pagar més cara la inexperiència.

### 3. PRE-TEST

Per tal de conèixer si el vídeo assoleix els objectius comunicatius que es buscaven des d'un bon inici, i valorar la qualitat audiovisual del vídeo, es va dur a terme un pre-test amb 7 persones. El pre-test va consistir en el visionat del vídeo i un qüestionari de 10 preguntes contestades de manera individual, on es valoraven diversos aspectes d'aquest. Les preguntes van ser les següents:

- Has visionat vídeos de *motion graphics* amb anterioritat?
- Has entès el contingut del vídeo *Habits: The Hidden Déjà Vu's*?
- El vídeo t'ha servit per aprendre aspectes que desconeixes sobre els hàbits?
- Quina informació de la que hi apareix, consideres més interessant i útil?
- Després d'un sol visionat, series capaç d'explicar el que són els hàbits, el seu funcionament i com combatre'ls? Amb quin percentatge de seguretat?
- Consideres que les animacions ajuden a la comprensió del contingut?
- Consideres que l'estètica i els dissenys del vídeo s'escauen amb el tema tractat?
- Quin aspecte és el que més t'ha agradat?
- Que milloraries del vídeo?
- Creus que aquest tipus de vídeo poden facilitar l'aprenentatge?

Els resultats d'aquest pre-test van ser clarament positius ja que tothom va afirmar que havia entès el contingut del vídeo i que n'havia après alguna cosa. Sobretot en van destacar l'apartat on es donen unes pautes dels passos a seguir per modificar els hàbits. Al pre-test, les persones participants també van destacar que les animacions així com el disseny dels elements ajudaven a la comprensió del contingut a la vegada que complementaven la veu en *off* en la seva explicació. En van destacar també la nitidesa i claredat de les explicacions, no obstant van marcar com a aspecte millorable la pronunciació i el ritme utilitzat en la veu en *off*. Un dels participants del pre-test, va comentar que també hauria estat interessant aprofundir més en el tema dels hàbits. En aquest sentit, a l'hora de seleccionar la informació, es va tenir en compte que per una primera presa de contacte amb el tema, no era necessari ni potser aconsellable oferir més informació de la que ja hi consta. No obstant, segurament si que seria interessant tenir-ho en compte si

s'hagués de realitzar un segon vídeo. En relació al contingut que s'hi explica, els participants van mostrar interès i en alguns casos fins i tot els hi va ajudar a entendre alguns aspectes de la seva vida en relació als hàbits. En algun cas el visionat del vídeo va derivar en una conversa sobre els hàbits i com identificar el *reward* (recompensa) de cada hàbit en concret. Això va ser interessant perquè va generar debat sense ser aquest un dels objectius del vídeo. No obstant veure l'interès que hi mostraven els participants va permetre veure que el tema escollit es realment un tema rellevant i no sempre conegut.

Un dels aspectes en el que va ser especialment útil aquest pre-test va ser en la correcció dels volums dels efectes dels objectes de l'escena. Gràcies al feedback obtingut, es va aplicar una modificació en els volums per tal de reduir-los i que els efectes no distraguessin a l'espectador de la narració de la veu en off.



#### 4. VALORACIÓ:

Tal i com s'havia plantejat aquest projecte, en el que s'havia marcat l'aprenentatge com a principal objectiu i obtenir un producte que permetés iniciar-se en el món del *motion graphics* es pot valorar que l'objectiu s'ha complert. Pel que fa al vídeo en qüestió, veient la reacció dels participants del pre-test, també es pot considerar que s'ha aconseguit crear un producte didàctic i d'interès. I per tant, també s'ha assolit l'objectiu.

Si es fa la valoració individual dels objectius d'aprenentatge inicial, en l'aspecte teòric, el fet d'haver hagut d'efectuar una recerca sobre aspectes psicològics dels hàbits, així com identificar els trets més rellevants i organitzar-los i disposar-los en un guió, va ajudar molt a aprofundir en aquest tema així com en la seva comprensió.

En l'aspecte idiomàtic, és obvi que la realització d'un projecte d'aquestes característiques, obliga a submergir-se en el tema, per tant fer-ho en un idioma que no és el propi, obliga a un esforç que a la llarga deixa paleses moltes millores. Un dels punts clau va ser el procés de documentació, ja que totes les lectures realitzades van ser en anglès, Per descomptat l'escriptura del guió també va ser un dels moments importants en aquest aspecte.

Per últim, la creació del vídeo va ser sense cap mena de dubtes la fase del procés que va suposar un major repte. Partir des de zero, no era una posició gaire fàcil havent d'afrontar un projecte d'aquestes característiques en el que tot es sustenta sobre la qualitat del resultat final. Per tant, la pressió d'haver de crear un vídeo que donés resposta a les necessitats tant de contingut, com formals i estètiques, va ser considerable. Per a això, va ser vital l'evolució en el domini del software d'edició cosa que va permetre al final de la creació del vídeo, repassar i millorar parts del vídeo fetes a l'inici del procés. Aquesta millora també va afectar al ritme de treball ja que el millor control de les eines va permetre treballar més ràpid i plantejar-se d'aplicar nous efectes.

## 5. CONCLUSIONS:

Després d'haver creat el vídeo i haver realitzat el pre-test, es va poder apreciar que aquest tipus d'animacions són una opció real, vàlida i efectiva a l'hora de comunicar. El *motion graphics* permet posar la imatge i el so al servei del contingut a explicar sigui aquest de la naturalesa que sigui. És una tècnica que pot resultar molt útil tant en educació, en el món empresarial o en la comunicació en general. En el context actual on allò visual cada cop guanya més importància i on la gent disposa de menor temps per destinar a cada tasca, aquest tipus de vídeos que actuen com a petites píndoles d'informació representen un molt bon recurs comunicatiu. Això és degut a que en un període molt curt de temps es pot oferir una gran quantitat d'informació de manera molt eficient. A més a més la possibilitat de tornar a visionar el vídeo i que això no comporti una inversió important de temps, fa que aquest tipus de productes siguin especialment atractius.

