



Fecha: 09/06/2016
 Fuente: LAS ULTIMAS NOTICIAS - STGO-CHILE
 Pag: 10
 Art: 2
 Autor: Juan Morales
 Título: MINSAL EXPLICA ESPASMÓDICO VIDEO QUE LAS REDES SOCIALES HAN HECHO BOLSA

Tamaño: 27,8x30,1
 Cm2: 836,2

Tiraje: 111.000
 Lectoría: 291.000
 Tono: No Definido

t

Tommy

@reginogeorge
 La campaña del Minsal para dejar de fumar, hace que me den más ganas de fumar para morirme luego después de ver eso

Bello Público

@BelloPublico

Después de ver la campaña del Minsal, Hollywood estaría pensando en quitarle el Oscar a Chile

Pepe Huerta

@PepeHuertars

Da gusto ver los impuestos bien gastados. De seguro muchos dejarán de fumar... Gracias Minsal!

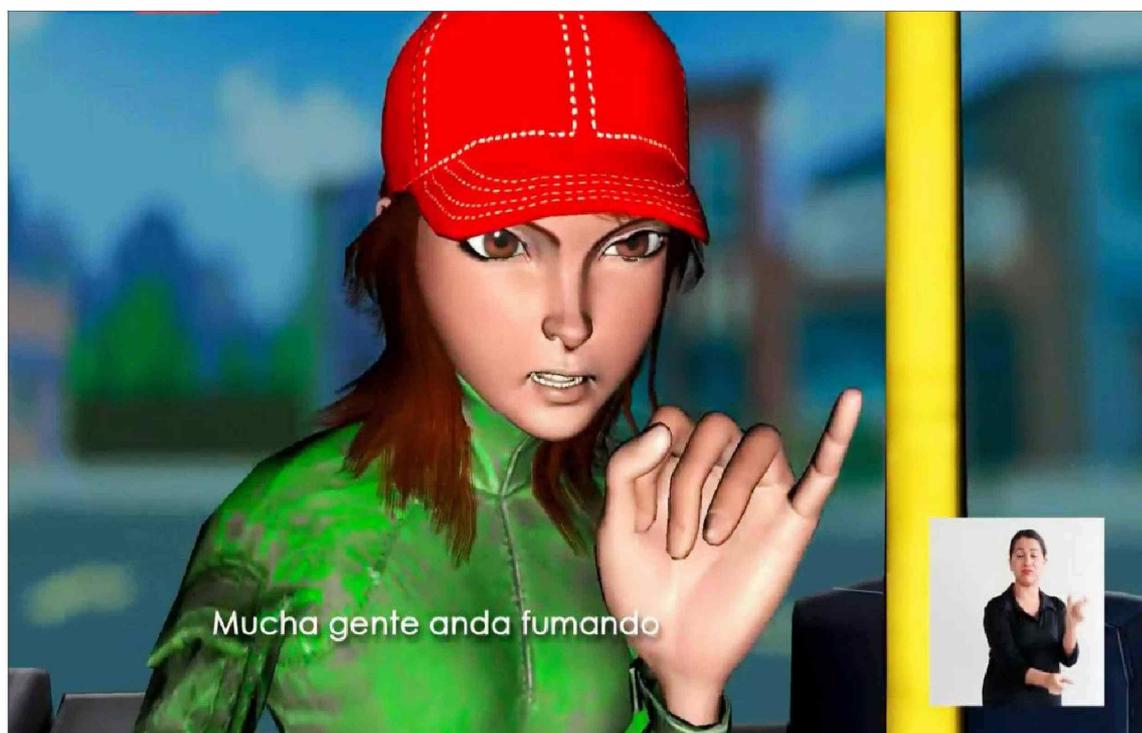
Valeria Stark

@Japo_Val

Nunca había visto algo tan malo como el video de la campaña antitabaco del Minsal... LOL

Casi sin querer, extraña animación en 3D logró su objetivo: viralizar campaña para dejar de fumar

Minsal explica espasmódico video que las redes sociales han hecho bolsa



El presupuesto del Minsal para el video y otros aspectos de la campaña fue de siete millones de pesos.

“Si este video fuera presentado por un alumno de primer año, no le alcanza ni para el cuatro”, dice académico de la **UDLA**.



