

# Movimiento de Texto usando Adobe After Effects

## Notas

Luisa C. Winters  
Video Trainers

<http://www.videotrainers.com> (410) 672-5200



**CERTIFIED INSTRUCTOR**  
Premiere®

### Seminario en Español

16 de Abril, 2005 • 5:00 - 6:15

#### Movimiento de Texto usando Adobe After Effects

**Contenido del Seminario:** En este seminario usted aprenderá a aplicar efectos increíbles de texto, tal y como se ven en los comerciales profesionales de televisión. Para garantizar su entrenamiento en "After Effects", reconstruiremos varios efectos especiales y explicaremos, paso a paso, las nociones esenciales de texto. En esta sesión usted podrá explorar además la increíble capacidad de animación de "After Effects". Usted aprenderá por qué las reglas de tipografía son esenciales en la animación; aprenderá a dominar la tipografía, el kerning, los grupos de font y la alineación. Aprenderá, por último, cómo su texto necesita ser diferente de acuerdo al medio en que será utilizado: video, DVD o televisión.

**Este Seminario está dirigido a:** Principiantes y usuarios intermedios de "After Effects".

#### Tipografía:

El arte de la tipografía consiste en manipular la posición y el aspecto de las letras para alcanzar el mayor impacto posible. El texto tendrá que variar de acuerdo a quien esta dirigido, cuales son las metas que usted desea conseguir con el texto, y finalmente, de acuerdo al medio elegido para presentar.

La tipografía utilizada en un diario, no es la misma que se utiliza para la televisión, e inclusive para el Internet. Obviamente, el titular de un diario es generado para vender mas copias del diario, una pagina del Internet no necesita eso – el usuario va a abrir la pagina o no, de acuerdo a la posición de la misma en diferentes paginas de busque, en general, la meta de la tipografía en una pagina del “Web” es hacer que el usuario siga leyendo la pagina, y tal vez visitar otras paginas del mismo “site”, o inclusive que regrese a menudo a ver si la pagina contiene información nueva que el usuario encuentre interesante, como son las noticias, el tiempo, el trafico, etc.

El texto usado en video es muy diferente al texto usado en otros medios de comunicación. Por una parte, el texto en el video se puede animar (el texto en el Internet tambien se puede animar, pero eso requiere connexiones de Internet mas rápidas) y, debemos de

recordar que el texto en el video, vive en la dimensión *tiempo*, y no solo la dimensión del *espacio* (lógicamente, el film y el video son artes que viven en el tiempo). Lo que esto nos dice es que debemos de tener en cuenta ritmo, posición, duración, color y tamaño (además de algunas otras cosas) cuando nos referimos al texto que vive en el video.

Para comenzar, determine el propósito del texto. ¿Quién es la audiencia? ¿Para qué queremos usar el texto? Los créditos finales de una película no son iguales a las captions, y no son iguales al texto usado en un comercial, o en el menú de un DVD. Lo más importante es determinar quien es la audiencia y cual es el propósito del texto, luego de que esto este claro, podremos tomar decisiones acerca de la tipografía.

Si usted tiene dos paginas, una en la cual las reglas de la tipografía fueron seguidas, y la otra, en la cual Ud. pensó en la posición de las letras, y en el aspecto de las mismas, ¿cual Ud. cree que el usuario va a percibir mejor? Lógicamente la segunda.

En ésta clase nos vamos a concentrar en el texto utilizado para el video y la televisión.

Antes de comenzar, me gustaría usar algunos términos, que están en Inglés. No he encontrado una buena traducción de estos términos al Español:

**El “Leading” es el espacio entre las líneas**

**El “Kerning” es el espacio entre las letras**

**El “Font” es el tipo (estilo) de las letras**

### **Titulares:**

Un titular debe ser “pegadizo”, en otras palabras, debe de captar la atención de la audiencia. El tamaño y el color ayudan a establecer la importancia de los titulares.