Per altra banda, al pre-test la gent mostrava curiositat pel contingut del vídeo i això demostra que és un tema d'interès amb el que la gent s'hi sent reflectida.

Així doncs, l'elaboració d'aquest projecte ha permès familiaritzar-se tant amb l'aspecte teòric tractat com descobrir i utilitzar les eines de creació digital d'animacions, cosa que permetrà en el futur seguir fent us d'aquests coneixements adquirits.

## 6. BIBLIOGRAFIA:

### Contingut teòric:

Duhigg, Charles. *The power of hàbit: why we do what we do and how to change*. Londres: Random House Books, 2013.

J. Townsend, David; G. Bever, Thomas. *Sentence Comprehension: The Integration of Habits and Rules*. Boston: Massachusetts Institute of Technology, 2001.

*TNS: Breaking the hàbit code* [en línia]. [Consulta: 10/3/2014]. Disponible a: <http://www.tnsglobal.com/sites/default/files/whitepaper/TNS-Breaking-the-habit-code.pdf>

*5 Scientific ways to build habits that stick* [en línia]. [Consulta: 10/3/2014]. Disponible a: <http://99u.com/articles/17123/5-scientific-ways-to-build-habits-that-stick>

*How long it takes to form a new hàbit* [en línia]. [Consulta: 10/3/2014]. Disponible a: <http://www.brainpickings.org/index.php/2014/01/02/how-long-it-takes-to-form-a-new-habit/>

*Habits: How they form and how to break them* [en línia]. [Consulta: 11/3/2014]. Disponible a: <http://www.npr.org/2012/03/05/147192599/habits-how-they-form-and-how-to-break-them>

*The Golden rule of hàbit change* [en línia]. [Consulta: 11/3/2014]. Disponible a: <http://psychcentral.com/blog/archives/2012/07/17/the-golden-rule-of-habit-change/>

Video tutorials:

*ECAbrams* [en línia]. Disponible a:

[https://www.youtube.com/channel/UCF5pdu3Z2Hk8bouDB\\_C3zFg](https://www.youtube.com/channel/UCF5pdu3Z2Hk8bouDB_C3zFg)

*Mt. Mograph* [en línia]. Disponible a:

[https://www.youtube.com/channel/UCSUSgx9qc\\_NydrOL59xbJIA](https://www.youtube.com/channel/UCSUSgx9qc_NydrOL59xbJIA)

*Premiumbeat.com* [en línia]. Disponible a:

<https://www.youtube.com/channel/UC9jxLH1qpABekhHjmWrvjfg>

*Motion Design Community* [en línia]. Disponible a:

[https://www.youtube.com/channel/UCich8QH1TmH\\_I\\_JSlw-nOvA](https://www.youtube.com/channel/UCich8QH1TmH_I_JSlw-nOvA)

*Fxchannelhouse* [en línia]. Disponible a:

[https://www.youtube.com/channel/UCXIWrFhQHot\\_V7\\_BPsQ0B-Q](https://www.youtube.com/channel/UCXIWrFhQHot_V7_BPsQ0B-Q)

*Mike Russell* [en línia]. Disponible a:

<https://www.youtube.com/channel/UCYEiWHoP2IHHgjOapTAYMQw>

## **7. ANNEXOS**

## 7.1 GUIÓ

### **HABITS: THE HIDDEN DÉJÀ VU'S**

"Most of the time what we do is what we do most of the time"

Townsend, David J. & Bever, Thomas G.

More than a third of the behaviors that we have are habits and usually we don't even realize it.

Tens, hundreds, thousands of habits drive our lives.

They can be good or bad, but they are always a consequence of repetition.

This happens because our brain is made to save as much energy as it can, so when a behavior becomes recurrent, our brain stores it and automates it in order to save mental effort. In other words, the more we repeat it, the less we think about it.

So when a habit is activated, our brain stops fully participating in decisions making and the habit takes over control.

Habits have three phases:

The cue.

The routine.

And the reward.

The cue is an automatic reaction to a specific situation, which works as a trigger and tells our brain which habit to use.

The routine is the behavior that we follow to get the reward. And the reward is what makes the routine worthwhile and what really motivates the habit.

The flow of these three phases creates the habit loop that is repeated every time our brain recognizes the trigger.

The more the habit goes on and on, the more our brain anticipates the reward, until eventually the point is reached that the feeling produced by the reward can be experienced at the same moment we perceive the trigger. This is what is called "craving", and it helps to automate the habit even more.

Habits can be ignored, changed, or replaced, but they never really disappear.

There isn't a specific formula to change a habit. And modifying it requires time and effort, but following a path can help us to succeed.

First, we need to understand and identify the habit loop of the behavior we want to change. We start with the routine. This is the most evident phase and it helps us to recognize the reward, which can vary greatly depending on the habit.

Once we know the reward that motivates the habit, we have to try different new rewards and see which one works well at making the feeling that made us start the routine disappear.

The last step is to identify the cue. To accomplish this, it can be helpful to answer some questions every time we start the routine and see which answers are repeated.

Where am I?

What time is it?

What's my emotional state?

Who else is around?

What action preceded the urge?

The one that is repeated is likely the cue.

Now, we have identified our habit loop and we can start to shift the behavior.

But we need a plan!

