

MOTION GRAPHICS: ORIGEN Y PERSPECTIVAS

María Gabriela Chávez Mosquera

Universidad Tecnológica Israel

gchavez@uisrael.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-4203-7672>



Universidad
Israel



RESUMEN

En la era digital los *motion graphics* han devenido omnipresentes: continúan dominantes en las pantallas de cine y televisión, pero aparecen además en todo tipo de pantallas públicas, teléfonos, cualquier artefacto que dé acceso a Internet y así mismo sobre superficies como edificios y plazas (video *mapping*). Los motion graphics además son multifuncionales, se emplean para la publicidad en el área de la educación, arte y la ornamentación. Definirlos por tanto resulta extremadamente difícil, principalmente cuando ni siquiera han agotado todas sus posibilidades, no se han mostrado todavía en toda su dimensión. Este artículo no tiene otra intención que bosquejar las avenidas de sus posibilidades.

PALABRAS CLAVE

Motion graphics, cine, publicidad, televisión

ABSTRACT

In the digital age, the motion graphics have become ubiquitous: they continue dominant on cinema and television screens, but they also appear on all types of public screens, telephones, on any device that gives access to the Internet; and also on different surfaces, such as buildings and squares (video *mapping*). The motion graphics are multifunctional: the same they are used for advertising than for education, art, and ornamentation. Defining them, therefore, is extremely difficult, especially when they have not even exhausted all their possibilities. They have not yet been shown in all their dimension. This article has no other intention than to sketch the avenues of its possibilities.

KEYWORDS

Motion graphics, cinema, publicity, television

INTRODUCCIÓN

Los *motions graphics* (“gráficos en movimiento”, pero en este artículo se usará el término *motion graphics*, que es como se conocen internacionalmente, es el término que emplea la mayoría de los profesionales y teóricos) comunican una práctica que se ha hecho habitual para el público de todas las latitudes. Todos, desde hace ya bastante tiempo —al menos desde los años 50 del siglo pasado—, estamos habituados a los *motion graphics*, los consumimos diariamente a través de la televisión, el cine e Internet, o a su vez en los espacios públicos (*led walls*, etc.); es decir, están por doquier. Y esto aun cuando para muchos sigan siendo una realidad sin nombre.

Si bien la mayoría de las personas, de alguna manera, reconocen de qué se habla cuando se señala o se advierte el empleo de los *motion graphics* (sobre todo en sus aplicaciones, digamos, más ortodoxas), la cosa se torna más ardua cuando se trata de definirlos. A caballo entre varias manifestaciones, no es tanto su condición de signo complejo como su variada funcionalidad la que hace difícil definirlos. ¿Es una manifestación artística o es una manifestación del diseño al servicio de la publicidad, el *branding* y la educación? ¿Dónde se pueden trazar los límites entre la animación, como manifestación cinematográfica y los *motion graphics*? ¿Exigen los *motion graphics* la presencia necesaria de la tipografía —de textos—, de la voz en off y en general del sonido?

1. Génesis de los motion graphics

Como afirman Heller e Ilic (2009), las “secuencias de apertura, que empezaron siendo sólo créditos, evolucionaron durante los años cincuenta hasta convertirse en historias gráficas que nos introducían en el argumento de una película o programa de televisión” (p. 126), y que muchas veces se convertían —como lo hacen todavía, porque es desde entonces un recurso casi obligado— en verdaderas “minipelículas dentro de la película” (p. 126).

Tenemos así que esta suerte de *mise en abyme* dada a través de un elemento paratextual que amplía y enriquece el significado que hasta ese momento se reservaba al título (y otros elementos netamente tipográficos, es decir, propios del diseño gráfico, como las citas), llegando a funcionar como una condensación simbólica de la película, marca el origen de los *motion graphics*, un origen, si bien de cierta manera heterotélico (no autónomo), en definitiva, estético. Basta señalar como ejemplo la secuencia de títulos realizada por Saul Bass para la película *The Man with the Golden Arm* (1955), de Otto Preminger. Y, de manera especial, la secuencia de títulos de *Vértigo* (1958), de Alfred Hitchcock, en la que a partir del plano detalle de un ojo se hace salir el título seguido de formas circulares y espiraloide (figuras que aparecen recreadas de diferentes maneras a lo largo de toda la película) giratorias abar-

cando toda la pantalla para terminar desapareciendo en el mismo ojo.

