

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

ESCOLA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en Comunicación Audiovisual

---



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



ESCOLA POLITÈCNICA  
SUPERIOR DE GANDIA

# “Estudio de la técnica Motion Graphics en los videoclips actuales”

**TRABAJO FINAL DE GRADO**

Autor/a:  
**Nerea Díez Cámara**

Tutor/a:  
**José Luis Giménez**

**GANDIA, 2018**

## **Resumen**

### RESUMEN EN ESPAÑOL:

En este trabajo analizaremos la técnica del motion graphic aplicada a los videoclips actuales, concretamente los realizados en el siglo XXI.

Para ello, realizaremos el estado del arte de los motion graphics y podremos observar que procedimientos se aplican actualmente en la realización de videoclips. A partir de un determinado número de videoclips con motion graphics comprendidos entre los años 2000 y 2018 analizaremos los distintos tipos de motion graphics, los elementos gráficos utilizados en los videoclips y el valor de las influencias artísticas en la evolución del motion graphics.

Una vez realizado este estudio, podremos obtener conclusiones respecto al auge de esta técnica en la actualidad, el valor añadido que aporta a los videoclips y la forma de aplicar esta técnica.

Palabras clave: Motion Graphics, videoclips, técnicas, tendencias.

## **Abstract**

In this assignment, we will analyze the motion graphic technique applied to nowadays music videos, especially those ones produced in the 21st century.

To achieve this investigation, we will study the main characteristics of music video motion graphics and observe the procedures followed in their production. From a certain number of music videos published from the year 2000 until 2018, we will explore the different kind of motion graphics used, the graphics elements used in videoclips, and the value of artistic influences in the evolution of motion graphics

Once the enquiry has been accomplished, we will be able to obtain certain conclusions concerning this technique's upswing, the added value in videoclips and how is this trend used in modern days.

Key words: Motion Graphics, video clips, techniques, trends.

## INDICE

<b>1. Introducción.....</b>	<b>7</b>
<b>1.1. Presentación .....</b>	<b>7</b>
<b>1.2. Justificación del tema .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3. Hipótesis del trabajo .....</b>	<b>7</b>
<b>1.4. Objetivos .....</b>	<b>8</b>
<b>1.5. Metodología .....</b>	<b>8</b>
<b>1.6. Estructura.....</b>	<b>8</b>
<b>2. El videoclip.....</b>	<b>9</b>
2.1. El videoclip en la actualidad.....	10
<b>3. Motion graphics .....</b>	<b>11</b>
<b>3.1. Nacimiento del motion graphics .....</b>	<b>11</b>
<b>3.3. Diferencias entre animación y motion graphics.....</b>	<b>12</b>
<b>4. El uso del motion graphics en el videoclip .....</b>	<b>14</b>
4.1. ¿Qué aporta el motion graphics a un producto audiovisual?.....	15
<b>4.2.2 Videoclip oficial imagen real combinado con motion graphics.....</b>	<b>16</b>
<b>5. Estudio de la técnica motion graphics en los videoclips .....</b>	<b>17</b>
5.1. Elementos y factores clave del motion graphics.....	18
<b>5.1.1. El movimiento. ....</b>	<b>18</b>
<b>5.1.2. Tipografía.....</b>	<b>19</b>
<b>5.1.3. Imágenes gráficas .....</b>	<b>20</b>
<b>5.1.4. Color y textura.....</b>	<b>20</b>
<b>5.1.5. Interacción. ....</b>	<b>21</b>
5.2. Análisis de videoclips con imagen real y motion graphics .....	21
5.3. Tendencias actuales del uso del motion graphics en los videoclips. ....	34
<b>6. Influencias artísticas del motion graphics.....</b>	<b>35</b>
6.1. Vanguardias.....	35
<b>6.1.1. Futurismo.....</b>	<b>36</b>
<b>6.1.2. Dadaísmo .....</b>	<b>37</b>
<b>6.1.3. Suprematismo .....</b>	<b>37</b>
<b>6.1.4. Pop Art.....</b>	<b>38</b>
<b>6.1.5. Arte Cinético .....</b>	<b>38</b>

6.2.	El comic .....	39
6.2.1.	<b>Onomatopeya</b> .....	<b>39</b>
6.2.2.	<b>Líneas cinéticas</b> .....	<b>40</b>
6.2.3.	<b>Metáforas visuales</b> .....	<b>41</b>
<b>7.</b>	<b>Preproducción de un Motion Graphics.</b> .....	<b>42</b>
7.1.	Definición del concepto. ....	42
7.2.	Brainstorming.....	42
7.3.	Storyboard.....	43
7.4.	Animatics.....	43
<b>8.</b>	<b>Desventajas del uso del Motion Graphics en los videoclips.</b> .....	<b>45</b>
<b>9.</b>	<b>Conclusiones</b> .....	<b>47</b>
<b>10.</b>	<b>Bibliografía</b> .....	<b>50</b>

## Índice de imágenes.

Imagen 1: Lyric Video con motion graphics de Taylor Swift.....	16
Imagen 2: Videoclip con motion graphics e imagen real, Carlos Sadness, Groenlandia.....	17
Imagen 3: Tipos de tipografías.....	20
Imagen 4: Videoclip Zara Larsson - Lush life.....	22
Imagen 5: Estilo tipográfico Zara Larsson.....	22
Imagen 6: color de tipografía en Zara Larsson.....	22
Imagen 7: Movimiento tipográfico en Zara Larsson.....	23
Imagen 8: Forma y Textura, imágenes gráficas, en Zara Larsson.....	23
Imagen 9: Color, imágenes gráficas, en Zara Larsson.....	23
Imagen 10: Interacción, imágenes gráficas, en Zara Larsson.....	24
Imagen 11: Valor añadido, imágenes gráficas, en Zara Larsson.....	24
Imagen 12: Videoclip Citizens, Lighten Up.....	25
Imagen 13: Estilo tipográfico, Citizens.....	25
Imagen 14: Color tipográfico, Citizens.....	25

Imagen 15: Interacción tipográfica, Citizens .....	26
Imagen 16: Forma, imágenes gráficas, Citizens.....	26
Imagen 17: Estilo de imagen, imágenes gráficas, Citizens.....	26
Imagen 18: Interacción, imágenes gráficas, Citizens.....	27
Imagen 19: Valor añadido, imágenes gráficas, Citizens. ....	27
Imagen 20: Videoclip El Canto del Loco, El Pescao.....	28
Imagen 21: Merk “I’m Easy” .....	29
Imagen 22: Estilo tipográfico, en Merk.....	29
Imagen 23: Color, en Merk.....	29
Imagen 24: Movimiento tipográfico, en Merk.....	30
Imagen 25: Forma, imágenes gráficas, en Merk.....	30
Imagen 26: Color, imágenes gráficas, en Merk.....	31
Imagen 27: Movimiento, imágenes gráficas, en Merk. ....	31
Imagen 28: Interacción, imágenes gráficas, en Merk.....	31
Imagen 29: Don Diablo “Save A Little Love” .....	32
Imagen 30: Estilo tipográfico en Don Diablo.....	32
Imagen 31: movimiento tipográfico en Don Diablo.....	32
Imagen 32: Interacción tipográfica en Don Diablo.....	33
Imagen 33: Forma, imágenes gráficas, en Don Diablo.....	33
Imagen 34: Movimiento, imágenes gráficas, en Don Diablo.....	34
Imagen 35: Interacción, imágenes gráficas, en Don Diablo.....	34
Imagen 36: Depro Futurista,1927.....	36
Imagen 37: Theo van Doesburg, Kurt Schwitters, cartel «Kleine Dada Soirée», 1923.....	37
Imagen 38: Ilustración suprematismo, obra de bauhaus, 1923.....	37
Imagen 39: Portada interview “Andy Mania!” 1996.....	38
Imagen 40: Bridget Riley, “Movement in Squares”, 1961.....	39
Imagen 41: Onomatopeya comic Mortadelo y Filemón.....	39
Imagen 42: Galantis & Throttle - Tell Me You Love Me, 2017.....	40
Imagen 43: Líneas cinéticas, Mortadelo y Filemón.....	40
Imagen 44: Paramore: Hard Times (2017) .....	41

Imagen 45: Paramore: Fake Happy (2017) .....	42
Imagen 46: Frames del animatic para Nike's Air Max.....	44
Imagen 47: Frame anuncio final Nike's Air Max 2.....	44
Imagen 48: Jirafa Rey X La Pili, Cómeme el Donut, 2017 .....	46
Imagen 49: HUMAN - Christina Perri.....	46
Imagen 50: Estopa Por la raja de tu falda, 2009.....	47
Imagen 51: Estopa, Partiendo la Pana, 2009.....	47

# 1. Introducción

## 1.1. Presentación

En los últimos años, la industria musical ha experimentado notables cambios. Desde que en 1975 se estableciera la base del videoclip como un medio para promocionar al cantante y su música, con la producción del tema “Bohemian Rhapsody” del grupo Queen. Se han ido creando múltiples estilos de videos musicales, experimentando con sus formatos y medios de difusión.

Hoy en día, la tecnología ha avanzado mucho, adaptándose a nuestras necesidades, mejorando la calidad y la usabilidad y haciéndose más accesible al público. Esto ha permitido que realizar un videoclip de calidad ya no solo sea mérito de grandes discográficas o productoras, sino que, está al alcance de cualquier persona. Esto ha generado la necesidad de darle un giro al videoclip convencional y crear videoclips con un valor añadido, diferente del resto, de lo que estamos acostumbrados.

En medio de esta transformación, encontramos el motion graphics y su auge en los medios audiovisuales. En sus inicios, en la década de los 60, se utilizaba para la creación de títulos de crédito en el cine, hoy en día se utilizan en publicidad, televisión, videoclips e incluso en las empresas para presentar sus proyectos o promocionarse.

La necesidad de ser más creativos y estimulantes para captar grandes audiencias ha hecho que los nuevos formatos y tecnologías converjan. Así podemos observar como el motion graphics es un recurso muy utilizado a la hora de confeccionar videoclips.

## 1.2. Justificación del tema

Mi trabajo final de grado está basado en el estudio de la utilización del motion graphics en los videoclips actuales.

Actualmente los videoclips tienen una gran repercusión social, estos a lo largo del tiempo han ido evolucionando en cuanto a su estética y formato. Aquellos videoclips que incorporan el motion graphics logran captar mejor la atención del público.

Por ello, mi investigación se basa en analizar que tienen estos videoclips que los hacían tan llamativos, dinámicos e interactivos, en definitiva ¿Cuál es el valor añadido que aporta el motion graphics al videoclip?

## 1.3. Hipótesis del trabajo

En esta investigación hemos partido de una cuestión central.

¿Cuál es el valor añadido que aporta el motion graphics al videoclip?

A través de esta pregunta central hemos ido desarrollando otras secundarias:

- ¿Qué papel ha jugado la tecnología en el desarrollo de los videoclips?
- ¿Cómo ha influido el motion graphics en los videoclips?
- ¿Qué papel han tenido las diversas vanguardias y el comic en su evolución?
- ¿Cómo se aplica la técnica del motion graphics a los videoclips?

## **1.4. Objetivos**

Investigar y analizar el estado actual de la técnica del motion graphic en los videoclips comprendidos a partir del año 2000 y definir el valor añadido que aporta a este formato. En definitiva, responder a las preguntas planteadas tanto en la hipótesis central como en las secundarias.

## **1.5. Metodología**

En este trabajo final de grado hemos utilizado un método deductivo, a partir de la hipótesis de que el motion graphics aporta un valor añadido al videoclip.

Hemos estudiado la técnica del motion graphics en los videoclips actuales. Hemos observado el medio audiovisual de los videoclips y los conceptos claves para su análisis. Para después seleccionar y pasar al estudio de videoclips que se ajustaran a los criterios establecidos, analizar sus elementos y establecer cuáles son sus claves de desarrollo.

Por último, hemos buscado información acerca de las influencias artísticas de estos elementos y factores determinantes, sus orígenes y su aplicación, para así conocer como se ha adaptado al motion graphics y lo videoclips. También observado cómo se emplea ahora esta técnica, tanto para un uso correcto y profesional, como para un uso desafortunado y caótico del videoclip.

## **1.6. Estructura**

Como indicamos en la metodología, nuestro trabajo tiene dos partes bien diferenciadas. Desde el capítulo dos al cuatro se realiza una aproximación al tema, un estado del arte donde nos permite conocer cuál es la realidad del videoclip y el motion graphics. Y se analiza el nacimiento de este nuevo formato. En la segunda parte, del capítulo cinco al ocho se realiza un análisis práctico de distintos videoclips que nos permitirán conocer de primera mano sus características formales.

La descripción pormenorizada de los capítulos:

El segundo capítulo comprende una aproximación al contexto del tema tratado, para ello se redactará un estado del arte del videoclip, en el que trataremos sus orígenes, los conceptos claves, y su estado actual, comprendiendo así los nuevos formatos y técnicas utilizadas.

En el tercer capítulo realizamos una breve introducción al motion graphics, haciendo alusión a sus características principales que la diferencia de la animación.

En el capítulo cuatro, analizaremos la unión de estos dos últimos términos tratados: el motion graphics y el videoclip, para así, conocer los nuevos formatos establecidos y las causas de su creación.

El quinto capítulo del proyecto tratará del análisis de los videoclips seleccionados, basándonos en unos criterios estudiados previamente. Aquí descubriremos las tendencias actuales de estos.

En el sexto capítulo del proyecto estudiaremos las influencias de los elementos y factores del motion graphics para así, conocer sus orígenes, su aplicación y ver como se han ido adaptando y mejorando para crear lo que hoy conocemos como motion graphics.

Llegados al capítulo siete, lo que analizaremos ahora será la reproducción de esta técnica, parte esencial para un buen desarrollo. Conoceremos los pasos esenciales para potenciar la creatividad, y saber diferenciarnos del resto de competencia.

Por último, en el capítulo ocho, estudiaremos las desventajas de un mal uso del motion graphics en los videoclips, analizando varios ejemplos y contrastándolos entre sí.

Para terminar, realizaremos unas conclusiones, que englobarán todo lo estudiado y analizado anteriormente.

## 2. El videoclip

Según el proyecto *libro videoclip* de Gerardo Jara (2017) las primeras referencias audiovisuales del videoclip, las encontramos por el año 1850 con el *Music Hall*, muy popular en Inglaterra, donde en las salas de baile se proyectaban diapositivas que pretendían ilustrar el tema de las canciones. Otro referente que destacar son las experiencias sinestésicas que algunos compositores mantenían con renombrados pintores poniendo en escena una perfecta combinación de imagen, música, color y sonido.

