
QUÉ ES MOTION GRAPHICS

Concepción Alonso Valdivieso

Universidad de Granada

¿Qué son exactamente los Motion Graphics? Muchos aún no lo tienen claro. Si nos ceñimos a una simple traducción literal del término podríamos decir que son “grafismo en movimiento”, pero van mucho más allá. Los Motion Graphics son una técnica con gran capacidad de expresión, y por ello muy utilizada en publicidad, vídeos institucionales, secuencias de créditos, etc. Pueden traducir una compleja idea en un mensaje claro con unos pocos segundos de animación.

Al mismo tiempo, los Motion Graphics poseen una estética muy particular, sencilla y muy elegante. Pero cualquier animación podría coincidir con estas características, entonces, ¿dónde está la diferencia entre ellos y una animación de cualquier otro tipo? En este artículo trataremos de hallar la respuesta a través de un recorrido por su evolución y un análisis de sus componentes.

What exactly are ‘Motion Graphics’? Many people still aren’t entirely sure. Taken literally they are just graphics in motion, but they also mean much more than that. Motion graphics use incredibly expressive techniques and as a result are often found in advertising, corporate videos, credit sequences, etc. They can translate a complex idea into a clear message with just a few seconds of animation.

At the same time they have a very particular, simple and stylish aesthetic. But, if any animation could match these characteristics, what is the difference between Motion Graphics and other types of animation? We will try to find the answer by looking through their evolution and the analysis of their main features.

Palabras clave: Animación, Grafismo Audiovisual, Motion Design, Diseño Audiovisual.

DOI: <http://dx.doi.org/10.4995/caa.2016.4799>

Aunque a algunos nos lo han presentado como Motion Graphics, otros prefieren llamarlo Motion Design. En España sería más apropiado hablar de Diseño Audiovisual, Grafismo Audiovisual o Gráficos Animados. Todos estos términos ya empiezan a definir en cierta medida de qué se trata, y al mismo tiempo han sido tema de controversia. El Motion Graphics surge de la industria del entretenimiento, utiliza los recursos del medio audiovisual y “añade de una manera sustancial el sentido gráfico de la forma” (Colomer y Ràfols, 2003: 9). Por tanto, es un sistema de comunicación que expone un discurso a través de recursos gráficos en un soporte audiovisual.

Para muchos, el término Motion Graphics es nuevo, pero lo cierto es que nacen con los inicios del cine y se desarrolla más potencialmente a partir de los años 60, cuando empiezan a hacerse gráficos por ordenador. Actualmente están alcanzando su máximo desarrollo con una estética renovada y también con una nueva forma de comunicar, debido a la gran cantidad de dispositivos tecnológicos de los que disponemos, como ordenadores, tablets, smartphones, etc.

En ocasiones cuesta trabajo averiguar dónde está la diferencia entre los Motion Graphics y la animación que estamos acostumbrados a consumir. Podría decirse que los Motion Graphics son otra técnica de animación, pero la diferencia no sólo está en el procedimiento, sino también en lo que transmite, cómo lo hace y los medios en lo que se encuentra. Está estrechamente conectado al diseño gráfico y “difícilmente puede existir de manera autónoma sin vincularse a su funcionalidad, ya sea la comunicación de una marca televisiva, de una película, un programa, un grupo musical o un producto” (Herráiz, 2008: 41). Las diferencias entre Motion Graphics y animación podrían ser análogas a las que existen entre el diseño gráfico y la ilustración, ya que son dos disciplinas de las que en muchas ocasiones se nutren respectivamente, pero están bien diferenciadas.

Para identificar con precisión los Motion Graphics primero vamos a definir qué son exactamente, examinando de qué elementos se compone. A su vez, resultará esencial conocer sus orígenes, por lo que haremos un recorrido donde tendremos ocasión de observar cómo coinciden con los de la animación experimental, y en qué momento se separa de la misma para erigirse como una disciplina independiente, que en la actualidad presenta muchas aplicaciones, más de las que en un principio estábamos acostumbrados a ver.

01

¿Qué son los Motion Graphics?

Los Motion Graphics se componen de imágenes y textos en movimiento que, acompañados de una música, sirven para comunicar un mensaje lleno de dinamismo. Tienen una forma muy eficiente de transmitirlo, ya que en la mayoría de ocasiones una voz en off refuerza lo que muestran las imágenes, informando con mucha claridad ambas fuentes en sincronía. Se trata de un instrumento idóneo para comunicar un mensaje preciso, directo y lleno de contenidos visualmente atractivos, por lo que además consiguen cautivarnos con su estética —razón por la que su uso más frecuente se halla en publicidad.