Todo se presenta en total armonía con la música, no se trata por lo tanto de un mero ornamento, la secuencia está representando el título y funciona como una especie de fractal de toda la película o al decir del director Martin Scorsese (citado en Krasner, 2008, p. 18), como un “*mini-film within a film*”. Los creadores de estos auténticos *motion graphics* fueron Saul Bass (diseñador de los títulos de la película) y John Whitney (programador de la secuencia de títulos de la película), quien fue además uno de los fundadores de la animación digital y quien, según Crook y Beare (2017), bautizó a los *motion graphics* en 1960. Krasner (2008) sostiene que los pioneros del cine experimental de los años 20 ejercieron una tremenda influencia en las siguientes generaciones de animadores y diseñadores gráficos.

Mientras que Alonso Valdivieso (2016) afirma que “los *motion graphics* tienen su origen en la animación experimental y de vanguardia” (p. 110) de los años 20 y 30, con los trabajos de artistas como Walter Ruttmann, Oskar Fischinger, Len Lye y Norman McLaren y justifica su afirmación diciendo que en las obras de estos artistas “se encuentran las primeras características que definen a la mayoría de *motion graphics*: la utili-

zación de formas abstractas, elementos geométricos que construyen formas, las metamorfosis de objetos y su constante dinamismo” (p. 111).

1.1 En busca de una definición

A efectos de hallar cuál es el consenso, o al menos las condiciones suficientes, hacemos una revisión sucinta de varias definiciones dadas por destacados teóricos y profesionales de los *motion graphics* a lo largo de la historia.

En primer lugar tenemos a Halas y Manvell (1962), quienes afirman que los *motion graphics* son la forma más simple de animación que comprende una sucesión de imágenes estáticas que se relacionan entre sí en el diseño y ocupan sus posiciones en la pantalla en una secuencia, cuyo significado está determinado por algún otro factor, como los títulos de crédito de una película o el comercial de televisión. Más adelante, Halas y Manvell (1970) llegan a definir los *motion graphics* como “animación en estado puro” (p. 7).

Por su parte, Herdeg y Halas (1967) se refieren a los *motion graphics* como la combinación de dos disciplinas: el cine de animación y el diseño gráfico, una combinación que procura un predominio de lo cinético sobre lo impreso.

Halas (1984), hace hincapié en la comprensión de la mecánica del movimiento, y por ello en la relación que se establece, no solo entre las imágenes discretas cuya articulación conforma el movimiento, sino además entre el espacio y el tiempo, así como en la relación de todos estos elementos con el sonido y la luz. Para este autor se debe atender a la relación existente entre los *motion graphics* y las disciplinas o manifestaciones que informan la complejidad de su condición signífica.

Bellantoni y Woolman (1999) atienden a la relación de la tipografía basada en el tiempo, la tipografía cinética, la tipografía dimensional y los *motion graphics*.

Para Curtis (2000), el movimiento puede convertirse en el factor decisivo en la producción de sentido, llegando incluso a prevalecer sobre los elementos

De cualquier manera, algo sacamos en claro: el nacimiento de los *motion graphics* está ligado a las artes visuales, ya sea como recurso o como manifestación autónoma.

gráficos. Este autor habla de concebir, con base en la legibilidad del movimiento (esa utilidad del “cliché” a la que hacen referencia Heller e Ilic (2009) cuando dicen que la “labor del diseñador contemporáneo consiste en manipular de algún modo los clichés refundiendo su significado arquetípico”, p. 5), “un lenguaje visual global, es decir, un lenguaje compuesto de simbología simple y movimiento” (p. 6).

Curran (2001), director de arte y experto en diseño de entretenimiento interactivo, señala que los *motion graphics* abarcan una amplia gama de soluciones empleadas por los diseñadores gráficos tanto para el cine como para la televisión y la Internet. Tenemos así que este autor recalca la interdisciplinariedad de los *motion graphics*, toda vez que señala que “el diseño, el cine, la escritura, la animación, la arquitectura de la información y el diseño de sonido se combinan en una misma profesión” (p. 3).