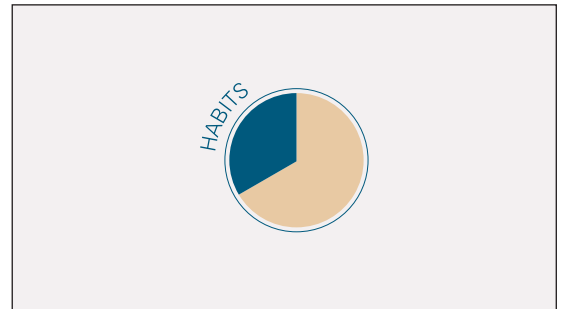
So we have to decide with what actions or behaviors we are going to replace the old ones in the habit loop each time we see the cue.

For example:

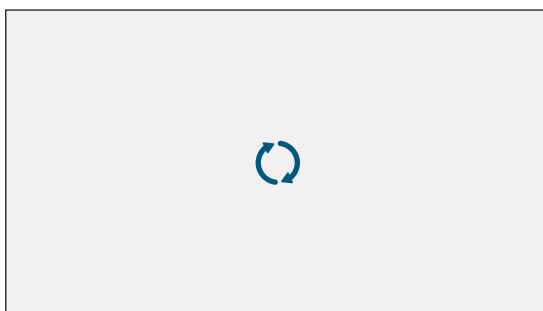
Between 4:30 and 5pm, instead of have a break and go for a coffee I must go to meet someone to talk while.

To change a habit can last days, weeks or months but if we fight it persistently, we can beat it.

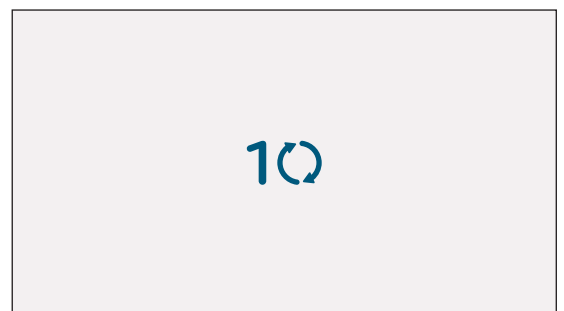




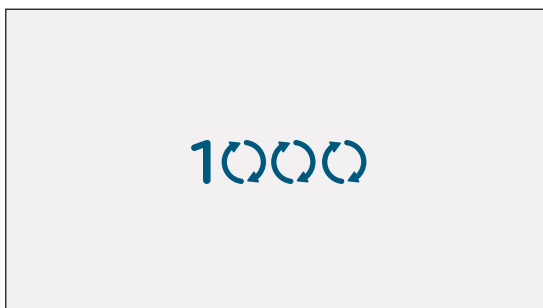
More than a third of the behaviors that we have are habits and usually we don't even...



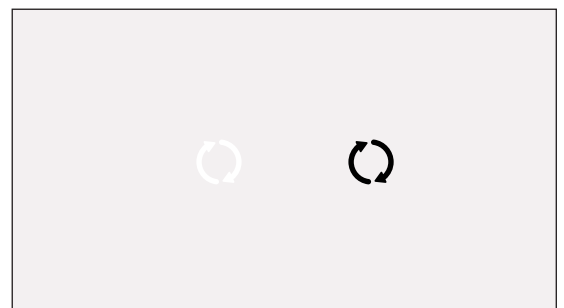
...realize it.



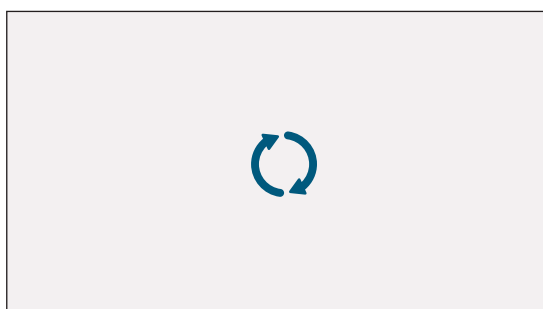
Tens, hundreds...



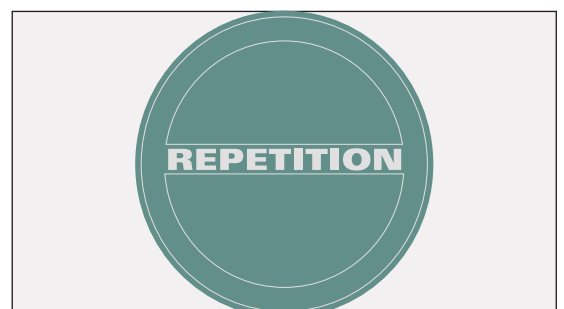
...thousands of habits drive our lives.



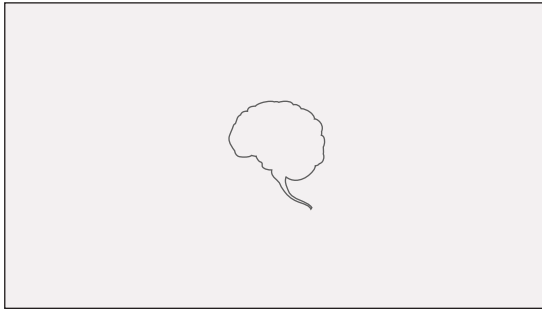
They can be good or bad,...



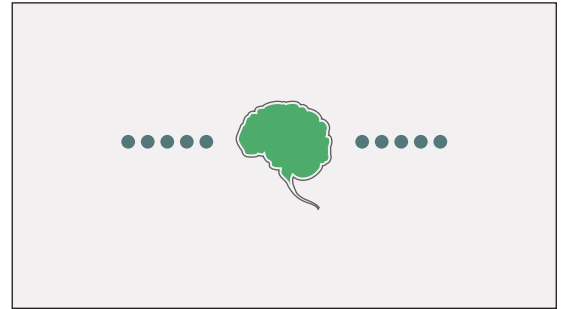
...but they are always a...