Podría decirse que estamos ante la unión entre el diseño gráfico, la infografía y la animación, por lo tanto son diseños normalmente compuestos por elementos que pueden ir desde lo más icónico a un nivel muy realista, moviéndose en un espacio en 2D o en 3D. Estos elementos suelen estar en constante evolución, enmarcados en un espacio y un tiempo con el que interactúan. Su envolvente dinamismo es otra de las características de los Motion Graphics, pues la forma en que se mueven estas piezas gráficas es lo que les hace captar mejor nuestra atención.

1.1

Movimiento

Una forma de identificar un Motion Graphics es atender a su movimiento, ya que tiene una forma particular de hacerlo. Los elementos gráficos que componen los Motion Graphics tienen una serie de propiedades que se transforman para convertirse en objetos dinámicos, siendo éstas:

Posición

Variar la posición de un objeto es dotarlo de movimiento para que pueda ir de un lugar a otro. Así, los gráficos o personajes aparecerán o desaparecerán entrando y saliendo de la pantalla, se desplazarán por ella para mostrarnos datos o revelarnos algo. Este movimiento que produce el cambio de posición es fundamental para mantener el ritmo visual de la animación, y está estrechamente ligado a otros conceptos como el tiempo, pues todo movimiento tiene una duración en pantalla.

Escala

Como en el antiguo Egipto, en los Motion Graphics la escala es jerárquica y la importancia de los objetos se da en función de su talla, por lo que no importa la relación de tamaños entre unos y otros en la realidad, sino que será más grande el que tenga mayor protagonismo.

A través de los cambios que introducimos en la escala podemos obtener la sensación de que un objeto 2D tiene profundidad. Parecerá que viene desde muy lejos, que se acerca tanto a nosotros que nos podemos meter dentro de él, o que sale del encuadre por un lado de la pantalla. Por ello, al variar la escala conseguimos la sensación de modificar la distancia de un objeto con relación a otros, o respecto a la pantalla.

Adicionalmente, cuando modificamos la escala podemos mantener la proporción de los objetos, o no hacerlo, de modo que ya empezamos a introducir modificaciones en la forma.

Forma

La forma gráfica es lo que define un objeto o personaje, pudiendo ser figurativas o abstractas. Cuando cambiamos la forma de los objetos para generar la animación, creamos lo que podría denominarse como metamorfosis, haciendo que las formas se conviertan en otras. Estas metamorfosis llenan de dinamismo y atractivo las animaciones, dando la sensación de que todo es posible. Gracias a ellas, los cortes entre planos nunca son directos, sino que una escena antecede a la siguiente con transiciones que hacen fluir la animación.

También hay que tener en cuenta que la forma va ligada a otros conceptos como el color, la luz, la saturación, el tono, el brillo, o la textura. Todos estos parámetros también son susceptibles de cambio, son estimulantes y adquieren un significado o simbolismo, por lo que a través de la elección de unos u otros podemos empezar a transmitir parte del mensaje que deseamos.

Tiempo

La velocidad a la que algo se mueve nos transmite mucha información sobre el objeto o personaje: nos habla de su peso, de su fuerza, su estado de ánimo e incluso de su intención. Hacer un buen uso del tiempo es esencial para comunicar un mensaje.

Algo que tienen estos diseños animados en común es su dinamismo y su velocidad, pues todo se mueve de forma constante y considerablemente rápida. Nada puede permanecer quieto demasiado tiempo, pero sí el suficiente para captar la idea que desprende. Por ello hay que tener un especial sentido del ritmo.



Fig. 1 – Estudio Plenty, *MTV Bicentenario*, 2010.

En consecuencia, los Motion Graphics tienen una forma especial de moverse; es también esencial determinar qué nivel de acabado tienen sus gráficos. Tanto en publicidad, cine o televisión, comprobamos que a veces los Motion Graphics pueden ser muy sencillos, con composiciones muy esquemáticas, mientras que otras pueden ser imágenes cargadas de detalles. En gran medida este nivel de acabado tiene mucho que ver con la técnica con que están realizados.

01.2

Técnicas

Encontramos múltiples estéticas dentro de los Motion Graphics, pero las técnicas con las que están realizados podrían clasificarse en tres grandes grupos: 1) los Motion Graphics realizados en 2D; 2) los realizados en 3D; y 3) los híbridos, donde podemos encontrar una mezcla de las anteriores, combinadas a veces incluso con imágenes reales.

A veces se tiende a pensar que una animación 3D tiende a buscar una gran semejanza con la realidad, pero si nos detenemos a observar un panorama más amplio comprobaremos que existen animaciones 3D que recrean infinidad de formas abstractas. Un claro ejemplo de esto lo podemos observar en las cortinillas y cabeceras televisivas de la cadena MTV, un canal que siempre se ha diferenciado del resto de la parrilla por su estilo y contenidos.

