

Carlos Go-niji Loera Orozco
Rosa Gabriela Salinas Linares

2013 ESTUDIO DEL RAMO DE *MOTION GRAPHICS* EN
DISEÑO GRÁFICO A NIVEL SUPERIOR



Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Bellas Artes

Nombre de la tesis

**ESTUDIO DEL RAMO DE *MOTION GRAPHICS* EN
DISEÑO GRÁFICO A NIVEL SUPERIOR**

Tesis

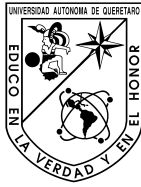
Que como parte de los requisitos para obtener el
diploma/grado de (o la)

Especialidad/Maestro/Doctor en

Licenciado en Artes Visuales

Presenta

Carlos Go-niji Loera Orozco
Rosa Gabriela Salinas Linares



Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Bellas Artes
Licenciatura en Artes Visuales

ESTUDIO DEL RAMO DE MOTION GRAPHICS EN DISEÑO GRÁFICO A NIVEL SUPERIOR

TESIS

Que como parte de los requisitos para obtener el diploma/grado de (o la)
Licenciado en Artes Visuales

Licenciatura en Artes Visuales

Presenta:

Carlos Go-niji Loera Orozco
Rosa Gabriela Salinas Linares

Dirigido por:

M. en H.A. y Dr. Vicente López Velarde

Centro Universitario
Querétaro, Qro.
25/10/2013
México

RESUMEN

La presente tesis documenta un estudio del ramo de *motion graphics* y su pertinencia en el área del diseño gráfico para su consideración en la implementación en los estudios de nivel superior.

Esta rama comenzó alrededor de 1940 cuando los diseñadores y artistas gráficos decidieron incursionar en un soporte audiovisual realizando en un inicio experimentaciones artísticas de ritmo, forma y color para posteriormente producir los primeros créditos de películas.

Posteriormente las compañías televisoras existentes en los 50's decidieron implementar en su identidad gráfica animaciones de sus logotipos, las cuales provocarían una explosión en la industria hasta nuestra actualidad.

Los *motion graphics* utilizan elementos básicos del diseño gráfico y su retórica, como la composición de formas geométricas, línea, punto, color, tipografía, entre otros; por lo que está altamente relacionada la disciplina con las bases de dicha área. Entre los elementos que proponen una novedad en cuanto conocimientos técnicos se encuentran los conceptos de tiempo, ritmo, musicalización y encuadre, los cuales son esenciales para la composición de producciones audiovisuales que comuniquen de manera efectiva un mensaje y que principalmente atraiga la atención del receptor. Cuando un *motion graphic* implica un conocimiento de diseño pasa a conocerse como *motion design* o diseño gráfico en movimiento.

A la fecha la educación superior en nuestro país carece de cursos de *motion graphics* lo que imposibilita no solo al diseñador gráfico sino a otros estudiantes el poder especializarse en este ramo si no es de manera autodidacta provocando una ausencia incluso de difusión de dicha área como posibilidad de aprendizaje académico oficial para el estudiante.

En la ciudad de México se entrevistaron a diversos profesionistas reconocidos a nivel nacional e internacional quienes en efecto han coincidido en esta hipótesis y quienes igualmente en su mayoría son estudiantes de diseño gráfico que se

vieron interesados por sus propios medios en averiguar y estudiar este ramo para desarrollarse.

Todos ellos estuvieron de acuerdo en que el diseñador gráfico está ampliamente relacionado con dichos conocimientos y que sus bases le permiten desarrollar productos de mayor calidad por lo que su implementación de estos estudios beneficiará la industria a nivel nacional.

Deseamos dedicar estos estudios a los colegas y estudiantes que hacen de nuestra profesión un orgullo, pues luchan cada día a ser mejores profesionistas y personas sin cesar el infinito aprendizaje que implica esta profesión así como a los maestros que fueron elementos clave en nuestro desarrollo académico.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a nuestra casa de estudios, la Universidad Autónoma de Querétaro por acogernos durante nuestro periodo de estudios y dotarnos de enseñanzas y un futuro como profesionistas del área.

Queremos agradecer infinitamente a nuestro director M. en H.A. y Dr. Vicente López Velarde por su inmensurable apoyo en nuestro desarrollo académico e interés en el crecimiento de sus estudiantes así como la dirección, apoyo y asesoría en la presente tesis.

Por ser nuestra guía metodológica y apoyo para el planteamiento y desarrollo de la tesis de manera tan personal y detallada de la Dra. Hilda Romero Zepeda.

Al siempre estimado Lic. Pablo Sánchez Rivera por su siempre infinita atención a nuestros estudios y formador de nuestras personas al convertirse no solo nuestro maestro sino amigo.

Agradecemos a nuestras madres por darnos la vida y cuidar de nosotros a pesar de las crudas circunstancias y otorgarnos el sudor de su frente para formarnos sin importas las decisiones que tomemos en nuestro vivir.

Agradecemos a todos los entrevistados por compartir con nosotros no solo su experiencia y su tiempo, sino un espacio en su vida y una inspiración para seguir aprendiendo a ser mejores.

Por ello agradecemos también a todos los diseñadores nacionales e internacionales que han inspirado en nuestro camino para formar nuestro estilo y criterio en el camino del diseño gráfico.

INDICE

	Página
Resumen	3
Dedicatorias	5
Agradecimientos	6
Índice	7
Índice de figuras	9
I. INTRODUCCION	10
II. REVISION DE LITERATURA	12
2.1. INTRODUCCIÓN A LOS MOTION GRAPHICS	12
2.2. EL IMPACTO DE LOS MOTION GRAPHICS	13
SOBRE EL DISEÑO GRÁFICO	
2.3. EL DISEÑO GRÁFICO	15
2.4. LOS MOTION GRAPHICS	16
2.5. LOS <i>MOTION GRAPHICS</i> Y EL DISEÑO GRÁFICO	19
2.6. ELEMENTOS BÁSICOS Y SUS CARACTERÍSTICAS	22
2.6.1. El punto	22
2.6.2. La línea	23
2.6.3. El contorno	25
2.6.4. Plano y Textura	26
2.6.5. Color	27
2.6.6. Elementos comunes de la	28
comunicación Audiovisual	
2.6.7. Aspectos sintácticos de la	29
comunicación audiovisual	
2.6.8. Aspectos semánticos de la	33
comunicación audiovisual	
2.6.8. Funciones didácticas de la imagen	35
2.7. JUSTIFICACIÓN	36
III. OBJETIVOS E HIPOTESIS	38
3.1. OBJETIVOS	38

3.2. HIPOTESIS	38
IV. METODOLOGIA	39
V. RESULTADOS Y DISCUSION	41
5.1. ESTUDIO DE CAMPO	41
5.2 ENTREVISTAS	42
5.2.1. Memoma estudio	43
5.2.2. Marte Hernández Figueroa	45
5.2.3 Alfredo Rocha Ramírez	49
5.2.4. Adrián Guasque Wulfrath	51
5.2.5. Luis Dorantes Lopez Cueto y Beatriz Rojas Lie	53
5.2.6. Diana Serrano	55
5.2.7. Francisco Manuel Quiles Noguez	58
5.2.8. Orlando Samuel Peña Mejía	60
5.3. CONCLUSIONES DE ENTREVISTADOS	63
5.4. CONFERENCIAS	68
5.5 CONCLUSIONES DE CONFERENCIAS	70
VI. CONCLUSIONES	73
VII. LITERATURA CITADA	75
VIII. ANEXOS	76

INDICE DE FIGURAS

Figura	Página
1.1 Cartel realizado para conferencias ¿Qué es motion design? 9 de Abril y 26 de Abril de 2013.	68
1.2 Infografía de resultado de las entrevistas y encuestas realizadas por los autores de la presente tesis. Año 2013.	72

I. INTRODUCCION

La rama de estudio del diseño gráfico desde su nacimiento ha estado estrechamente relacionada con las tecnologías de la comunicación lo que ha provocado constantes actualizaciones en las líneas de estudio para mantener a los estudiantes en una capacidad congruente con el tiempo y necesidades del mercado correspondientes a las que se enfrentarán, siendo la computadora uno de los factores más influyentes en este proceso a partir del siglo XX.

Los *motion graphics* son un reciente desarrollo dentro de la tecnología de comunicación empleando nuevas herramientas de arte gráfico aplicados en grandes rasgos a televisión, cine e internet por lo cual se propone no solo una nueva herramienta para el diseñador sino una nueva plataforma de trabajo y de manejo de la creatividad que de igual manera supone una nueva oportunidad de desarrollo a nivel profesional pues el campo laboral se encuentra en excelentes condiciones por su proceso de desarrollo y crecimiento actual.

Se plantea llevar al diseñador gráfico a nuevos procesos de desarrollo que le permitirán utilizar sus conocimientos con nuevas tecnologías y métodos de creación que pueden mejorar en gran medida el mercado de las comunicaciones a nivel nacional y para proyectar al profesionista en el área a una competencia de nivel internacional.

Estas nuevas tecnologías mantienen una fuerte base en los estudios de diseño gráfico pero a nivel nacional, aún no existen suficientes escuelas de nivel oficial que tengan incorporado en su plan de estudios un temario relacionado con dicha área lo que conlleva a que el interesado en aprender, debe recurrir al estudio de manera autodidacta o presenciar en cursos o diplomados siendo que estos últimos en su mayoría parecieran ser programas que requieren un fuerte fundamento teórico en el diseño gráfico, limitando de esta manera, las capacidades del egresado, quien no tiene un conocimiento adquirido de forma concreta para su aplicación.

En esta tesis se plantea que las deficiencias académicas en *motion graphics*, repercuten en el desarrollo del área a nivel nacional y en la manera en la que compite con otros países por lo que los desarrolladores nacionales no llegan a cumplir o a satisfacer las necesidades de las empresas ya sea en calidad o número por lo que estas acuden a creativos extranjeros para su satisfacción.

Los *motion graphics* se han desarrollado a pasos agigantados en todo el mundo pero el diseñador promedio mexicano aparentemente no está enterado de la existencia de dicha área y mucho menos de las posibilidades que se están desaprovechando en el mercado siendo que los estudiantes y practicantes del diseño son los que tienen un sustento en conocimientos más desarrollado y relacionado en su aplicación.

A través de esta tesis se mostrarán una serie de conocimientos adquiridos que tienen como principal función buscar una aplicación funcional en los estudios del área del diseño que impulsen el desarrollo en nuestro país no solo en esta área sino comenzar a afrontar a la educación en general ante un proceso de desarrollo y actualización que busque el mejoramiento constante.

II. REVISION DE LITERATURA

2.1. INTRODUCCIÓN A LOS MOTION GRAPHICS

La relación entre los *motion graphics* y el diseño gráfico es un tema que se ha tratado por diversos artistas del medio pero dicha información no se ha formalizado oficialmente debido al reciente impacto que ha tenido esta área en el mercado internacional.

El nombre *motion graphics* se utiliza para hacer referencia a la interacción de la gráfica con las variables movimiento, tiempo, espacio y sonido. Su denominación en inglés indica claramente su trayectoria de desarrollo. Detrás de estas dos palabras se pueden encontrar otros términos conocidos y que de cierta manera hacen alusión al mismo concepto: cinética, multimedia, audiovisual, animación. *Motion graphics* es un concepto aceptado en el terreno audiovisual en auto descripción. (Sánchez López, 2009)

Motion graphics es diseño en movimiento: llevar a la vida al diseño gráfico y al arte por medio de la animación siendo considerado desde un inicio la tipografía y formas geométricas básicas como elementos naturales y teniendo como soporte gráfico el video. (Kook Ewo, 2012).

La diferencia entre un *motion graphic* y un filme animado radica en que el último presenta una historia y personajes que se expresan por su cuenta siendo que, los *motion graphics* también pueden retratar personajes, pero ellos no se expresan directamente sino que forman parte de una referencia explicativa. (Pavlus, 2012).

En su desarrollo histórico, la práctica del *motion graphics* inicia desde el nacimiento del cine con los títulos, créditos y diálogos del cine mudo, tipografía en movimiento que se encontraba estilizada para mejorar su atractivo y retención para el público. El diseño en movimiento realmente nació en 1920 con artistas experimentales como Oskar Fischinger y Norman McLaren hasta que posteriormente, en 1950, se provocó un espectacular auge de la actividad gracias

a diseñadores como Saul Bass, Maurice Binder y Pablo Ferro quienes eran bien conocidos por sus trabajos de animación de créditos para cine. La televisión a su vez en la época de los inicios de *motion graphics*, comenzaba también la animación de logos y títulos. Dichas actividades han continuado desde hace más de un siglo y se ha proliferado en los últimos quince años gracias a la revolución digital y tecnológica estando presente en una gran diversidad de aplicaciones en el mercado como son: créditos de filmación, identidades de canales televisivos, sitios web, teléfonos móviles, tablets, comerciales de televisión, videos musicales, entre muchos otros. (Ewo, 2012).

Una función importante actual de los *motion graphics* es la comunicación informativa pues mediante una planeación y diseño se busca una mejor comprensión y retención de temas prácticos como lo haría una infografía, existiendo por lo cual los “motion infographics”, descripciones detalladas y visualmente atractivas que resuelven de manera concreta y eficiente problemas gráficos.

Cabe mencionar que el objetivo de los *motion graphics* no es meramente comercial sino que tiene una gran cabida dentro de la expresión artística existiendo en la actualidad museos en París y exhibiciones en todo el mundo para los artistas modernos en el ramo.

2.2. EL IMPACTO DE LOS MOTION GRAPHICS SOBRE EL DISEÑO GRÁFICO

Andreau (2010), autor argentino de la tesis “El impacto del *motion graphics* sobre el diseño gráfico. En el contexto de la República Argentina” menciona sobre el futuro del diseño, en el cuál ya no se podrá hablar del diseño sin mencionar esta nueva tendencia visual y que gracias a ella se han abierto nuevos caminos para la comunicación gráfica. Igualmente menciona que el desarrollo de ambas tendencias están intrínsecamente relacionadas que el crecimiento de una afecta a la otra y viceversa.