Algunas reglas:

- Ud. Necesitara menos kerning si todas las letras del titular están en mayúsculas.
- Mientras más grande sea el font, más pequeño puede ser el Leading.
- La próxima línea después del titular debe de colocarse en una posición que sea tan alta como el font que se uso para el titular. En otras palabras, si Ud. utilizó un font de 72pts. entonces la próxima línea debe de estar a 72pts. de distancia.
- Haga la primera letra del titular mayúscula, y el resto en minúsculas, esto hará que el titular sea más fácil de leer
- Haga la segunda línea del titular más corta que la primera
- No ponga un punto al final del titular. Un punto significa para, y Ud. desea que su audiencia siga leyendo.

### **Subtitulo:**

Asegúrese de que haya mas espacio arriba que abajo del subtitulo. Ud. Desea que la audiencia siga leyendo, y dejar mucho espacio después del subtitulo va a hacer que la audiencia deja de leer.

## Líneas

Mientras más larga la línea, más grande puede ser el font.

Combinar el font equivocado con el largo de línea equivocado va a hacer que la audiencia lea mas despacio y con menos comprensión.

## Kerning

Dependiendo del font, algunas combinaciones de letras requieren ajuste:

|   |   |   |
|---|---|---|
| T | y | o |
| T | y | r |
| T | y | a |
| Y | y | o |
| Y | y | a |
| W | y | o |
| W | y | a |
| P | y | . |
| T | y | A |
| P | y | A |
| Y | y | o |
| W | y | e |

## Citas

Es más fácil colocar citas en columnas (si su generador del carácter lo permite). Cambie algunos de las características del texto para asegurarse de que la audiencia vera su texto como una cita (cursiva, comillas, más grande, más pequeño, etc.) y no como un hecho.

Si Ud. Desea agregar un título o una cita a una foto, haga que los márgenes de la cita estén alineados con los márgenes de la foto.

## El texto inverso

Esto es cuando el fondo y el color del texto se invierten. Utilice esta técnica con moderación, por ejemplo, sólo la primera letra de un titular.

Invertir no funciona siempre, hay algunos fonts con los cuales hay que tener cuidado.

## Fonts apropiados

Piense en su audiencia. Si su audiencia son a niños usted no utilizará el mismo font que usaría si su audiencia fueran deportistas. No mezcle demasiados font porque esto confunde a la audiencia. Escoja un “look” y adhiérase a él. Ahora, si su deseo es provocar una reacción a los distintos fonts, entonces asegúrese de que los font sean tan diferentes que su idea no pasara desapercibida, no se vera como un error de tipografía.

## En conclusión

Si usted no está seguro cómo expresar sus ideas, ni cómo comunicar su mensaje, yo sugiero experimentar. Primero, usted debe tener una idea clara de **que** usted querría comunicar (incluso si usted no esta exactamente seguro de **cómo** comunicarlo). Entonces

vea a su alrededor. Observe como otros diseños comunican, para así obtener ideas nuevas y frescas para aplicar a su diseño (no COPIE).

### **El texto en After Effects:**

**El Texto básico** – Seleccione el “Text Tool” y escriba su texto. Posicione, y cambie el tamaño del texto utilizando el “Character Palette”

**Keyframes** - Un keyframe marca el punto en el tiempo en una composición donde usted especifica un valor para una propiedad.. Usted puede especificar valores diferentes para puntos diferentes en su composición, y AE interpolará esos valores, creando un cambio progresivo en el tiempo.

**Haga que su texto aparezca y desaparezca, utilizando Keyframes.**

**Utilice Keyframes de posición para hacer que su texto se mueva**

**Utilice los “presets” incluidos en After Effects** – seleccione un preset y llévelo al “layer” del texto para aplicarlo. Posicione el CTI (“Current Time Indicator”) al final de la animación, y aplique un segundo efecto, para animar las letras fuera de la pantalla.

**Cambie la velocidad del “Preset”** – Seleccione todos los keyframes de una propiedad (seleccione el “layer” y oprima la letra u en el teclado. Seleccione la propiedad que contiene los Keyframes, y vera que automáticamente, todos los keyframes están ahora seleccionados. Oprima el ALT en el teclado, mientras selecciona el ultimo Keyframe y lo mueve a la izquierda o a la derecha para hacer la animación más rápida de más lento.