La que muestra la (Fig. 1) fue creada por los Estudios Plenty en 2010 para el *MTV Bicentenario*, especial que celebraba el 2º centenario de la independencia de Argentina, Chile, México y Colombia. La animación representa dos ejércitos de volúmenes abstractos en una batalla: se trata de formas complejas y muy elaboradas, pero sin ningún parecido con la realidad; sólo su disposición en el espacio, situadas en dos bandos que se van aproximando, nos hacen comprender la situación.

Por su parte, *Rocknroller* es un estudio que también ha realizado trabajos para MTV, pero en este caso cabe mencionar una serie de piezas publicitarias para la marca deportiva Mitre (Fig. 2). En este trabajo el 3D sí está al servicio de una mimesis de lo real. Se pueden observar infografías hiperrealistas animadas que nos muestran cómo están realizados sus productos, sus materiales y la calidad, pudiendo verse cómo se van formando capa a capa hasta que se convierten en un objeto real.

Los Motion Graphics en 2D son una herramienta en auge que adoptan una estética muy distinta a los ejemplos anteriores cuando se trata de imágenes planas y aparentemente sencillas. En muchas ocasiones tras su apariencia 2D se esconde un modelado en 3D que permite mover la cámara por los escenarios, dando lugar a cambios de perspectiva.

Un ejemplo de un 2D puro es el que muestra la (Fig. 3), diseñada por Benoit Massé para la empresa Prodigy Energy Recovery System.

En este caso nos explican cómo funciona un producto para calentar agua utilizando menos energía. La animación está realizada a partir de ilustraciones vectoriales con un carácter sencillo y muy plástico. Sin demasiado ornamento, resultan estéticamente atractivos y muy directos, ejemplificando una tendencia muy actual, independientemente de su funcionalidad.

Por último, un ejemplo de los Motion Graphics que hibridan varias técnicas, creando piezas audiovisuales muy complejas, sería el trabajo titulado *Amsterdam Osdorp*. Debido a la reestructuración de una barriada de Ámsterdam denominada Nieuw Amsterdam-Oeste, se publicó *The Metamorphosis os Osdorp*, un libro donde se recogen fotografías de sus calles. Además se realizó la animación de la que podemos ver algunos fotogramas (Fig. 4), tratándose de una fusión perfecta entre animación 2D, 3D e imagen real. Vemos cómo algunos de esos emblemáticos elementos arquitectónicos se despegan del suelo y flotan, incluso cómo

Fig. 2 – Studio Rocknroller, *Mitre Sports International*, 2013.

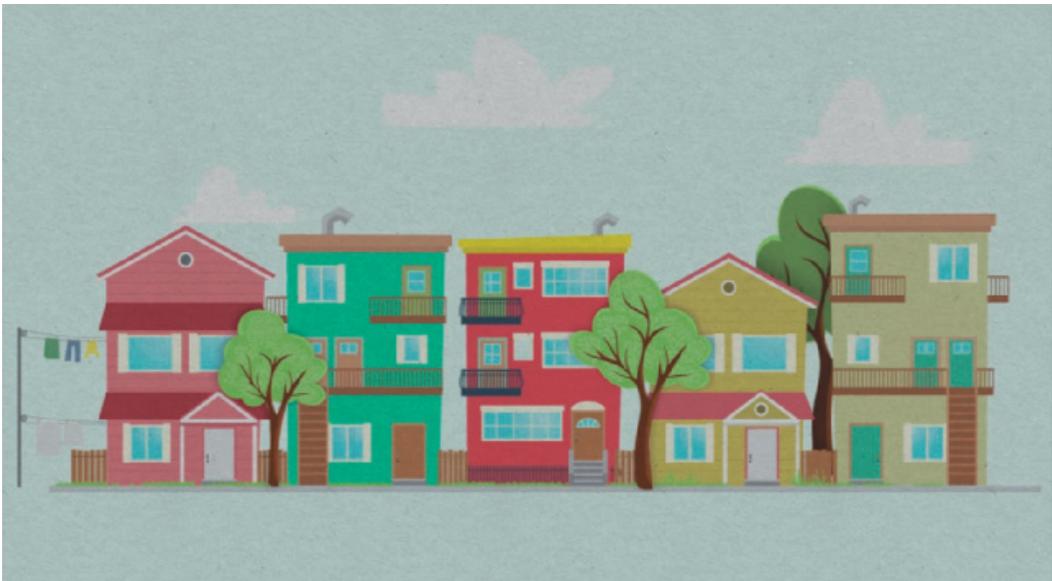




Fig. 3 – Benoit Massé, *Ecodrai*, 2010.



se despliegan al abrirse un libro como si se tratara de un pop-up, resultando visualmente muy potente por la forma en que se integran fotografía, vídeo, dibujos, gráficos e infografías (Fig. 5). Este trabajo fue realizado por la agencia *PlusOne*, un estudio afincado en Ám-

sterdam y con una gran cartera de clientes; sus trabajos también recogen una larga lista de premios y menciones, lo que no es de extrañar, debido a la calidad artística y la creatividad que desprenden.