Para poder comprender y estudiar este impacto es importante encontrar los factores que correlacionan estos estudios siendo que podría empezarse por abarcar la relación entre la animación y el diseño gráfico. El diseño gráfico esta relacionado con la comunicación y por lo tanto con una interacción en el marco social que se ve afectando por las necesidades que el desarrollo tecnológico provoca.

Los *motion graphics* han provocado un enorme paso y desarrollo cualitativo en el diseño gráfico en los últimos tiempos y que aún sigue progresando.

El diseño gráfico le presta al *motion graphics* teorías sobre la composición, color, impacto y sistemas; mientras que el *motion graphic* le responde con movimiento tiempo y sonido. El Diseño gráfico sumado a un movimiento y el paso del tiempo de una imagen a otra, en conjunto, puede transformarse en una producción de *motion graphics*. Fragmento de la conferencia dictada en el Encuentro Latinoamericano de Diseño. (Andreau, 2010).

Cuando se hace referencia a la labor del diseñador gráfico en el terreno de los *motion graphics*, la respuesta es más que favorable, ya que en el desarrollo de proyectos de este tipo, y los conocimientos que se tienen, posibilitan crear productos derivados de la integración de la teoría y de la práctica acerca de profundidad, espacio, color, forma, composición. Tal vez la variable de la que menos estamos informados sea la del tiempo, pero una vez que nos adaptamos y entendemos sus condicionantes y virtudes podemos avanzar sobre terreno firme en el desarrollo de productos audiovisuales de calidad. (Sánchez López José María, 2009).

En la Universidad Autónoma de Querétaro se han preocupado por impulsar en el alumno un conocimiento que lo emprenda en el conocimiento del tiempo al introducir materias de filmación y animación pero que por desgracia no confluyen en un conocimiento completo que complementa al diseñador a las nuevas tecnologías de los gráficos implementados en el tiempo, desperdiciando así, los

conocimientos que no se verán aplicados en un futuro de forma prominente. Pero pese a eso, encontramos que no solo la UAQ, sino otras universidades comprenden la importancia de los medios audiovisuales como puntos de mercado y explotación del conocimiento del diseñador gráfico en el mercado moderno.

2.3. EL DISEÑO GRÁFICO

*El significado del término diseño gráfico está sujeto a una larga serie de interpretaciones. En este libro la palabra diseño se usará para referirse al proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos con miras a la realización de objetos destinados a producir comunicaciones visuales.*¹

*El diseñador gráfico es una persona que comunica las ideas de otras personas y las ordena visualmente para que otras personas las puedan comprender. Las herramientas que utiliza el diseñador es la imagería, símbolos, tipografía, color y el material y plataforma que crea pertinente para su comunicación ya sea un medio tangible como la impresión en una página o intangible como cualquier medio digital, como píxeles en una computadora o pantalla y luces en un video. Para reproducir las ideas, el diseñador debe organizarlas de manera conveniente hacia un mensaje unificado.*²

El campo del diseño gráfico es la planeación de las cosas que las personas miran y leen y dado que los objetos que forman parte del panorama del hombre evoluciona constantemente, es labor del diseñador investigar y abarcar los nuevos espacios comunicacionales para poder resolver los problemas visuales existentes en la temporalidad correspondiente con todo el trabajo e investigación implícitos.

Las nuevas tecnologías constantemente influyen el curso del diseño gráfico pudiendo abarcar desde la creación de la tecnología en impresión y

¹ Frascara Jorge, Diseño gráfico y comunicación, Ediciones Infinito, Buenos Aires, Argentina, 2000.

² Samara Timothy, Design Elements, Rockport Publishers, Gloucester Massachusetts, 2007.

*tipos por Gutenberg hasta la creación de familias tipográficas digitales. Ha sido el siglo XXI el periodo que ha llevado un gran salto en el trabajo del diseñador gráfico hacia la tecnología afectando tanto el estilo como el contenido.*³

*Cada vez más y más diseñadores emergen de los niveles educativos más altos para encontrarse que no hay suficiente trabajo, los diseñadores se están viendo obligados a adquirir nuevos niveles de determinación y conocimiento empresarial que las generaciones anteriores no necesitaban tanto en sus carreras.*⁴

*Durante la última década la práctica del diseño gráfico ha sufrido momentos de cambio como el tener píxeles se convierte en un útil sustituto de la impresión y el software ha disminuido la confianza del profesionalista en sus herramientas habituales de papel y pluma. En ninguna otra disciplina del diseño tiene la tecnología computarizada tanto impacto de transformación.*⁵

2.4. LOS MOTION GRAPHICS

El nombre *motion graphics* se utiliza para hacer referencia a la interacción de la gráfica con las variables movimiento, tiempo, espacio y sonido. Su denominación en inglés indica claramente su trayectoria de desarrollo. Detrás de estas dos palabras se pueden encontrar otros términos conocidos y que de cierta manera hacen alusión al mismo concepto: cinética, multimedia, audiovisual, animación. *Motion graphics* es un concepto aceptado en el terreno audiovisual; digamos, se autodescribe.

Los *motion graphics* actualmente son muy populares y se han convertido en una opción cada vez más utilizada en la comunicación visual. Su auge responde a su gran poder de atracción y desarrollo de herramientas especializadas para

³ Arnston Amy, Graphic design basics, Sixth Edition, Clark Baster Publisher, 2012.

⁴ Shaughnessy Adrian, How to be a graphic designer, without losing your soul, Laurence King Publishing, 2005.

⁵ Fiel Peter & Charlotte, Graphic design for the 21st Century, Taschen, 2002.

producirlos. No son tan novedosos, ya desde los años sesenta se hacían productos de este tipo con resultados magníficos sin contar con los recursos tecnológicos que tenemos hoy en día.

Fue en la década de los noventa cuando la tecnología facilitó un poco el proceso. Las herramientas para desarrollar estos productos tenían muchas carencias, pero si esto se compra con las soluciones que ofrecían resultaban ser una buena opción. La principal virtud que presentaban era: la optimización de recursos mediante un ordenador. Es hasta principios de esta década cuando, de la mano de los avances tecnológicos, se puede contar con herramientas muy completas cuyas aplicaciones permiten desarrollar productos muy buenos. Es tal el impacto y los resultados óptimos de los motion graphics que hoy en día se los puede ver en múltiples y variados medios de comunicación visual, como en los comerciales de televisión, películas, videoclips, en sitios web, como recursos principales en los créditos de películas, en la postproducción de series televisivas, en los noticiarios, interfaces, etcétera. Una de las herramientas más utilizada para la realización de motion graphics es el programa After Effects®. Existen otros programas, como Motion que ofrece resultados similares al anterior, ambos sirven para la transformación y desarrollo. Adicional a este programa regularmente se usa Adobe Premier para optimizar video y audio por medio de edición no lineal y y a los otros programas que componen la paquetería básica de Adobe: Photoshop, Illustrator, InDesign, Flash y Dreamweaver. ⁶

Los *motion graphics* inician desde el nacimiento del cine con los títulos, créditos y diálogos del cine mudo, tipografía en movimiento que se encontraba estilizada para mejorar su atractivo y retención para el público.

⁶ Los motion graphics en el diseño gráfico. (<http://revistaquadra.blogspot.mx/2010/09/los-motion-graphics-en-el-diseno.html>)

El diseño en movimiento realmente nació en 1920 con artistas experimentales como Oskar Fischinger y Norman McLaren hasta que en 1950, se dió un auge gracias a diseñadores como Saul Bass, Maurice Binder y Pablo Ferro. La televisión a su vez en esa época comenzaba la animación de logos y títulos. Dichas actividades han continuado desde hace más de un siglo y se ha proliferado en los últimos quince años gracias a la revolución digital y tecnológica estando presente en una gran diversidad de aplicaciones en el mercado como son: créditos de filmación, identidades de canales televisivos, sitios web, teléfonos móviles, tablets, comerciales de televisión, videos musicales, entre muchos otros.

Una función importante de los motion graphics es la comunicación informativa pues mediante un diseño se busca una mejor comprensión y retención de temas prácticos como lo haría una infografía, existiendo los “motion infographics”, descripciones detalladas y visualmente atractivas que resuelven de manera concreta y eficiente problemas comunicativos.

Cabe mencionar que el objetivo de los motion graphics no es meramente comercial sino que tiene una gran cabida dentro de la expresión artística existiendo en la actualidad museos en París y exhibiciones en todo el mundo para los artistas modernos en el ramo.⁷

La diferencia entre un motion graphic y un filme animado radica en que el último presenta una historia y personajes que se expresan por su cuenta siendo que los motion graphics también pueden retratar personajes pero ellos no se expresan directamente sino que forman parte de una referencia explicativa.⁸

Cómo alguna vez Mashall McLuhan dijo: “El medio es el mensaje”. Esa declaración no es del todo cierta. El mensaje está en movimiento, y se

⁷ What is motion design? (motion-plus-design.com)

⁸ The history of motion graphics (<http://www.fastcodesign.com/1665198/the-history-of-motion-graphics-is-longer-than-you-think-video>)

rehúsa a mantenerse quieto. El miedo de transmisión no es lo importante – sólo la recepción. El mensaje no le importa si se mueve a través de ondas de viento, cables coaxiales, líneas telefónicas, o fibra óptica. Solo le importa ser recibido y retenido.

*Es el reto del artista visual en motion graphic, resolver el desorden y transmitir el mensaje, ya sea entretener o promover, en el manera mas efectiva y atractiva posible. Existen numerosas opciones de tecnologías. Nunca se estará claro acerca de una respuesta o solución. A menudo no es solo una técnica sino muchas que se entrelazan para crear el efecto deseado.*⁹

2.5. LOS MOTION GRAPHICS Y EL DISEÑO GRÁFICO

Muchos expertos especulan que en un futuro cercano ya no se podrá hablar de diseño gráfico sin hablar de esta nueva tendencia y que gracias a ella se abrieron nuevos caminos para la comunicación gráfica.

Actualmente el *motion graphics* o diseño audiovisual como se lo suele llamar erróneamente en los países de habla hispana, participa en mensajes publicitarios, presentaciones, títulos e inclusive forma parte de programas televisivos. Esta técnica se encuentra constantemente en evolución, al igual que el diseño gráfico, y esto hace que su interacción y sinergia sean constantes, por lo cual cada uno influye en la manera en la que se comporta el otro. Es así, pues, que para analizar el *motion graphics* se deben estudiar ciertas características que lo unifican con el diseño gráfico y así poder comprender mejor su sistema de acción y participación en cada uno de los elementos que lo conforman y relacionan.

Se entiende al motion graphics como una herramienta de comunicación que permite transmitir mensajes en medios que permitan el desarrollo de imágenes en movimiento, como la televisión, el cine, internet, etc. El inicio de esta técnica se destaca dentro de las nuevas tecnologías de

comunicación y nace alrededor de 1956, cuando un diseñador gráfico realiza los títulos iniciales de una película utilizando técnicas de la profesión y aplicándoles movimientos. Con esto provoca la apertura del conocimiento de la herramienta del diseño de los gráficos en movimientos, en el cine.

A partir de aquí la técnica fue lentamente evolucionando y ocupando cada vez más espacios dentro del mundo audiovisual; primero en el film, después en la televisión y finalmente en internet, a partir de la era de la computación.

La computadora como herramienta de diseño también permitió mayor facilidad y accesibilidad para la creación de soluciones a los requerimientos correspondientes.

Una de las definiciones que ayudan a comprender esta herramienta es la idea de unión entre animación y diseño gráfico, si se piensa en diseño gráfico, se piensa en comunicación y si se piensa en comunicación, se piensa en la interacción en un marco social y las necesidades que el avance tecnológico va provocando. Es a partir de la relación que estos dos objetos tienen lo que lleva a pensar en el impacto que generan entre sí.¹⁰

El diseñador gráfico tiene una relación con los motion graphics en el desarrollo de proyectos pues este tipo los conocimientos que tenemos nos ayudan a crear productos en los que podemos aplicar nuestros conocimientos teóricos acerca de profundidad, espacio, color, forma, composición. Tal vez la variable de la que menos estamos informados sea la del tiempo, pero una vez que nos adaptamos y entendemos sus

⁹ Greene, David, Motion Graphics, How did they do that?, Rockport Publishers, 2003.

¹⁰ Andreau, Carlos Guillermo, El Impacto del motion graphics sobre el diseño gráfico. En el contexto de la Republica Argentina, Universidad de Palermo Vol.52 de Escritos en la Facultad, Buenos Aires, Argentina 2009.

*condicionantes y virtudes podemos avanzar sobre terreno firme en el desarrollo de productos audiovisuales de calidad.*¹¹

Motion Graphics es un término usado para describir un amplio rango de soluciones que los profesionales en diseño gráfico emplean para crear un dinámico y efectivo diseño de comunicación para cine, televisión, internet, entre otros. Combina talentos como diseño, filmación, escritura, animación, arquitectura de la información, diseño de sonido hacía una profesión que Billy Pittard, presidente de Pittard Sullivan, se ha referido cómo: “El decatión de los deportes extremos de diseñadores”.

*En los últimos años, la demanda de diseño para internet ha introducido un enorme número de diseñadores gráficos al mundo de la animación de motion graphics. La generación emergente de diseñadores que recibieron por vez primera el multimedia y entrenamiento de animación como un integrada e importante parte del diseño y currícula escolar. Actualmente el diseñador graduado no reconoce A.C. (antes del cable) y es muy joven para para recordar cuando un vinil de doce por doce pulgadas era el diseño final de su cartelera. Es por ello que MTV destetó una generación de talento creativo, diseñando animaciones para televisión y cine que se ha convertido en el santo grial de las oportunidades para el diseño gráfico.*¹²

Motion grapher es el término con el que se denomina al animador de gráficos, es importante recalcar que más allá de hablar de *motion graphics* tenemos que hablar acerca de *motion design* dados los objetivos a los que van dirigidos la presente tesis. Este término es con el que se denomina al diseño de *motion graphics*, es decir, este último concepto no respalda una labor en la que intervenga un diseñador, sino simplemente la animación de gráficos, mientras que en el *motion design*, podemos hablar acerca de una elaboración planificada y

¹¹ Los motion graphics en el diseño gráfico. (<http://revistaquadra.blogspot.mx/2010/09/los-motion-graphics-en-el-diseno.html>)

¹² Curran, Steve, Motion Graphics, Graphic Design for Broadcast and Film, Rockport Publishers, 2000.

estudiada de los gráficos en movimiento, es decir, la presencia de un diseñador en el desarrollo de dicho producto audiovisual para su fortalecimiento sintáctico.