Fecha: 09/06/2016
Fuente: LAS ULTIMAS NOTICIAS - STGO-CHILE
Pag: 10
Art: 3
Autor: Juan Morales
Título: MINSAL EXPLICA ESPASMÓDICO VIDEO QUE LAS REDES SOCIALES HAN HECHO BOLSA

Tamaño: 22,9x25,5
Cm2: 584,6

Tiraje: 111.000
Lectoría: 291.000
Tono: No Definido

JUAN MORALES

Tito Pizarro, jefe de la División de Políticas Públicas de Salud, dice que esto del arte es medio relativo: "Si algunas personas encuentran que algo es malo, otras lo encontrarán bueno. Esas cosas son así". Lo mismo aplica, agrega, para un video que aparece en el canal del Minsal en YouTube bajo el título de "Concurso Déjalo ya 2016".

La secuencia, que dura 40 segundos, es una animación en 3D que busca promocionar un concurso de afiches dirigido a niños de 5° a 7° básico, para que los adultos dejen de fumar. La idea del video no puede ser más simple: se trata de una muchacha que sube a una micrófono a cantar un hip hop.

"Mi intención no es molestarlos sino puro informarlos", canta la joven 3D. "Mucha gente anda fumando y yo quiero que el tabaco ellos vayan dejando. Mi hip hop es muy sincero, su boca huele a cenicero. Cáncer causa el cigarrillo y entorpece los sentidos...".

Y mientras canta, algunos pasajeros bailan alegremente, como un morenito de ojos desorbitados que alza los brazos a cada rato, mientras una mujer ensaya un paso de breakdance. Todos un poquito tiesos, para ser sinceros, como robots de la Nasa en Marte.

El problema es que en los tiempos que corren a nadie se le escapa nada y el paladar anda muy fino: en algún momento alguien descubrió este video, copió el link de YouTube y lo reprodujo en alguna que otra red social. Y así, el hip hop de la niña 3D se fue multiplicando como una plaga maldita.

Hoy el video tiene más de 170 mil visitas, pero la posibilidad de hacer un comentario en el canal de Youtube fue cercenada por el Minsal: al

contrario de lo que pensaba Tito Pizarro, la inmensa mayoría ha calificado el video como un bodrio. "Este video le provocaría cáncer al cáncer", comentó uno en Twitter. Y fue uno de los más suavécitos.

Hablan expertos

Claro, alguien podría pensar que el vulgo habla de la animación en 3D sin tener idea. Pero sucede que ni el mundo académico salva a la

campaña del Minsal.

Julio Pot, académico de la carrera de Animación digital de la UDLA, dice que le preocupa "la mala calidad artística del video... da la impresión de que está hecho por un amateur. Si este video fuese presentado por un alumno de primer año de la universidad, no le alcanza ni para un cuatro. Se nota que está hecho a la rápida, no está editada, no están trabajados los detalles, los colores no combinan... No".

Ángel Fucaraccio, de la agencia Ángel Anima -especialista en animaciones 3D- detalla los problemas técnicos del video del Minsal: "Primero que nada, no tiene sombra, que es fundamental en una animación 3D. Los dedos de los personajes no se mueven, están rectos, no hay movilidad; el fondo es difuso y no da la sensación de que el bus se

esté moviendo; de pronto la imagen no tiene que ver la secuencia... en fin. Es pésimo".

Patricio Escala, uno de los realizadores de "La historia de un oso", premiada con el Óscar al mejor corto animado, es más benevolente: "No podría comentar este video, porque no sé las circunstancias en que se realizó. No sé cuánto presupuesto tuvieron los que hicieron esto ni cuánto tiempo tuvieron para hacerlo. Es como si yo te juzgara por un reportaje por el que tuviste 15 minutos para hacerlo. Como no sé esos detalles, no puedo opinar".

Al respecto, Tito Pizarro, del Minsal, entrega algunas luces. "Mire, para serle franco, no recuerdo quién fue el que hizo el video. Lo que sé es que lo eligió una comisión en base a lo que buscábamos: un mensaje que fuera directo para la

juventud, que se entendiera y que hiciera que los niños participen. Creo que eso se está logrando". Sobre el dinero destinado para su elaboración, recalca que no había mucho. "En total fueron unos siete millones de pesos. Incluían, aparte del video, la difusión, la creación de la plataforma web, los afiches, la campaña de norte a sur del país. Hicimos lo que pudimos".

Solo para tener una referencia, Ángel Fucaraccio dice que una animación en 3D "con un estándar decente" cuesta a lo menos 15 millones de pesos.

"Sé que hay personas que han encontrado el video feo, medio robótico, poco pulcro, como en bruto, sin pulir, pero nosotros sabemos escuchar y podemos corregir en la medida de lo posible", cierra Pizarro.