01.3 Sonido

Fig. 4 – Estudio *PlusOne*, *Amsterdam Osdorp*, 2010.



Un elemento esencial para cualquier Motion Graphics es el sonido, ya que marca el ritmo del movimiento y “acentúa la carga emotiva, reforzando el valor expresivo de la imagen, dándole relieve al dotarla de una dimensión envolvente para que el espectador se sienta dentro” (Colomer y Ràfols, 2003: 34). El sonido hace que entendamos la imagen de un modo concreto y viceversa, de modo que, al final, influyen recíprocamente y se condicionan para poder transmitir una idea concreta.

El sonido puede provenir de distintas fuentes, siendo una de ellas la voz en off, ya que en este tipo de creaciones no es habitual que los personajes hablen, sino que es un narrador quien relata la historia a la vez que las imágenes complementan o ilustran lo que dice.

Otra fuente sonora a considerar es la música, que tiene una gran capacidad para introducir un estado emocional y receptivo en el espectador.



Fig. 5 – Estudio PlusOne, *Amsterdam Osdorp*, 2010.

Tiene la habilidad de sugerir, de transformar la realidad, de conducir al espectador proporcionando información o de intensificar una emoción, siendo infinitas sus posibilidades.

Por último están los efectos sonoros, que a veces pasan desapercibidos pero son absolutamente necesarios para los Motion Graphics. Sirven para crear un ambiente determinado, para dar credibilidad al movimiento de los objetos, y en ocasiones exageran ciertas acciones. En este tipo de animaciones vemos cómo los objetos se desplazan solos, se generan de la nada y se transforman en otra cosa: como estas acciones producen sonidos que no existen en la realidad, tenemos absoluta libertad para crearlos. No es como el caminar de un personaje del que esperamos oír las pisadas; por esto es muy habitual escuchar esos “pop”, “swoosh”, “clic”, “whoosh”, que hacen más atractiva y creíble la animación.

Hasta ahora hemos definido qué es un Motion Graphics, qué técnicas solemos encontrar, cómo se mueven y qué sonidos generan. Pero lo que nos ayudará a entender mejor qué son y diferenciarlos del resto de animaciones será conocer sus primeras manifestaciones.

02

Orígenes del Motion Graphics

Actualmente las técnicas con las que se producen Motion Graphics son puramente digitales, por ello resulta interesante esbozar un pequeño contexto para conocer cuáles fueron los primeros diseños en movimiento que utilizan estas herramientas. Pero lo cierto es que el origen de los Motion Graphics son muy anteriores a la llegada de esta tecnología, encuadrándose una parte de la historia de la animación un tanto desconocida para el público general.

02.1

Animación experimental

Se considera que los Motion Graphics tiene su origen en la animación experimental y de vanguardia, cuando aquellos pioneros crean las primeras piezas de música visual donde formas abstractas se movían al ritmo de una música. Artistas como Walter Rutt-

mann, Oskar Fischinger, o más tarde Len Lye y Norman McLaren, entre otros, marcaron el inicio de un estilo artístico.

Entre las obras de Walter Ruttmann encontramos valiosos trabajos como *Lichtspiel, Opus Nr. 1*, realizado en 1921, que formó parte de la serie *Absolute Films*. La técnica utilizada era pintura sobre cristal, realizada a base de capturas fotográficas a cada pincelada, pudiéndose observar en ellos formas sencillas que se mueven por la pantalla, entrando y saliendo o interactuando entre ellas.

Oskar Fischinger fue otro de los primeros animadores experimentales que investigó y creó nuevas técnicas de animación, poniéndolas en práctica tempranamente en sus *Wachexperimente* (1927). Su trabajo también buscaba la unión entre la música e imágenes abstractas en movimiento. Posteriormente, su serie de películas tituladas *Studies*, de unos 3 minutos, estaban compuestas por alrededor de 5.000 dibujos con fondo negro donde las formas bailan y fluyen al ritmo de una música (Faber, Walters, 2004: 52).

Por su parte, Len Lye fue un artista multidisciplinar: en 1935 crea su primera película titulada *Colour Box*, y lo hace con una técnica innovadora que consistía en pintar con color y tintas o incluso raspar directamente sobre el celuloide de una película en blanco y negro. El resultado es un filme de ritmo muy acelerado, donde formas ondulantes se mueven en la pantalla.

Paralelamente Norman McLaren había empezado a desarrollar una técnica parecida, que demuestra por primera vez en su primer trabajo comercial *Love on the Wing* (1938): sobre unos fondos de inspiración daliniana, una serie de grafismos blancos dibujan objetos y personajes, transformándose de forma cómica.