Es por esto que se esperaría que el diseñador gráfico, al adquirir dichos conocimientos puedan elaborar *motion design* que ponga en alto la labor del profesionalista y de un producto mejor pulido en comparación con la competencia.

2.6. ELEMENTOS BÁSICOS Y SUS CARACTERÍSTICAS

2.6.1. El punto

Se le denomina punto a la señal de dimensiones pequeñas, ordinariamente circular, que, por contraste de color o de relieve, es perceptible en una superficie. En sentido gráfico, el punto es una superficie materializada, es decir reconocible por el ojo humano; es la unidad gráfica más pequeña, el "átomo".

Es la unidad mínima de comunicación visual, el elemento gráfico fundamental y por tanto el más importante y puede intensificar su valor por medio del color, el tamaño y la posición en el plano. No es necesario que el punto esté representado gráficamente para tomar fuerza, ya que en cualquier figura su Centro geométrico, puede constituir el centro de atención.

Entre las características más notables del punto en diseño gráfico están:

- No es un ente inmaterial, ocupa una superficie sobre el plano.
- Tiene un gran poder de atracción cuando se encuentra solo.
- Puede producir sensación de tensión cuando se añade otro punto y construyen un vector direccional.
- Posee sus límites y tensiones internas.
- Es tensión en sí mismo, sin dirección.

- Da lugar a la creación de otros conceptos como el color cuando aparecen varios puntos en el mismo campo visual.
- Su forma externa es variable pudiendo ser circular, triangular, cuadrada, como simple mancha sin características geométricas, etc.

El punto posee significación:

- Hito
- Referencia de posición
- Indicador, centro irradiador o dispenso.
- Concentrador de tensión.
- Eje del mundo.
- Figura unitaria en fondo neutro, acento, etc.

2.6.2. La línea

La línea puede ser considerada como la traza que deja el punto al moverse, o como la unión de dos o más puntos. A su vez es una suma de puntos que son conectados en el espacio.

Casi siempre genera dinamismo y definen direccionalmente la composición en la que la insertemos. Su presencia crea tensión en el espacio donde la ubiquemos y afecta a los diferentes elementos que conviven con ella. Puede definirse también como un punto en movimiento o como la historia del movimiento de un punto, por lo cual tiene una enorme energía, nunca es estática y es el elemento visual básico del boceto. Además la línea separa planos, permitiendo crear diferentes niveles y volúmenes.

Una línea es direccional, tiene longitud, pero no anchura. Divide o circunda

un área. Se encuentra en el borde de una forma. Cuando la anchura esté presente, aparece una forma. Sin embargo las formas de cierta longitud y poca anchura son consideradas generalmente como líneas, y pueden tener:

- *Bordes lisos.*
- *Bordes dentados*
- *Extremos rectos*
- *Extremos redondeados*
- *Extremos en punta*
- *Cuerpo sólido*
- *Cuerpo texturado*
- *Dirección recta*
- *Dirección curva*
- *Homogénea*
- *Modulada*

Entre los tipos de líneas más utilizadas están:

- *Tomemos a la línea recta como "prototipo". Nosotros nos movemos en un plano horizontal, es por eso también que nuestro campo visual sea mucho más amplio en la dimensión horizontal que en la vertical. El ojo humano diferencia estas posiciones relativas, hay más conciencia de la horizontal como estable, la vertical como activa. La horizontal esta, la vertical se construye.*

- *La línea oblicua trae tensión e inseguridad. La situación más estable y reconocible entre las oblicuas es la que forma un ángulo de 45º con la horizontal. Nuestra costumbre de leer de izquierda a derecha influye en la interpretación de una oblicua, (ascenso/descenso).*

- *La línea curva despierta otro tipo de estímulos y sentimientos con respecto a la recta. La vida se desarrolla en forma circular, "el sol y las estrellas giran por encima del hombre", el hombre se pone en la posición de eje, de centro, todo gira alrededor de él. En expresión gráfica hay dos tipos de curvas, una la geométrica, y otra como resultado del movimiento espontáneo de la mano.*

La línea puede tener múltiples significados y distintas formas de expresiones, desde la conformación de figuras a otros significados como acción, dirección, movimiento, estabilidad, etc. dependiendo de sus distintos grosores o valores también variará su significado. La línea puede expresar cosas muy diferentes dependiendo de su carácter, puede ser ondulada y delicada, vacilante, inflexible, fría o sensual, expresando la intencionalidad de su autor o el momento personal de éste en el acto de ejecución.

En la conformación bidimensional, la línea representa la posibilidad de expresión más sencilla y pura a la vez que la más dinámica y variada. La línea es considerada como tal, es decir, como movimiento en longitud mientras la relación ancho/largo no sobrepase una proporción determinada. Una línea más ancha que la mitad de su largo pierde expresión dinámica de trazo y adquiere la estática de una superficie cuadrangular.

La línea crea tensión en el espacio gráfico que se encuentre. Se usa mucho para expresar la yuxtaposición de dos tonos. La repetición y proximidad de líneas generan planos y/o texturas. Una buena definición o elección de línea pertinente con el tema refuerza el mensaje. La línea en sí tiene significación propia y aumenta el grado de expresividad.

2.6.3. El contorno

Hablamos de contorno cuando el trazo de línea se une en un mismo punto. En la terminología de las artes visuales se dice que la línea articula la complejidad del contorno. Cuando la línea cierra un determinado espacio se crea una tensión entre el espacio y sus límites y es entonces cuando la línea tiene un gran poder de atracción. La característica principal del contorno es que son estáticos o dinámicos dependiendo del uso que se les dé o de las diferentes direcciones que éste adopte.

Las formas más generales del diseño provenientes de los principios básicos de verticalidad, horizontalidad, centro e inclinación, son el círculo, el rectángulo y el triángulo equilátero. Cada uno de ellos tiene su carácter específico y se les atribuyen diferentes significados. Los contornos básicos, por tanto, son estos tres:

- *El círculo:*
- *El cuadrado:*
- *El triángulo:*

Todos los contornos básicos son fundamentales, figuras planas y simples que pueden describirse y realizarse de forma fácil. A partir de estos contornos básicos y mediante combinaciones y variaciones podemos construir todas las formas físicas e imaginarias que se nos ocurran. Dependiendo de como coloquemos ciertas figuras podremos tener una sensación u otra, por ejemplo, el triángulo y el cuadrado si los representamos apoyados en la base nos dará una sensación de estabilidad y también de estatismo. Sin embargo, si lo representamos apoyado en uno de sus ángulos tendremos las sensaciones contrarias, inestabilidad y dinamismo.

2.6.4. Plano y Textura

El plano: permite fragmentar y dividir el espacio, de esta forma podemos delimitar y clasificar las diferentes zonas de nuestra composición.

La textura: Consiste en la modificación o variación de la superficie de los materiales utilizados, ya sea de una forma visual o táctil. La reunión de puntos sobre una superficie es considerada como trama o textura, pues se produce un efecto colectivo tonal según la densidad y/o tamaño de los puntos. La textura sirve frecuentemente para expresar visualmente las cualidades de otro sentido, el tacto. Cuando hay una textura real, coexisten las cualidades táctiles y ópticas, no como con el tono y el color que se unifican en un valor comparable y uniforme, sino por separado y específicamente, permitiendo una sensación individual al ojo y a la mano, aunque proyectemos ambas sensaciones en un significado fuertemente asociativo.

El primer análisis que realiza el ojo en la percepción, queda reafirmado o contrastado a través del tacto, que nos transmite otra información. La textura está relacionada con la composición de una sustancia a través de variaciones diminutas en la superficie del material. Con la luz, es el elemento clave en la percepción del espacio por su capacidad para orientar la Visión estereoscópica. Se produce mediante la repetición de luces y sombras en un espacio gráfico, motivos iguales o similares que se repiten en el soporte. Con todo, la mayor parte de nuestra experiencia textural es óptica, no táctil. Mucho de lo que percibimos como textura está pintado, fotografiado, filmado... simulando una materia que realmente no está presente. Es un hecho que se da también en la naturaleza, ya que muchos animales adoptan o tienen aspecto de lo que les rodea para defenderse de los enemigos, se confunden con la textura de contexto.

2.6.5. Color

El ojo humano puede distinguir entre 10.000 colores. Se pueden además emplear tres dimensiones físicas del color para relacionar experiencias de percepción con propiedades materiales: saturación, brillantez y tono.

El círculo cromático nos sirve para observar la organización básica y la interrelación de los colores. También lo podemos emplear como forma para hacer la selección de color que nos parezca adecuada a nuestro diseño. Podemos encontrar diversos círculos de color, pero el que aquí vemos está compuesto de 12 colores básicos.

2.6.6. Elementos comunes de la comunicación audiovisual

Sus elementos básicos son: puntos, líneas, formas y colores. Con estos elementos las imágenes pueden representar cosas que existen y también cosas que nunca han existido.

Las principales características de las imágenes son las siguientes:

- *Iconicidad o abstracción: según que las imágenes sean o no un reflejo de la realidad:*
- *Figurativas (tratan de representar fielmente la realidad; p.e. una fotografía)*
- *Esquemáticas o simbólicas (tienen alguna similitud con la realidad; p.e. un icono que indica donde están las escaleras de un almacén)*
- *Abstractas (su significado viene dado por convenciones: p.e. las palabras de un rótulo)*

No obstante las imágenes nunca serán la realidad ya que diversos factores (encuadre, luz...) pueden modificarla. La máxima iconicidad la tienen los objetos, la máxima abstracción la encontramos en las ecuaciones y textos.

- Denotación y connotación. Las imágenes difícilmente serán monosémicas, generalmente serán más o menos polisémicas según su ambigüedad, capacidad de sugestión y posibles interpretaciones que susciten.

- Simplicidad o complejidad. Dependerá de su iconicidad, organización y relación entre los elementos, el contexto... Las imágenes complejas (que no siempre deben su complejidad al hecho de tener muchos elementos) requieren más tiempo y más atención para su análisis.

- Originalidad o redundancia: según que sus elementos sean nuevos o ya muy utilizados y conocidos (estereotipos). Una imagen demasiado original puede ser difícil de interpretar por el receptor.

- Elementos sonoros. Distinguimos:

- *Música.*

- *Efectos de sonido.*

- *Palabras.*

- *Silencio..*

En cualquier caso, las funciones de los elementos morfológicos son básicamente tres:

- Informativa, testimonial, formativa.

- Recreativa, expresiva.

- Sugestiva: publicidad (relacionada con las cosas), propaganda (relacionada con las ideas y los valores de las personas).

2.6.7. Aspectos sintácticos de la comunicación audiovisual

Para construir un mensaje verbal, no es suficiente mezclar una serie de nombres, verbos y adjetivos, hay que seguir unas normas sintácticas que permitirán elaborar frases significativas. De la misma manera, cuando creamos un mensaje audiovisual tenemos que seguir unas normas

sintácticas que, además, podrán influir poderosamente en el significado final de nuestro mensaje.

Los principales aspectos sintácticos a considerar son:

- PLANOS. Hacen referencia a la proximidad de la cámara a la realidad cuando se realiza una fotografía o se registra una toma.
- ÁNGULOS. Cuando se habla de angulación o punto de vista se considera el ángulo imaginario que forma una línea que sale perpendicular al objetivo de la cámara y que pasa por la cara del personaje principal. Según la posición de la cámara el ángulo mediante el cual el objetivo captará.
- COMPOSICIÓN. distribución de los elementos que intervienen en una imagen dentro del encuadramiento que se realiza a partir del formato de la imagen y de acuerdo con la intencionalidad semántica o estética que se tenga. Se pueden considerar diversos.
- PROFUNDIDAD DE CAMPO. Es el área por delante y por detrás.
- CONTINUIDAD. Hace referencia a la relación que existe entre las diferentes tomas de una filmación a fin de que no rompan en el receptor la ilusión de continuidad. Cada toma ha de tener relación con la anterior y servir de base para la siguiente. Por lo tanto se
- RITMO. Se consigue a partir de una buena combinación de efectos y de una planificación variada. Constituye uno de los elementos que contribuirá más a hacer que las imágenes tengan o no atractivo para los espectadores.

Para determinar el ritmo que conviene imprimir en el una filmación habrá que tener presente el público al que va dirigida y las sensaciones que se quieren transmitir. El ritmo deberá estar al servicio de la narración. Se pueden considerar dos formas básicas de ritmo:

-ILUMINACIÓN. Además de su valor funcional, tiene un valor expresivo ya que puede resaltar o suprimir formas y crear una atmósfera determinada que produzca muy diversas sensaciones. Se pueden distinguir dos tipos básicos de iluminación: iluminación suave e iluminación dura. Las tomas interiores exigen crear luminosidad y contraste. Para conseguirlo se usan 4 fuentes de luz:

- Iluminación principal.
- Iluminación de relleno.
- Iluminación posterior.
- Iluminación de fondo.

Las tomas exteriores, sobre todo en días soleados, exigen controlar el contraste existente mediante el uso de reflectores que suavicen las sombras. Los días nublados son los mejores para hacer registros exteriores ya que la luz es más suave y uniforme y genera menos contraste.