Pero sin duda alguna, la “música visual” fue uno de los grandes referentes del videoclip como lo conocemos actualmente. Además, es aquí donde empezamos a ver grandes alusiones al motion graphics. Según Diego Saucedo Tejado (2004), su pionero fue Oskar Fischinger, que creaba ya en 1920 las primeras obras de lo que se denominó “*música visual*”; en la que, combinaba en cortos animados, figuras geométricas con música preexistente; en su gran mayoría jazz y obras visuales de carácter abstracto y vanguardista. Así, logra crear una armonía tanto visual como auditiva, lo que sería un claro precedente del videoclip.

“El proceso de creación de la música visual junto al sonido óptico daba la posibilidad de sincronizar imágenes con una banda sonora, ofreciendo la posibilidad de conectar tonos musicales con colores determinados y formas en movimiento. La sincronización de imagen y sonido junto a la innovación en la técnica de la película a color crearon trabajos que son relacionados con sus efectos en el más tarde desarrollo del motion graphics.”  
Lucía Schmitt (2016)

Paralelamente a estos inventos, el cine también se considera un referente audiovisual en el mundo del videoclip, ya que, en el cine mudo encontrábamos algunas alusiones audiovisuales, como los efectos sonoros o la música en vivo en las proyecciones. Pero, fue con el estreno de *The Jazz Singer* (Crosland, 1927) donde vemos la primera referencia al videoclip,

en el que, además, se inaugura la etapa del género musical que fue explotado; por su gran acogida en el público, hasta su decadencia en el cine. Este género tuvo su resurgimiento en un nuevo campo como era el de la televisión y el video en el que se estaba gestando un fenómeno que repercutiría tanto en el formato de producción como de comercialización, y sobre todo de creación: el videoclip.

En los años 50, la música popular empieza a ser visible y tomar importancia en los programas de televisión. Se crean programas en lo que se empieza a promocionar grandes cantidades de artistas, gracias al apoyo de las discografías las cuales con este nuevo medio de difusión llegaban a un gran número de audiencia y por tanto aumentaban su poder lucrativo.

Es con este tipo de comercio, donde nace el carácter lucrativo de la música. Pero, según Juan Ignacio Torres (2012) será en 1975, con la producción del tema “Bohemian Rhapsody” del grupo Queen, donde quedarán claros y marcados los objetivos de estos videos. El clip fue creado con la idea de promocionar el álbum musical, el cual dio excelentes resultados. En el vídeo aparecía el grupo haciendo su *performance* “en vivo”, mezclado con efectos de iluminación, sobreimpresiones, y demás efectos propios de la imagen electrónica.

Los años 80 son también muy importantes para la producción de videos musicales. El auge de la creación de videoclips logra la aparición de programas de TV especialmente dirigidos a su promoción y en 1981 se consagra con la apertura del canal MTV (*music television*). Hasta ese momento, el único medio de televisión dedicado a la transmisión de videos musicales las 24 horas del día, los 365 días del año.

De aquí en adelante, la historia del videoclip continuó creciendo y cada grupo musical y/o artista intentó y logró crear sus propias imágenes, mensajes y estilos. Los videoclips ayudaron a seguir experimentando e innovando en este nuevo medio de expresión audiovisual.

“Esa pieza audiovisual destinada a vender una canción ha encontrado nuevos caminos en los últimos años, gracias a la visión de numerosos artistas plásticos que han hallado en la asociación de música e imagen un camino de experimentación y expresión capaz de dar al videoclip una segunda vida.” Pedro Arroyo (2016)

## **2.1. El videoclip en la actualidad.**

Centrándonos ahora en el videoclip diremos que, actualmente, es un factor fundamental para cualquier cantante y su promoción, por eso debe ser atractivo, identificativo y sobre todo llamar la atención del espectador. Sin duda, el videoclip, es una brillante opción de marketing ya que con imágenes consigue ilustrar ritmos, melodías, e incluso se llega a interpretar lo que intenta transmitir la canción; el mensaje.

Su principal propósito es el de dar un valor añadido a la canción y así, desbloquear otras formas de promoción como puede ser el medio audiovisual, ampliando también sus plataformas de difusión: la televisión, internet e incluso cartelera, o pantallas de publicidad en grandes ciudades en las que se proyecta el videoclip. Además, ayuda a introducir otros tipos de arte como el baile, la pintura, el diseño gráfico, la moda, el cine, entre otros, en el paquete de la canción, dándole así mayor versatilidad y atractivo. También, por así decirlo, es una forma de dar a conocer mejor al cantante como artista, sus inquietudes, gustos y personalidad.

“El video musical aún y combina música, actuación musical, y, de muy diversas maneras, gran cantidad de otras formas, estilos, géneros y recursos audiovisuales procedentes del teatro, el arte, el cine, el baile, la moda, la televisión y la publicidad.” (Darley, 2002).

Actualmente podemos encontrar múltiples tendencias y estilos en lo que se refiere al videoclip. Una de las tendencias es presentar el videoclip como un cortometraje, en el que se cuenta una historia e incluso surgen formatos como los videoclips seriados. En este formato no está presente ningún tipo de interacción con contenido digital, sin embargo, una de las tendencias actuales es la del videoclip que se configura alrededor del concepto de postproducción. Gracias al avance, acceso y democratización de la tecnología se ha avanzado mucho en este ámbito y podemos ver día a día videoclips con propuestas audiovisuales muy profesionalizadas, entre ellas destacamos el que será nuestro foco de estudio, el motion graphics.

“El videoclip ha mostrado desde sus orígenes predilección por la animación, como hemos podido comprobar en su historia, y hoy día supone una importante baza para estudios de diseño gráfico y motion graphics que buscan hacerse un hueco en el sector audiovisual.” Carlos Pedrosa González (2016, p.460)

### **3. Motion graphics**

Ahora pasaremos a ver cómo surge el motion graphics, su definición y diferencias entre animación y motion graphics.

#### **3.1. Nacimiento del motion graphics**

El motion graphics nace con los artistas de la vanguardia en el 1920, se desarrolla con el diseño gráfico, crece con el cine y la televisión y alcanza su plenitud con la informática (Dolores Furió, 2013)

“No hay una fecha exacta que haga referencia al inicio de esta disciplina. Surgieron varias presentaciones que podrían llamarse como tal en la década de 1920, con artistas experimentales que influyeron en la generación de animadores y diseñadores gráficos” (Krasner, 2008)

No fue hasta 1960 cuando el término *motion graphics* se comenzó a utilizar específicamente de la mano de John Whitney junto con Saul Bass, creador de los títulos de crédito de la película *Vértigo*, de Alfred Hitchcock.

Krasner (2008) indica que el desarrollo de los títulos animados en los años cincuenta, establecieron una nueva forma de diseño gráfico al que llamaron: *motion graphics*. La música abstracta también jugó un papel muy importante en el origen del motion graphics, probando como las imágenes se relacionan con el sonido. Artistas como Oskar Fiachinger y Norman McLaren son sus primeros propulsores. Su conexión con la música visual es un punto central en la invención del motion graphics.

“Artistas de la época como Norman McLaren estaban durante estos años definiendo e inventando su propio arte, en el proceso de encontrar los parámetros básicos del motion graphics” (Betancourt 2013:73)

### **3.2. Definición motion graphics**

“El término motion graphics proviene del inglés y se traduce como “gráficos en movimiento”. Se define como una técnica de animación digital que se basa en la combinación de imágenes fijas, video, colores, dibujos, textos o gráficos para crear ilusión de movimiento o transformación, con el fin de comunicar, llegar a los receptores con mensajes claros y llenos de movimiento. El motion graphics es parte importante del diseño gráfico, se combinan técnicas audiovisuales con el diseño gráfico que es estático. Dada la temática de movimiento del motion graphics, no tiene límites en cuanto a su creación pues se fusiona con otras disciplinas como la fotografía para crear conceptos más amplios de movimiento”. (Cocha, 2014).

“motion graphics o gráficos en movimiento, engloba contenidos multimedia. Se ha convertido en una poderosa fuente de comunicación. Presenta un conjunto de desafíos creativos únicos que combinan el lenguaje tradicional del diseño gráfico con el dinámico del lenguaje visual del cine en un sentido híbrido de comunicación” (Krasner, 2008)

Los motion graphics buscan crear la sensación de movimiento, y para reforzarla a veces, se combina con sonidos que aportan dinamismo y realismo. Todos los elementos de un motion graphics no tienen por qué moverse, simplemente tienen que crear esa ilusión. Por ejemplo, se puede agrandar o hacer desaparecer un elemento, sin necesidad de estar en movimiento.

El movimiento es un elemento fundamental para generar esta técnica, tanto que el Teórico Hillman Curtis (2002) afirma que “el movimiento posee muchas veces más poder que el elemento gráfico”.

Desde otro punto de vista, Michael Betancourt (2013), define el término Motion graphics, como la última innovación estética importante del siglo XIX, la cual obtiene su éxito en el siglo XX. Por lo que, según el autor, el término motion graphics, surge a partir de la revolución tecnológica y social de mediados de siglo XX.

“El motion graphics es el arte de dar vida al diseño gráfico a través de la animación. Tipografías, figuras geométricas, logotipos y todos aquellos elementos que componen al diseño gráfico, ingresan al mundo del motion design y a partir de ese momento, son convertidas en animación.” (Krasner, 2008, p.35)

### **3.3. Diferencias entre animación y motion graphics.**

Tras esta última definición aportada por Krasner, nos planteamos la siguiente pregunta: ¿Qué diferencia hay entre animación y motion graphics? Estos dos términos parecen claramente diferenciables, pero a la hora de ponerlo en práctica genera mucha confusión. Para despejar cualquier duda, vamos a intentar definir el término “animación”. ¿Qué es la animación?

Según la Real Academia Española la animación definida en relación con la cinematografía es la siguiente:

5.f. Cinem. En las películas de dibujos animados, procedimiento de diseñar los movimientos de los personajes o de los objetos y elementos

Otra definición más especializada sería la del animador norteamericano, Gene Deitch (1924):

“La animación cinematográfica es el registro de fases de una acción imaginaria creadas individualmente, de tal forma que se produzca ilusión de movimiento cuando son proyectadas a una tasa constante y predeterminada, superior a la de la persistencia de la visión en la persona.”

Sin embargo, como dice DR.Stain (2014):

“La animación va todavía más allá, Se trata de hacer actuar, de transmitir emociones en los fotogramas que se generan, dotándolos así de “alma”. Una animación genuina nos engancha de tal manera que nos hace olvidar que se trata de simples dibujos o marionetas confiriéndole sentimientos como si se tratara de una entidad.”

Desde un punto de vista más enfocado al aspecto narrativo contemplamos la siguiente definición de Frank Thomas y Ollie Johnston, sacada de su libro *The illusion of life: Disney Animation* (1981) Aquí afirman que:

“La animación no solo es cuestión de *timing*, *spacing* o que un personaje esté bien dibujado, es la suma de muchos factores (...) Es transmitir sensaciones, que es la esencia de la comunicación en cualquier forma de arte (...) Así mismo la respuesta del espectador también será emocional sin importar las barreras del lenguaje”

La animación cuenta también con el apoyo del guion, escenarios y sonido, entre otras cosas, para potenciar su efecto emocional con la audiencia.

Como dijo Luis Manuel Villareal (2010), animador mexicano:

“La animación no es lo que ves, sino lo que sientes cuando lo ves”.

Llegados a este punto, una vez acotados los términos de motion graphics y animación, podemos centrarnos en sus diferencias:

Básicamente, la principal diferencia entre motion graphics y animación es que esta última surgió antes, alrededor del 1640 con la invención de la linterna mágica por Kircher y motion graphics surge mucho después, a finales del siglo XIX, basándose parcialmente en esta, pero con otro fin.

La animación se creó para entretener al espectador, es por ello por lo que se le relaciona con películas tipo *El rey León*, *Madagascar*, *Blancanieves*, etc. Es decir, cuando hablamos de animación lo primero que se nos viene a la cabeza son películas o cortometrajes, hechos para entretener y para contar una historia.

Sin embargo, la idea inicial del motion graphics era más práctica. Por eso, cuando hablamos de motion graphics, se piensa en títulos de crédito, infografías en movimiento o cualquier tipo de grafismo que sirva para mostrar el uso de algo o contar algo de forma totalmente demostrativa a modo de exhibición o presentación. No quiere decir entonces que la haga menos interesante, ya que a partir de esta técnica se han creado títulos de crédito que

pueden considerarse grandes obras de arte como las de Saul Bass con los títulos de crédito de *Anatomy of a murder* (1959) o *Psycho* (1960) de Hitchcock

Las películas de animación tradicional ya sean realizadas de forma analógicas o digitales, cuentan una historia en donde los personajes se expresan. Dentro de los Motion Graphics, también se recurre a la utilización de personajes, pero, sin embargo, no se expresan directamente a sí mismos.

Motion graphics incluye más objetos y formas para contar estas historias, desde imágenes reales a formas vectoriales en 2D o 3D. Usan formas primarias, y estéticas más abstractas. Sin embargo, la animación se ve como algo más figurativo.

El movimiento en el motion graphics puede ser más libre, más fluido. En general tiene más libertad a la hora de su creación.

Por tanto, podemos decir, que el motion graphics es útil para expresarse con claridad de una forma dinámica y entretenida. Usa formas abstractas y poco figurativas y tiene menos límites que la animación para su creación. Sin embargo, el propósito principal de la animación es transmitir mensajes y usa personajes para contar historias y entretener.

Entonces, ¿Qué pasa cuando hablamos de videoclips? ¿son animaciones o motion graphics? Porque pueden contar una historia y simbolizar algo, pero hacerlo con formas y con una técnica que no se entiende como “animación tradicional”.

Actualmente, el motion graphics se está utilizando para proyectos más específicos. Muchos videoclips usan el motion graphics para narrar, y, por tanto, transmiten y pueden tener el mismo simbolismo que otro tipo de animación. Todo esto nos lleva a decir que se pueden contar historias con colores o formas abstractas. (Julieta da Silva, 2015, p.23)

“Contar una historia es un término bastante ambiguo y hay muchas maneras de contar una historia” Lucía Schmitt, (2016)

En nuestro proyecto hablaremos de este uso específico que se realiza del Motion graphics en los videoclips contemporáneos. Cómo se pueden contar historias a través de él y además del valor añadido que le aporta.