Para Heller y Fernandes (2002), dado que la Internet ha hecho realidad la red informática mundial (World Wide Web) y que la interactividad se ha convertido en una condición ineludible de los nuevos medios, el diseño gráfico no puede prescindir ya del movimiento y el sonido, lo cual no significa que el diseño gráfico, como disciplina basada en lo impreso, resulte obsoleto, sino simplemente que ha ampliado su campo. Así, para ellos los *motion graphics* conforman una disciplina del diseño gráfico, y quienes se dediquen a trabajar con ellos deben atender a su carácter interdisciplinario y así deben atender a las exigencias del movimiento al tiempo que atienden a los conceptos y principios gráficos. Por tanto, estos profesionales deben dominar tanto los aspectos propios del diseño como de la cinematografía en general.

Mientras que para Goux y Houff (2003) se trata de una práctica en la que se integran de manera sistemática la publicidad, el entretenimiento, la animación, el

video, la fotografía, el montaje, el embalaje, la narración, el arte y la artesanía.

Ràfols y Colomer (2003) nombran diseño audiovisual “a esta particular forma de comunicación, cuyas raíces se encuentran en la cultura gráfica y la cultura audiovisual” (es decir, a lo que en este artículo es tratado como *motion graphics*). Sin embargo, a pesar de reconocer que el diseño audiovisual continúa teniendo una importante participación en el cine (donde nació), así como en la televisión y otros ámbitos (publicidad, videoclips, multimedias), le otorgan una función netamente secundaria, “instrumental, con un carácter funcional, sin autonomía” (p.11); es decir, heterónoma o heterotélica como apunta Bohórquez (s. f.), Ràfols y Colomer:

no mencionan la intervención gráfica al interior del relato argumental como elemento complementario en términos informativos, simbólicos o persuasivos. Tampoco plantean la posibilidad que tiene el diseño audiovisual como “lenguaje” para estructurar narrativa y estéticamente una producción argumental en formato de cortometraje para no ser muy ambicioso.

Woolman (2004) también reconoce la interdisciplinariedad de los *motion graphics*, toda vez que estos integran conceptos, principios y técnicas de la animación, la ilustración, el diseño gráfico, el cine, la escultura y la arquitectura, y concluye que este mismo carácter dificulta su definición.

Sandhaus (2006) señala que *motion graphics* “is the contemporary term used to describe a broad field of design and production that embraces type and imagery for film, video, and digital media including animation, visual effects, films titles, television graphics, commercials, multi-media presentations, more recently architecture, and increasingly digital/video games”.

Esta autora define los *motion graphics* a partir de las disciplinas que participan en su conformación (a partir de su producción), así como de sus aplicaciones. Ella bromea con los millones de resultados que se obtienen en *Google* cuando se busca *motion graphics*, y lo cierto es que la mayoría de estos resulta-

dos proporcionan las mismas definiciones que ella da. (“*Yet if motion graphics is more than these descriptions give it credit for, then let us ask the question again: what exactly do we mean by the term?*”, Soar y Hall, 2006).

Por su parte, Soar y Hall (2006) explican que

most motion graphics being produced today are the direct result of the promotional imperative – a confluence of profit-centered look-at-me chutzpah; increasingly sophisticated hardware and software; designers’ voraciously intertextual creative impulses; and the admirable drive of the best practitioners to strive constantly for newer, fresher modes of visual and aural expression.

De aquí que la brevedad sea uno de los factores que suelen darse en la mayoría de las “subjetivas e intuitivas” respuestas que se dan a la pregunta: “¿*What do we mean by motion graphics?*”. No obstante, apuntan que las definiciones que se dan son muy variadas, lo cual no parece corresponderse con los hechos. En realidad, si bien puede que sean muchas, la diferencia es más dudosa: se trata casi de las mismas definiciones, más operacionales unas, más funcionales otras y más ostensivas la mayoría, pero, independientemente de donde pongan el énfasis y de lo mucho o lo poco que “estiren” el campo —y entiéndase que el campo se expande espontáneamente, como si los *motion graphics* pretendieran abarcarlo todo—, todas insisten en los mismos tópicos: la interdisciplinariedad y los ámbitos de aplicación.