- EL COLOR. Se produce por la luz que reflejan. Los objetos que no reflejan la luz aparecen de color negro. Nos producen, de manera inconsciente, diversos sentimientos y sensaciones. Se pueden considerar dos sistemas de registro cromático:

- Aditivo, el que se usa en la imagen electrónica (rojo, verde, azul)
- Sustractivo, el que se usa en la pintura (azul, rojo, amarillo).

Cuando se crean imágenes conviene limitar los colores puros que se utilizan ya que si se usa un único color dominante se podrá centrar mejor el interés en la idea principal. Entre las principales propiedades de los colores están:

- La tonalidad, que diferencia un color de otro.
- La saturación, que representa la fuerza del color, su grado de pureza o de mezcla con el blanco.

- La luminosidad, que es la mayor o menor capacidad que tiene para reflejar la luz.
- MOVIMIENTOS DE LA CÁMARA. Los movimientos de la cámara pueden ser físicos u ópticos.
- SIGNOS DE PUNTUACIÓN. Realizan la conexión entre los diferentes planos entendidos como a unidad de toma. Algunos de ellos son:
 - Corte en seco: cambia de plano directamente, sin ningún elemento intermedio. Es la forma más usual.
 - Fundidos en negro: disuelven la última imagen hasta que llega al negro total. Produce la sensación de que finaliza un periodo de tiempo.
 - Apertura en negro: de una pantalla oscura va surgiendo la imagen cada vez de forma más luminosa.
 - Cortinillas: se cierran sobre la última imagen o se abren sobre la primera imagen de la siguiente toma.
 - Desenfoque: se cierra el plano desenfocando la imagen y se abre el siguiente a partir de un nuevo desenfoque que se va corrigiendo.
 - Congelación: la imagen se inmoviliza hasta dar paso a otra imagen.
 - Barrido: la cámara hace un desplazamiento muy rápido y da paso a otra escena un tiempo después.
- TEXTOS Y GRÁFICOS. A veces las imágenes van acompañadas de texto (verbal o escrito) y gráficos sobreimpresos. Sus funciones pueden ser diversas según la intencionalidad del creador de las imágenes:
 - Determinación y fijación del significado de las imágenes, ya que estas a menudo son polisémicas, se pueden interpretar de diversas maneras.
 - Ampliación de la información que muestran las imágenes. Expresión de ideas y conceptos o de emociones y sentimientos. Invitación a la reflexión.
 - Presentación de un logotipo o marca que pretende llamar la atención y facilitar la memorización de la marca.

- Repetición del significado de las imágenes. A veces sintetiza con una frase o palabra el significado de una secuencia.
- Proponer una comparación entre las imágenes y lo que evoca el texto.
- Presentar una contradicción, cuando las palabras dicen lo contrario de lo que se ve. Esto impresiona y provoca curiosidad.

- **MÚSICA Y EFECTOS SONOROS.** La música tiene un papel importante en la creación de los ambientes y ha de conectar con la información de fondo que se quiere comunicar. Por eso la música y los efectos sonoros no han de ser simples complementos de un material audiovisual sino que serán considerados desde el principio como elementos importantes del material y con una función específica. La música puede cumplir diversas funciones:

- Música documental, la que corresponde directamente al sonido de la historia narrada: una radio que escuchan los personajes.
- Música incidental, que se usa para potenciar una determinada situación dramática: evocar, acompañar, remarcar....
- Música asincrónica, que se usa como contrapunto (música navideña acompañando imágenes de guerra).

2.6.8. Aspectos semánticos de la comunicación audiovisual

Además de la función narrativa-descriptiva y estética, todos los elementos formales de un producto audio-visual tienen una función semántica. El significado de los elementos morfosintácticos de una imagen depende de su articulación dentro del mensaje que se quiere transmitir. Hay que considerar:

- El significado denotativo (objetivo), propio de la imagen. No obstante hay que considerar que en un audiovisual, el significado de cada elemento depende del anterior y del siguiente ($1+1=3$). *"Dos imágenes juntas crean una tercera totalmente diferente"* (Eisenstein).

- Los posibles significados connotativos (subjettivos), que dependen de las interpretaciones que haga el lector.

Así, las imágenes acostumbran a ser polisémicas (tienen más de un significado), y también pueden darse casos de sinonímica (elementos diferentes pero que tienen un significado parecido). El uso de recursos estéticos contribuye a modificar el significado denotativo de los elementos del mensaje. Entre los recursos estilísticos destacamos:

- ELIPSIS. Consiste en la omisión de un elemento que, aun así, se adivina.

- METONIMIA. Consiste en la substitución de un elemento por otro con el que tiene una relación de tipo causa-efecto, continente-contenido, proximidad o contexto. La sinécdoque es un tipo de metonimia que consiste en coger el todo por las partes o viceversa. También puede suponer la substitución de elementos con una contigüidad espacial, temporal o nocional. Por ejemplo: mostrar con un plano de detalle sólo una parte del objeto, la más significativa, la que pueda despertar más el interés del espectador. A partir de ella, el espectador tendrá que reconstruir lo que falta.

- HIPÉRBOLE. La HIPÉRBOLE es una exageración que busca provocar un mayor impacto al espectador. Se suelen presentar utilizando imágenes irreales, trucos y efectos especiales.

- COMPARACIÓN. Consiste en la presentación de dos elementos con el fin de que se puedan comparar sus cualidades y propiedades. Es un recurso muy utilizado.

- METÁFORA. Consiste en una comparación muy exagerada en la que se elimina la comparación entre un producto y el otro; y se sustituye directamente un producto con el otro. Se identifica un término real con uno imaginario con el que tiene una determinada semejanza.

- SÍMBOLO. Es un tipo de metáfora que representa un valor o un conjunto de valores de una sociedad. Su significado trasciende del significado que tendría normalmente para evocar otra realidad.

- PERSONIFICACIÓN. Consiste en dar a un objeto o animal atributos propios de las personas. Por ejemplo cuando se presenta a unos animales hablando. Las personificaciones pueden producir un gran impacto en los espectadores, sobre todo a los jóvenes.

- CONTRADICCIÓN. Consiste en mostrar una contradicción. Cuando la contradicción sólo es aparente se denomina paradoja.

- HIPÉRBATON. Consiste en una alteración del orden lógico de los elementos de una imagen o secuencia.

- ALITERACIÓN. Consiste en la repetición de una serie de elementos que tienen sonidos parecidos.

- REPETICIÓN. Consiste en la repetición de determinados elementos en una imagen o secuencia.

- JUEGOS DE IDEAS. Consisten en establecer asociaciones, presentar ideas chocantes utilizando palabras de doble sentido, conceptos ambiguos, ironía...

2.6.8. Funciones didácticas de la imagen

A partir de las aportaciones de Rodríguez Diéguez (1977) y Santos Guerra (1983):

- Función motivadora

- Función vicarial (es necesaria para el aprendizaje de algunos contenidos de naturaleza icónica)

- Función informativa

- Función explicativa (favorece la comprensión)

- Función de comprobación (facilita la verificación de una idea)
- Función redundante (de refuerzo)
- Función sugestiva (potencia la imaginación, creatividad...)
- Función estética (origina nuevas sensaciones)
- Función recreativa (lúdica)
- Función expresiva (facilita la expresión personal)

2.7. JUSTIFICACIÓN

De acuerdo a la teoría previa encontramos una gran similitud de soporte teórico relacionado entre la producción estática y animada por lo que no es difícil comprender porque los *motion graphics* están tan intrínsecamente relacionados con el diseñador gráfico y su teoría práctica, siendo éste, el más apto para comunicar, graficar y resolver problemas comunicativos en plataformas animadas aplicando toda la teoría retórica y semiótica que posee para hacer un trabajo más complejo, completo y estudiado.

Educar al diseñador gráfico mexicano permite establecerlo en los nuevos requerimientos del siglo XXI, darle herramientas más competitivas, permitir llevar su creatividad a nuevas plataformas e incentivar el mercado nacional con más trabajo de mejor calidad en el área.

Actualmente el plan de estudios de la Universidad Autónoma de Querétaro ya incluye un plan de estudios que puede dirigir al diseñador hacia dicha área como el conocimiento básico de filmación, animación y una gran variedad de recursos interdisciplinarios por lo que solo hace falta dar un nuevo paso académico para que el diseñador pueda saltar a este nuevo paso de modernidad.

Entre las escuelas de habla hispana oficiales que se han preocupado por educar en dicha área podemos encontrar la IED, la UEM y The Big Picture en España ofreciendo estudios de posgrado. En nuestro país la Universidad Iberoamericana ofrece estudios de diplomado oficiales mientras que la universidad especializada “3DMX” de diseño digital ofrece estudios en dicha área.

Implementar un plan de estudios de licenciatura o posgrado que ayude al diseñador a acceder a esta nueva plataforma en la Universidad Autónoma de Querétaro permite no solo mejorar el mercado del estado y el país al convertirse en una nueva opción de estudio sino mejorar aún más la imagen de la universidad y su preocupación por la actualización académica.

La posibilidad de que un diseñador aprenda *motion graphics* ya no es un lujo sino una necesidad en el árbol de conocimientos del creativo moderno así como en el desarrollo de profesionistas en el país que pueden apoyar el desarrollo de las industrias y en la manera en que estas se comunican no solo en el interior del país sino también para su proyección internacional a través de los nuevos medios masivos de comunicación.

III. OBJETIVOS E HIPOTESIS

3.1. OBJETIVOS

Se identificaron los elementos de *motion graphics* que se complementan con el diseñador gráfico actual y se evaluó su pertinencia de relación entre ambas áreas y su consideración para actualización curricular.

También se estudiaron las bases y fundamentos del diseño gráfico referentes a los *motion graphics*.

Se estudió la relación de los *motion graphics* y el diseño gráfico para describir su pertinencia teórica y demanda del mercado nacional en el rubro. Se identificaron tendencias, exponentes y propuestas de estudio de nivel superior sobre el ramo de *motion graphics* en diseño.

Se diseñó una encuesta de mercado y se evaluaron los conocimientos e intereses en *motion graphics* por parte de los alumnos / profesionales / empresas del diseño gráfico para la afirmación de la hipótesis.

3.2. HIPÓTESIS

Los *motion graphics* tienen una demanda en el mercado nacional que puede no verse satisfecha por falta de profesionistas especializados y capacitados en el área. El diseñador gráfico cuenta con sólidas bases académicas que podrían estar intrínsecamente relacionadas por lo que es crucial y necesario considerar la implementación de dichos estudios a nivel educación superior, donde existe un interés de aprendizaje, lo que permitirá la capacitación y actualización del diseñador gráfico en la materia aportando el recurso humano ideal en las diversas áreas de competencia y trabajo en México.

IV. METODOLOGIA

Dado que existen pocos libros acerca del ramo pues es un área que apenas está entrando en auge en nuestro país se realizaron los estudios en publicaciones en internet, así mismo en entrevistas y encuestas que se aplicaron a lo largo de seis meses a estudiantes de diseño gráfico y artes visuales, profesores de la Universidad Autónoma de Querétaro y profesionales independientes del ramo de los *motion graphics* de nuestro país.

Se hizo una concreta investigación y definición del concepto del diseño gráfico para poder plantear con mejor sustentos su relación con los *motion graphics*.

Se llevó a cabo una búsqueda con el objetivo de localizar la información disponible a nivel internacional o nacional sobre *motion graphics*. En ésta búsqueda se clasifico e investigo en diversos medios como es internet, publicaciones y entrevistas con el fin de tener la mayor amplitud de conocimiento acerca del ramo y la pertinencia ofrecida con el mismo.

Se investigó en diferentes medios cual ha sido la demanda del mercado en este ramo, después se analizó si existe y si hay posibilidades de trabajo para el futuro creativo en el área. De igual manera se realizaron entrevistas para tener información realista y sólida sobre la actualidad en la industria.

Por otro lado también se analizó la teoría de ambas ramas para evaluar sus similitudes y bases teóricas, de esta manera se pudo fundamentar de manera detallada la importancia que tiene la una con la otra.

Se investigó si alguna escuela de nivel superior a nivel mundial ha llegado a conclusiones similares y/o llevado a su aplicación los estudios de *motion graphics* dentro de los estudios de nivel superior de diseño gráfico dicha investigación se hizo por medio de internet.

Se realizaron una serie de entrevistas a exponentes y conocedores en el ramo para averiguar su opinión profesional acerca de la propuesta realizada en esta

tesis. Una vez realizadas, se clasificaron las respuestas obtenidas para obtener un resultado de tendencias en opinión de expertos.

Se realizaron conferencias y encuestas a alumnos y maestros en el ramo de artes visuales en el estado de Querétaro junto con una serie de encuestas para comprobar la hipótesis acerca de que los estudiantes actuales de diseño gráfico no están conscientes de la existencia de esta área y se buscará su opinión e interés respecto al tema.

Se discutió un análisis de los resultados entre los exponentes y de las opiniones obtenidas para solidificar la teoría.

Una vez recabados, analizados y discutidos los resultados de la investigación en los puntos anteriores se definió el resultado y sus porqués.

V. RESULTADOS Y DISCUSION

5.1. ESTUDIO DE CAMPO

Como estudiantes de diseño gráfico es difícil encontrar una escuela que proporcionara estudios de maestría o diplomado en el área en nuestro país sino que también para la realización de esta tesis se ha encontrado con una falta de contenido bibliográfico del área, como alumnos de la Universidad Autónoma de Querétaro se encontraron pocos contenidos que pudieran ser de utilidad y lo poco existente se encuentra en la facultad de Ciencias Políticas.

El nombre del material es “Modelado 3D como herramienta del diseñador gráfico”, para empezar es un material que no está relacionado al cien por ciento con la presente investigación sino que abarcaba una parte que valía la pena investigar al ser el único material encontrado en la universidad, cabe mencionar que es un VHS, era un material absolutamente desactualizado pero que estaba dispuesto a analizar, se solicitó un espacio o herramienta para poder reproducirlo pero no cuentan con reproductores VHS. Esta situación es muy importante mencionarla porque pone en evidencia una falta de material no solo del área que manejo en cuestión sino una actualización general en cuanto al material bibliográfico y el cual espero esta investigación pueda ayudar a su mejoramiento.