#### **4. El uso del motion graphics en el videoclip**

“En la actualidad, existe una nueva concepción de la comunicación masiva que está cada vez más influenciada por la interactividad y la difusión de elementos audiovisuales, donde la información se transmite rompiendo barreras de espacio y tiempo. Los desarrollos tecnológicos han producido un cambio en nuestra forma de vivir y entender la realidad de tal forma que la representación del mundo como texto está siendo sustituida por la representación del mundo como imagen.” David de la Fuente (2015, p.11)

En este panorama actual, podemos decir que el motion graphics, es una de las técnicas de lenguaje audiovisual más solicitadas en el ámbito de la comunicación. Ya que se considera una solución vistosa, original y económica para todo tipo de proyectos audiovisuales.

Como dice John Krasner, 2008, las interfaces digitales actuales generan una serie de experiencias sensoriales muy atractivas que facilitan nuestra habilidad para acceder y procesar información. El concepto de movimiento en los medios interactivos ha introducido nuevas

posibilidades de diseño y ha brindado a los diseñadores de motion graphics la oportunidad de ejercitar sus talentos más allá de la imagen cinematográfica y la pantalla de televisión.

#### **4.1. ¿Qué aporta el motion graphics a un producto audiovisual?**

En cuanto al motion graphics, encontramos las siguientes características que brindan a los diseñadores esa variedad, versatilidad y dinamismo en la aplicación de múltiples formatos:

Una de las características principales del motion graphic es que son muy dinámicos, es decir, que implica movimiento, lo que genera también, una sensación de mayor interactividad, en el que los diferentes elementos (tanto imagen real como motion graphics) interactúan entre sí, y, por tanto, la experiencia sensorial del espectador es mucho más atractiva.

La versatilidad es otra de las características que hacen que el motion graphics sea uno de los elementos más recurrentes en el mundo audiovisual actual. Mediante esta técnica, cualquier cosa, por abstracta que sea, se puede representar con motion graphics y explicarlo de forma sencilla y original, permitiendo así, realizar desde piezas técnicas y abstractas hasta piezas más artísticas capaces de contar una historia como veremos en los videoclips.

#### **4.2. Formatos de videoclips con motion graphics.**

Entre las diversas técnicas y medios que nos ofrece la industria audiovisual para desarrollar los videoclips, encontramos, como ya hemos estado comentando, el motion graphics, pero actualmente existen múltiples formas de utilizar esta técnica dentro de los videoclips. Están por una parte los videoclips en el que los artistas se valen de únicamente elementos tipográficos y/o gráficos para mostrar la letra de la canción como acompañamiento. Este formato de videoclip se llama *video lyric* y tuvo su auge en la era de *Youtube*, ya que muchas canciones carecían de video musical y por tanto la idea de asociar a esa canción la letra e imagen en movimiento empezó a calar hondo entre sus usuarios. Sabemos que este tipo de videoclips es una opción muy demandada actualmente, desde el blog de los 40 principales (2013), nos anuncian lo siguiente:

“Son baratos, al menos mucho más que un videoclip ordinario, Una buena idea y un editor profesional pueden convertir la pieza en una píldora de vídeo exquisita. Los controlan las discográficas, evitando así que los fans puedan crear este tipo de vídeos, como ocurría al principio. Una píldora más de promoción. Se lanza el *single* de un tema y más tarde lanza el vídeo. Ahora en medio de esos dos pasos está el *video lyric*, una nueva estrategia de promoción del artista que calma la sed de sus fans por tener cuanto antes su nuevo material audiovisual”

En sus inicios, este formato tenía una técnica *amateur* ya que sus principales creadores eran personas aficionadas o fans de los cantantes y canciones que creaban este tipo de videoclips con los medios que tenían a su alcance, programas de edición de los que no se podía sacar mucho rendimiento y sus usuarios tampoco estaban muy familiarizados con ellos. Actualmente, se ha mejorado mucho la técnica, debido a varios factores, entre ellos la mejora de las tecnologías, además de que han tomado el mando las discográficas musicales tanto en

*Youtube* como en otros medios de difusión, que cuentan con profesionales especializados en la materia para crear este tipo de formato.

Sin embargo, sigue habiendo videoclips creados por personas ajenas a estas compañías audiovisuales, es decir, gente que desde casa crea sus propios videoclips, ya que hoy en día existen programas que lo hacen más fácil y asequible, ofreciéndoles la posibilidad de crear un videoclip con una mejor calidad audiovisual. Muchos de los creadores *amateur* han mejorado la técnica, esto se ve fomentado por lo económica que resulta acceder a ella y a que nuestras competencias tecnológicas han mejorado. Para realizar este tipo de videoclip solo es necesario un ordenador más o menos potente y una persona creativa capaz de sacarle partido a los recursos de los que dispone.

Para realizar este tipo de videoclips tenemos dos técnicas dentro del motion graphics. Por una parte, el *Kinetic Typography* (tipografía cinética) que son básicamente textos en movimiento. Y por otra parte, la técnica de *Kinetic Graphics*, o imágenes gráficas en movimiento. Esta técnica es la más utilizada actualmente, dentro del formato de *video lyric* ya que refuerza el texto o subtítulos, con grafismos, movimiento y sonido, lo que la hace muy visual y permite transmitir el mensaje de forma más atractiva.



Imagen 1. Lyric Video con motion graphics de Taylor Swift. Fuente: YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=3K0RzZGpyds>

#### 4.2.2 Videoclip oficial imagen real combinado con motion graphics.

Por otro lado, cuando nos enfrentamos a realizar un videoclip oficial, en el que aparece el artista promocionándose, ya no solo la canción sino su imagen física como artista, vemos varias opciones, entre ellas el videoclip tradicional, en el cual se graba al artista ya sea cantando una canción y/o bailando o a partir de un guion más elaborado creando una historia que cuenta o transmite el mensaje que queremos emitir con la canción. Sin embargo, este tipo de videoclip, debido a las facilidades para acceder a las tecnologías de buena calidad, cada vez está al alcance de más personas, y cuesta menos diferenciarse de los artistas profesionales. Ya no es necesario tener a la mejor discográfica musical o a una productora audiovisual profesional, ahora, mediante aparatos tecnológicos que tenemos en casa, o que podemos comprar por un módico precio como puede ser una cámara de video, un estabilizador, un dron o incluso un teléfono móvil con buena calidad, se pueden realizar videoclips que están a la altura de los profesionales.

Por tanto, ahora el artista necesita diferenciarse de otra manera, ya no vale tener una buena calidad de imagen en sus videoclips, ahora se tiene que potenciar mucho más la imaginación y darle un giro a lo convencional mostrando su arte y su personalidad y carisma.

Para ello, como mencionamos anteriormente, se están optando por presentar el videoclip como un cortometraje, se crean superproducciones con grandes efectos especiales y decorados o también, se están creando videoclips en los que los contenidos digitales y la imagen real van de la mano, estamos hablando en este caso del uso de motion graphics y su interacción con la imagen real, ya filmada.

En el videoclip que combina imagen real con motion graphics se mezcla textos, grafismos y audios con imágenes reales, que interactúan entre sí aportándole al videoclip dinamismo e interactividad, lo que lo hace mucho más llamativo al espectador, además de potenciar la vena artística del cantante y mostrar su personalidad y su estilo a través de la imagen. Dentro de este formato encontramos diversas técnicas de motion graphic (*kinetic graphics*, *kinetic thipography*, *collage* e incluso *stop motion*) que se combinan entre sí para generar una interacción con el personaje filmado.



Imagen 2. Videoclip con motion graphics e imagen real, Carlos Sadness, Groenlandia. Fuente: YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=cbj6-ahjQtQ>

No se podría decir que este formato es un formato del todo económico, ya que requiere de varios departamentos de trabajo, desde el que graba el videoclip con imagen real, hasta el creativo que dirige y crea la parte del motion graphics, sin embargo, gracias a este se da poder total a la imaginación, y te permite crear imágenes que no podrías grabar en la vida real o que te costarían mucho dinero.

## 5. Estudio de la técnica motion graphics en los videoclips

Ya hemos visto que mediante las técnicas de *Kinetic Typography* y el *Kinetic Graphic* se están creando el formato de *video lyrics*; videos que combinan letra y/o imagen en movimiento y tienen un gran impacto visual y popularidad sobre todo a partir de la era de *Youtube*, ya que han aportado identidad visual a las canciones huérfanas de videoclip. Por otro lado, cuando nos enfrentamos a realizar un videoclip oficial del cantante, se está tratando de darle un giro a lo convencional y potenciar la vena artística del artista. Para ello, entre otras opciones se está haciendo uso del motion graphics y su interacción con la imagen real, ya filmada.

*Mark Johnson*, Director Creativo de Clear, comenta que a esta industria le falta aún mucho por desarrollarse y le augura un buen futuro.

“Los motion graphics, particularmente integrados con video tienen mucho potencial para el futuro en los medios. Los diseñadores deberán aprender las herramientas y el

lenguaje cinematográfico, como contar una historia *-storytelling-* y animación para involucrarse y trascender en este medio”

Nuestro estudio se centrará en este formato, la del motion graphics integrado con video, ya que es la técnica más novedosa hasta el momento, que está aún por asentarse y se le augura un buen futuro. Además, este formato combina todas las técnicas nombradas anteriormente, es por decirlo de alguna manera la más completa. Es tendencia en muchas compañías musicales y queremos saber qué es eso que hace que les atraiga tanto, en definitiva, ¿cuál es el valor añadido que aporta el motion graphics al videoclip?

Para entender mejor todo esto, realizaremos una selección de los videoclips con esta técnica realizados en los últimos 20 años para así, recopilar las tendencias tanto tipográficas, como gráficas y de movimiento e interacción y comprender y saber cómo se está aplicando hoy en día, cuáles son sus novedades, sus influencias artísticas y como consecuencia también sus tendencias actuales.

## **5.1. Elementos y factores clave del motion graphics.**

Antes de realizar el análisis tenemos que conocer cuáles son los elementos y factores clave de los que se compone el motion graphics. Un factor determinante e imprescindible es el movimiento y su comportamiento en los diversos elementos gráficos como son la tipografía y las imágenes gráficas. De estos elementos gráficos también son determinantes sus variables como es la forma, el color, el estilo, etc. Además, otro factor a mencionar en este análisis será el de la interacción; en este caso la imagen real con motion graphics. Por tanto, analizaremos la relación entre estos elementos y el valor añadido que les aportan al videoclip.

### **5.1.1. El movimiento.**

Una de las características esenciales del motion graphics y que estudiaremos más individualmente en el caso práctico, es el movimiento, sin él, el motion graphics solo sería diseño gráfico, estático y sin dinámica.

La comunicación a través del movimiento implica cuestiones tales como: ¿qué se mueve a través de la pantalla? elementos tipográficos, pictóricos o abstractos y ¿cómo se mueve algo?, es decir, la forma cinética y su gramática, definidas por el espacio, el tiempo, la velocidad y la amplitud.

El movimiento es un lenguaje universal. El método que se elija para mover un elemento por la pantalla puede mejorar su significado. La forma cinética misma puede transmitir un amplio espectro de nociones y emociones: desde un gesto sensible, a través de una tensión dramática, hasta una colisión violenta. John Krasner (2008) nos propone los siguientes ejemplos: una línea de texto que se mueve lentamente a lo largo del cuadro mientras se descolora desde el negro podría transmitir una sensación de misterio y calma. Si el mismo texto se gira y luego zumba a través de la pantalla, puede expresar una sensación de juego, urgencia o tal vez inestabilidad. El movimiento en sí puede ser el mensaje.

El movimiento de coordinación implica comprender los principios del movimiento tradicional. Entre los 12 principios de animación definidos por *Disney* durante los años 30, encontramos algunos esenciales para nuestro análisis como son, por ejemplo: el *squash* y el *stretch*, comprimir y estirar, es la deformación de un objeto o personaje para dar la sensación de volumen y peso. La anticipación crea una sensación de movimiento natural, estableciendo que una acción está a punto de ocurrir. Acción continuada y acción superpuesta, hace que al realizar un movimiento nada se detenga al mismo tiempo, las partes del objeto le siguen de forma continuada. La aceleración y la desaceleración pueden suavizar los movimientos realistas, haciéndolos parecer más naturales. Las acciones secundarias como los movimientos en forma de arco, la exageración, las poses firmes y el atractivo visual que se le genera al movimiento del elemento pueden aumentar el interés o agregar complejidad realista al complementar y reforzar la acción primaria.

Las consideraciones temporales, como el tiempo y la velocidad, juegan un papel considerable en la coreografía del movimiento. Los movimientos que avanzan a velocidades constantes y uniformes pueden imitar a los dispositivos mecánicos, mientras que los movimientos impredecibles que implican aceleración y desaceleración pueden lograr una animación más real. Alterar la velocidad a través de las técnicas de cámara lenta, movimiento rápido, reproducción inversa y congelación de fotograma puede enfatizar o exagerar el movimiento, mejorar el ritmo, establecer el estado de ánimo y alterar nuestro sentido del tiempo objetivo y subjetivo.

Por supuesto, el movimiento en combinación con imágenes y palabras (y sonido, si existe) multiplica esas oportunidades irresistibles en la creación de significado. Por tanto, diremos que el movimiento es un elemento fundamental a la hora de crear un buen motion graphics, pero también intervienen otros factores como es la elección de una tipografía correcta, imágenes gráficas acordes al mensaje o colores y texturas que transmitan las sensaciones deseadas. Sin embargo, estos factores dependerán indispensablemente del movimiento, ya que como hemos dicho, sin él, no existe motion graphics.

### **5.1.2. Tipografía**

Actualmente, la integración del movimiento y la tipografía es quizás la práctica de diseño de movimiento más recurrente. Agregar dimensiones de movimiento y tiempo a la tipografía es agregar nuevas posibilidades a la imagen del lenguaje verbal. Las formas cinéticas de la tipografía pueden transmitir emociones, gracias al movimiento y el estilo tipográfico. Además, se pueden llegar a crear movimientos que imitan acciones, emociones, o formas de personajes u objetos, es lo que llamaríamos una tipografía dramática. Por otra parte, diremos que hemos sido condicionados a ver la tipografía como algo distinto a las imágenes y por tanto una de las claves del diseño innovador es elegir tipos de letra que expresen adecuadamente el mensaje para así lograr una comunicación efectiva. Comprender la anatomía básica de las formas de las letras, la semiótica de estas y las clasificaciones generales de las fuentes ayudará al diseñador a saber integrar el diseño tipográfico, además, podrá otorgarle propiedades fonéticas del lenguaje hablado, tales como la espontaneidad, la entonación, etc.