### **Letras de Oro y Plata**

Utilice el efecto “Bevel Alpha”y modifique con Keyframes

#### **Borde (“Outlines”)**

Escriba su texto

Cree el borde

Utilice el “Feather Mask”

Keyframe el “outline layer” para que “salga” del texto original

Haga que este desaparezca cuando se ponga grande

Duplique el layer para un efecto repetido

**Expresiones Simples** – use expresiones para hacer una conexión entre dos propiedades diferentes que aparentemente no tienen nada en común (Amplitud del audio con la transparencia)

Escriba su texto

Incluya audio a la composición

Convierta el audio a keyframes (use “Keyframe Assistant”)

Asigne una expresión de Rotación y opacidad (ALT haga clic en el cronómetro), utilice el pick-whip para conectar con el Audio Amplitude

Si el efecto es demasiado, divídalo (/) y si es muy poco, multiplíquelo (\*)

### **Texto en Texto**

Escriba Texto

Hágalo más grande y gírelo (ajuste “Anchor Point”)

Retorne al principio de la composición

Escriba la segunda línea

Mueva el CTI hasta donde termine el movimiento de la primera palabra

Posicione la segunda palabra como desee

“Parent” la segunda palabra a la primera

Repita este procedimiento cuantas veces quiera

### **Glow (resplandor)**

Haga un objeto que se mueva y tenga “feathered edges”

Haga una nueva composición e importe la primera en ésta

Layer 1 – una estrella – que Ud. cree en Photoshop o Illustrator – esto es para que centellee al final de la animación

Layer 2 – Texto

Layer 3 – La primera composición

Layer 4 – El mismo texto del layer 2, pero mas grande y un poco fuera de sitio – Aplique un “track matte” aqui.

### **Texto en 3D - sombra**

Haga un sólido

Conviértalo a 3D

X Rotación 90 grados

Acepta sombra

Escriba Texto

Conviértalo a 3D

X Rotación 90 grados

Crea sombra

Nueva Cámara

Posiciónela donde pueda ver la sombra producida por el texto

Nueva Luz

Crea Sombras

Posiciónela donde va a producir sombra en el texto

Gire el texto de 90 grados a 0 grados

Cambie la apariencia del texto (se desea)

### **Use Stroke 3D (Trapcode)**

Deferentes ejemplos de lo que se puede lograr usando este “plug-in”

**Luisa Casanovas Winters** ha trabajado en industria profesional de video por 15 años. Ganadora de múltiples premios por edición y videografía, Luisa cree que los videografos deben asistir sus talleres porque ellos agregarán técnicas de edición a su repertorio que ellos probablemente nunca ha pensado. Ella dará “tips” para hacer la edición mas rapida, mas efectiva y mucho más inventiva.

Una videógrafa consumada, editora y animadora de 3D, sus animaciones del logo de la Academia Naval de los Estados Unidos se han visto en PBS así como en producciones video privadas.

Ella ha creado y editado cientos de proyectos de video para docenas de corporaciones, el gobierno, y clientes educativos, comerciales y privados. Desde 1999, Luisa ha realizado docenas de talleres y seminarios de Adobe Premiere Pro y otros programas de software de Adobe, que ha ayudado a millares de videografos.

Ella ha dado talleres y seminarios en las siguientes ciudades:

- Baltimore, MD
- Annapolis, MD
- Washington, DC
- Philadelphia, PA
- Boston, MA
- San Francisco, CA
- Sacramento, CA
- San Diego, CA
- Dulles, VA
- Fairfax, VA
- Orlando, FL
- Chicago, IL
- New York, NY
- Las Vegas, NV
- Los Ángeles, CA
- San Juan, Puerto Rico
- Santo Domingo, Republica Dominicana
- Buenos Aires, Argentina

Luisa es graduada de la universidad de Johns Hopkins en Baltimore, Maryland

Información de contacto:

[www.videotrainers.com](http://www.videotrainers.com)

[luisa@videotrainers.com](mailto:luisa@videotrainers.com)

(410) 672-5200