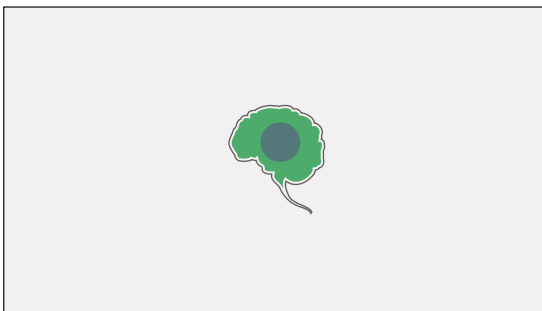
...consequence of repetition.



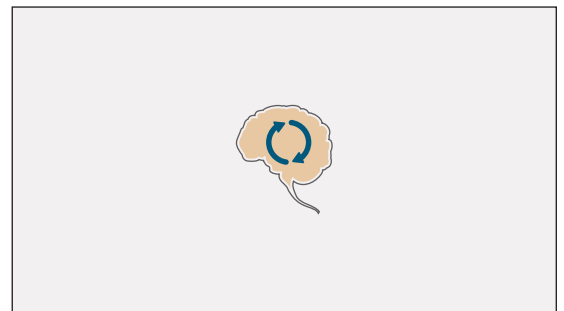
This happens because our brain is made to save as much energy as it can,...



...so when a behavior becomes recurrent,...



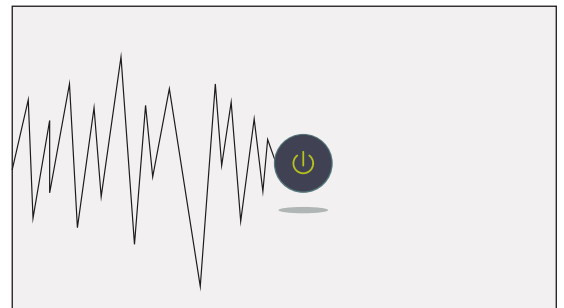
...our brain stores it...



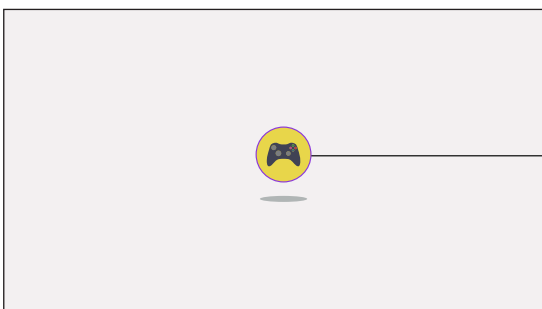
...and automates it in order to save mental effort.



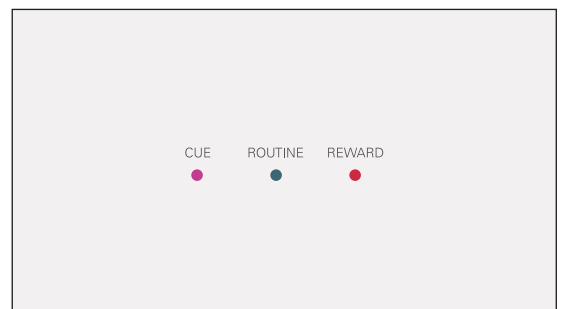
In other words, the more we repeat it, the less we think about it.



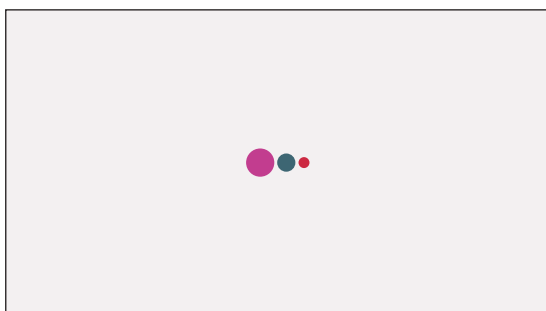
So when a habit is activated,...



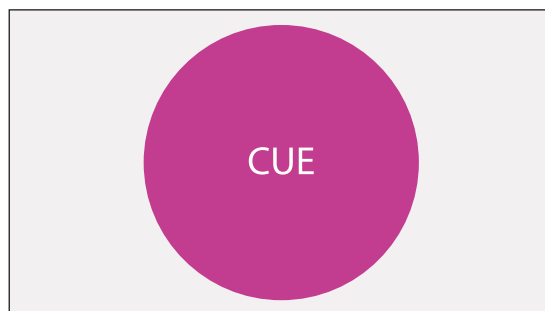
...our brain stops fully participating in decisions making and the habit takes over control.



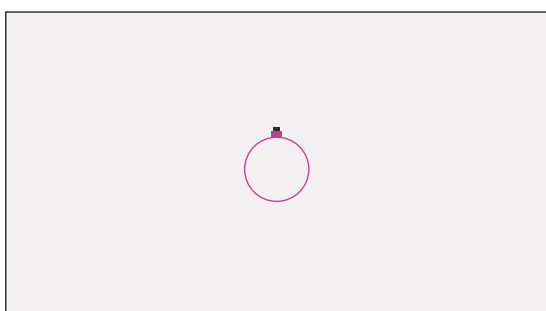
Habits have three phases: The cue. The routine. And the reward.