Encontramos varios tipos de tipografías, pero si tuviéramos que hacer una primera clasificación, diferenciaríamos entre *serif* (con serifas), *sans-serif* (sin serifas o palo seco), cursivas y decorativas. Dentro de estos dos grupos encontramos más subcategorías. Por un lado, dentro de las tipografías con estilo *serif*, están: las romanas antiguas, las romanas modernas y las egipcias. Se caracterizan por presentar serifas y trazos desiguales. Por otro lado, las tipografías con estilo *sans-serif*, o palo seco distinguimos: las geométricas, las neo-grotescas y las humanistas. No tienen serifas y presentan unos trazos. Dentro de las tipografías con estilo

cursiva, encontramos: las gestuales, caligráficas y góticas. Por último, encontramos las decorativas, que se clasifican por aspectos formales, relacionados con la apariencia de la letra: por construcción, deformación, tratamiento superficial y adjunción o sustitución. En la siguiente imagen se puede ver su estética más visualmente:

<b>Con Serif</b> (Roman)	Romana Antigua	Garamond Bodoni Clarendon	<b>Cursivas</b> (Script)	Gestual	<i>Mistral</i> <i>Commercial T.</i> Cloister Black
	Romana Moderna			Caligráfica	
<b>Sin Serif</b> (Paloseco)	Egipcia	Avant Garde Helvetica Optima	<b>Decorativas</b> (Graphic)	Por construcción	Jokerman
	Geométrica			Por deformación	
Neo-grotesca	Por trat. superficial				
Humanista	Por adjunción o sust.				

Imagen 3: Tipos de tipografías. Fuente: Tipos formales <https://tiposformales.com/2010/09/04/clasificacion-tipografica/>

### 5.1.3. Imágenes gráficas

En cuanto a las imágenes gráficas, diremos que uno de sus factores principales es la forma, esta puede simbolizar o sugerir ideas e implicar profundidad espacial. Las formas geométricas siempre han fascinado a los diseñadores debido a sus cualidades identificables y parámetros matemáticamente definidos, pero también encontramos otras formas como las formas figurativas aquellas que se asemejan a la realidad, las abstractas que están basadas en las formas figurativas, pero no tienen una forma definida reconocible o las formas accidentales que se asemejan a una mancha de pintura, que no siguen ningún criterio de creación, es aleatorio y accidentado. También están las formas caligráficas o manuscritas que imitan al dibujo con lápiz, pluma, pincel o hecho a mano. No nos olvidamos de las formas básicas como son el punto y la línea, que en un entorno minimalista son un recurso muy recurrente.

A la hora de analizar la imagen de forma más genérica, encontramos diferentes estilos que actualmente están muy demandados en el diseño gráfico, como pueden ser: el *glitch* conocido como el efecto distorsionado, que nos recuerda a una imagen que está dañada o no se ha descargado por completo; el 3D y su combinación con el 2D; las ilustraciones desde vectoriales a un estilo más *handmade* o hecho a mano; ilustraciones sobre foto o video; *papercut illustrations* basado en la tendencia de lo hecho a mano, pero esta vez recortando papeles con las formas deseadas otorgándole profundidad, naturalidad y composición vistosa; el estilo minimalista y abstracto, que casa perfectamente con las formas geométricas ya nombradas, el *flat design*, la tendencia más extendida, que consiste básicamente en iconos sencillos, simplificados y geométricos con colores planos y por último el *art line*, o diseño lineal tomado del estilo minimalista que consiste en realizar elementos gráficos basados en la línea, la sencillez y la rapidez, sin perder la innovación y siendo llamativos

### 5.1.4. Color y textura

El valor y el color pueden crear estados de ánimo, simbolizar ideas y expresar emociones para producir la respuesta deseada de la audiencia. Comprender los métodos de contraste de colores y cómo éste puede evocar diferentes respuestas emocionales de acuerdo con el individuo, el género y la cultura puede ayudar tomar decisiones sobre el color.

La textura y el patrón también pueden agregar contraste y profundidad a una composición al tiempo que proporcionan a los espectadores la experiencia sensorial del tacto.

### **5.1.5. Interacción.**

“Los diseñadores gráficos de movimiento se han liberado para "pensar fuera de la caja" y experimentar con nuevas formas de incorporar contenido de acción real en composiciones gráficas en movimiento” John Krasner (2008)

Es por eso, lo que menciona Krasner, que otro factor esencial a analizar será la interacción entre los elementos gráficos y los contenidos de acción real. Aquí, algo muy importante para tener en cuenta es la relación que tienen ambos elementos y qué aportan al contenido visual. Pueden acompañar las acciones de los actores o también, servir como elemento decorativo o simbólico al contenido audiovisual. Por tanto, diremos que los elementos animados o en general, el motion graphics, son usados como un acompañamiento, es decir, aporta un factor estético y en muchos casos un factor narrativo. En general, el punto más importante del videoclip es el cantante, o los personajes que aparecen en el video y los gráficos realzan la importancia de los personajes, sus acciones y el mensaje a transmitir.

“Las posibilidades creativas inusuales que existen cuando las imágenes animadas, la acción en vivo y la tipografía se combinan pueden superar los límites de experimentación y expresión artística.” John Krasner (2008)

## **5.2. Análisis de videoclips con imagen real y motion graphics**

Ahora pasaremos a realizar el análisis de los videoclips a partir de los elementos que hemos referenciado anteriormente. Nos centraremos en dos elementos esenciales del motion graphics, la tipografía por una parte y las imágenes gráficas por otra. De estos elementos analizaremos su comportamiento en cuanto al movimiento que se les otorga, su estilo (color, forma, textura, etc.) y su interacción con el contenido de acción real, es decir, con el cantante o el espacio grabado. También tendremos en cuenta el valor con el que se añaden estos elementos, el porqué de su aparición y por tanto que le aporta al videoclip.

Una vez descritos los elementos esenciales para analizar un motion graphics, pasaremos a la parte práctica en la que veremos algunos ejemplos de videoclips con motion graphics y contenidos de acción real, los cuales, analizaremos según lo comentado anteriormente.

Para seleccionar nuestros 5 videoclips a analizar, a partir de una selección más amplia (ver anexos1), hemos tenido en cuenta los siguientes criterios: que no haya dos técnicas iguales, es decir, que cada uno tenga alguna característica o elementos diferentes del resto, por ejemplo: el uso de imágenes gráficas solo, predominio de figuras geométricas, uso de líneas cinéticas para generar movimiento, etc. Dentro de esa primera selección, se han escogido los más llamativos estéticamente, los que usan una técnica más adecuada y profesional.

VIDEOCLIP: Zara Larsson - Lush life. (2015)

Imagen 4: Videoclip Zara Larsson - Lush life.



Fuente: YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=tD4HCZe-tew>

1. TIPOGRAFÍA:

- a. ESTILO TIPOGRÁFICO: Gestual, que le aporta un estilo más desenfadado y coloquial.



Imagen 5: Estilo tipográfico Zara Larsson. Fuente: YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=tD4HCZe-tew>

- b. COLOR: al aparecer solo dos veces la tipografía, encontramos por una parte un degradado de colores pastel y, por otra parte, el color azul y lila saturados. Se usan colores llamativos y acordes a la estética general ya que su función es aportar color a la escena.



Imagen 6: color de tipografía en Zara Larsson Fuente: YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=tD4HCZe-tew>

- c. MOVIMIENTO: el movimiento es direccionado a las acciones de la chica, haciendo uso de la anticipación para crear efectos, por ejemplo, de zoom, o movimientos con velocidades constantes y uniformes para generar desplazamiento.



Imagen 7: Movimiento tipográfico en Zara Larsson. Fuente: YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=tD4HCZe-tew>

- d. **INTERACCIÓN:** la tipografía interactúa acorde a las actuaciones de la chica, es como si ella manejara las tipografías con sus manos; marca las acciones y genera movimiento en las letras.
- e. **VALOR AÑADIDO:** El uso de la tipografía en este videoclip es prácticamente escasa, si bien, las palabras o frases que aparecen lo hacen a modo de onomatopeya, para generar énfasis en esa palabra y lo que quiere transmitir.

## 2. IMÁGENES GRÁFICAS:

- a. **FORMA:** Figuras geométricas
- b. **TEXTURA:** Plana y lisas, homogéneas.

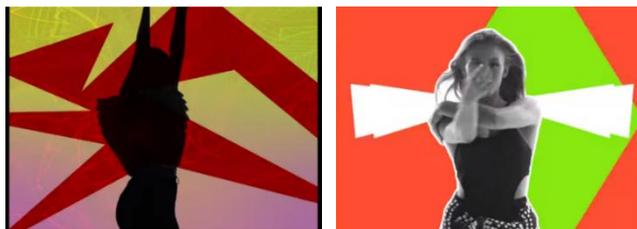


Imagen 8: Forma y Textura, imágenes gráficas, en Zara Larsson. Fuente: YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=tD4HCZe-tew>

- c. **COLOR:** colores vivos, saturados y eléctricos. Hace uso de la paleta CMYK y sus variables. Genera vitalidad y dinamismo.



Imagen 9: Color, imágenes gráficas, en Zara Larsson. Fuente: YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=tD4HCZe-tew>

- d. ESTILO DE LA IMAGEN: Flat desing, con figuras planas y geométricas.
- e. MOVIMIENTO: El movimiento en general es plano, movimientos sencillos y naturales, se guía más bien por el ritmo y el tiempo que se coordina con los movimientos de la cantante y el ritmo de la música.
- f. INTERACCIÓN: Los elementos gráficos se mueven acorde a las actuaciones de la chica, mediante líneas cinéticas que marcan sus acciones o creando elementos gráficos que continúan las acciones de la chica.



Imagen 10: Interacción, imágenes gráficas, en Zara Larsson. YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=tD4HCZe-tew>

- g. VALOR AÑADIDO: Los elementos gráficos sirven para generar movimiento (líneas cinéticas que marcan los aplausos o movimientos al bailar) y como fondo o transición de planos. En general, los motion graphics de este videoclip tienen un valor narrativo, es decir, tratan de representar lo que se dice en la canción, además de aportarle valor estético.



Imagen 11: Valor añadido, imágenes gráficas, en Zara Larsson. Fuente: YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=tD4HCZe-tew>

## VIDEOCLIP: Citizens - Lighten Up (2015)

Imagen 12: Videoclip Citizens, Lighten Up



Fuente: YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=lc11e4CeWMw>

### 1. TIPOGRAFÍA:

- a. ESTILO TIPOGRÁFICO: Gestuales, estilo handmade, con forma manuscrita como si estuviera dibujado con un rotulador o pincel. Hay de dos tipos, con más y menos volumen en sus formas.



Imagen 13: Estilo tipográfico, Citizens. Fuente: YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=lc11e4CeWMw>

- b. COLOR: Colores vivos pastel, predomina el color rojo y rosa pastel en las tipografías.

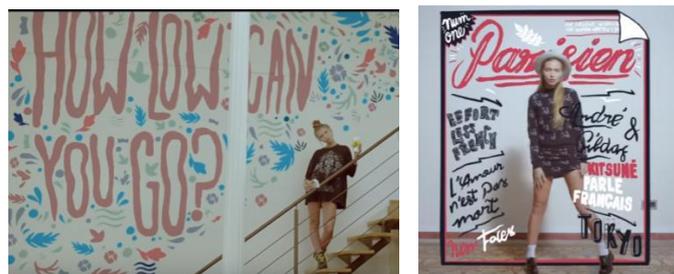


Imagen 14: Color tipográfico, Citizens. Fuente: YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=lc11e4CeWMw>

- c. MOVIMIENTO: efecto parpadeante y se mantienen fijas de principio a fin, colocadas compositivamente dentro del encuadre del plano. Los movimientos, en general, tiene velocidades constantes y uniformes.
- d. INTERACCIÓN: Se adaptan a las acciones reales que ejecutan los actores, es decir, existe una interacción por ejemplo cuando se desvanece la tipografía como si fuera humo al soplar o desvanecerse al dar la vuelta al café.



Imagen 15: Interacción tipográfica, Citizens. Fuente: YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=lc11e4CeWMw>

- e. VALOR AÑADIDO: La tipografía en este caso, aporta además de un valor dinámico e interactivo, sirve para hacer énfasis en algunas frases o palabras de la canción que se quieren destacar.

## 2. IMÁGENES GRÁFICAS:

- a. FORMA: Figurativas, representan objetos reales y reconocibles.



Imagen 16: Forma, imágenes gráficas, Citizens. Fuente: YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=lc11e4CeWMw>

- b. TEXTURA: Plana, lisa, vectorial.
- c. COLOR: Predominan los colores pastel con el fin de crear un ambiente más dulce.
- d. ESTILO DE LA IMAGEN: Ilustración y Flat Desing.



Imagen 17: Estilo de imagen, imágenes gráficas, Citizens. Fuente: YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=lc11e4CeWMw>

- e. **MOVIMIENTO:** el movimiento presenta un atractivo visual muy fluido, con movimientos de aceleración y desaceleración para hacerlos más naturales. Además, al igual que la tipografía, presenta un efecto parpadeante como si se tratara de un stop motion.
- f. **INTERACCIÓN:** Interactúa con el personaje y sus acciones, haciéndolos parte de la historia y el mensaje que se quiere transmitir. Enfatiza los movimientos de los personajes y sus emociones, gracias a las líneas cinéticas.



Imagen 18: Interacción, imágenes gráficas, Citizens. Fuente: YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=lc11e4CeWMw>

- g. **VALOR AÑADIDO:** Aporta un valor artístico, sobre todo, pero también narrativo ya que se crea un personaje nuevo (el zorro) y, un valor interactivo ya que crea una interacción con él y con la historia y el mensaje. También crea nuevos escenarios.



Imagen 19: Valor añadido, imágenes gráficas, Citizens. Fuente: YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=lc11e4CeWMw>

## VIDEOCLIP: El Canto del Loco - El Pescao (2010)

Imagen 20: Videoclip El Canto del Loco, El Pescao



Fuente: YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=wAxvVlf-sfM>

Este videoclip, no usa tipografía.

### 1. IMÁGENES GRÁFICAS:

- a. FORMA: Líneas y formas irregulares, también se puede considerar figurativas ya que generan elementos reconocibles (los instrumentos)
- b. TEXTURA: Fluorescete
- c. COLOR: Colores fluorescentes, para que resalten sobre la imagen real.
- d. ESTILO DE LA IMAGEN: Art line
- e. MOVIMIENTO: Tiene un efecto parpadeante, como si estuviera hecho con stop motion
- f. INTERACCIÓN: El motion graphics utilizado sustituye un objeto real por uno imaginario; una imagen digital que funciona como instrumento musical irreal. Por tanto, existe una interacción directa con el personaje, que tiene que hacer como si estuviera tocando los instrumentos irreales.
- g. VALOR AÑADIDO: Coloca al videoclip en otro nivel de ámbito visual, mezclando fantasía con realidad. También aporta un valor narrativo, ya que sin esos elementos el mensaje no tendría sentido.

