

Motion Graphics

Iñaki San Juan Cañestro
Polo de Contenidos Digitales

Referencia de este artículo

San Juan Cañestro, Iñaki (2023). Motion Graphics. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, n°26. Castellón de la Plana: Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Comunicación, 335-338.

Aún recuerdo con cierta excitación el impacto que supuso para todos aquellos que estábamos interesados en la imagen audiovisual la secuencia de créditos de apertura creada por el maestro Kyle Cooper para la película de suspense americana *Seven* (Fincher,1995), yo tenía 19 años y Adobe había adquirido la aplicación *After Effects* para su desarrollo y explotación hacía un año lanzando la versión 3.0 del software.

El animador estadounidense John Whitney, pionero en la animación digital para crear secuencias para cine y televisión, había acuñado el termino «motion graphics» a finales de la década de los 50 (Betancourt, 2020). Uno de sus mayores hitos y por el que todos le conocemos fue la creación de la secuencia animada

de título inicial de la película *Vértigo* (Alfred Hitchcock, 1958) bajo la dirección artística de Saul Bass, diseñador de referencia en el universo cinematográfico de finales del siglo XX.

Para los que empezábamos a jugar con imágenes de forma creativa, recuerdo grabar con cámara de video de 8mm videocreaciones proyectando diapositivas coloreadas en la pared de mi habitación, la democratización del pc y de los softwares de animación como After Effects, Premier o 3D Studio supuso una verdadera revolución por su capacidad de crear complejas animaciones de forma sencilla y relativamente rápida. Trabajar en cine parecía una utopía universitaria de estudiante de Ciencias de la Comunicación pero la televisión y la incipiente ventana al mundo que suponía internet se antojaban como medios más cercanos y accesibles.

Los gráficos animados rápidamente dejaron de ser un producto costoso en tiempo y producción al alcance de pocos y se abrieron camino en el universo televisivo, gracias a su capacidad de comunicar y crear identidad, tomando cada vez más importancia y popularidad en programas de televisión, *branding* de cadena, autopromos, publicidad o cabeceras de series. Esto propició el desarrollo en España de estudios especializados en estos servicios y de centros de formación para futuros creadores, siendo hoy en día unas importantes piezas del sector audiovisual del país. La escena de la animación supone aproximadamente el 20% de los puestos de trabajo de la industria audiovisual, según las estimaciones del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX, 2022).

Actualmente la industria está en plena expansión gracias a las redes sociales o al desarrollo de las plataformas de *streaming* y de retransmisión en directo como Twitch. Aplicaciones populares como Instagram o TikTok priorizan la imagen animada por su capacidad de atraer la atención del espectador-consumidor. Los profesionales hemos tenido que adaptarnos a las nuevas necesidades de los clientes y los múltiples canales que utilizan para ofrecer sus servicios. La producción cada vez es más rápida, por la velocidad de consumo por parte de los usuarios, y los formatos de emisión se multiplican dependiendo de las necesidades del medio al que vaya destinada la animación, es casi una norma en la exportación de cualquier video ofrecer al cliente la versión en formato 1:1 y en 9:16 además del estándar HD.

En cuanto a la creatividad este mercado cambiante ha provocado que tengamos que estar constantemente al día en tendencias y modas del propio diseño gráfico, tanto con productos más comerciales donde el estilo tiende a ser más rotundo, minimalista, directo y con impacto (la pantalla relativamente pequeña del *smartphone* también condiciona la composición y lectura de elementos como textos, imágenes o logotipos) como en piezas más creativas, elaboradas y abstractas tanto en 2D como en 3D condicionadas por los diferentes logros tecnológicos en lo digital.

A través de los NFT (Non fungible token) el arte digital se ha abierto camino en el mercado de galerías y museos de arte contemporáneo. En febrero de 2021 la conocida casa de subastas londinenses Christie's incluyó por primera vez en su catálogo la obra *Everydays. The first 5000 days* del artista digital Mike Winkelmann, conocido profesionalmente y en redes como Beeple. En España OLEA Génesis de Solimán López fue el primer NFT vendido en la feria de arte contemporáneo ARCO a través de la Galería Baró, se trata de una escultura 3D animada generada en vídeo FHD (alta definición completa) con una duración de 59 segundos.

Otro campo por explorar dentro de las posibilidades creativas de los *motion graphics* es su función y aplicación dentro de la creciente tecnología de la VR (Realidad Virtual) y la AR (Realidad Aumentada). Las posibilidades inmersivas y de interacción de los usuarios que dejan de ser meros espectadores son un reto para los creadores digitales y de animación en la búsqueda de soluciones creativas, comunicativas o publicitarias dentro del espacio Metaverso. Estamos ante un lienzo en blanco donde cada elemento que se genere tendrá que ser diseñado y animado.

La incipiente implantación de la Inteligencia Artificial en la creación de imágenes digitales ha abierto un importante debate en el sector creativo sobre sus límites y capacidades futuras. Son conocidas las herramientas generativas que basan su funcionamiento en el «text-to-image» como Dall-E2 o Midjourney (hace pocos días, concretamente el 4 de abril de este mismo año, el diario El Mundo publicó una imagen es su portada creada con esta tecnología abriendo un importante debate ético sobre su utilización). Quizás el futuro de los *motion graphics* pase por diseñar y animar elementos dando órdenes al ordenador a través de frases simples y concretas, ya hay aplicaciones que, por ejemplo, pueden dar a los videos una corrección de color o un «look&feel» similar a una imagen de referencia que proporcione el usuario.

Adobe presentó recientemente en el Adobe Summit 2023 el lanzamiento de su generador de imágenes Firefly que actualmente funciona de forma independiente a través de una web pero que en un futuro se integrará dentro del paquete de aplicaciones que oferta la compañía. Firefly se encuentra en fase de desarrollo y ofrecerá múltiples opciones al usuario de sus *apps* funcionando como una especie de copiloto creativo. Según Adobe estamos entrando en un mundo en el que podrás dar vida a tu visión creativa simplemente describiendo lo que quieres con tus propias palabras o con un simple gesto en tu *app*. Podremos, por ejemplo, crear una continuación infinita de una imagen o vector, texturizar de forma sencilla y con resultados espectaculares modelos 3d, generar pinceles o vectores, aplicar estilos o texturas a tipografías o crear múltiples variaciones de color de una ilustración.

La implantación de la IA generativa produce bastantes interrogantes e incertidumbre para todos aquellos que trabajamos con la imagen creada digitalmente ya

sea estática o animada y está por ver si funcionará como una herramienta más que amplifique la visión creativa y artística de los profesionales y automatice procesos más engorrosos o repetitivos creando un mejor flujo de trabajo y reduciendo los tiempos de creación y ejecución.

Estaremos atentos a los retos que la tecnología nos plantea a los profesionales de los gráficos animados. La evolución de la IA, el AR y VR y su concreción en el metaverso, las redes sociales y las plataformas audiovisuales suponen oportunidades para un subsector del audiovisual, como son los *motion graphics*, con una gran proyección de futuro.

Referencias

Betancourt, M. (2020). The history of motion graphics. Wildside Press LLC.

Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) (2022). Consultado el 7 de julio de 2023 en <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/cultura/Paginas/2022/310822-pixelatl.aspx>