Se dispuso entonces a realizar un estudio de campo por medio de entrevistas a profesionales en el campo para conocer más acerca del área y su opinión respecto a esta propuesta de investigación, pues como estudiantes autodidactas de un área en pleno desarrollo completamente aislado del medio y de otros profesionales del área lo que lleva a la presente propuesta a estar sustentada en base a teorías que no podía comprobar y que su retroalimentación ayudará a dar forma a las ideas o anularlas según fuera el caso, dichas entrevistas fueron

grabadas para su gestión y se encuentran como material anexo para quien se interese por utilizarlas para una futura investigación.

Por otro lado fue pertinente obtener retroalimentación y opinión por parte de los alumnos de la carrera de diseño gráfico, misma que se planeó realizar por medio de encuestas. También se quiso llevar a otro nivel este estudio y no simplemente hacerles preguntas a los compañeros en cuanto a algo que probablemente no conocían, sino también se realizaron una serie de conferencias que muestran el panorama de los *motion graphics* en cuanto a funcionamiento, historia, tecnologías, tipos y finalmente entrevistas con los profesionales, pues las encuestas las hicieron tiempo después de las entrevistas.

De esta manera se aportó un poco a los jóvenes para poder conocer su respuesta y obtener resultados más objetivos, los compañeros sabrán exactamente de lo que se está hablando e incluso se podría terminar generando un interés en ellos.

5.2 ENTREVISTAS

Las preguntas realizadas a todos los entrevistados fueron las mismas aunque en ciertos casos la situación permitió realizar algunas otras y mejorar aún más los datos recabados. Las preguntas básicas realizadas fueron las siguientes:

Nombre:

Estudios:

¿A qué te dedicas?

¿Podrías platicar brevemente un poco de tu trayectoria profesional?

¿Qué te llevó a estudiar los motion graphics?

¿Cómo aprendiste a desarrollar esta tendencia?

¿Cuál es su opinión en cuanto a la demanda de este servicio en nuestro país?

¿El personal profesional en ésta área en nuestro país es capaz a la fecha de responder a la demanda nacional?

¿Qué opinas del desarrollo de ésta área en nuestro país?

¿Creen que hacen falta profesionales en el área?

¿Crees que tienen relación los motion graphics con el diseño gráfico? ¿Porqué?

¿Opinas que deberían implementarse estos conocimientos a la currícula de nivel superior oficial de diseño gráfico en nuestro país? ¿Por qué?

¿Por qué crees que no se ha desarrollado tan plenamente como en otros países los motion graphics?

¿Creen que la implementación pueda mejorar aún más el estado actual de los motion graphics a nivel nacional de difusión y competencia?

5.2.1. Memoma estudio

El 5 de febrero del presente año se comenzó la primera entrevista por medio de comunicación por internet a través del software skype con una de las agencias más reconocidas a nivel nacional e incluso internacional recibiendo diferentes reconocimientos y nominaciones de alto nivel, su nombre es “Memoma Studio”, se dedica a ofrecer productos de diseño gráfico en general y *motion graphics* , las personas que representaron la entrevista fueron Fabiola Hernández y Juan Arriagada García, encargada de relaciones públicas/ventas y productor ejecutivo respectivamente.

Para empezar, todos los empleados en la empresa incluyendo a los directivos y productores tienen estudios en diseño gráfico, ninguno tiene estudios en *motion graphics* y mencionan que cada vez hay más demanda pero que desafortunadamente existe un efecto similar al diseño gráfico, pues no existen escuelas que tengan un buen plan de estudios de *motion graphics* como tal a excepción de algunas no oficiales que ofrecen cursos de diplomados pero que no son muy buenas pues no están bien estructuradas y que sus egresados podrían terminar abaratando el mercado ya que sus capacidades no van acorde con las de un nivel profesional careciendo preparación como la que se necesita en la industria, afirman que los actuales diseñadores son capaces de abastecer las necesidades del mercado nacional y que en experiencia personal de Juan Arraigada, comenzó como diseñador gráfico y llamó su atención esta nueva tendencia la cual desarrolló de manera autodidacta por medio de cursos en internet y consejos de otros profesionales.

Se habla de un proceso de retroalimentación y apoyo de los profesionistas y expertos en el área con los recién iniciados, pues al saber que no hay muchas maneras de aprender la técnica, los expertos comparten información para poder mejorar el mercado y desarrollarlo de una manera productiva y con un gran valor de apoyo pues realmente hace faltan profesionales y los expertos lo saben pero es importante recalcar que lo más importante no es que existan más profesionales sino más calidad en cada uno de ellos y que la creación de estudios oficiales mejor estructurados podría mejorar en gran medida esta situación.

Juan Arraigada mencionó que uno de los factores que ha llevado a Memoma Studio a su excelente posición actual, es la implementación del diseño gráfico como base estructural de la producción, pues tiene una importante relación con éste y que si no se considera de manera correcta no se logra un producto de la misma calidad que si éste careciera en la cadena de desarrollo.

Fabiola Hernández afirmó que es muy importante que se implementen los *motion graphics* al diseño gráfico pues es un grado de especialización necesario y que mejoraría la producción de ideas y de calidad. Otorgar las bases que implica esta carrera logrará que no se malbarate el trabajo así como el mejoramiento de la calidad nacional y renombre que se pueda cumplir por la competencia incluyendo el marco internacional como marco de difusión.

5.2.2. Marte Hernández Figueroa

El 12 de febrero del 2013 se entrevistó por medio de internet al maestro de posgrado en artes visuales Marte Hernández Figueroa, animador de *motion graphics* para distintas televisoras como TV Azteca y canales extranjeros como LATV, Canal 13 Medica, entre otros.

El comenzó iniciando la carrera de artes visuales en la universidad del estado de Morelos, carrera que se enfoca a la producción cinematográfica teniendo un apartado de animación pero que se encuentra enfocado de la misma manera a esa industria misma que implica un largo camino y diversas variantes, entre ellas, los *motion graphics*. Su primera experiencia laboral fue en la empresa TECOTV la cual produce gráficos para televisión, siendo su primera experiencia en el ramo de *motion graphics* tanto en comerciales como la paquetería gráfica o *broadcasting*, posteriormente, en búsqueda de opciones de libertad creativa, comienza una carrera de *freelancer* (búsqueda y resolución de clientes sin intervención de terceros) con diversas televisoras sin mantenerse con ninguna de manera fija.

Un año después, es contratado por la Universidad del Estado de Morelos como docente de la materia de 3D enfocada a *motion graphics*, labor que sigue desempeñando a la fecha.

Lo que llamó su atención de los *motion graphics* para incursionar en el área fue la esencia del movimiento y su necesidad inherente de producción en detalle y calidad para obtener un producto de apariencia natural. Otro factor

importante que llamó su atención fue su amplitud de posibilidades laborales y de competencia en el mercado. Si bien es importante remarcar un comentario del entrevistado, es el que menciona que cualquiera diseñador o profesionista que tenga como objetivo dedicarse a la animación, es esencial pasar por una etapa de aprendizaje en el área de *motion graphics* pues contiene las bases estructurales del conocimiento de animación y composición que son requeridos para consolidarlo como animador.

El método que el utilizó para aprender a desenvolverse en los *motion graphics* fue el acercarse a su profesor de animación de personajes en la universidad, quien tenía conocimientos en el área y que compartió con él, pero que de ninguna manera aprendió mediante el plan de estudios normal de la carrera.

Además de obtener información de su maestro, requirió investigar conocimientos por su cuenta en el área de diseño gráfico, pues su carrera al estar enfocada a la cinematografía no otorga nociones de diseño que son ampliamente requeridas en la producción de los *motion graphics* y que descubrió con el paso del tiempo, dándose cuenta que no importa cuán buen animador pueda llegar a ser uno, si ingresas al área de los *motion graphics* y no tienes conocimientos en diseño no podrás realizar un trabajo de calidad.

Marte Hernández menciona que el desarrollo de los *motion graphics* en el país es asombroso, cada vez más y más gente requiere aplicar esta tendencia en su marca o producto pues considera que nuestro país es muy visual, al mexicano aprecia el color y movimiento, mismo que desea reflejar en su marca gracias a su cultura, por desgracia, en nuestro país es muy complicado para las empresas encontrar profesionistas en el área que lo haga y además que lo haga con la calidad necesaria que implica las nociones de diseño, arte y animación pues los pocos que existen ya tienen la agenda ocupada con sus respectivos clientes requiriendo un aumento en el número de diseñadores de calidad y aumentando la fuerza de trabajo.

Se menciona que en la ciudad de México, es probable que la demanda de *motion graphics* por parte de las empresas esté cubierta, pues la mayoría de los diseñadores se trasladan a la mencionada ciudad a trabajar, pues las principales empresas se encuentran ahí lo que provoca un problema económico de centralización rezagando la fuerza laboral en el resto del país por lo que se empezaron a requerir los servicios de los *headhunters*, personas en búsqueda de talentos en todo el país para poder satisfacer las necesidades de las empresas a falta de personal.

Un detalle muy interesante que menciona el entrevistado es que en su experiencia, en visita a diferentes empresas en la ciudad de México donde la demanda está más “satisfecha”, se encuentra con que cerca del 40% de los empleados que realizan los *motion graphics* o proyectos de animación y postproducción, son extranjeros debido a la carencia de profesionistas nacionales.

Todo esto se menciona por una falta de personal capacitado o con la falta de conocimiento de raíz universitario al no estar bien estipuladas bien las áreas de estudio, al no definir por ejemplo, los límites del diseño gráfico y sus diferentes vertientes, se recae en una mal información por parte del mercado al creer que un diseñador es capaz de hacer cualquier cosa relacionado con gráficos y no conocen que se requiere un nivel de especialización, mismo que no existe o puede que no esté comprendido dentro de los planes de estudio universitarios, efecto que no solo sucede en el diseño gráfico sino en otras profesiones, a diferencia de como sucede en la medicina, la sociedad conoce las diferentes vertientes del área sin confundirlas ni esperar que un doctor pueda hacer desde una cirugía hasta oftalmología por ejemplo, caso que debería suceder también en otras áreas y que no solo mejoraría la comprensión y valoración por parte de la sociedad a un área de estudio sino que permitiría organizar y ordenar el flujo de trabajo en las empresas para generar productos de mayor calidad. De igual manera los planes de estudios deben impulsar al diseñador a especializarse y no a tratar de abarcar todos los

campos de especialización, pues eso no funciona en el mercado real, pues existe la idea entre muchos estudiantes que mientras más áreas se dominen mejor profesionalista se es, lo cual no siempre es correcto.

Marte Hernández mencionó que la relación de los *motion graphics* con el diseño gráfico es directa pues para su elaboración se requieren una serie de elementos de diseño gráfico como es el logotipo, identidad corporativa entre otros elementos y una vez que se tienen, el diseñador, debe diseñar el movimiento lo que requiere tener las bases teóricas de su profesión para poder elaborar un proyecto de calidad, es por ello que le parece pertinente implementarlo a la carrera de diseño gráfico a manera de posgrado y recomienda que en el dado de que suceda, se difiera entre las diferentes áreas que existen en los *motion graphics*.

Si hay una razón por la que le parece a Marte que los *motion graphics* no se han desarrollado en nuestro país es porque las empresas tienen un completo desconocimiento del área, precisamente porque no se ve reflejado a nivel académico su estudio, ellos asumen que un diseñador gráfico es capaz de desenvolverse como *motion grapher* cuando no es así, sus conocimientos no lo permiten y terminan produciendo productos inservibles, incompetentes y precarios lo cual genera una mala impresión a los empresarios de que en México no existe talento y evitan invertir en nuestro país para mejorar el área la cual sigue sin ser identificada por las autoridades y que cuando cambie este hecho se comenzará a invertir porque genera interesantes ganancias en México.

Finalmente Marte Hernández puede ver a México como una gran potencia en *motion graphics* pues nuestra cultura tiene una forma de ver las cosas de una manera muy particular en comparación con otros países. En alguna ocasión tuvo la oportunidad de tomar un diplomado en Rusia, y encontró con que los residentes del país encontraron en su trabajo una cualidad única en su trabajo en cuanto a color y concepto. Es por ello que sería de vital importancia formar

profesionistas que sean capaces de exportar su trabajo a otros países para mejorar en competencia a nivel internacional como ya se ha mencionado antes.

5.2.3 Alfredo Rocha Ramírez

El 26 del febrero del 2013 se entrevistó al igual que los anteriores por medio de internet y el *software* de comunicaciones skype a Alfredo Rocha Ramírez famoso animador que ha trabajado para diferentes empresas importantes en todo el país, tiene estudios de licenciatura en diseño de la comunicación gráfica con proyecto de tesis en la Universidad Latina de America en Morelos así como cursos en animación diversas, diseño y 3D. Formó parte de digital invaders, un curso para los aprendices más talentosos del país en una de las agencias más prestigiadas a nivel mundial en cuanto a diseño que es Grupo W donde también laboró durante un tiempo e incluso fungió como profesor, trabajó para Televisa Morelia en el área de 3D para después dedicarse a trabajar como *freelance* y empleado de empresas como La Casa de la Luna, Ranch Studios, MVS, Go Forward, entre otras empresas junto con las cuales ayudó en la producción de importantes proyectos. En la actualidad se desempeña como diseñador gráfico, artista 3D y *motion graphics* dentro de los cuales hace la labor de *broadcasting* (motion graphics corporativos para televisión generalmente como son las animaciones de noticieros y deportes).

A diferencia de otros entrevistados, él no se vio tan profundamente interesado en los *motion graphics*, sino que se vio obligado a aprender a desarrollarlos puesto que sus clientes tenían necesidades que solo se verían satisfechas con dichos conocimientos. El método que utilizó para aprendizaje del área fue autodidacta mediante libros técnicos así como tutoriales en internet y cursos.