VIDEOCLIP: Merk "I'm Easy" (2017)

Imagen 21: Merk "I'm Easy"



Fuente: Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=TMbRJS3KFNw>

1. TIPOGRAFÍA:

- a. ESTILO TIPOGRÁFICO: Tipografía dramática, ya que crea movimientos que imitan acciones, emociones, o formas de personajes u objetos. Se utilizan diferentes fuentes tipográficas, todas con una forma irregular y gestuales, adaptándose al estilo de la escena en la que se representa (forma de grafiti, nube, gusano, etc.)

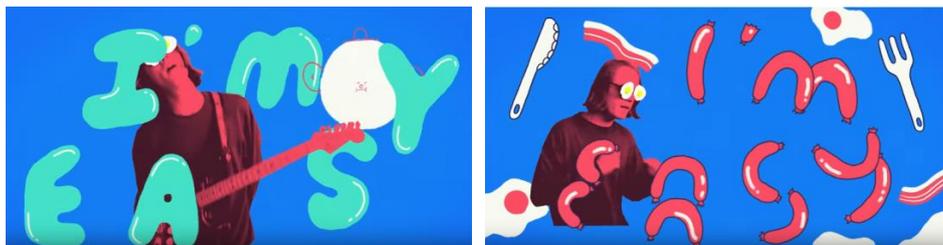


Imagen 22: Estilo tipográfico, en Merk. Fuente: Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=TMbRJS3KFNw>

- b. COLOR: CMYK poco saturados, acorde con la estética del videoclip.



Imagen 23: Color, en Merk. Fuente: Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=TMbRJS3KFNw>

- c. MOVIMIENTO: El movimiento en general es lento al ritmo de la canción y con efecto parpadeante. El movimiento también se adapta al tipo de letra que se usa, ya que al ser una tipografía dramática se acomoda a la forma que se le da con ella, por ejemplo, la tipografía que representa la nube tiene un movimiento más suave que la tipografía que representa un gusano, que presenta un movimiento mucho más rápido y directo.



Imagen 24: Movimiento tipográfico, en Merk. Fuente: Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=TMbRJS3KFNw>

- d. **INTERACCIÓN:** No existe una interacción directa de la tipografía con el actor, sino que más bien, son los propios elementos tipográficos los que interactúan entre ellos, creando una tipografía dramática.
- e. **VALOR AÑADIDO:** Le aporta personalidad a la tipografía, convirtiéndolas en un personaje más del videoclip y así, haciéndolo más llamativo y dinámico. También sirve para destacar la palabra "i'm easy", que es el estribillo, dándole énfasis a esa frase ya que es la única que aparece.

## 2. IMÁGENES GRÁFICAS:

- a. **FORMA:** Figurativa, ya que representan elementos reconocibles. Aunque también se podría decir que tienen una forma manuscrita y que parecen dibujos realizados con un pincel o un rotulador.



Imagen 25: Forma, imágenes gráficas, en Merk. Fuente: Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=TMbRJS3KFNw>

- b. **TEXTURA:** Plana, lisa.
- c. **COLOR:** CMYK con un tono pastel
- d. **ESTILO DE LA IMAGEN:** Ilustración *handmade* vectorial.



Imagen 26: Color, imágenes gráficas, en Merk. Fuente: Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=TMbRJS3KFNw>

- e. **MOVIMIENTO:** Tiene un efecto *parpadeante* y lento, adaptándose al ritmo de la canción. Además, los elementos se mueven por el espacio como si estuvieran flotando, de forma aleatoria. Los elementos avanzan a velocidades constantes y uniformes, generando un movimiento más mecánico.

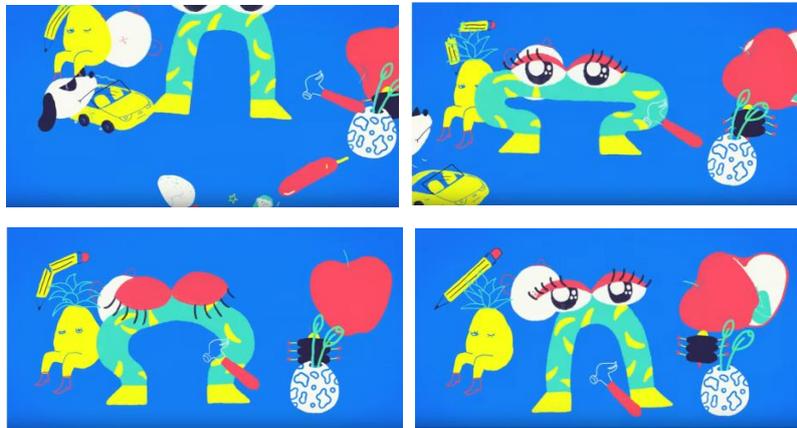


Imagen 27: Movimiento, imágenes gráficas, en Merk. Fuente: Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=TMbRJS3KFNw>

- f. **INTERACCIÓN:** Las imágenes gráficas no tienen interacción directa con el actor, excepto en alguna ocasión en el teclado del cantante ya que hacen como si tocaran el instrumento. Tampoco entre las imágenes, cada una va por separado y actúan de forma indiferente e individual.

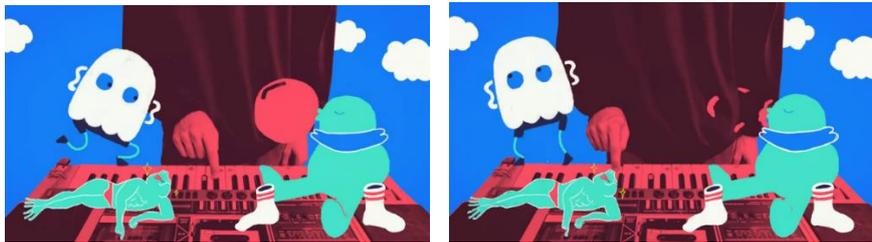


Imagen 28: Interacción, imágenes gráficas, en Merk. Fuente: Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=TMbRJS3KFNw>

- g. **VALOR AÑADIDO:** En general se podría decir que las imágenes gráficas de este videoclip tienen un valor puramente estético y narrativo ya que sirven como decorado y para contextualizar, pero no aportan interacción con ningún elemento real ni creado.

VIDEOCLIP: Don Diablo "Save A Little Love" (2017)

Imagen 29: Don Diablo "Save A Little Love"



Fuente: YouTube [https://www.youtube.com/watch?v=k4LphhTa\\_xg](https://www.youtube.com/watch?v=k4LphhTa_xg)

1. TIPOGRAFÍA:

- a. ESTILO TIPOGRÁFICO: gestuales, *handmade* y con volumen ilusorio de 3D



Imagen 30: Estilo tipográfico en Don Diablo. Fuente: YouTube [https://www.youtube.com/watch?v=k4LphhTa\\_xg](https://www.youtube.com/watch?v=k4LphhTa_xg)

- b. COLOR: Blanco

- c. MOVIMIENTO: Efecto parpadeante, y en la tipografía volumétrica tiene un movimiento de exageración, para aportarle dinamismo y ritmo a las letras.



Imagen 31: movimiento tipográfico en Don Diablo. Fuente: YouTube [https://www.youtube.com/watch?v=k4LphhTa\\_xg](https://www.youtube.com/watch?v=k4LphhTa_xg)

- d. INTERACCIÓN: Hay dos tipos de tipografía, y cuando se usa la tipografía gestual, que es fina, como si de una caligrafía común se tratara, se usa un cartón para mostrarla ahí, es entonces cuando aparece la interacción con el

actor, ya que él mueve el cartón para cambiar de texto. El otro tipo de tipografía, el que tiene un volumen ilusorio de 3D, es únicamente decorativo, por lo que no interactúa con ningún personaje ni espacio.



Imagen 32: Interacción tipográfica en Don Diablo. Fuente: YouTube [https://www.youtube.com/watch?v=k4LphhTa\\_xg](https://www.youtube.com/watch?v=k4LphhTa_xg)

**VALOR AÑADIDO:** La tipografía sirve para hacer énfasis en algunas frases a destacar en la canción. Aporta sobre todo un valor estético y decorativo.

## 2. IMÁGENES GRÁFICAS:

- a. **FORMA:** Líneas. En general usa líneas cinéticas, pero también vemos líneas figurativas que intentan representar algún elemento real.



Imagen 33: Forma, imágenes gráficas, en Don Diablo. Fuente: YouTube [https://www.youtube.com/watch?v=k4LphhTa\\_xg](https://www.youtube.com/watch?v=k4LphhTa_xg)

- b. **TEXTURA:** Lisa
- c. **COLOR:** Blanco
- d. **ESTILO DE LA IMAGEN:** Ilustración *handmade* sobre video y art line.
- e. **MOVIMIENTO:** Efecto parpadeante. Tiene un ritmo acelerado, al compás de la canción. Cada frame tiene un dibujo diferente, no hay continuidad de los dibujos en la línea de tiempo, se podría decir que pretende imitar un stop motion.



Imagen 34: Movimiento, imágenes gráficas, en Don Diablo. Fuente: YouTube [https://www.youtube.com/watch?v=k4LphTa\\_xg](https://www.youtube.com/watch?v=k4LphTa_xg)

- f. **INTERACCIÓN:** Las imágenes gráficas hacen la función de líneas cinéticas, es decir, generar movimiento en el personaje. Por tanto, las imágenes interactúan con el movimiento del personaje, en concreto con su baile. También se generan elementos con los que se interactúa como por ejemplo hierba que desaparece al pasar el personaje con un cortacésped.



Imagen 35: Interacción, imágenes gráficas, en Don Diablo. Fuente: YouTube [https://www.youtube.com/watch?v=k4LphTa\\_xg](https://www.youtube.com/watch?v=k4LphTa_xg)

- g. **VALOR AÑADIDO:** El valor añadido es sobre todo dinámico, ya que la función de este motion graphics es aportar ritmo y movimiento a la imagen además de resaltar el baile de los bailarines. Otra función es generar elementos narrativos, como el césped que corta con el cortacésped, añadir estos elementos genera interacción con el personaje y el motion graphic, mezclando fantasía con realidad.

### 5.3. Tendencias actuales del uso del motion graphics en los videoclips.

A modo de conclusión del análisis realizado, haremos una recopilación de las tendencias actuales que hemos podido apreciar en este formato de videoclip; motion graphics con imagen real.

En primer lugar, destacamos como estilo de diseño, las tendencias *art line*, *flat desing* y *handmade*. Todos los estilos buscan el minimalismo, la sencillez y la simplicidad de sus elementos. El estilo *handmade* además, resalta la importancia del valor estético, la ilustración hecha a mano y los productos elaborados y no mecánicos.

En cuanto al movimiento, éste tiende a ser lo más natural posible, intentando que los elementos interactúen entre sí y por tanto también aportándoles personalidad. El tipo de movimiento depende de la historia del videoclip, la sensación que se quiera transmitir y el ritmo de la música; por ejemplo, si se trata de una canción con un ritmo más acelerado los movimientos serán más exagerados acordes con la estética y el estilo de la canción. Algo a destacar es el movimiento con efecto parpadeante, se utiliza en muchos videoclips e intenta transmitir la sensación de ser un stop motion o un efecto *glitch*. Un elemento gráfico que es

tendencia también y sirve para generar movimiento son las líneas cinéticas. Acompañan los movimientos de los actores, potencian sus acciones y la sensación de movimiento. Es muy utilizado con un estilo *handmade* y también lo hemos visto con efecto parpadeante o *glitch*.

En cuanto a la tipografía, decir que uno de los estilos más utilizados, como ya hemos comentado, es el *handmade* en todos sus formatos. El motivo por el que se utiliza la tipografía en este tipo de videoclips suele ser como subtítulo o *lyric*, pero únicamente para el estribillo de la canción, alguna frase importante a destacar, o palabras sueltas que enfatizan la importancia del mensaje. Algo a destacar son las tipografías dramáticas, cada vez más recurrentes. Se les aporta personalidad para que así, sean un personaje más de la escena, se comporten como si fueran actores y puedan interactuar con ellos y sus acciones.

Respecto a las imágenes gráficas, destacan las formas geométricas y figurativas con un estilo *handmade* o *flat desing*. Su función principal suele ser la de aportar valor estético al videoclip, pero otra función es generar un valor narrativo a la historia, creando un personaje que interactúe con la imagen real, o bien, creando elementos que acompañen los movimientos y acciones de los actores.

Por último, en cuanto a los colores utilizados, podemos destacar el color blanco como tendencia monocromática; es un color muy minimalista, neutro y llamativo. Por otro lado, cuando tratamos más de un color, estos suelen ser saturados y vivos, también se está utilizando mucho los colores pastel.

## **6. Influencias artísticas del motion graphics.**

Cierto es que, todas estas tendencias y técnicas expuestas anteriormente reciben referentes e influencias de corrientes artísticas. En este caso, las vanguardias pictóricas y el cómic. El motion graphics ha sabido elegir y combinar diversas técnicas empleadas por sus antecesores para crear la suya propia. Es importante conocer de donde vienen y con qué fin se crearon para así comprender mejor el uso y aplicación de estas tendencias en el motion graphics, con el fin de aportarle un valor estético y dinámico.

### **6.1. Vanguardias.**

Respecto a las influencias artísticas del motion graphics, se puede tomar como punto de partida las vanguardias artísticas del siglo XIX y XX. Estas, influyeron de manera estética y conceptual sobre el campo visual ya que muchos artistas pioneros en el mundo de la animación han pertenecido a las vanguardias o llevan influencias artísticas de ellas.

Las vanguardias son estilos artísticos que proponían a través del arte una ruptura con lo ya establecido. Se contextualiza en un momento agitado y complejo, en la búsqueda de lo nuevo, el rechazo de la máquina y la aceptación de nuevas tecnologías, además de una crisis arte-sociedad.

Se asume de manera habitual la hipótesis de que el arte del presente siglo es heredero de unas vanguardias históricas que fueron muy fructíferas pero que, a pesar de su poder de sugestión aún vigente y del enorme potencial de la impronta que dejaron, en sí

mismas, en tanto que ciclo, se consideran periclitadas, puesto que ni los tiempos que la produjeron ni la necesidad experimental son idénticas. (Barroso Villar, 2005, p. 15).

Por tanto, podemos considerar al motion graphics como un arte actual heredero de las vanguardias artísticas como el Futurismo, Dadaísmo, Suprematismo, Pop Art y Arte Cinético, entre otros, dado que muchas de las características estéticas y conceptuales del Motion Graphics provienen de diversas vanguardias y contextos socioculturales.