Otra cosa es que el término esté perdiendo terreno ante *motion* y *motion design*, y que incluso coexista con otros como “*web motion, interactive design, experience design, graphic films, experimental graphics, video design, y ‘the new graphic landscape of moving image’*”. Siempre hay algo sintomático en la indeterminación nominal, algo que se antoja —sin importar el pasado, no tan lejano, pero lejano, al fin y al cabo, con el que han decidido

prestigiarse— juvenil, cuando no infantil y en formación.

Gallagher y Paldy (2007) mantienen que estos consisten, o bien en textos, gráficos o en una combinación de ambos siempre animada, o lo que es lo mismo, en movimiento, cuya finalidad es comunicar algo. Siguiendo a estos autores, los *motion graphics* deben presentar la información estrictamente pertinente a los efectos del mensaje, como si de un “ir al grano” se tratara —porque precisamente de eso se trata para estos autores—; es decir, insisten en la brevedad y la relevancia de la comunicación a través de la tipografía y los gráficos en movimiento como rasgos esenciales.

De igual manera, Shaw (2016), apunta el carácter interdisciplinario de los *motion graphics*, que combinan la animación, el cine y el sonido, disciplinas artísticas ligadas al movimiento y al tiempo, con el diseño gráfico, la ilustración, la fotografía y la pintura, disciplinas ancladas en el espacio y de inmovilidad imperturbable.

A su vez, Crook y Beare (2017), si bien reconocen el carácter interdisciplinario de los *motion graphics*, señalan los fuertes lazos que los atan a los principios y conceptos del diseño gráfico, los cuales les dictan la necesidad de apelar a la simplificación y la abstracción.

Hoyos (2017); sin embargo, afirma que, respecto a su funcionalidad, están más próximos a la animación

experimental que al diseño. Dice, además, que MTV (*Music Television*) es una de las cadenas que más ha apostado por este recurso en los últimos años.

En la página Biteable (What is motion graphics?, s.f.) se plantea lo siguiente:

Motion graphics is animation, but with text as a major component. Essentially, it's animated graphic design. (...) Motion graphics are a way to communicate with the viewer, and add depth to the story. Together with music and effective copy, they can give us a message.

No obstante, un poco más abajo, al referirse a la pieza Giorgio de Nicolo Biancino, en la que no aparecen textos, se reconoce que la animación desempeña un papel secundario con respecto a la voz en off y que realmente solo existe para apoyar la historia, lo cual lleva a la conclusión de que “*Another definition of motion graphics, therefore, could be that they're moving illustrations for narratives*”.

Estas definiciones son, además de simpáticas, ilustradoras de la dificultad de definir a los *motion graphics*, una disciplina que continuamente expande su campo de acción y que camina a la par de las nuevas tecnologías de información y comunicación. Pareciera como si hubiese que idear una suerte de tabla periódica con espacios en blanco para los nuevos elementos que pudieran aparecer, y que inevitablemente aparecerán.

1.2 Perspectivas

Soar y Hall (2006) lanzan una pregunta crucial:

Assuming motion graphics did not appear from nowhere and does not function in isolation from the rest of culture, where can we look to get a better sense of the breadth and depth of its history, present, and future potential?

Y a esta pregunta respondió el diseñador Bradley G. Munkowitz (GMUNK, 2016) en una entrevista que le realizaron en Hyper Island (Karlskrona, Suecia), animando a los estudiantes a “*Get their motion graphics off the screen and applied to other surfaces, other*

mediums, other platforms” (VR, projection mapping, LED walls, interacting LED walls).

En Ecuador, la utilización de los *motion graphics* ha cobrado mayor fuerza en los últimos diez años, sobre todo como medio informativo (videos explicativos) en entidades bancarias para la trasmisión de mensajes de seguridad y de procesos bancarios. De manera general, al igual que en el resto del mundo, la utilización de estos se concentra en el campo de la publicidad.