Aunque las técnicas utilizadas entonces son muy diferentes a las de ahora, situamos aquí sus orígenes porque se encuentran las

primeras características que definen a la mayoría de Motion Graphics: la utilización de formas abstractas, elementos geométricos que construyen formas, las metamorfosis de objetos y su constante dinamismo. Resulta curioso situar sus inicios en una forma de arte que se sentía completamente desligada de la industria cinematográfica y observar el uso comercial que ha adquirido en los últimos años.

Como acabamos de ver, el nacimiento del Motion Graphics todavía va ligado al de la animación, pero existe un momento en el que ambos toman caminos diferentes.

02.2

Animación digital

Así como los comienzos del cine y la animación tradicional están asociados a los arcades y los espectáculos de magia, y su motivo de existir fue muy pronto el entretenimiento, el despegue de la animación digital tuvo otros motivos muy alejados de la creatividad y la expresión artística, desarrollándose en el campo de la investigación militar e industrial.

Fue John Whitney quien creó Motion Graphics Inc. en 1960, produciendo efectos de luz generados por ordenador y que posteriormente sirvieron de inspiración a su hijo John Whitney Jr. para realizar una animación creativa. Introducía formas geométricas combinadas con sonidos eléctricos que daban como resultado películas de carácter experimental, con toques psicodélicos sugeridos por la sucesión de formas no figurativas y sus cambios de color.

John Whitney produjo sus películas utilizando un innovador sistema llamado *Sketchpad* (bloc de dibujo), el primer programa informático de dibujo por ordenador, creado por Ivan Sutherland en 1963, un pionero de la investigación de gráficos por ordenador. Con la patente de este sistema y la cantidad de posibilidades

que ofrecía se fundó Evans & Sutherland, empresa pionera en el uso creativo de la informática gráfica (Wells, 2006: 122).

Pero es en 1958 cuando John Whitney y el diseñador gráfico Saul Bass hacen alianza para crear uno de los títulos de crédito más míticos de la historia del cine: se trata de *Vértigo* (*Vertigo*, Alfred Hitchcock), con John Whitney a cargo de la parte informática y Saul Bass del diseño. El éxito fue arrollador, ya que por entonces estas técnicas de animación digital eran completamente innovadoras: sus espirales se convirtieron en un símbolo y un punto de inflexión para este arte, empezando a vislumbrarse esa dicotomía entre animación y Motion Graphics.

Otra figura muy destacada por la realización de títulos de crédito con animación digital es el diseñador estadounidense Maurice Binder. Entre sus trabajos más conocidos encontramos las secuencias de créditos de numerosas películas —hasta catorce— de la franquicia del personaje James Bond. Trabajó en la primera de ellas, *Agente 007 contra Dr. No* (*Dr. No*, Terence Young, 1962), para la que diseñó la famosa secuencia denominada *Gunbarrel*, que ofrece un plano imposible desde el interior del cañón de una pistola. Esta imagen se convirtió en símbolo inconfundible de la saga de películas y siguió vigente en todas las películas de James Bond.

Desde los años 50 también se extendía en televisión la animación de logotipos, spots, etc., aunque debido a la baja resolución de las pantallas de entonces, las imágenes resultaban mucho más pobres que las utilizadas en cine.

En esta breve historia de los Motion Graphics encontramos grandes autores que desarrollan auténticas obras de arte, ya sean con fines comerciales para las secuencias de títulos, o animaciones experimentales. Estos trabajos están realizados a través del movimiento de gráficos y texto al ritmo de una música: imágenes que pueden ser reconocibles o abstractas, que se transforman, cambian su

color, textos que aparecen y desaparecen o se escriben solos. Este tipo de creaciones ya eran Motion Graphics aunque muchos todavía no lo sabían.

Toda animación digital desarrollada antes de la década de los 80 era muy laboriosa por la gran complejidad, capacidad y lentitud que entonces implicaba el manejo de ordenadores. A partir de los años 80, los ordenadores fueron ganando velocidad y cada vez con mayor frecuencia se utilizaban como herramienta para generar imágenes, gráficos y animaciones.

Actualmente, acceder a ordenadores con las características técnicas que nos permitan realizar este tipo de animaciones es cada vez más fácil, de modo que continuamente emergen artistas y pequeños estudios capaces de realizar piezas de Motion Graphics con programas muy accesibles, como Adobe After Effects o Cinema 4D entre otros. Debido a estas facilidades se empiezan a encontrar trabajos con múltiples aplicaciones distintas a las habituales.