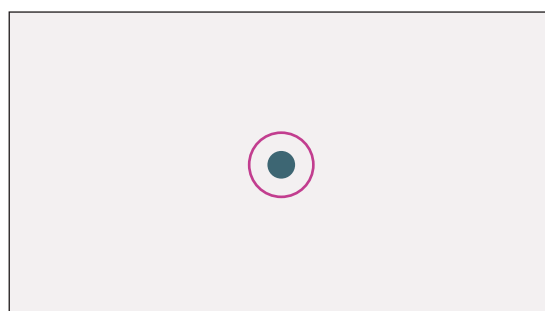
The cue is an...



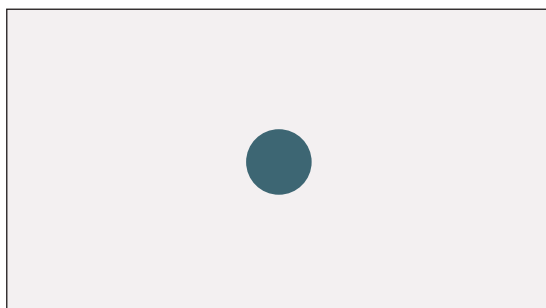
...automatic...



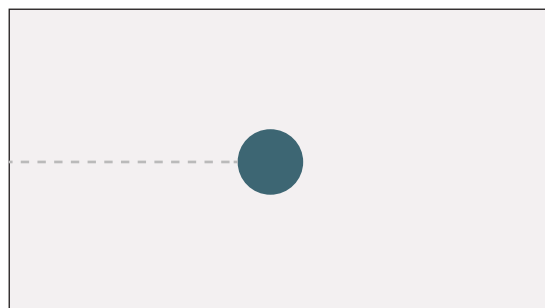
...reaction to a specific situation  
which works as...



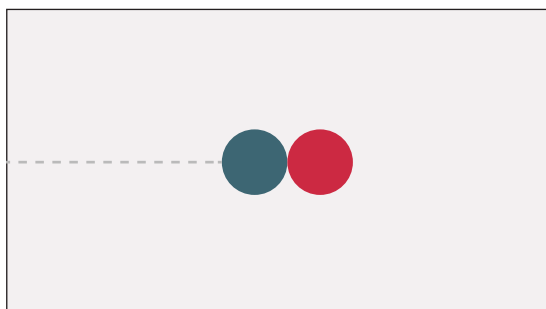
...a trigger and tells...



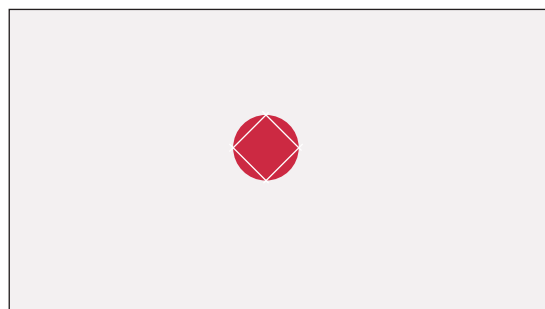
...our brain which habit to use.

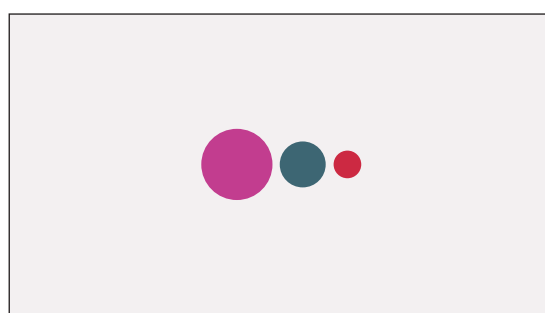
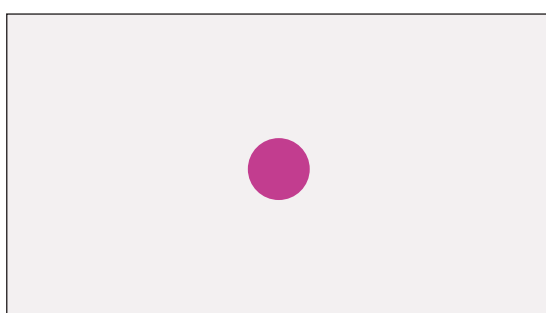
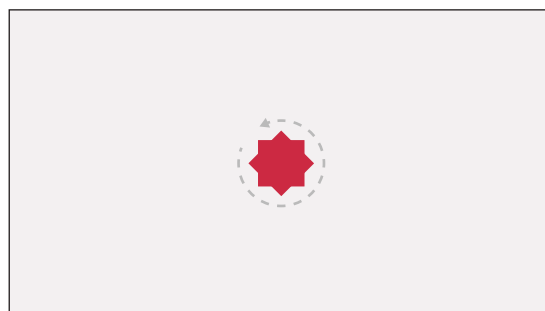


The routine is the behaviour that  
we follow to get the reward.



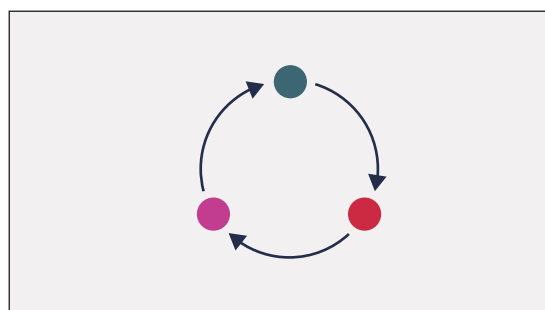
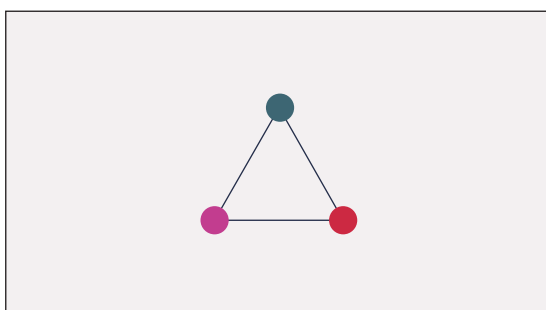
And the reward is what makes the  
routine worthwhile and what really  
motivates the habit.