Lo cierto es que con el desarrollo de las vanguardias la representación aparece como un elemento conceptual que va desplazando el parecido sin eliminarla. (Barroso Villar, 2005, p.12).

### 6.1.1. Futurismo

La primera corriente que analizaremos será el Futurismo, la cual tuvo gran influencia en la tipografía. Comienza a alinearse de forma figurativa dejando a un lado la forma clásica en la cual se venía presentando.

En efecto, la letra, que ya había adquirido una cierta paridad jerárquica con la imagen, (...) asume en los manifiestos futuristas una entidad pictórica. Para ellos, la forma de la tipografía debía enfatizar el contenido escrito, huyendo además de las normas establecidas por la tradición sobre la armonía. (Sauté, 1997, p.125).

Las tipografías de esta época se convirtieron en elementos libres de diseño empleados de forma autónoma. Las fuentes utilizadas para publicaciones futuristas eran típicamente *sans-serif*, con una fuerte sensación geométrica y un gran contraste en forma y tamaño. También destacó el uso del espacio en blanco, del contraste en los tipos, por lo que la tipografía generaba un impacto emocional en el lector.

Por otra parte, los artistas futuristas recurrían a la utilización de colores puros y formas geométricas, así como también a la representación del movimiento y velocidad. Para generar la sensación de velocidad y movimiento recurrían a la técnica de representación de objetos sucesivos pintándolos en varias posiciones.

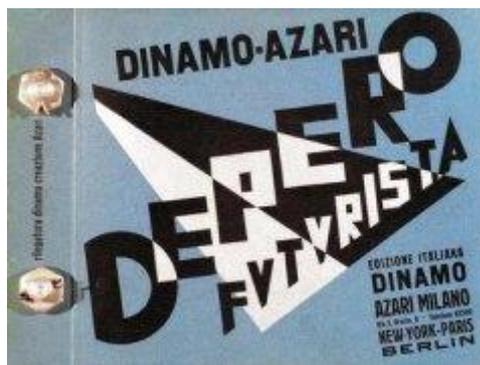


Imagen 36: Depro Futurista, 1927 Fuente: <http://www.boltedbook.com/>

### 6.1.2. Dadaísmo

Dentro de las vanguardias y con la misma idea del Futurismo, encontramos el Dadaísmo, una vanguardia artística que se caracteriza por intentar ir en contra de las normas del arte y la estética que se proponía en ese momento.

El dadaísmo da origen a formas caprichosas en la tipografía. Los mismos creadores consideraban que no hacían arte, era una especie de antiarte, una provocación abierta a lo establecido, un ejemplo muy claro es la obra de Marcel Duchamp *La fuente*, en el que introduce la ironía, en un mundo dominado por la solemnidad, mediante la creación de *ready-mades* (objetos industriales sin valor, elevados a la categoría de obra de arte por el simple hecho de exponerlos en un museo bajo una firma y una fecha).

Centrándonos entonces en los usos de la tipografía, diremos que se le dio un uso que históricamente se le había negado, y, por tanto, se empleó para lo que no fue creada: elaborar diseños gráficos, que pretenden transmitir sensaciones o comunicar. Realza los valores de libertad del individuo, el caos, dejarse llevar por los instintos más básicos, etc. Así, aparecen elementos imprevistos como las mayúsculas y cifras de forma arbitraria, pero con un sentido artístico, como la ornamentación tipográfica. También empiezan a combinarse diferentes familias tipográficas, y las desproporciones de los tamaños de las letras.



Imagen 37: Theo van Doesburg, Kurt Schwitters, cartel «Kleine Dada Soirée», 1923 Fuente: <https://www.artgallery.nsw.gov.au/collection/works/268.1984/>

### 6.1.3. Suprematismo

El Suprematismo al igual que las vanguardias analizadas anteriormente, cuentan con ciertos criterios de composición que la caracterizan y diferencian del resto. Entre ellas encontramos la pureza geométrica, en la que destacan la utilización de cuadros y rectángulos sobre un fondo neutro. Se usan colores vivos, y se experimenta con la geometría, el ritmo de la música y su sincronización con las imágenes.



Imagen 39: Portada interview “Andy Mania!” 1996 Fuente: <https://www.pinterest.cl/pin/81275968248014510/>

### 6.1.4. Pop Art

Una de las corrientes artísticas en las que más referencias encontramos dentro del Motion Graphic, es el Pop Art. Esta corriente no solo tiene referencias a nivel artístico, sino también a nivel social:

“El Pop Art apela a un estilo de vida, pero sobre todo a una calidad de vida sostenida en la estabilidad económica y en los valores de la clase media. Por esta razón fue un movimiento incluyente, pues intentaba ser accesible para cualquier persona.” (Tiscareño, 2004)

En cuanto a las referencias artísticas, encontramos como mayor referente el collage. “El collage es una de las formas de representación que se visualizan en cuadros Pop Art. Esta técnica es una de las que se vale el motion graphics para realizar animaciones, como pueden ser publicidades o videoclips. Al estar compuestas por imágenes planas, con colores saturados, también son elementos que suelen utilizar de esa forma en los motion graphics. En este caso, los personajes que se pueden visualizar en un cuadro con estética pop art, dentro de un motion graphics pueden animarse como un gráfico en movimiento en vez de como se comportaría un personaje en una animación tradicional.” Mariela Camerano (2014)

En cuanto a la tipografía, se crean fuentes de estética Pop Art, destaca la tipografía PopArt Cómico como imagen de modernidad, velocidad y agilidad a las obras. Destaca en las fuentes la fantasía, mostrando las diferentes percepciones, que sobrepasaban en algunos casos los límites de la legibilidad.

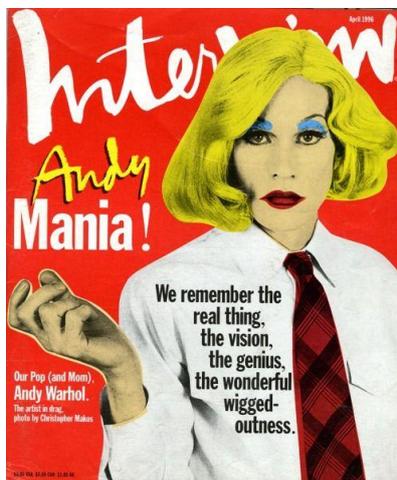


Imagen 39: Portada interview “Andy Mania!” 1996 Fuente: <https://www.pinterest.cl/pin/81275968248014510/>

### 6.1.5. Arte Cinético

Por último, en lo referente a las vanguardias, encontramos el Arte Cinético. Según Redrojo de la Peña (1998), se puede hablar de Cinetismo como la corriente que va a englobar las manifestaciones de diversos artistas preocupados por el movimiento, y provocar esa sensación cuando el espectador observa sus obras. Como sabemos, no existe Motion Graphic sin movimiento, y esta corriente artística es la influencia más directa a este elemento imprescindible.

En su composición se encuentran fundamentalmente líneas paralelas o rectas, formas de varios tamaños, contrastes en la paleta de colores y la combinación de figuras y fondos. También destacan los efectos ópticos en el que el espectador debe ser un participante activo de la obra para captar el movimiento.

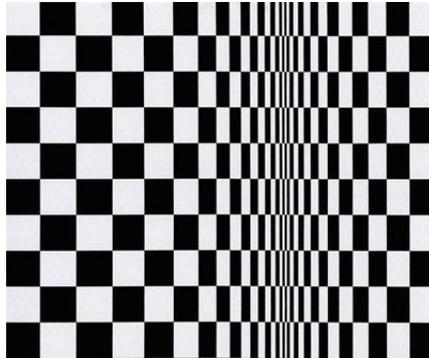


Imagen 40: Bridget Riley, "Movement in Squares", 1961 Fuente: <https://artsandculture.google.com/asset/movement-in-squares/dwGpQ5o3Dc4FrQ>

## 6.2. El comic

Dentro del motion graphic también encontramos influencias del comic, en lo referente a los elementos visuales que utiliza. Según Jesús Castillo (2014) el comic: "Es un medio visual de narración verbo-icónica que comunica historias de uno o varios personajes. Se trata de una "narración secuencial mediante imágenes fijas"

Su naturaleza es verbal-icónica, los textos e imágenes tienen una interacción durante todo el cómic para así darle sentido. Otra característica es el uso de códigos propios específicos, muchos de ellos se han adaptado para su uso en el motion graphics, entre otros destacamos los siguientes:

### 6.2.1. Onomatopeya

La onomatopeya, o palabra que imita el sonido de la cosa, como, por ejemplo: *zzz*, *paf*... además con la influencia del cómic norteamericano se amplían e inventan nuevas onomatopeyas que tienen su origen en los verbos ingleses como: *sniff* (olfatear o suspirar), *glup* (tragar), *boing* (botar), *crash* (romper), *splash* (salpicar) etc.

En el comic, la onomatopeya aumenta el valor expresivo de la viñeta y, la forma y el color de esta palabra completan el sentido del sonido. En el motion graphic por el contrario sí que existe el sonido, en la mayoría de los casos, pero, sin embargo, ha adaptado este elemento visual con el fin de hacer más énfasis en determinadas acciones o expresiones, sirve como apoyo al sonido. En la mayoría de los casos tiene un estilo visual pop art.



Imagen 41: Onomatopeya comic Mortadelo y Filem, Fuente: <https://mortadelo-filemon.es/content?q=Y2F0X2lkPTQ4JmN0Z19pZD0xNiMmcG09YmxvZyZvZmZzZXQ9NQ%3D%3D#.W5bVAegzblU>

Centrándonos ahora más en el caso a tratar en nuestro estudio, el uso del motion graphic en el videoclip diremos que no se le presta el mismo uso que en el comic, pero de él se han cogido y adaptado algunas características a destacar. Como hemos podido observar en el análisis realizado al principio, se destacan ciertas palabras de la canción o expresiones, además de destacar onomatopeyas, se utiliza también este registro para hacer énfasis al trozo de letra de la música o a la palabra en sí. Algunos ejemplos son los siguientes:



Imagen 42: Galantis & Throttle - Tell Me You Love Me, 2017 Fuente: Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=dQLIS41UJK>

## 6.2.2. Líneas cinéticas

Por otra parte, sabemos que el comic carece de movimiento y por eso se ha tenido que crear un elemento expresivo para crear ese factor y así, conseguir dinamismo en la imagen y un movimiento ficticio. Para ello, el comic usa figuras o líneas cinéticas.

Las figuras y líneas cinéticas son símbolos gráficos que dotan de dinamismo y énfasis a la narración, para que así, el lector pueda seguir con la vista lo que está sucediendo en la viñeta sin necesidad de leer ninguna frase. También indican la trayectoria que siguen los elementos móviles de cada viñeta.

Existen varios tipos de figuras y líneas cinéticas en el comic: líneas paralelas que indican la trayectoria curva mediante arcos, círculos, elipses, etc., o bien utilizando líneas rectas para indicar un movimiento rectilíneo o frontal. En ocasiones, se repiten las líneas múltiples veces para marcar la trayectoria y hacer énfasis en la velocidad del movimiento y el efecto del impacto. Otra función de las líneas cinéticas es la de desarrollar un estado de ánimo o la expresividad, esto se puede hacer mediante rayos sobre la cabeza (cólera), líneas paralelas verticales (ahogo), líneas curvas alrededor de la cabeza (efecto de hipnosis), etc. También se utilizan para representar olores dibujando la línea ondulada que crea el humo, y en caso de que sean olores malos añadir moscas.



Imagen 43: Líneas cinéticas, Mortadelo y Filemón. Fuente: <https://mortadelo-filemon.es/content?q=Y2F0X2lkPTQ4JmN0Z19pZD0xNiMmcG09YmxvZyZvZmZzZXQ9NQ%3D%3D#.W5bVAegzblU>

El motion graphic utiliza esta técnica para marcar los ritmos y los movimientos de los elementos deseados. Las líneas cinéticas son muy utilizadas en los videoclips con motion graphics, sobre

todo en los que existe una interacción con el actor que baila y se mueve por un escenario. Es muy común actualmente ver videoclips en los que aparece un bailarín y sus movimientos son seguidos y realizados por líneas que determinan su trayectoria. Además, también se utilizan para marcar golpes o desarrollar emociones y estados de ánimo. Sin embargo, no siempre que se utilizan tiene porque tener un sentido narrativo, encontramos múltiples ejemplos en los que se usan como elemento artístico, decorativo o para crear un ambiente de movimiento y dinamismo en la escena. Aquí vemos un ejemplo:

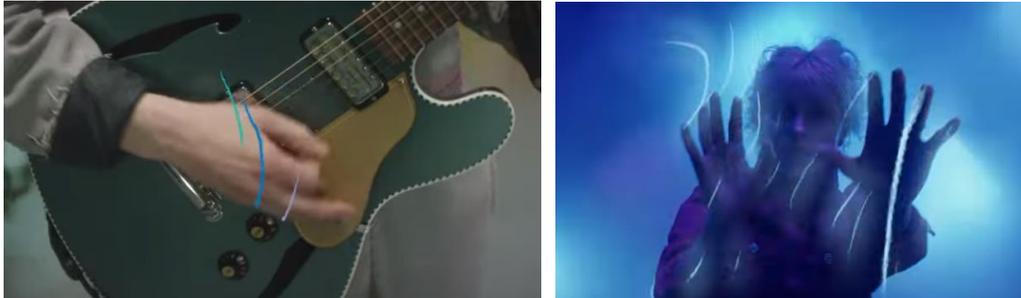


Imagen 44: Paramore: Hard Times (2017) Fuente: Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=AEB6ibtPZc>

### 6.2.3. Metáforas visuales

Como último elemento visual del comic que ha tenido repercusión en la técnica del motion graphic encontramos las metáforas visuales. Estas, representan ideas mediante imágenes de carácter simbólico. Sirven para plasmar mediante grafismos sensaciones, emociones y estados de ánimo de los personajes. Así, cuando vemos dibujada una bombilla interpretamos que alguien ha tenido una idea, un corazón es amor, estrellas dando vueltas alrededor de una cabeza es dolor, etc.

Una imagen nos trasmite conocimiento y emociones, el espacio y tiempo en el que están colocadas tiene un porqué, no siempre son puramente elementos estéticos o artísticos. Entender cómo funcionan estas imágenes y el lenguaje que usan para comunicarse es esencial para un diseñador o animador.