Alfredo Rocha menciona que existe una necesidad en el país pero no está distribuida por todo el país, pues las empresas que resuelven este tipo de necesidades a los clientes se encuentran muy centralizadas o en ciudades

muy específicas, ejemplificando el desconocimiento que existe sobre empresas de publicidad y diseño en el sur del país, obligando a los futuros profesionistas a trasladarse a las ciudades donde exista mercado.

En cuanto a demanda de *motion graphics* en el país, Alfredo Rocha está seguro de que existe una gran cantidad, pero que por desgracia es satisfecha por pocas empresas que han terminado acaparando el mercado, no por gusto, sino por un buen desempeño y relaciones públicas bien establecidas.

Para Alfredo Rocha, la evolución lógica del diseño gráfico son los *motion graphics*, siendo más rico en contenido y eficiencia de comunicación un mensaje en movimiento pues conllevan una trama con principio y final, pues cuenta una historia más compleja que un diseño que estático sin demeritar las cualidades aparte que este último tiene.

Alfredo reconoció el gran talento competitivo que existe en nuestro país en el ramo de motion graphics existiendo un gran nivel de creatividad la cual sería bueno explotar para el desarrollo de nuevos profesionales del cual un buen factor que puede aportar a generarlo, es la oficialización del área a nivel superior pero dejando en claro que hay otro elemento que debe ser considerando para mejorar no solo el área en mención, sino la de diseño en general, que es la creación de un órgano regulatorio o sindicato que apoye al diseñador para poder protegerse contra el abuso en contra de su labor.

Cuando se hablo acerca de si existe necesidad de que emerjan nuevos profesionistas en *motion graphics*, el entrevistado responde que si existirá dicha necesidad, pero como ocurre en muchas industrias, al paso del tiempo, habrá más profesionales y menos demanda en comparación, lo cual puede ser un punto a favor o en contra.

5.2.4. Adrián Guasque Wulfrath

El primero de marzo, se realizó la última entrevista vía internet con Adrián, egresado de la carrera de comunicaciones en la Universidad Internacional con un postgrado en animación 3D y postproducción digital en la misma universidad, estudios que tienen gran relación con el área de *motion graphics*.

Inició su carrera en el diseño gráfico en el área de diseño web aprendiendo aplicaciones como *Adobe Photoshop* y *Adobe Flash*, fueron las limitaciones en cuanto a animación de estos programas que decidió integrarse al área de edición video, específicamente en el área de VFX (efectos especiales) de manera autodidacta por medio de uno de los sitios más importantes y con mayor contenido en tutorías en el área mencionada y *motion graphics*, Creative Cow, igualmente utilizaba algunas revistas técnicas y la observación de referencias.

Fue durante algunos proyectos escolares de comunicación que comenzó a hacer aplicaciones de *motion graphics* las cuales lo apasionaron para adentrarse finalmente de lleno en esta área.

Actualmente trabaja para la empresa West Coast Costumes, programa de televisión emergente en los Estados Unidos como encargado de *motion graphics* y *broadcasting*, también ejerce como *freelance* proyectos externos tanto nacionales como internacionales como ejemplo una empresa llamada Phenomenon VFX, Coca Cola, Superama, TECOTV y la COFETEL realizando algunas labores de VFX en algunos de ellos. Igualmente ha dado conferencias sobre *motion graphics* en diferentes universidades del país con el fin de impulsar esta área, entre otras actividades inmersas en este objetivo, creó un sitio web llamado awmotion tv, el cual tiene como propósito ofrecer tutoriales de capacitación gratuitos en el área de *motion graphics* por medio de video el cual le ha otorgado contactos para trabajar en empresas como Nickelodeon, MTV y Televisa a distancia.

Adrian Wulfrath mencionó que la industria de los *motion graphics* puede ser un poco cerrada y que para un recién egresado podría dificultársele obtener un trabajo por culpa de ello pero que por otro lado, la industria se ha convertido en una moda, pues diversas empresas desean implementar estas tecnologías y métodos de comunicación en sus campañas ya sea para programa de televisión entre otros donde existe una gran demanda comercial y que coincide con lo mencionado por Marte Hernández, en el hecho de que extranjeros están cubriendo dicha demanda por una falta de capacitación en el profesionista mexicano. Reconoce una mayor demanda en el mercado internacional que se puede abastecer a los clientes por medio de internet sin necesidad de una relación interpersonal.

Otro factor en el que coincide con entrevistados previos, es que muchos de los profesionales que promocionan una labor de "*motion graphics*" realmente no tienen los conocimientos necesarios para poder ejercer un producto de calidad, sino que simplemente tienen conocimientos técnicos de software que no conllevan antecedentes de estética o diseño de imagen en cuanto a composición y estructura que un diseñador por lo general debería comprender.

Se menciona un desarrollo del área en nuestro país que comenzó hace tres años y que sigue en un crecimiento constante, mismo que se ha plasmado en un mayor conocimiento por parte de la sociedad en cuanto a estar enterados de la existencia de dicha área de estudios y su aspiración a ejercerla.

Adrian Wulfrath coincide con Alfredo Rocha en un desinterés en que existan competidores en el área en nuestro país pues podrían poner en juego su trabajo, ambos se les sostuvo la posibilidad de que la competencia podía aumentar la afluencia de trabajo en proporción al número de profesionistas del área con calidad en su trabajo, pues podría también incrementar el conocimiento del área como posibilidad de campaña comercial en nuestro país evitando de esa manera que profesionistas extranjeros atiendan las

necesidades de los comercios locales, comentario al que ambos estuvieron de acuerdo.

Se está de acuerdo en la relación existente entre la rama de diseño gráfico con los *motion graphics* junto con otras muchas áreas que abarca el primero como diseño editorial, diseño web, entre muchas otras áreas por lo que debería implementarse al igual que esas áreas como marcos de estudio para el estudiante del diseño gráfico, preferentemente a manera de diplomado pero no sin antes comenzar a educar al alumno a los inicios y bases del diseño gráfico con el movimiento aplicado en formatos audiovisuales.

También se está de acuerdo con el hecho de que la implementación de los *motion graphics* en el marco de estudios de nivel superior podría mejorar la difusión del área y competitividad, Adrián mencionó que incluso podría mejorar los esquemas de publicidad en nuestro país que actualmente caen en la utilización de mensajes con morbo o faltos de creatividad para atraer la atención de los espectadores, mientras que una buena teoría de estudio en el diseño en movimiento permite atraer al espectador de manera inteligente con un contenido del mismo tipo que favorecería el esquema de comunicación en masa y de la industria local.

5.2.5. Luis Dorantes Lopez Cueto y Beatriz Rojas Lie

Los días 3, 4 y 5 de abril del presente año los que presentan esta tesis viajaron a la ciudad de México para entrevistar a diferentes personalidades del diseño gráfico, pues su experiencia y opinión serían de vital importancia para concluir y medir esta investigación.

Los primeros en visitar fueron Luis Dorantes López Cueto y Beatriz Rojas Lie, quienes me recibieron en su departamento en la zona de Portales, lugar donde desarrollan trabajo de diseño gráfico y *motion graphics* como freelancers.

Luis Dorantes es egresado de la universidad Gestalt ubicada en Xalapa Veracruz, donde se desempeñan maestros que son íconos a nivel nacional en el desarrollo de material tipográfico el comenzó a trabajar en una empresa llamada Linterna de Hidrógeno, Play, hasta después formar junto con Orlando Peña el proyecto Hattori Hanzo, mismo que llevaba días de haberse separado previo a la entrevista siendo que fue junto con Orlando Peña que empezaron a aprender de forma autodidacta los *motion graphics* junto con un espíritu de competencia tras terminar la carrera de diseño gráfico.

Por otro lado Beatriz Rojas es egresada de la ENAP de la carrera en diseño y comunicación visual en la zona de Xochimilco y empezó a desempeñarse en *motion graphics* comenzó a trabajar los *motion graphics* siendo enseñada por sus compañeros de la carrera quienes aprendieron de forma autodidacta, ha trabajado para proyectos de la CONACULTA y agencias como Kamikaze, Mocam, Hattori Hanzo y empresas internacionales como *freelancer* a distancia, tomó un curso de *motion graphics* en la Universidad Europea de Madrid, una de las pocas escuelas en el mundo que ofrece cursos no de título oficial pero que educan en gran medida el área de los *motion graphics*.

Ella mencionó que ella aprendió a desarrollar *motion graphics* gracias a su primer trabajo en el área en la agencia Kamikaze, misma que como muchas otras del ramo, no tiene como requisitos conocimientos de *motion graphics* sino más bien en diseño gráfico de tal manera que capacita a sus empleados en el área sobre la marcha aunque ella complemento dicha capacitación con un estudio autodidacta por medio de cursos en internet.

Ambos coincidieron en que hay pocos profesionistas de calidad que puedan satisfacer la demanda empresarial tanto nacional como extranjera pero a su vez existen los clientes que tratan de rebajar el precio del *motion grapher* justo como sucede en el diseño gráfico pero que no sucede en la misma escala, siendo capaces de afirmar que por lo general los clientes si suelen valorar el trabajo del *motion designer*. Un factor mencionado por Luis Dorantes es la falta

de educación en la valoración del trabajo, pues también hay muchos animadores que tienen calidad pero no valoran su trabajo y por lo tanto lo cobran a un bajo costo que no solo demerita su trabajo sino al resto de los diseñadores de *motion graphics* en el país.

De igual forma se encuentran completamente seguros de la relación entre el diseño gráfico y los *motion graphics* pues lo han vivido y mencionan que el *motion design* es el montaje de diferentes composiciones de diseño gráfico llevadas a la vida y que es particularmente necesario para lograr un buen producto audiovisual de esta área el comprender la teoría y estética que solo el diseño gráfico puede otorgar a un profesional.

Se mencionó que últimamente hay un desarrollo en el área en nuestro país pues los clientes están encontrando en los *motion graphics* una solución excelente para sus necesidades de comunicación pero que se necesita progreso pues aún falta difusión no solo en el mercado sino también en la educación, pues no hay lugares que permitan estudiar de buena manera esta área a excepción de otros países.

Luis Dorantes y Beatriz Rojas no estaban muy cómodos con la idea de recibir a más *motion graphers* en la industria pues podrían quitar un poco del mercado, pero tras analizarlo más minuciosamente, coinciden en que un buen sistema educativo y su gestión permitirían mejorar la difusión de esta área y permitirles no solo a ellos sino a los nuevos profesionales incursionar en el área sin perjudicar a los otros diseñadores sino al contrario impulsar toda la industria en el país.

5.2.6. Diana Serrano

El 3 de abril del 2013 Diana abrió las puertas de los estudios MVS en la ciudad de México para ser entrevistada, su recibimiento fue cálido y nos presentó de forma abierta al equipo de trabajo y los proyectos realizados y a futuro.

Licenciada en diseño gráfico, estudió en la Escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes, actualmente directora del departamento de *motion graphics* en MVS TELEVISIÓN, empresa líder en proyectos para medios masivos, servicios de producción, publicidad y promoción, desde hace 4 años donde se han ganado diversos reconocimientos a nivel internacional.

Diana comenzó su carrera profesional en *motion graphics* en 1999 trabajando primeramente en ONCE TV sin ningún conocimiento previo en los *softwares* utilizados para realizar los mismos, aprendió de manera autodidacta en el trabajo con apoyo de sus superiores posicionándose después de un tiempo cómo coordinadora del departamento de animación hasta el año 2008.

Fue aprendiz de Adrián Daniel Schwebel importante personaje en el desarrollo creativo en nuestro país e impulsador del diseño en los jóvenes, valores que compartió y heredó en Diana Serrano quien aplica en su vida profesional y diaria notablemente para la búsqueda de la enseñanza en los futuros profesionales.

Ha ganado varios premios DBA (Broadcast Design Association) trabajando para ONCE TV en diseño de imagen y publicidad a nivel internacional. Ha sido juez en la bienal del diseño, Cut&Paste, a! diseño, Quorum entre otros. Ella apoya mucho a los estudiantes pues tanto en canal once como en MVS acepta practicantes en su departamento para que puedan desarrollarse ya que, como menciona en la entrevista, el conocimiento es escaso en las universidades. En su departamento existen especialidades en animación de personajes, 3D, *motion graphics*, post-producción etc. Comentó que lo más importante en un diseñador es su propuesta de diseño por lo que no le interesa si el estudiante, practicante o profesionista sabe o no hacer animación en general o *motion graphics* como tal. Recomienda que primero se deben tener las bases en diseño gráfico y después el aprendizaje del software.

Diana mencionó que el diseño gráfico tiene todo que ver con los *motions*

graphics ya que durante la gran trayectoria que lleva ha conocido gente que tiene estudios de animación pero que nunca llevó diseño y carece de propuesta gráfica en el momento de producir un producto, no tiene composición, teoría del color entre otros elementos que da la carrera de diseño, por la naturaleza que tienen los *motions graphics* requieren un desempeño amplio como diseñadores pues como base creativa se requiere desarrollar una sensibilidad estética que puede ser capaz de utilizar cualquier soporte de diseño ya sea animación, editorial, identidad corporativa, etc. Es por ello que para la selección de empleados en la empresa, el requisito fundamental es la capacidad como diseñadores gráficos, no como animadores ni mucho menos.

Por otro lado comentó que la producción y demanda de los *motions graphics* va creciendo pues México compite a nivel internacional sin ningún problema, existe un desarrollo constante y de competitividad.

Asegura que no hacen falta profesionales, que lo que hace falta es la demanda de los estudiantes en las escuelas pues no hay lugares donde estudiar, comenta que las escuelas se están quedando cortas en cuanto a contenidos y actualización académica y que efectivamente hace falta que se incursionen más conocimientos de desarrollo en el área de diseño gráfico como cursos, especialidades, posgrados, maestrías etc. ya que no hay donde aprenderlo y el diseñador debe especializarse sin duda alguna para apoyarse en su desarrollo profesional pues mientras más herramientas se tengan más amplio será el espectro de obtener un trabajo, caso que no solo se da en *motion graphics* sino en cualquier área de diseño gráfico.