Las empresas ecuatorianas cada vez van tomando más conciencia con la necesidad de promover sus

marcas a través de estas animaciones. En junio de 2019 se llevó a cabo en Quito, Ecuador, el Primer Festival de Motion Design y Animación. “Se van a abordar temas relacionados a los *motions graphics* y animación, que básicamente viene a ser gráfica en movimiento (...) Será muy importante porque en el país, estas áreas han tenido grandes avances, sobre todo en el medio publicitario”, dijo Mauricio Navas, especialista en animación digital.

Finalmente, se debe tener en consideración los distintos niveles de interpretación para poner en práctica una técnica tan particular y así evitar que se convierta en un producto de consumo por su estética, siendo necesario que se lo valore como un instrumento de comunicación con el correcto uso de sus elementos pertenecientes al medio en el que se transmite.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso Valdivieso, C. (2016). Qué es Motion Graphics. *Con A de animación*, [S.l.], (6), 104-116. Recuperado de <https://polipapers.upv.es/index.php/CAA/article/view/4799/4928>
- Bellantoni, J., & Woolman, M. (1999). *Type in motion: Innovations in digital graphics*. London, UK: Thames & Hudson.
- Bradley G. Munkowitz (Saturday, April 16, 2016). GMUNK Interview: The Next Generation of Motion Graphics. *Stash*. Recuperado de <https://www.stashmedia.tv/gmunk-interview-generation-motion-graphics/>
- Bohórquez, M. (s. f.). El diseño audiovisual. *Entreartes*, 154-163. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/11862148.pdf>
- Curran, S. (2001). *Motion Graphics. Graphic Design for Broadcast and Film*. Gloucester, MS, USA: Rockport Publishers Inc.
- Curtis, H. (2000). *Flash Web Design*. Indianapolis, USA: New Riders Publishing.
- Crook, I. y Beare, P. (2017). *Fundamentos del Motion Graphics: principios y prácticas de la animación gráfica*. Barcelona, España: Promopress.
- Dopress (Ed.). (2012). *Moving Graphics. New directions in motion design*. España: Promopress.
- Gallagher, R., & Paldy, A. M. (2007). *Exploring Motion Graphics*. New York, USA: Thomson Delmar Learning.
- Goux, M. y Houff, J. A. (2003). *On Screen In Time: Transitions in Motion Graphic Design for Film, TV and New Media*. Mies, Switzerland: Rotovision.
- Halas, J. y Manvell, R. (1962). *Design in motion*. New York, USA: Hastings House.
- Halas, J. y Manvell, R. (1970). *Art in movement*. New York, USA: Hastings House.
- Halas, J. (1984). *Graphics in motion*. New York, USA: Van Nostrand Reinhold.
- Heller, S. y Fernandes, T. (2002). *Becoming a graphic designer*. New York, USA: John Wiley.
- Heller, S. e Ilic, M. (2009). *Iconos del diseño gráfico*. Barcelona, España: Electa.
- Herdeg, W. y Halas, J. (1967). *Film & TV graphics: an international survey of film and television graphics*. Zurich, Switzerland: Graphis Press.
- Hoyos, M. (25 de octubre de 2017). Motion graphics: definición y propiedades (I) [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.formacionaudiovisual.com/blog/postproduccion-digital/motion-graphics-definicion-propiedades-i/>
- Krasner, J. (2008). *Motion Graphic Design. Applied History and Aesthetics*. Burlington, MA, USA: Focal Press.
- Ràfols, R., y Colomer, A. (2003). *Diseño audiovisual*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

- Sandhaus, L. (2006). Los Angeles in Motion: A Beginner's Guide from Yesterday to Tomorrow. *SEGD Design, Iss*, (11). Recuperado de http://www.lsd-studio.net/writing/lainmotion/pdfs/LA_in_Motion.pdf
- Soar, M., & Hall, P. (2006). Images over time. *Eye*, (60). Recuperado de <http://www.eyemagazine.com/feature/article/images-over-time>
- What is motion graphics? (s.f.). Recuperado de <https://biteable.com/blog/inspiration/what-is-motion-graphics/>
- Woolman, M. (2004). *Motion Design: Moving Graphics for Television, Music Video, Cinema, and Digital Interfaces*. Mies, Switzerland: Rotovision.