“Es interesante como en el mundo visual está todo mucho más abierto, no hay fronteras y los distintos espectadores tienen distintos entendimientos de la imagen proyectada” (Ferrer 2013)

El simbolismo inesperado producirá una recompensa emocional para el espectador, ya que pasa de ser un mero espectador a ser un espectador que reflexiona e interpreta el símbolo. Así, sentirá que ha recibido un mensaje más emocional y químico y calará más en la mente del espectador. No se debe ser muy literal al querer proyectar algo con un símbolo ni demasiado rebuscado ya que se podría perder el significado por completo. En definitiva, el uso de estas metáforas visuales puede ayudar a la animación no solo a llegar más profundamente al espectador sino también a colocarla en otro nivel de ámbito visual, mezclando fantasía con realidad.

En lo referente al motion graphic, vemos como son muy recurrentes las metáforas visuales, tanto desde un punto artístico y estético en el que el espectador tiene que reflexionar, hasta un punto de vista más literal que haga más llevadero la interpretación del mensaje al espectador. Aquí vemos un ejemplo:



Imagen 45: Paramore: Fake Happy (2017) Fuente: Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=w8vsuOXZBxc>

## 7. Preproducción de un motion graphics.

La preproducción en un proyecto de motion graphics, es un proceso imprescindible, ya que su correcta evolución puede evitar problemas en las siguientes etapas de producción. En esta etapa es donde se crea la esencia del proyecto, aquí se debe potenciar al máximo la creatividad, para así, crear un buen producto final. El concepto y la idea principal deben ser lo suficientemente originales para llegar a nuestro objetivo, crear un producto que capte la atención del espectador y que también le haga diferenciarse del resto de productos lanzados en el mercado. Para ello, además de tener una idea original y que se salga de lo establecido, también será muy importante elegir una correcta tipografía, unas imágenes gráficas coherentes al estilo, y una buena planificación del movimiento e interacción entre ellas y el video en vivo. Todas estas fases llevadas a cabo de una forma creativa serán las claves para crear un videoclip lleno de valor estético y dinámico.

“Independientemente de las herramientas y el formato de entrega, el desarrollo del concepto es fundamental para todas las formas de comunicación gráfica” (Krasner, 2008)

### 7.1. Definición del concepto.

Según Krasner (2008), el primer paso comienza con la definición de un objetivo. Antes de sumergirse en las aguas creativas, habrá que tener en cuenta el *target* objetivo y su conocimiento previo al tema que se comunica. La investigación es un paso imprescindible para la definición del objetivo y se debe realizar un análisis exhaustivo del tema antes de que tenga lugar la conceptualización.

Los diseñadores de *motion graphics*, deben tener en cuenta las restricciones presupuestarias, los plazos y el grado de flexibilidad del cliente. Estas restricciones no tienen por qué ser limitaciones a la creatividad, sino que deben concebirse como pautas creativas que pueden ayudar a orientar las ideas y no como obstáculos que impiden el pensamiento creativo y oscurecen el criterio artístico. Por eso es importante tener una comunicación directa con el cliente, creando confianza y respeto mutuo.

### 7.2. Brainstorming

A la hora de potenciar nuestra creatividad y generar ideas originales es importante el uso del *brainstorming* o lluvia de ideas. Este proceso consiste en juntar al grupo de personas involucradas en el proyecto en un ambiente relajado y sin presiones. Se deberán dejar a un lado

los prejuicios y las críticas negativas y favorecer los juicios valorativos sobre las propuestas de los participantes, así, toda idea es válida desde el principio. En esta fase importa más la cantidad que la calidad ya que lo que se busca es que todo el mundo exponga sus ideas sin restricciones. A continuación, todas las ideas son reunidas y analizadas para rescatar las mejores, para saber que mantener y que desechar. Krasner (2008) propone las siguientes preguntas:

1. ¿Capturará mi concepto y atraparé la atención de mi audiencia?
2. ¿Esta idea se basa estrictamente en la técnica o la tendencia?
3. ¿Es este concepto lo suficientemente diferente de lo que ya se ha hecho?
4. ¿Es este concepto lo suficientemente realista como para implementarlo técnicamente?
5. ¿Los medios necesarios para implementar mi idea se ajustan al presupuesto?

La resolución de estas preguntas nos facilitará la selección de ideas planteadas en el *brainstorming*, su clarificación y refinamiento. Es importante no caer en tendencias sobre utilizadas, sobreabundancia de imágenes y tipos de letras y efectos que carecen de ingenio. Tomar riesgos y experimentar también puede ser una opción liberadora al evitar la dependencia de soluciones de diseño convencionales seguras.

### 7.3. Storyboard

La siguiente etapa de conceptualización implica la creación del *storyboard*.

El *storyboard* consiste en crear una serie de ilustraciones ordenadas conforme a una narración previa de forma secuencial, con el objetivo de hacer entender una historia, planificar la estructura de una película o previsualizar una animación.

El factor más importante de la eficacia del *storyboard* es su continuidad, por tanto, además de tener una coherencia narrativa que haga comprender la evolución de la historia, se debe tener en cuenta la continuidad tanto del estilo de las imágenes y el tipo, como la elección del esquema de color, y el tratamiento del espacio de composición. Además, se debe indicar como se mueven los elementos y cambian en el tiempo y el espacio, así como los métodos de entrada y salida al plano.

Es importante también determinar la jerarquía visual de la información en la pantalla y las relaciones entre las imágenes y el contenido gráfico. El *storyboard*, también nos permitirá visualizar el tipo de encuadre y ángulo de visión que se va a utilizar en el plano.

"El *storyboard* requiere una visualización mental preparatoria, ya que hay muchos factores que deben determinarse, como los tipos de imágenes (imágenes, tipografía, tomas de acción) que se utilizarán, el tratamiento estilístico de los elementos visuales, los tipos de movimiento y cambio, la disposición espacial o de composición del marco y los aspectos progresivos o secuenciales, como la transición, el ritmo, el nacimiento, la vida y la muerte ". Michael Middleleer (2003)

### 7.4. Animatics

Ya hemos visto que los *storyboards* describen el movimiento de una manera estática, por lo que, si queremos ir más allá, tenemos la opción de crear *animatics*, que son guiones gráficos animados. El motivo de su creación es acercar más rápida y económicamente a los

clientes a una producción final. Son utilizados para visualizar y resolver el movimiento y el momento de las acciones.

Los *animatics* pueden ir desde simples bocetos animados y secuencias de video improvisadas a secuencias de gráficos en movimiento pulidos que combinan animación en 2D y 3D con ilustraciones digitales y dibujadas a mano. Dan vida a las imágenes y sincronizan sus movimientos y transiciones al sonido. Al crear un *animatic*, es importante tener en cuenta que no solo estás enseñando una presentación de diapositivas animada de las imágenes del storyboard; más bien, se está presentando los tipos de movimientos, cambios y ángulos de cámara que pueden ocurrir en la producción final.

Son muy efectivos en cuanto a tiempo y costo, ya que durante esta etapa se pueden detectar problemas que evitarán trabajos innecesarios. Así, a la hora de realizar la pieza definitiva, se producirán menos interacciones ya que los cambios importantes que deben realizarse ya han sido detectados.

Krasner (2008) nos cuenta un ejemplo de *animatic* en un proyecto de publicidad en el que se iba a combinar motion graphics con video real: “En un *animatic* para un video en la tienda que mostraba el Air Max 2 de Nike, se presentó a Terry Green de twenty2product varios elementos de material en vivo y se le pidió que desarrollara un esquema que los uniera e integre con texto y gráficos. Rápidamente compuso imágenes en stock y el video para proporcionar una idea clara de cómo se animaría y secuenciaría la pieza final. Esto permitió que tanto twenty2product como el cliente evaluaran problemas potenciales, desarrollaran soluciones que remediarían esos problemas, y reconsiderar todo el enfoque en una etapa temprana antes de la producción.”

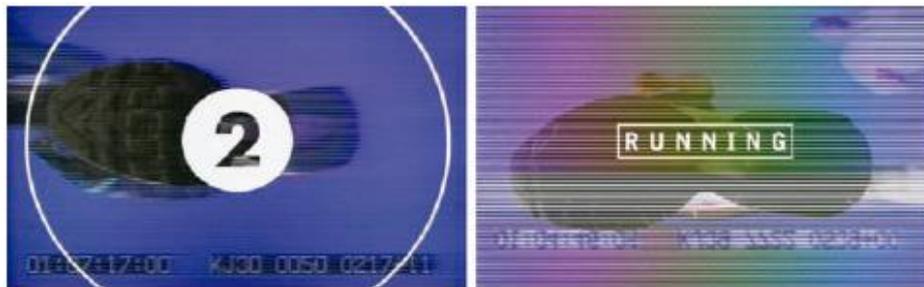


Imagen 46: Frames del animatic para Nike's Air Max 2 Fuente: *Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics*



Imagen 47: Frame anuncio final Nike's Air Max 2 Fuente: Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=tTitRDkZ0IM>

La fase de preproducción como hemos dicho es esencial, tanto para evitar posibles problemas en producción y post producción como para crear una buena idea que llame la atención y tenga el elemento diferenciador que tanto buscamos. Una vez realizada la fase de preproducción, en base a esta, ya solo queda grabar las imágenes y crear los elementos de motion graphics y en postproducción editarlo todo y montar el videoclip final. En estas últimas fases será imprescindible un buen manejo de la tecnología a aplicar para que nuestro resultado sea óptimo y profesional.

## **8. Desventajas del uso del motion graphics en los videoclips.**

Como ya hemos podido comprobar a lo largo de nuestro análisis la tecnología está cada vez al alcance de más personas y el hecho de crear un video ya no es tarea solo de expertos, ya que, ahora, podemos conseguir grabaciones y piezas audiovisuales sencillas, pero de gran calidad con pocos medios y a un precio muy asequible.

“Las herramientas de creación y difusión de vídeo se han simplificado tanto que cualquiera puede disfrutarlas y sacar provecho de ellas. El vídeo nunca ha estado al alcance de tantas personas. Todos podemos grabar y editar vídeo de manera doméstica, y es por esto por lo que el audiovisual ha alcanzado este nivel de popularidad” Flavio G. García. (2013)

Sim embargo, el hecho de que esta tecnología esté cada vez más insertada en nuestro día a día, no implica que todo el mundo sepa hacer un uso correcto y profesional de ella. Un videoclip mal producido puede destrozar la percepción sobre una canción o un cantante que, sin él, podría al menos valorarse.

“La producción de un videoclip artístico o experimental es un encargo basado en la pura confianza, ya que desde el momento en que se asocian música y vídeo, el éxito de la canción depende en gran parte del videocreador. La narrativa visual influye necesariamente en la percepción del oyente sobre la música”. Greso (2016)

En lo referente al motion graphics, como sabemos, éste ha experimentado grandes progresos durante los últimos años. Los softwares para su creación son cada vez más accesibles y fáciles de usar, y hoy en día estamos más familiarizados con la estética y el formato de esta tecnología. Sin embargo, aún no se considera que tenga una técnica consolidada. El motion graphics requiere de un dominio de la técnica elevado, para así, conseguir un aspecto estético y profesional. Por el contrario, un mal uso de ésta puede destrozar el producto, en este caso el videoclip.

Al igual que el motion graphics, un videoclip grabado de mala calidad puede suponer un fracaso en la promoción del artista y su música. Pero ¿que es mejor? ¿un videoclip con motion graphics de mala calidad o un videoclip grabado de mala calidad?

Para realizar un videoclip con motion graphics e imagen real, debemos crear los elementos de motion graphics de cero haciendo uso de nuestra imaginación. Por tanto, exige un nivel de técnica superior, ya que a pesar de que la tecnología y la técnica en este ámbito ha avanzado mucho y es más accesible, hoy en día, estamos más familiarizados y nos resulta más fácil realizar una grabación de buena calidad y que capte la atención del público que realizar un motion graphics que sea lo suficientemente bueno para que no destruya el videoclip grabado y así, recibir una buena crítica o simplemente que tenga una estética profesional o atractiva.

Se podría comparar con la pintura y la fotografía, por ejemplo, las que encontramos por redes sociales como *Instagram*. Si echamos un vistazo a esta red social podremos encontrar miles de fotografías, ilustraciones, dibujos, videos, etc. Sin embargo, debido al boom de la fotografía de los últimos años hay mucha más competencia en este sector ya que, todo el mundo

ahora hace fotografías y, además, de muy buena calidad. Pero, ¿qué pasa con la pintura? Es cierto que mucha gente publica sus ilustraciones y dibujos en redes sociales, pero solo los realmente buenos con una técnica profesional triunfan, sin embargo, un dibujo *amateur*, tendrá una difusión mucho menor que una fotografía *amateur*, ya que, además, como hemos dicho, estamos mucho más familiarizados con la tecnología y la técnica de la fotografía. Algo parecido para con el motion graphics.

A continuación, pondremos dos ejemplos comparables de videoclip actuales con una calidad *amateur*, más o menos similar, una con motion graphics y otra sin él, para contrastar lo dicho anteriormente.

#### Videoclip con motion graphics.



Imagen 48: Jirafa Rey X La Pili, *Cómeme el Donut*, 2017 Fuente: YouTube  
<https://www.youtube.com/watch?v=P715h2OsHr4>

#### Videoclip sin motion graphics.



Imagen 49: HUMAN - Christina Perri, Fuente: YouTube  
<https://www.youtube.com/watch?v=xrHCtnmOA44&list=RDjWQKclrBIDI&index=8>

Por otro lado, otra de las desventajas del uso del motion graphics es que en un principio resulta novedoso y atractivo al público, ya que utiliza tendencias del momento dentro del diseño gráfico. Sin embargo, debido a que su técnica no para de avanzar y renovarse al pasar los años, este estilo puede desinteresar y por tanto el videoclip pierde calidad. Por otro lado, un videoclip que solo contiene imágenes grabadas resulta más atemporal, la tecnología, al igual que en el motion graphics avanza, pero está más consolidada y los cambios no son tan bruscos, es decir, perduran más en el tiempo. A continuación, podemos ver mediante dos videoclips del mismo cantante y misma época como el videoclip que utiliza imágenes grabadas únicamente, nos resulta más atemporal que el que añade a estas motion graphics.

### Videoclip con motion graphics.



Imagen 50: Estopa *Por la raja de tu falda*, 2009 Fuente: YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=wECwsE4yNSQ>

### Videoclip sin motion graphics.



Imagen 51: Estopa, *Partiendo la Pana*, 2009, Fuente: YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=KJ2sDvWoQR0>

"El videoclip no funciona bien cuando uno de los lenguajes solapa al otro; hay que mantener por igual la mirada del oyente, valga la contradicción, y el interés por la música"  
Javier Longobardo (2016)

## 9. Conclusiones

Tras este estudio hemos llegado a las siguientes conclusiones:

El videoclip ha evolucionado mucho desde sus inicios, actualmente se considera una pieza fundamental a la hora de promocionar una canción, un disco y su cantante. Es la parte física de la canción y por eso debe ser satisfactorio visualmente, sin embargo, debido al auge tanto tecnológico, audiovisual, como del propio videoclip, es necesario diferenciarnos del resto, ya que hay mucha competencia.