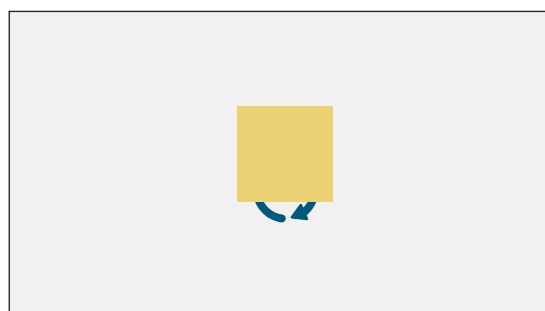
The flow...

...of these three phases creates the...



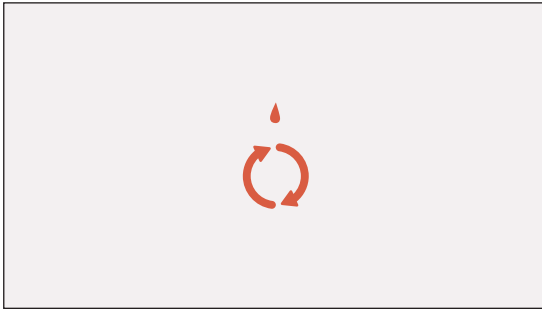
...habit loop that is repeated every time our brain recognize the trigger.

The more the habit goes on and on, the more our brain anticipate the reward, until eventually the...

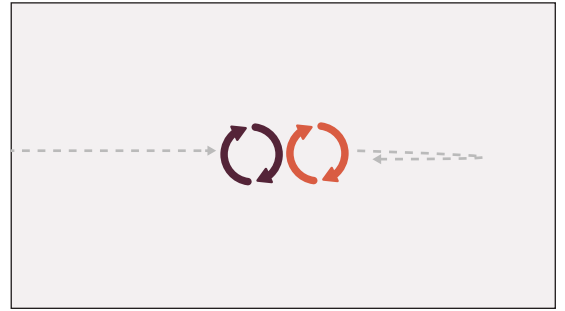


...point is reached that the feeling produced by the reward can be experienced at the same moment we perceive the trigger. This is what is called "craving", and it helps to automate the habit even more.

Habits can be ignored,...



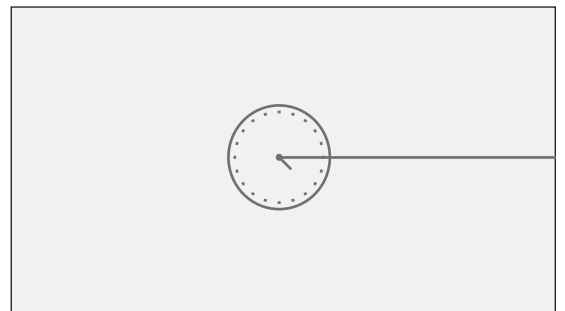
...changed...



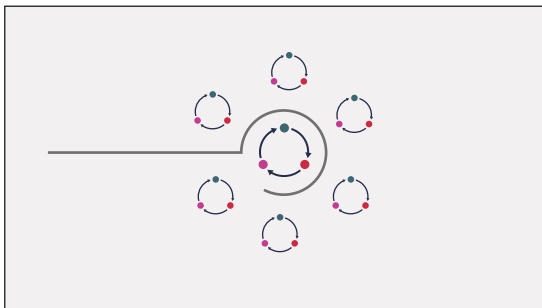
...or replaced, but they never really disappear.



There isn't a specific formula to change a habit. And modify it...



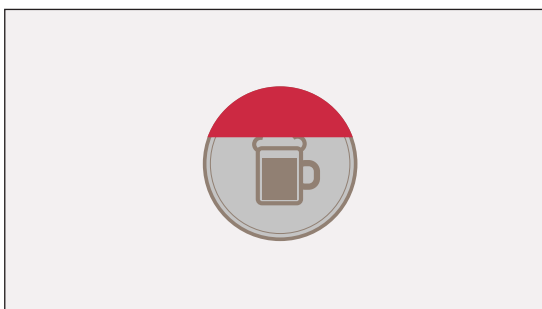
...requires time and effort, but following a path can help us to succeed.



First we need to understand and identify the habit loop of the behaviour we want to change.



We start with the routine. This is the most evident phase and...



...it help us to recognize the reward, which can vary greatly depending on...



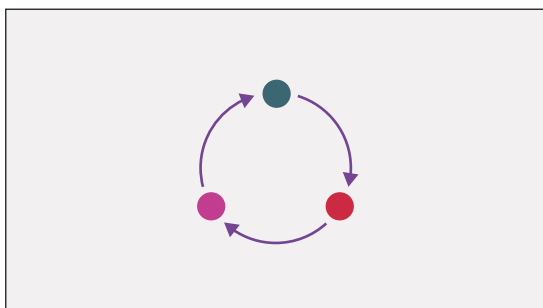
...the habit. Once we know the reward that motivates the habit, we have to try different new...