03

Aplicaciones de los Motion Graphics

Como se apuntaba en la introducción, la finalidad de los Motion Graphics es por encima de todo la de comunicar. Actualmente se pueden ver en casi cualquier producto audiovisual: además de observarlos en los títulos de crédito cinematográficos, de donde proceden en gran medida, podemos encontrarlos masivamente en televisión, y dentro de ésta en multitud de contenidos diferentes —la cabecera de cualquier programa televisivo, los rótulos de los informativos, logotipos animados, videoclips, tutoriales—, y por supuesto en la publicidad, donde encontramos trabajos originales, creativos y cargados de mensajes. Pero existen otros ámbitos donde en los últimos años está proliferando su uso, de los que vamos a hablar a continuación.

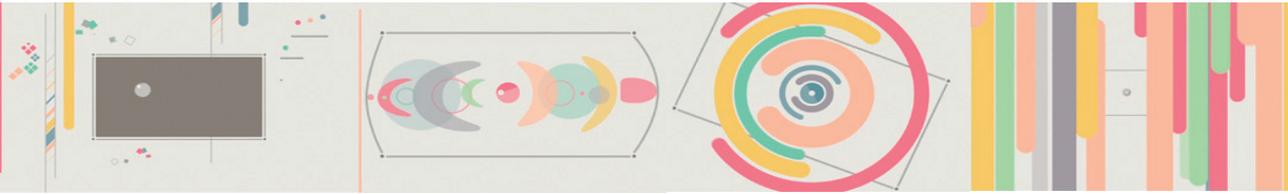


Fig. 6 – Estudio Binologue, *Debien*, 2014.

03.1

Motion Graphics corporativo

Internet se ha convertido en el perfecto escaparate de este tipo de Motion Graphics, los vídeos corporativos. En ellos las empresas nos cuentan en poco más de un minuto cómo funcionan y qué servicios nos prestan.

Los vídeos corporativos se caracterizan por su claridad a la hora de transmitir el mensaje y el atractivo de sus imágenes que ayudan a definir el carácter de la empresa. Resultan especialmente beneficiosos para aquellas empresas de las que no se tiene un conocimiento exacto sobre su actividad, para las que acaban de empezar, o las que no tienen una sede física. De este modo, a través de estos vídeos que suelen alojarse en su página web, se puede presentar con facilidad cuáles son sus propósitos y la misión de la compañía.

Debido a que la demanda de estas piezas de Motion Graphics se ha multiplicado en los últimos años, las empresas de publicidad han incorporado estos productos entre sus servicios: como, por ejemplo, Binologue, un estudio afincado en Madrid que ha realizado una pieza explicando qué es Debien, una marca de alimentación española de producción responsable (Fig. 6). En poco más de un minuto nos cuentan cuál es su modelo de empresa a través de imágenes sencillas, una animación fluida y una voz en off capaz de comunicar la esencia y filosofía de esta empresa. Los frutos de este trabajo lo han recogido con algunos premios y menciones como el *Bass Awards* 2015, donde

han obtenido el premio de Bronce. Los *Bass Awards* son unos premios internacionales que recogen los mejores trabajos de Animación, Motion Graphics y Diseño.

Además, existen creaciones con fines muy distintos que también podemos apreciar en Internet, lugar donde hay espacio para todo tipo de contenidos, donde encontramos creaciones que han adoptado la estética y técnica de los Motion Graphics para crear animaciones con mensajes que no están ligados a la publicidad, sino que cuentan historias, documentales, nos informan o se recrean con imágenes abstractas.

03.2

Motion Graphics documental

Los Motion Graphics no siempre han estado al servicio de las grandes empresas, como ya hemos mencionado: se pueden encontrar en la red algunos trabajos diferentes, como los documentales que utilizan estas técnicas para ofrecernos resultados sobre estudios o investigaciones.

Waiting for Superman es un documental dirigido por Davis Guggenheim en el año 2010. Para la difusión de este documental se realizó un vídeo donde se hace un gran alarde de Motion Graphics. Está dirigido por Ryan Honey, y en él nos habla del deprimente sistema educativo estadounidense y de cómo sólo a través de la educación podremos salir de la crisis social y económica. A través de esta animación se invita al público a ver la película. Se puede

observar en estas imágenes un estilo muy esquemático, con formas geométricas sencillas, apenas dos o tres colores. Es una animación que utiliza unos recursos muy básicos pero que funcionan, transmitiendo un mensaje muy claramente.

También es importante reseñar el estudio italiano Quattrigatti, que ha producido multitud de Motion Graphics con temáticas muy variadas, adaptable a múltiples contenidos, que ofrezcan datos de una investigación o que preparen vídeos corporativos. Entre sus producciones hay muchas destacables, como *With or Without (€) U*, donde se valoran pros y contras sobre la permanencia o la salida del euro en Italia.