Para llevar a cabo esta diferenciación se recurre al uso de las nuevas tecnologías audiovisuales, pero ¿qué papel han jugado estas en el desarrollo de los videoclips? Podemos decir que han aportado nuevas posibilidades de creación casi sin límites, para así abrir las puertas a la imaginación. Permite dar un giro a lo convencional, aportando innovación y dinamismo a los videoclips, crear un contenido diferente al que se lleva ofreciendo desde sus inicios, en definitiva, se están creando nuevos formatos de videoclip en los que el contenido digital creado por ordenador empieza a cobrar más protagonismo.

Dentro de este panorama de cambio de formatos e introducción de nuevas técnicas, encontramos el motion graphics, una disciplina que combina diseño gráfico y movimiento. Esta técnica ha influido en el videoclip, adaptándose y creando diferentes formatos, entre ellos

encontramos el *videolyric*, que utiliza únicamente elementos gráficos y el videoclip que combina imagen real con motion graphics, haciendo que interactúen estos elementos entre sí. Esta última técnica, aporta gran originalidad al producto, dinamismo, interactividad, innovación, estética y valor narrativo. Esto hemos podido contrastarlo con nuestro análisis.

Tras este análisis, pudimos apreciar las tendencias, técnicas y que es lo que genera el motion graphics en el videoclip. Vimos que el uso de estas técnicas aporta un valor añadido, por ejemplo, con el uso de tendencias *handmade* y minimalista, sin olvidarnos de los colores vivos y planos, que se asemejan a la corriente *flat desing*. Además, para aportar dinamismo a las secuencias se hace uso de las líneas cinéticas que generan movimiento y potencian y enfatizan las acciones de los actores. También, se crean nuevos elementos que interactúan con los reales, por ejemplo, en tipografías en las que al realizar el actor una acción, se modifican, o en personajes gráficos que actúan junto a los reales, generando una conexión entre fantasía y realidad.

Para conocer mejor la evolución y adaptación de estos elementos gráficos, investigamos acerca de las influencias en el motion graphics. Nos dimos cuenta de que las vanguardias pictóricas y el comic eran unos referentes clave en su estética e incluso técnica, pero ¿qué papel han tenido en la evolución del motion graphics?

De las vanguardias pictóricas se han adaptado estilos tipográficos como la tipografía *sans-serif* o el uso de la geometría en muchos ámbitos. También se preocupaban por el movimiento y aunque no lo consiguieran de manera literal, mediante diversas técnicas se aludía a él, pero siempre de una forma estática, por lo tanto, podemos decir que generaron ese interés por crear movimiento.

Por otra parte, también hemos encontrado referencias del motion graphics en el comic. Se han adaptado algunas técnicas para generar movimiento y potenciarlo, por ejemplo, las líneas cinéticas. También han cogido como referencia del comic las onomatopeyas, ya que se suelen usar para resaltar acciones o incluso adaptan su técnica para dar importancia a alguna frase o palabra en concreto. Las metáforas visuales encontradas en los comics (una bombilla encendida que hace referencia a que una idea ha venido a tu cabeza), se adaptan al motion graphics de tal manera que hacen que el espectador tenga que reflexionar acerca de la imagen. También se utilizan metáforas visuales para hacer más intuitivo el mensaje al espectador, contextualizar o generar un valor estético y decorativo en la escena.

Al terminar nuestro estudio acerca de la técnica del motion graphics nos planteamos la siguiente pregunta ¿Cómo se aplica la técnica del motion graphics a los videoclips? Pues bien, como todo tipo de proyecto audiovisual, es esencial una buena preparación, la etapa de preproducción será fundamental si queremos crear un videoclip que capte la atención de nuestro público, para ello, será necesario abrir la mente, y potenciar al máximo nuestra creatividad. Una de las técnicas más útiles en estas fases iniciales es el *brainstroming*, muy recomendable para generar muchas ideas e ir descartando para llegar a una idea original, técnicamente factible, que se ajuste al presupuesto del cliente y sobre todo que sepa enganchar al espectador. Es importante una buena planificación para evitar problemas en las siguientes etapas y para ello se utilizan técnicas como el storyboard y el *animatic*, que permiten idear y plantear soluciones a posibles problemas.

Sin embargo, nos hemos dado cuenta, de que el uso del motion graphics no implica siempre un resultado profesional y de buena calidad visual, y aunque se realice una buena preproducción eso no implica un resultado óptimo. El motion graphics requiere de un dominio

importante de la técnica ya que un mal uso de esta puede destrozar el videoclip por completo. Tras comparar un videoclip con motion graphic mal producido con otro videoclip únicamente con imagen real, de calidad *amateur*, comprobamos que el grabado con imagen real resultaba más atractivo y competente. Esto se debe a que la técnica del motion graphics está aún por consolidar y a pesar de que la tecnología ha avanzado mucho, no aporta tantas facilidades para su creación como lo puede hacer una cámara de video y un editor que facilitan mucho más el montaje de un videoclip grabado. Además, el motion graphics utiliza elementos gráficos basados en las tendencias actuales, lo que hace que dentro de unos años estos puedan parecer pasados de moda y antiguos. Sin embargo, la imagen real tiene una técnica más consolidada y menos cambiante a nivel estético, lo que permite que perdure más en el tiempo y por tanto sea más atemporal.

Para terminar, responderemos a nuestra hipótesis central ¿Cuál es el valor añadido que aporta el motion graphics al videoclip? Sin duda un aspecto a destacar del motion graphics es su valor estético y creativo, gracias a su diversidad y versatilidad permite ampliar los límites creativos casi sin límites, crear desde cero todo aquello que deseamos y que el mundo físico no nos aporta, por eso, gracias a lo que esta técnica nos permite, se produce cierta atracción en el espectador; atracción a lo desconocido, a la fantasía, al mundo de lo abstracto, se puede decir que puede llegar a producir un placer sensorial, espiritual e intelectual que genera belleza y otorga un plus al videoclip. Por otro lado, también aporta un valor narrativo, ya que los elementos creados sirven para fomentar o apoyar el mensaje que se quiere transmitir, ya sea dinámico, emocional o situacional, ayuda al espectador a comprender mejor la historia, y en muchas ocasiones sin ese elemento la narración no tendría sentido y se perdería la esencia del mensaje. El valor dinámico es fundamental en el motion graphics, ya que implica movimiento y sin él solo sería diseño gráfico. Existen múltiples maneras de crear movimiento para provocar en el espectador diferentes emociones y sensaciones. Gracias a este valor dinámico que nos aporta el motion graphics, tenemos la posibilidad de que nuestros elementos interactúen entre sí. Nuestro caso de estudio eran los videoclips con motion graphics combinados con imagen real, lo que permite generar acciones combinadas entre ellos y por tanto aportarles ese valor interactivo. Pero ¿para qué buscamos todas estas virtudes y características en el videoclip? Sin duda para diferenciarnos del resto, ya que nos encontramos en un mundo donde la tecnología está al alcance de todos y realizar una grabación con buena calidad ya no es tarea de grandes productoras, por eso, podemos saltar los límites y cambiar lo convencional y lo tradicional, para así, diferenciarnos y captar la atención del público y generar ese valor añadido que nos hará crear un producto de calidad e innovador, para poder satisfacer a un público, que cada vez más, busca novedades con asiduidad.

Todo esto solo son aspectos positivos que el motion graphics genera al videoclip cuando este es realizado de una forma creativa y profesional. Sin embargo, en nuestro estudio no hemos asumido que todos los casos sean así, y que todo el mundo sea capaz de aportarles estos valores al videoclip, para crear un producto de calidad, hay que controlar de una forma profesional la técnica del motion graphics añadido al videoclip ya que una mala aplicación puede destrozar y arruinar la promoción del artista y lo que podría ser un buen producto a nivel musical.

## 10. Bibliografía

Arroyo, J. (2016) *La creación audiovisual de vanguardia da una segunda vida al videoclip* < [https://elpais.com/cultura/2016/10/17/actualidad/1476704622\\_343813.html](https://elpais.com/cultura/2016/10/17/actualidad/1476704622_343813.html) > [Consulta: 27 de agosto del 2018]

Betancourt, M. (2012) *The origins of Motion Graphics* Disponible en: < <https://www.cinegraphic.net/article.php/20130306203217744> > [Consulta: 5 de junio de 2018]

Camerano, M. (2014). *Una era en movimiento Motion Graphics un nuevo género de diseño y comunicación audiovisual.*. Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación <[http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/)> [Consulta: 15 de marzo del 2018]

Carubin Bortolamedi, C., Pelta, R. y Morales Moras, J. (2015). *Motion graphics, una disciplina emergente del diseño vista a través del análisis de sus planes de estudio en la educación superior de los Estados Unidos.* <[https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/405903/CARUBIN\\_TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/405903/CARUBIN_TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)> [Consulta: 15 de marzo del 2018]

Da Silva, J. (2015) *Motion Graphics. La evolución del diseño y la comunicación audiovisual* < [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectedgraduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=3451](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectedgraduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=3451)> [Consulta: 7 de junio del 2018]

Dávila Ulloa, A. (2013). *LOS MOTION GRAPHICS. LA CONVERGENCIA DE MEDIOS, LENGUAJES Y TECNOLOGÍAS EN LA COMPOSICIÓN DIGITAL.* Universidad Autónoma Metropolitana, División de ciencias y artes para el diseño <<https://core.ac.uk/download/pdf/128740378.pdf>> [Consulta: 16 de febrero del 2018]

De la Fuente Agustín, D. (2015) *Desarrollo técnico y creativo de una pieza audiovisual a través de la técnica Motion Graphics* < <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/55543/DE%20Desarrollo%20t%C3%A9cnico%20y%20creativo%20de%20una%20pieza%20audiovisual%20a%20trav%C3%A9s%20de%20la%20t%C3%A9cnica%20Motion%20Graphics.pdf?sequence=1> > [Consulta 5 de junio del 2018]

Eduardo Pepe (2010) Clasificación tipográfica <<https://tiposformales.com/2010/09/04/clasificacion-tipografica/>> [Consulta: 25 de agosto del 2018]

Furió, D. (2013) *Análisis del estado actual de la escena audiovisual* < [https://poliformat.upv.es/access/content/group/OCW\\_13123\\_2013/1.%20Analisis%20del%20estado%20actual.pdf](https://poliformat.upv.es/access/content/group/OCW_13123_2013/1.%20Analisis%20del%20estado%20actual.pdf) > [Consulta: 8 de marzo del 2018]

Herráiz Zornoza, B. (2009). *Grafismo audiovisual: el lenguaje efímero recursos y estrategias.* Valencia: Departamento de Escultura Facultad de Bellas Artes de San Carlos <<https://riunet.upv.es/handle/10251/4333>> [Consulta: 6 de febrero del 2018]

Ignacio Torres, J. (2012) *Evolución del discurso audiovisual musical. El videoclip.* < [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=1518](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=1518) > [Consulta: 10 de junio del 2018]

- Jara, G. (2017) *Libro videoclip* <<https://es.slideshare.net/GerardoJara1/librovideoclipdf-121218212641phpapp01>> [Consulta: 30 de mayo del 2018]
- Krasner, J. S. (2008). *Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics*. New York: Focal Press [Consulta: 13 de julio del 2018]
- Los 40 (2013) La playlist: los mejores vídeo lyrics de los últimos tiempos <[http://los40.com/los40/2013/10/29/actualidad/1383071064\\_025830.html](http://los40.com/los40/2013/10/29/actualidad/1383071064_025830.html)> [Consulta: 24 de julio del 2018]
- Mozas, A. (2011) *El diseño y la tipografía en las vanguardias* Disponible en <<https://disenoypreimpresionmozadr.wordpress.com/2011/12/19/72/>> [Consulta: 17 de agosto del 2018]
- Orozco González, V. N. (2015). *El Motion Graphics como Herramienta en el Diseño de las Infografías Multimedia de Antonio Campollo*. Universidad Rafael Landívar Facultad de arquitectura y diseño <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/03/05/Orozco-Virginia-Investigacion.pdf> [Consulta: 16 de febrero del 2018]
- Pedrosa González, C., & García García, F. (2015). *La estética y narrativa del vídeo musical como representante del discurso audiovisual hipermoderno*. <<https://eprints.ucm.es/38085/1/T37365.pdf>> [Consulta: 10 de mayo del 2018]
- Pérez Porto, J. et Merino, M. (2016) *Definición de brainstorming* <<https://definicion.de/brainstorming/>> [Consulta: 27 de agosto]
- Ràfols Cabrisses, R. (2016). *Tecnología y estética. Los motion graphics como exponente de la imagen interfaz*. Ministerio de educación. Universidad Autónoma de Barcelona <https://www.educacion.gob.es/teseo/mostrarRef.do?ref=1215978> [Consulta: 7 de marzo del 2018]
- Redacción Paradero (2015) *Tipografía: los 7 aportes del futurismo y el dadaísmo* Disponible en < <https://www.paredro.com/tipografia-los-7-aportes-del-futurismo-y-el-dadaismo/> > [Consulta: 18 de agosto del 2018]
- Sánchez, A. (2011) *Transiciones y relación entre imagen y texto* < <https://mortadelo-filemon.es/content?q=Y2F0X2lkPTQ4JmNOZ19pZD0xNjMmcG09YmxvZyZvZmZzZXQ9NQ%3D%3D#.W5b97egzblU> > [Consulta: 25 de julio del 2018]
- Schmitt Garzón, L. (2016). *El videoclip animado. Motion graphics y Animación*. Issuu. Diseño Gráfico y Creatividad Digital en Ceade <[https://issuu.com/luciaschmittgarzon/docs/tfm\\_lucia\\_schmitt](https://issuu.com/luciaschmittgarzon/docs/tfm_lucia_schmitt)> [Consulta: 10 de marzo del 2018]
- Stain, D. (2018) *Definición de Animación* Disponible en: <<http://patrolgeist.com/definicion-de-animacion/>> [Consulta: 3 de julio del 2018]
- Viñuela Suárez, E. (2011) *Industria musical, televisión y producción audiovisual* Disponible en < <http://venuspluton.com/industria-musical-televisio%CC%81n-y> > [25 de julio del 2019]
- Suárez Barona, O. (2017) *Tendencias del diseño gráfico: Vintage, Art Line...* <<https://www.expertosnegociosonline.com/tendencias-diseno-grafico/#seis> > [Consulta: 25 de agosto del 2018]