Diana igualmente exhorta al diseñador gráfico a pulirse dentro de las bases de esta área antes de intentar dar el salto a otra área de especialidad, pues si se escasea en el desarrollo inicial, lo subsecuente de aprendizaje no será el adecuado ni tendrá aplicaciones bien producidas por lo que es importante valorar el conocimiento que se otorga en nivel superior aunque éste sea

incompleto.

La falta de desarrollo e interés por parte del estudiante de diseño gráfico es lo que ha desencadenado en parte el problema de desvalorización del trabajo del diseñador tanto por clientes como por los mismos “profesionistas”.

Diana Serrano apoyó a contactar con Francisco Quiles y otros entrevistados para alimentar aún más este estudio de investigación.

5.2.7. Francisco Manuel Quiles Noguez

Por recomendación y contacto de Diana Serrano se asistió a entrevistar a Francisco el 4 de abril del 2013 quien se prestó muy amablemente en su estudio a responder las inquietudes presentadas.

Estudió en la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad (UAM), Azcapotzalco la Licenciatura en diseño gráfico. Comenzó su carrera profesional en los *motion graphics* realizando primeramente su servicio social en Once TV en donde le proporcionaron todo el conocimiento inicial en el área que se tenía en esa época siendo dicha televisora una de las más reconocidas a nivel mundial en cuanto a desarrollo de este tipo de diseño animado, después comenzó una carrera como *freelancer* en donde tuvo la oportunidad de realizar durante 7 años toda la identidad y el *broadcast* para EXA TV trabajando de la mano con la compañía MVS televisión.

Él aprendió de manera autodidacta junto a Mario Gonzales, Rene Olaf, Cecilia Mota, Diana Serrano entre otros amigos y colegas suyos con quienes compartió conocimiento y experiencia.

Actualmente es director y co-fundador de la empresa Cru de ladies dedicada al diseño y animación para televisión y cine. Junto con Luis, su socio, empezaron la empresa informalmente y conforme comenzaron a tener más demanda de trabajo fueron invirtiendo en su negocio, actualmente tienen un representante en Estados Unidos quien les proporciona trabajo para empresas que

demandan servicios como los que ofrece la empresa.

Algunos de sus clientes son Coca-cola, Kellogg's, Dark, Cablevisión, Lolapalusa, Fernando Romero, Dish, Palacio de Hierro, Banamex, Renault entre otros.

Francisco comentó que en México existe mucha demanda de producción de *motion graphics* y que si existen profesionistas en el medio pero algunos no alcanzan un nivel internacional que permita competir con empresas grandes o profesionistas de otros países, por lo tanto, cree que hace mucha falta que las escuelas enseñen la materia concretamente, cursos y capacitaciones sobre los *motions graphics*. Menciona que de manera global estos han crecido y evolucionado, que actualmente son más fáciles de aprender y acceder a los *softwares* con los que se producen además de convertirse en una solución muy popular en el mercado.

De igual forma afirma que sin duda debe incluirse en la currícula de la licenciatura en diseño gráfico ya que los *motions graphics* están sumamente relacionados con la carrera, Francisco reforzó el hecho de que es "diseño en movimiento".

Francisco opina que sería excelente que las escuelas le dieran importancia pues hay mucho campo de trabajo y que lo implementaran como materia dentro de la licenciatura de diseño gráfico o un diplomado, eso permitiría que los profesionistas o desarrolladores estén más preparados lo cual aceleraría la curva de aprendizaje así como el conocimiento técnico de desarrollo que no enseñan en nivel superior y que hace falta en el proceso de aprendizaje. Agrega que incluso podría lograr que muchos diseñadores volcaran su línea de estudio hacía un área en el que hay mucho trabajo sin tener que abandonar las bases del diseño las cuales siempre serán necesarias en el marco laboral.

El diseño gráfico tiene una gran relación con los *motion graphics* para el entrevistado pues menciona que el esquema de trabajo de *un motion grapher*

inicia desde un proceso de diseño gráfico muy claro que construirá y dará sustento al resto del proceso de desarrollo.

En cuanto a competencia internacional, Francisco afirma que estamos en un nivel todavía bajo pero que la implementación y desarrollo educativo superior en el área podría mejorar notablemente dicha situación así como el desarrollo y difusión en el país.

Francisco Quiles exhorta al interesado en aprender a no limitarse a la universidad y alimentarse de las tendencias y trabajo de otros profesionistas así como tomar tutoriales por los medios que tenga al alcance para lograr su meta de desarrollo.

5.2.8. Orlando Samuel Peña Mejía

El 29 de Marzo se entrevista al último de los profesionistas de la investigación de campo, Orlando Peña, fundador de Hattori Hanzo junto con Luis Dorantes Lopez Cueto, quien abandonó dicha compañía dejando a Orlando Peña como director único de la empresa, siendo que esta se ha convertido en una de las más importantes y con mayor talento en el área dentro de nuestro país. Su fundador, estudió en la Universidad del Pedregal en la ciudad de México egresando de la carrera de diseño gráfico, inició a los 17 su emprendimiento en el área de *motion graphics* misma que tuvo que realizar de forma autodidacta pues los proyectos que llamaban su atención consultaba con sus profesores la metodología para poder realizarlos pero ninguno tenía idea alguna sobre cómo resolverlos, lo que lo llevó a investigar por su propia cuenta por medio de internet, el conocimiento le fue insuficiente y se le recomendó aplicar a realizar prácticas en el área con alguna empresa del rubro, trabajó en varias empresas, incluso Crew de Ladies, empresa del entrevistado Paco de Kiles anteriormente, lugar donde obtuvo más conocimientos, los suficientes para independizarse y comenzar una carrera de *freelance* por su cuenta con la cual formó el estudio Hattori Hanzo el cual era un sueño que tenía desde un

principio.

Orlando pone en comparativa a países como Argentina, Venezuela y Brasil los cuales tienen mayor experiencia y desarrollo a nivel académico en el área y que no comprende cómo es posible que en nuestro país no hayamos logrado tal nivel de avance profesional y educativo.

Cuando se le pregunta que lo llevo a estudiar *motion graphics*, él contesta que no es como si hubiera estudiado algo diferente, que es tan fuerte la relación con el diseño gráfico que toda la teoría y conocimientos la aplica casi de la misma manera en esta nueva tendencia y que es un nuevo paso a la modernidad en dicha área.

Comenta que una habilidad que debe tener un buen *motion grapher* es que en el producto audiovisual desarrollado, si se pausa en cualquier momento de su reproducción, debe observarse un buen diseño gráfico, es por ello que no considera que haya estudiado algo nuevo o abandonado lo que había aprendido.

El entrevistado afirma que dentro de su proceso de trabajo, el diseño gráfico es el primer paso de desarrollo pues sobre este se sostiene todo el producto que prosiga, agrega que el diseño gráfico en un proyecto audiovisual no solo lo hace más estético sino que es capaz de hacer más eficiente la labor de desarrollo, ya que si el diseño se encuentra bien estructurado y los tiempos de entrega son muy cortos, no será necesario realizar una labor muy larga de trabajo para lograr un producto atractivo, pues el diseño dotará de cualidades estéticas que serán capaces de vender el producto por si solas lo que ha llevado a que su estudio no solo se dedica a la elaboración de *motion graphics*, sino también material de diseño gráfico, pues el diseñador no se tiene que ver obligado a abandonar sus conocimientos para desarrollarse en el campo audiovisual.

De ente los medios de difusión que solicita su trabajo, se encuentran empresas tanto de televisión, cine, internet y medios móviles entre los que podemos mencionar a empresas como: Doritos, Blackberry, Marinela, Canal Once, CNN, NTX, entre otros. Las posibilidades de desarrollo son bastante amplias así como los requerimientos del mercado. Dentro de las posibilidades más interesantes mencionadas por Orlando, se encuentran el desarrollo social, pues los *motion graphics*, permiten comunicar valores de una manera más eficiente que puede constituir la columna vertebral de una buena campaña.

Orlando Peña piensa que los *motion graphics* deben incorporarse a los estudios de nivel superior de diseño gráfico pues muchas escuelas de este nivel otorgan la opción de especializarse en diversas áreas y si existe un ramo con este potencial ya debería haberse implementado en este plan de desarrollo estudiantil desde hace mucho tiempo para que no solo el alumno pueda dirigirse hacia esta área sino también tener un conocimiento más amplia sobre las diferentes ramificaciones que incluyen el área.

Una problemática que se menciona es que probablemente un factor que no ha permitido el desarrollo de esta área a nivel educativo es la ausencia no solo de profesionistas puramente, sino de profesionistas experimentados en *motion graphics* y que sean capaces de dar clases a nivel superior, factor que puede ser uno de los motivos por lo que no se ha desarrollado en nuestro país como en otros países como los mencionados que ya llevan años con este sistema implementado y que ya posee un gran nivel de desarrollo no solo educativo sino también comercial, produciendo las soluciones a la mayor parte de la demanda en el mundo.

El entrevistado está seguro que su implementación a nivel superior mejorará el mercado nacional, mientras más gente con conocimiento exista el crecimiento del mercado será más rápido así como el desarrollo en esa área en nuestro país, poniendo en evidencia las opiniones contrastantes que coinciden con algunos entrevistados acerca del miedo al desarrollo ajeno y robo de trabajo, el

cual Orlando tacha como un análisis muy simple que merece ver más allá, pues el aprendizaje de otras personas mejorará las necesidades del mercado y nacionales desarrollando no solo a los nuevos aprendices sino a los ya experimentados pues México será un país más atractivo para solicitar profesionistas en el área.

5.3. CONCLUSIONES DE ENTREVISTADOS

Las respuestas y resultados otorgados por los entrevistados superaron las expectativas, por no decir la accesibilidad y buen trato por parte de ellos.

Para empezar, cuando se inició esta investigación, me encontraba a ciegas en cuanto al horizonte de los *motion graphics* y su funcionamiento en el campo empresarial y educativo, ni siquiera se sabía si realmente era un hecho que no existían instituciones oficiales que ofrecieran cursos de especialización en dicha área así como de si realmente existía una relación entre los *motion graphics* y el diseño gráfico lo suficientemente estrecha como para poder considerar su pertinencia de implementación en los sistemas de educación de nivel superior en el área de las artes visuales.

Para empezar, el 90% de los entrevistados, que se traduce en nueve de los diez, son estudiantes de diseño gráfico y que ninguno de ellos recibió algún curso de *motion graphics* como tal en su universidad. Comenzamos con el pie derecho, encontrándonos con una relación casi natural entre el *motion grapher* y el diseñador gráfico, pues por lo que podemos deducir, no solo el diseño gráfico es el más apto para producir este tipo de trabajos, sino que es tal la relación, que el mismo diseñador gráfico es el que tiende a interesarse por el aprendizaje y desarrollo de esta área.

Hablando del aprendizaje, todos ellos aprendieron de alguna manera de forma autodidacta el desarrollo del área, otros tuvieron la oportunidad de aprender por parte de las empresas que los contrataron y aceptaron sin tener ningún conocimiento del área, pues como hemos visto, las empresas no pueden exigir

profesionistas con estudios en el área, pues no existen, más sin embargo solicitan diseñadores con capacidades para capacitarlos una vez dentro de las empresas lo cual ha sido una actividad que probablemente gracias a ella, el mercado se ha mantenido a flote y en desarrollo hasta la fecha sin mencionar el interés de los propios profesionales, quienes por su propio deseo han incursado en el área sin ningún tipo de difusión académica o social que los lleve a ello, ya que podemos decir a la fecha que no solo los alumnos de las universidades no conocen el área, tampoco los maestros como hemos visto en algunos de los casos, lo cual ya es un tema de actualización de los docentes que bien se debería analizar pero que no tiene cabida en esta investigación.

Todos los entrevistados están de acuerdo de que existe una gran demanda en el país a satisfacer, cada vez más empresas están encontrando en los *motion graphics*, una solución de comunicación social que ha emergido gracias a la evolución tecnológica de nuestra época como el atractivo visual que presenta un buen trabajo de este estilo pero por desgracia muchas de ellas no encuentran a un profesionista que pueda resolver sus necesidades, ya sea porque tienen una agenda ocupada o porque los que están disponibles son grandes empresas y especialistas con gran trayectoria que no pueden trabajar por un cierto tamaño de bolsillo lo que hasta el momento ha hecho valorar al empresario el trabajo del diseñador en movimiento, cayendo en muy pocos casos en la infravaloración del trabajo de este profesionista.

El internet como medio de comunicación emergente ha abierto aún más las posibilidades de soporte para los *motion graphics*, aumentando la tasa de empresas que contratan, amplitud de difusión, trabajo multidisciplinario e incluso la promoción del profesionista, pues no solo funge como un espacio de bolsa de trabajo para el diseñador en movimiento, sino incluso un medio de contacto para trabajar para empresas extranjeras y para que los *headhunters* encuentren a un profesional a pesar de la distancia. Muchas empresas extranjeras requieren contratar especialistas de otros países no solo por el costo sino porque en su

localidad no hay quien pueda satisfacer la demanda empresarial por lo que recurren a contratar a distancia a los diseñadores.

El tema más complicado de esta investigación es la opinión en cuanto a la satisfacción de la demanda nacional, pero parece un tema que se puede aclarar en cuanto a las mismas respuestas pues todos los jóvenes profesionistas que están en el auge de su carrera de *freelancers* están de acuerdo en que los *motion graphers* que hay a la fecha en el país no son capaces de satisfacer la demanda de las empresas ya sea porque no hay el número suficiente o la calidad necesaria para que los empresarios dispongan. Sin embargo coinciden en que las grandes agencias, que no son muchas, son las que abarcan a la gran mayoría de clientes y son capaces de satisfacer la demanda del país o de las zonas centralizadas del país en su gran mayoría, pues otros asumen que la demanda solo se satisface en ciudades como el D.F., Monterrey y Guadalajara; empresas del interior de la república no pueden satisfacer sus necesidades pues los diseñadores del área se mudan a las grandes urbes en búsqueda de empleos y relaciones públicas.