...rewards and see which one works well at making the feeling that made us start the routine disappear.

|                                                            |                                                             |
|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| WHERE I AM?<br><b>WORK</b>                                 | WHERE I AM?<br><b>WORK</b>                                  |
| WHAT TIME IS IT?<br><b>16:50</b>                           | WHAT TIME IS IT?<br><b>16:45</b>                            |
| WHAT'S MY EMOTIONAL STATE?<br><b>BORED</b>                 | WHAT'S MY EMOTIONAL STATE?<br><b>BUSY</b>                   |
| WHO ELSE IS AROUND?<br><b>JOHN</b>                         | WHO ELSE IS AROUND?<br><b>MARK</b>                          |
| WHAT ACTION PRECEDED THE URGE?<br><b>WORK IN MY LAPTOP</b> | WHAT ACTION PRECEDED THE URGE?<br><b>GO TO THE BATHROOM</b> |

...answer some questions every time we start the routine and see which answers are repeated.

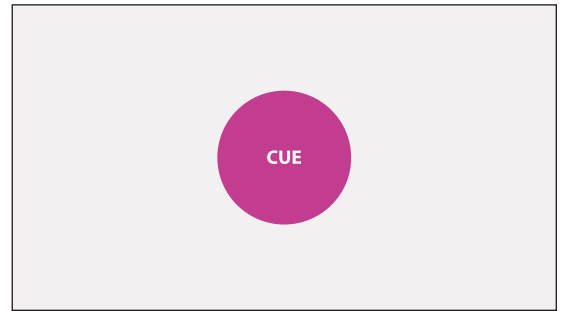


Now we have identified our habit loop and we can start to shift the behavior.



So we have to decide with what actions or behaviors we are going to replace the old ones in the habit loop each time we see the cue.

For example: Between 4:30 and 5pm, instead of have a break and go for a coffee I must go to meet someone to talk for a while.



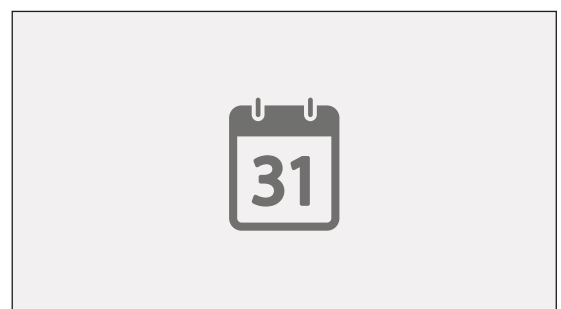
The last step is to identify the cue. To accomplish this, it can be helpful to...



The one that is repeated is likely the cue.



But we need a plan!



To change a habit can last days, weeks or month but if we fight it persistently, we can beat it.

### 7.3. PRE-TEST

Nom: Alice Zawadzki

Edat: 25

Estudis: Llengües modernes, cultura y ADE

Professió: Marketing

Has visionat vídeos de *motion graphics* amb anterioritat?

Si

Has entès el contingut del vídeo *Habits: The Hidden Déjà Vu's*?

Si

El vídeo t'ha servit per aprendre aspectes que desconeixes sobre els hàbits?

Si

Quina informació de la que hi apareix, consideres més interessant? I més útil?  
Com es canvien els hàbits.

Després d'un sol visionat, series capaç d'explicar el que son els hàbits i el seu funcionament i com combatre'ls? Amb quin percentatge de seguretat?

No, segurament caldria un segon visionat, però ara ho podria explicar amb un 60% seguretat.

Consideres que las animacions ajuden en la comprensió del contingut?

Si.

Consideres que l'estètica del vídeo s'escau amb el tema tractat?

Si.

Quin aspecte és el que més t'ha agradat?

El disseny i les animacions.

Que milloraries?

Fer que certa informació vagi més lenta.

Creus que aquest tipus de vídeo pot facilitar l'aprenentatge?

Si.

Nom: Anna Mielke

Edat: 25

Estudis: Magisteri (Matemàtiques, Religió i Física)

Professió: Estudiant

Has visionat vídeos de *motion graphics* amb anterioritat?

No.

Has entès el contingut del vídeo *Habits: The Hidden Déjà Vu's*?

Si.

El vídeo t'ha servit per aprendre aspectes que desconeixes sobre els hàbits?

Si.

Quina informació de la que hi apareix, consideres més interessant? I més útil?  
Com canviar els hàbits.

Després d'un sol visionat, series capaç d'explicar el que son els hàbits i el seu funcionament i com combatre'ls? Amb quin percentatge de seguretat?

Si. Amb un 85% de seguretat.

Consideres que las animacions ajuden en la comprensió del contingut?

Si.

Consideres que l'estètica del vídeo s'escau amb el tema tractat?

Si.

Quin aspecte és el que més t'ha agradat?

Les animacions, perquè estan molt relacionades amb les coses que s'hi van dient.

Que milloraries?

Bàsicament l'accent. Potser també per un públic que conegués més el tema, caldria aprofundir una mica més.

Creus que aquest tipus de vídeo pot facilitar l'aprenentatge?

Si. Perquè vídeo i so es van relacionant i ajuden a la comprensió.



Nom: Ethan Wanger

Edat: 24

Estudis: Relacions Internacionals

Professió: Professor

Has visionat vídeos de *motion graphics* amb anterioritat?

Si

Has entès el contingut del vídeo *Habits: The Hidden Déjà Vu's*?

Si

El vídeo t'ha servit per aprendre aspectes que desconeixes sobre els hàbits?

Si

Quina informació de la que hi apareix, consideres més interessant? I més útil?

La morfologia dels hàbits i com s'han d'encarar cadascuna d'elles per tal de modificar els hàbits.

Després d'un sol visionat, series capaç d'explicar el que son els hàbits i el seu funcionament i com combatre'ls? Amb quin percentatge de seguretat?