Todos estos trabajos se caracterizan por el uso de imágenes muy simbólicas, diseños esquemáticos y funcionales. La armonía de los colores es otra característica que influye en su atractivo, usando una gama reducida y casi siempre de colores pastel, observándose en pocas ocasiones colores muy puros. Respecto al audio, siempre van acompañados por una voz clara y agradable que nos conduce por la animación: una animación que no suele ser redundante sino un complemento a lo que la voz en off va diciendo, un apoyo gráfico o una infografía en ocasiones, que sirve como refuerzo. Todos los elementos concuerdan y generan maravillosas animaciones cargadas de contenido.

03.3

Motion Graphics artístico

Otra de las aplicaciones donde encontramos los Motion Graphics son las que tienen un carácter artístico, de manera semejante a los orígenes del Motion Graphics, cuando algunos artistas de vanguardia hallaban en la animación experimental otro campo de investigación. Estas nuevas manifestaciones de Motion Graphics, que recuerdan a las de los pioneros, están llenas de elementos geométricos con un carácter muy artístico, donde las formas se mueven e interactúan al

ritmo de la música, con la misma intencionalidad que la *música visual* de Ruttmann o Fischinger.

Mork es un trabajo realizado por el estadounidense Phil Borst: una animación en 2D de un minuto de duración creado a partir de elementos gráficos simples. Un círculo encerrado en una caja lucha por salir danzando en su interior con la música de Dustin O'Halloran. Se trata de una animación fantástica de formas sencillas y elegantes colores que representan la abstracción del sonido y la música (Fig. 7). Asimismo, encontramos varios trabajos que se basan en elementos geométricos para crear Motion Graphics abstractos, como *Pure Geometry* del diseñador Alexey Romanowsky, con un estilo muy distinto al anterior pero igualmente asombroso, tratándose esta vez de una animación en 3D.

Cada vez más aparecen estudios que realizan este tipo de animaciones. Se ha extendido mucho el uso de esta técnica sobre todo por su capacidad a la hora de lanzar mensajes eficazmente, ya sea de consumo en publicidad, de resultados en investigaciones, o con fines artísticos para transmitir una idea. Si hacemos una pequeña búsqueda por internet podremos comprobarlo, ya que existen canales en *Vimeo* que muestran infinidad de trabajos de distinta índole utilizando Motion Graphics, donde podremos encontrar hasta propuestas de matrimonio o invitaciones de boda.

04

Conclusiones

Hemos comprobado que los Motion Graphics conforman una herramienta en constante evolución, creciendo al ritmo que la tecnología, y que cada vez gana más campos de actuación. A través de este recorrido nos damos cuenta de la importancia de los Motion Graphics por diversas razones.

En primer lugar, nos permiten explorar el sentido más artístico de la animación. Podemos

trabajar desde imágenes abstractas para animaciones experimentales, hasta imágenes con un alto grado de realismo, e incluso creaciones de videomapping, donde los diseños gráficos se proyectan sobre cualquier superficie.

En segundo lugar, destacan sus aplicaciones educativas para elaborar tutoriales y lecciones magistrales que combinan la claridad del mensaje con una cuidada estética. Además, resulta muy útil ya que de manera global se empiezan a plantear nuevas metodologías docentes, como “La clase al revés” o “Docencia Inversa”, donde se trata de proporcionar al alumnado material para su estudio en casa, lo que incluye tutoriales y lecciones audiovisuales, para así aprovechar mejor las clases presenciales para prácticas, debates o dudas.

En tercer lugar, los Motion Graphics destacan por su continuo desarrollo. Aunque requieren mucho trabajo, como cualquier otra animación, programas como After Effects facilitan mucho la labor y no dejan de perfeccionarse. Nos permiten mover los objetos de una forma asombrosamente sencilla, pudiendo cambiar su forma, su color, su posición, y jugar con la velocidad a la que todo esto ocurre, creando sorprendentes efectos. Las posibilidades que ofrece este programa son infinitas. Además resulta una herramienta inicialmente sencilla, y muy útil para aquellos que se están formando en el mundo de la animación, ya que permite conseguir resultados a corto plazo.

Además de todos los escenarios que hemos descrito, las utilidades de los Motion Graphics son tan variadas y distintas que cuesta trabajo imaginar hasta dónde puede llegar esta disciplina. Por ello se requiere estar en constante actualización, con el fin de redefinir qué son, y qué serán, los Motion Graphics.

Las universidades y escuelas privadas se dan cuenta del cariz que han adquirido los Motion Graphics. Se puede observar cómo se ha incrementado la oferta formativa en esta



Fig. 7 – Phil Borst, *Mork*, 2012.

área en auge, siendo necesario que los diseñadores gráficos estén formados en este campo, dando el perfil de lo que se ha denominado como Motion Designer, para hacer frente a toda esta gran demanda que crece vertiginosamente.

© Del texto: Concepción Alonso Valdivieso.

© De las imágenes: Estudio Plenty (Fig. 1); Studio Rocknroller (Fig. 2); Benoit Massé (Fig. 3); Estudio PlusOne (Figs. 4, 5); Estudio Binologue (Fig. 6); Phil Borst (Fig. 7).

Referencias bibliográficas

- COLOMER, Antoni, RÀFOLS, Rafael. 2003. *Diseño Audiovisual*, Barcelona: Gustavo Gili.
- DOPRESS BOOKS (eds.), 2012. *Moving Graphics*, Barcelona: Promopress.
- FABER, Liz, WALTERS, Helen. 2004. *Animation Unlimited. Innovative Short Films Since 1940*, Londres: Laurence King Publishing.
- HERRÁIZ, Beatriz, 2008. *Grafismo audiovisual: el lenguaje efímero. Recursos y estrategias* (Tesis doctoral), Valencia: Universitat Politècnica de València.
- HERVÁS, Christian, 2002. *El diseño gráfico en televisión*, Madrid: Cátedra.
- RODRÍGUEZ, José Luis, 1988. *El cómic y su utilización didáctica. Los tebeos en la enseñanza*, Barcelona: Gustavo Gili.
- SENDPOINTS Publishing Co. (eds.), 2015. *Motion Graphics in Branding*, Hamburgo: Gingko Press.
- VILLAFANE, Justo, 1985. *Introducción a la teoría de la imagen*, Madrid: Ediciones Pirámide.
- WELLS, Paul, 2006. *Fundamentals of Animation*, Suiza: AVA Publishing.

Bibliografía recomendada

- BLANCAS, Sara, 2001. *El diseño gráfico y el cine. Secuencias de títulos diseñados por Saul Bass (1954-1995)*, Granada: Universidad de Granada.
- BYRNE, Bill, 2012. *Motion Graphics*, Waltham,

EEUU: Focal Press.

CEREZO, José, M^a, 2002. *Diseñadores en la nebulosa. El diseño gráfico en la era digital*, Madrid: Biblioteca Nueva.

CURRAN, Steven, 2000. *Motion Graphics: Graphic Design for Broadcast and Film*, Hamburgo: Gingko Press.



Biografía

Concha Alonso (Almería, 1984) es profesora en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Granada, donde se licenció en el año 2008 y más tarde se doctoró en 2014. Dentro del amplio abanico que comprenden las artes se siente muy atraída por la animación, la ilustración, el diseño y el audiovisual, materias sobre las que imparte o ha impartido clases en los últimos cinco años que lleva trabajando en esta Universidad.

E-mail

alonsov@ugr.es

L'ATALANTE

REVISTA DE ESTUDIOS CINEMATográfICOS

Consultar
call for papers de
futuros números
en la web

NÚMERO 20



Contacto: info@revistaatalante.com

CUADERNO

Heridas, pervivencias, transformaciones. Modelos de estilización en el cine posbélico español (1939-1962)

DIÁLOGO

Realismo(s), tragedia e ironía.
José Antonio Nieves Conde

(DES)JENCUENTROS

Desahaciendo tópicos. Una discusión a cinco voces sobre el cine español de la posguerra

Colaboran en este número: Óscar Brox Santiago, Santiago Barrachina Asensio, Enric Antoni Burgos Ramírez, Elpidio del Campo, José Luis Castro de Paz, Juan Miguel Company, Susana Díaz, Emeterio Díez Puertas, Marta Fernández Morales, Manuel de la Fuente, Sonia García López, Fernando Gómez Beceiro, Juan Gorostidi, Iñigo Larrauri Garate, María Isabel Menéndez Menéndez, Pedro Molina-Siles, Alejandro Montiel, Javier Moral Martín, Héctor Paz Otero, Julio Pérez Perucha, Juan Carlos Piquer-Cases, Fernando Redondo Neira, Jean-Claude Seguin, Jenaro Talens, Sergio Villanueva Baselga, Santos Zunzunegui.

L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos está indexada en Thomson Reuters, Scopus, DOAJ, Latindex, ISOC y CIRCI.

Contenidos en abierto disponibles en la web
www.revistaatalante.com

#16



#17



#18



#19



Próximo número, enero de 2016:

Políticas de memoria
en torno a las imágenes de la
Primera Guerra Mundial

Edita:

associació cinefórum
L'ATALANTE

Con la colaboración de:

VNIVERSITAT
D VALÈNCIA

unir
UNIVERSIDAD
INTERNACIONAL
DE LA RIOJA

UNIVERSITAT
JAUME I

L'A

CINE L'ATALANTE

Podcast semanal del
CINEFÓRUM L'ATALANTE
sobre actualidad e historia cinematográfica

Próximamente disponible en
UPV RTV
Más información en redes sociales

Equipo:
**Nacho Palau, Guillermo Rodríguez,
Óscar Brox, Héctor Gómez**