Si, en un 80%.

Consideres que las animacions ajuden en la comprensió del contingut?

Si

Consideres que l'estètica del vídeo s'escau amb el tema tractat?

Si

Quin aspecte és el que més t'ha agradat?

Els símbols i les animacions.

Que milloraries?

La pronunciació i el ritme de la veu.

Creus que aquest tipus de vídeo pot facilitar l'aprenentatge?

Si

Nom: Laura Cusí

Edat: 30

Estudis: Mitjans de comunicació i cinema. Màster de fotografia de moda.

Professió: Organització d'esdeveniments.

Has visionat vídeos de *motion graphics* amb anterioritat?

Si

Has entès el contingut del vídeo *Habits: The Hidden Déjà Vu's*?

Si

El vídeo t'ha servit per aprendre aspectes que desconeixies sobre els hàbits?

Si

Quina informació de la que hi apareix, consideres més interessant? I més útil?  
Com trencar amb els hàbits.

Després d'un sol visionat, series capaç d'explicar el que son els hàbits i el seu funcionament i com combatre'ls? Amb quin percentatge de seguretat?

Si, amb un 100% de seguretat.

Consideres que las animacions ajuden en la comprensió del contingut?

Si

Consideres que l'estètica del vídeo s'escau amb el tema tractat?

Si

Quin aspecte és el que més t'ha agradat?

La tipografia i la iconografia. L'estètica em recorda un branding perfectament aplicable a una empresa i cosa que ho fa molt nítid i entenedor.

Que milloraries?

El ritme de la veu en alguns moments és massa ràpid. Potser afegiria més pauses dramàtiques.

Creus que aquest tipus de vídeo pot facilitar l'aprenentatge?

Si

Nom: Kevin Parreira

Edat: 32

Estudis: Comunicació i animació

Professió: -

Has visionat vídeos de *motion graphics* amb anterioritat?

Si

Has entès el contingut del vídeo *Habits: The Hidden Déjà Vu's*?

Si

El vídeo t'ha servit per aprendre aspectes que desconexies sobre els hàbits?

Si

Quina informació de la que hi apareix, consideres més interessant? I més útil?  
Com trencar amb els hàbits.

Després d'un sol visionat, series capaç d'explicar el que son els hàbits i el seu funcionament i com combatre'ls? Amb quin percentatge de seguretat?

Si, amb un 70%.

Consideres que las animacions ajuden en la comprensió del contingut?

Si

Consideres que l'estètica del vídeo s'escau amb el tema tractat?

Si, crec que s'adapta molt i ajuda a entendre millor el missatge.

Quin aspecte és el que més t'ha agradat?

La animació, com s'organitza la informació i el ritme.

Que milloraries?

L'àudio. Els efectes se senten massa i distreuen de la veu.

Creus que aquest tipus de vídeo pot facilitar l'aprenentatge?

Si.

Nom: Małgorzata Marciniak  
Edat: 26  
Estudis: Filologia Ibèrica i Anglesa  
Professió: Professora

Has visionat vídeos de *motion graphics* amb anterioritat?

Si

Has entès el contingut del vídeo *Habits: The Hidden Déjà Vu's*?

Si

El vídeo t'ha servit per aprendre aspectes que desconeixes sobre els hàbits?  
M'ha ajudat adonar-me de coses que ja havia viscut i que necessito temps per modificar certs hàbits.

Quina informació de la que hi apareix, consideres més interessant? I més útil?  
La idea de que els hàbits estan motivats per l'obtenció d'una recompensa.

Després d'un sol visionat, series capaç d'explicar el que son els hàbits i el seu funcionament i com combatre'ls? Amb quin percentatge de seguretat?  
Si, 90%.

Consideres que las animacions ajuden en la comprensió del contingut?  
Si, per descomptat.

Consideres que l'estètica del vídeo s'escau amb el tema tractat?  
Si, és senzilla i concisa i per tant ajuda a centrar-se en el contingut. Com més simple millor.

Quin aspecte és el que més t'ha agradat?  
Els diagrames.

Que milloraries?  
Potser la veu en off és un punt massa ràpida i potser massa monòtona.

Creus que aquest tipus de vídeo pot facilitar l'aprenentatge?  
Si. El visual sempre atrau l'atenció i facilita molt l'aprenentatge.

Nom: Myles Smith  
Edat: 23 anys  
Estudis: Publicitat i RRPP  
Professió: Estudiant

Has visionat vídeos de *motion graphics* amb anterioritat?  
Sí

Has entès el contingut del vídeo *Habits: The Hidden Déjà Vu's*?  
I tant

El vídeo t'ha servit per aprendre aspectes que desconeixies sobre els hàbits?  
Sí

Quina informació de la que hi apareix, consideres més interessant? I més útil?  
Com canviar un hàbit.

Després d'un sol visionat, series capaç d'explicar el que son els hàbits i el seu funcionament i com combatre'ls? Amb quin percentatge de seguretat?  
M'he quedat amb un 70%.

Consideres que las animacions ajuden en la comprensió del contingut?  
Sí, molt.

Consideres que l'estètica del vídeo s'escau amb el tema tractat?  
Sí, existeix una coherència visual que ajuda a comprendre el missatge.

Quin aspecte és el que més t'ha agradat?  
La coherència i cohesió dels elements del vídeo, que ajuden a comprendre el missatge amb un ritme visual.

Que milloraries?  
L'únic element que es podria millorar seria algun element de l'àudio com la pronunciació.

Creus que aquest tipus de vídeo pot facilitar l'aprenentatge?  
Sí, perquè a més de l'àudio, l'element visual ajuda a complementar molt bé el que s'intenta transmetre.