Uno de los efectos secundarios de la falta de profesionistas de calidad o en número en esta área es como se mencionó antes, la contratación de *freelancers* o empresas extranjeras que puedan cumplir con las necesidades de los empresarios o incluso la contratación de extranjeros en empresas nacionales. Marte Hernández menciona que existen empresas en las que el 40% de los empleados en el área son extranjeros.

Por el contrario hay quienes no están de acuerdo con estas afirmaciones, asumiendo que la demanda nacional está completamente satisfecha bajo la existencia de diseñadores de calidad, lo curioso es que las dos personas que soportan esta perspectiva, son precisamente los entrevistados de Memoma Studio y MVS, dos de las más importantes agencias del país las cuales están clasificadas como las que absorben todos los clientes del país, sería normal bajo esta perspectiva pensar que la demanda es satisfecha pues ambas tienen un amplio personal. Con ello las respuestas encajarían en dicha realidad, en que las

empresas grandes absorben a los clientes más grandes mientras que los *freelancers* o PYMES cumplen con los pequeños.

Es importante recalcar que ni los entrevistados ni un servidor se refieren a las grandes empresas en un tono despectivo, al contrario, se habla precisamente de que han absorbido gran parte del mercado no por un interés de acaparamiento, sino porque los clientes han encontrado en ellos una comodidad y ya no requieren despegarse de ellos pues han satisfecho y superado sus expectativas, además, debemos considerar que dichas empresas cuentan con un departamento de Relaciones Públicas como en el caso de Memoma Studio en el que nos entrevistamos con la misma encargada de RPP a diferencia de las PYMES y *freelancers* que no cuentan con dichos especialistas y difunden su trabajo de una manera casi informal. Alfredo Rocha, expone el caso de una empresa en Veracruz, que requiere los servicios de esta área, tras buscar durante un tiempo, no encontró una sola persona en la localidad que pudiese cumplir con dicho servicio por lo que recurrió a una de las afamadas empresas en la ciudad de México para solucionar el proyecto cuando el ideal hubiese sido que un local resolviese dicho diseño.

Es por ello que hablamos de un tema de difusión, es probable que no es que no existan profesionistas de este ramo en Veracruz, probablemente sus métodos de difusión no eran adecuados y es por ello que la empresa no pudo localizarlos, lo contrario que sucede con las pocas empresas de renombre que existen.

Es muy probable que la estandarización e implementación del estudio de *motion graphics* en la carrera de diseño gráfico a nivel superior, no solo le dé nuevas perspectivas y herramientas a los futuros diseñadores, sino también mejorar la difusión de estos a la sociedad, la cual, al no ver una sistematización de dichos estudios, no le concierne o no se entera de que existe un personal adecuado y como localizarlo.

Únicamente Diana Serrano no está de acuerdo en que hacen falta más diseñadores en *motion graphics*, el resto opina que faltan diseñadores de calidad en el área y que su implementación podría mejorar en gran medida la situación actual en nuestro país y la difusión del diseñador en movimiento mexicano dentro de otros países.

Una de las preguntas más importantes en esta investigación, fue el cuestionamiento de si el diseño gráfico y los *motion graphics* están en efecto relacionados. Ya habíamos visto que la gran mayoría de los entrevistados son diseñadores, pues todos los entrevistados sean o no egresados de dichos estudios, están de acuerdo en la fundamental relación de dichas áreas, mencionando varios de ellos que los *motion graphics*, es un paso más de especialización para el diseñador y que toda la teoría ocupada por el mismo se aplica en nuevas plataformas y tecnologías que no deben ser menospreciadas, al contrario, deben implementarse, pues son la evolución natural del diseñador y un gran mercado que debe ser acaparado y no solo en cuestión de interés económico, sino acapararlo en buena medida con diseñadores de calidad y estudios bien estructurados en el área a lo que igualmente están todos los entrevistados de acuerdo. La implementación de dichos estudios, en la curricula del diseñador, impulsará la difusión de esta área, dará nuevas herramientas de trabajo, dotará de nuevas perspectivas y abrirá al futuro profesional a un área de interesantes posibilidades trabajo.

De hecho se mencionó dentro de los tópicos en las entrevistas que probablemente en México no se ha desarrollado tanto esta área a falta de una implementación a nivel académico oficial en nuestro país, ya que las pocas escuelas que existen, son cursos que no llevan una línea de estudio basada en el diseño gráfico y que terminan con técnicos en el área pero que no son capaces de tener una sensibilidad estética en cuanto a composición.

Las entrevistas en conclusión han dotado a mi investigación de forma y afortunadamente de un acierto en el motivo de investigación al acercar las teorías

a hechos explicados por especialistas reconocidos no solo en nuestro país sino a nivel internacional y que alientan a la continuación y aplicación de ésta investigación pues los resultados serán benéficos en muchos aspectos para el diseñador y su entorno profesional.

5.4. CONFERENCIAS

A partir del 9 de abril del 2013 se inició una serie de conferencias para los alumnos de artes visuales de la Universidad Autónoma de Querétaro incluyendo el campus San Juan del Río gracias al apoyo de directivos y coordinadores de ambos campus con el nombre *¿Qué es motion design?* Fig 1.



Fig1. Cartel realizado para conferencias *¿Qué es motion design?* 9 de Abril y 26 de Abril de 2013.

Dichas conferencias cumplían dos objetivos, por un lado, dado el aparente desconocimiento de los alumnos hacía el área de los *motion graphics*, aprovechar para dar a conocer un poco de que son, como funcionan y empezar desde la misma realización de la tesis una labor de enseñanza hacia los alumnos.

Los temas en la conferencia abarcaron desde los inicios e historia de los *motion graphics*, tipos, exponentes nacionales, tecnologías, una breve explicación del porqué de este estudio y finalmente se compartió un video de algunas entrevistas realizadas en la ciudad de México para después proseguir al proceso de preguntas y respuestas.

El objetivo clave de las conferencias era realizar unas encuestas a los estudiantes para recabar información acerca de su opinión respecto al tema, las respuestas serían más objetivas, dado que durante el evento se les daría un panorama del tema en cuestión permitiendo que sus respuestas tuviesen mayor sustento y por lo tanto, utilidad para esta investigación además de poder lograrse un avance de resultados mucho más rápido y con mejor respuesta.

Las conferencias del campus Querétaro fueron otorgadas en dos horarios en la sala de usos múltiples de la facultad de bellas artes el 9 de abril mientras que la contraparte de San Juan del Río dio lugar durante el evento del día del diseñador en el cual se otortgaron una serie de conferencias junto con varios talentos de nuestro país, el evento tuvo como nombre "Full Visual" el 26 de abril de 9 a 3 P.M., las conferencias llamaron tal atención, que se realizó una entrevista a diferentes medios de comunicación, quienes se encontraron interesados en la propuesta.

El contenido fue muy visual, durante toda la plática, se acompañó de una proyección de material reunido y montado con el fin de que los alumnos pudieran comprender de manera más clara los temas tratados, los videos abarcaban tanto materiales de *Reel* de los entrevistados, antiguos videos de los inicios de los *motion graphics* en 1940 en un viaje en el tiempo hasta la actualidad, y diversos

trabajos internacionales que ejemplifican todas las variantes y posibilidades de proyección que ofrece el área terminando con un corto montaje de las entrevistas realizadas en la ciudad de México a Diana Serrani y Francisco Quiles.

5.5 CONCLUSIONES DE CONFERENCIAS

Con estas conclusiones se deliberó diferentes interrogantes y teorías que tenía sobre esta investigación, siendo las respuestas de las encuestas una magnífica muestra del panorama que existe entre los alumnos de nuestra localidad, pues a fin de cuentas el interés por parte de ellos, es esencial para poder implementar una actualización pues ellos serán quienes la apliquen en un futuro y reciban la cosecha de este esfuerzo.

En la fig 2 se presentan los resultados de las entrevistas y encuestas los cuales arrojan los siguientes datos: de los 122 alumnos y 7 docentes el 99% comprendió el contenido lo que equivale a un total de 121 alumnos, es una tasa muy alta, pues a decir verdad, se obtuvo una excelente respuesta por parte de los alumnos quienes realizaron preguntas acerca del tema entre las que destacan la posibilidad de ofrecerles cursos pues su interés es grande por lo que solicitaron datos de contactos personales para seguir el proceso de esta tesis.

Los mismos 121 alumnos están de acuerdo con la implementación de los *motion graphics* en los estudios de nivel superior de diseño gráfico, ya sea como materias de licenciatura, diplomados o maestría. Cabe mencionar que dentro del apartado de comentarios, se recibieron palabras de aliento y felicitación por parte de los encuestados, quienes disfrutaron en gran medida el contenido compartido pues les pareció ágil y entretenido.

De igual forma los mismos estudiantes mencionados desean aprender esta tendencia, independientemente de que se implementen o no estos estudios, podemos esperar un estudio autodidacta por parte de algunos de ellos en quienes despertó un interés por esta nueva área de estudio posiblemente para su especialización futura.

El 1% negativo mencionado restante corresponde a un alumno quien no comprendió el contenido, no está de acuerdo con la implementación y por supuesto no quería aprender, pero, posiblemente, la primera pregunta anula las otras subsecuentes, pues, ¿cómo es posible que al no entender el contenido impartido este seguro de no querer aprenderlo o de no estar de acuerdo?, es por ello que termina siendo una respuesta un tanto sin sentido.

Todos los maestros y administrativos de la casa universitaria que presenciaron la conferencia, estuvieron de acuerdo con todas las interrogantes, lo cual es un gran paso para esta investigación y su posible aplicación, pues si los maestros están interesados y apoyan esta propuesta en cuanto a una actualización, podemos asumir una excelente disposición por parte del personal académico lo cual es un muy buen paso.

Una de las percepciones al iniciar la investigación, consistía en un aparente desconocimiento por parte de los alumnos de diseño gráfico hacia dicha área, pero el porcentaje de los encuestados que asintieron a su conocimiento fue superior al esperado contando con un 33% de alumnos que estaban enterados de dicha tendencia y un 67% que en efecto la desconocía.

Esta conferencia al igual que el resto de la investigación ha sido enormemente enriquecedora, pues se alimentado conocimiento, experimentado y disfrutando de una relación profesional inigualable.

Es una gran responsabilidad por parte no solo de la casa universitaria, la UAQ, responder a este interés y cabida académica que está creciendo entre los alumnos y el mercado de diseño, sino también todas las universidades oficiales del área, pues como hemos visto, no solo es un área con grandes posibilidades de desarrollo profesional para los estudiantes, también es un paso para el diseño y difusión mexicano en todo el mundo. Puede incluso ser un elemento vital en el proceso de evolución y valoración social del trabajo del diseñador en México.

Esta investigación ha dado más que satisfacciones y respuestas positivas en cuanto a las interrogantes, también ha logrado alimentar el deseo de 122 estudiantes y docentes que ahora comparten un nuevo conocimiento para que puedan compartir con otros colegas.



Fig 2. Infografía de resultado de las entrevistas y encuestas realizadas por los autores de la presente tesis. Año 2013.

VI. CONCLUSIONES

A lo largo de esta investigación se han encontrado un gran número de rastros del diseñador gráfico en la labor de los *motion graphics* como en sus inicios en los créditos de cine con el trabajo del diseñador gráfico Saúl Bass quien llevó el elemento gráfico del cartel a una composición audiovisual con elementos de tipografía, color y forma, lo que daría comienzo oficialmente al trabajo de *motion graphics*. Desde ese año podíamos comenzar a fundamentar el trabajo con los conocimientos teóricos del diseño gráfico. Se han citado a diversos escritores y diseñadores gráficos que han descrito una fuerte relación entre estas dos disciplinas. Dentro de los elementos básicos de la comunicación audiovisual se encontró al elemento gráfico como un vital desencadenante del mensaje convirtiéndose en uno de los elementos básicos de su teoría.

Los entrevistados en su gran mayoría son diseñadores gráficos que en algunos casos han descrito a los *motion graphics* como el siguiente paso evolutivo del diseño gráfico al ser una reciente tecnología de aplicación para los conocimientos del diseño gráfico lo que permite concluir que en efecto existe una importante pertinencia entre ambas áreas. Las empresas más importantes han reconocido que su vital interés en la contratación de personal en esta área durante su selección es el encontrar un buen nivel de creatividad en el diseño gráfico pues es lo más básico para poder realizar un trabajo de calidad en dicha área.

Al hablar acerca de la importancia que puede tener su implementación, encontramos una coincidencia de opinión entre los entrevistados quienes están de acuerdo en que puede mejorar la satisfacción y demanda de este rubro a nivel nacional e internacional así como mejorar su difusión entre estudiantes para impulsar el interés en ellos y conozcan también nuevos métodos y soportes del diseño que impulsarán su creatividad. De la misma manera representa una demanda laboral importante y bien pagada en nuestro país que debe ser aprovechada.

Los estudiantes presentes en la conferencia han mostrado un altísimo interés en aprender o conocer más acerca de esta nueva tendencia y desean poder obtener algún curso que impulse ese conocimiento en ellos.

Se ha mencionado que la infraestructura que presenta una universidad de diseño gráfico, poniendo como ejemplo el de la Universidad Autónoma de Querétaro es suficiente para satisfacer los requerimientos de instalaciones para poder incorporar estos estudios y más aún que en este caso, al encontrarse una universidad multidisciplinaria se pueden explotar dichos conocimientos para aumentar su riqueza y aplicación en los estudiantes quienes no serán los únicos en verse beneficiados, sino la sociedad misma al contar con una satisfacción de productos más atractivos para su comunicación. La universidad que implementé esta actualización igual podrá beneficiarse de un reconocimiento al ser una de las primeras a nivel nacional con contar con estudios de este rubro y dar el siguiente paso para los estudios académicos del diseñador gráfico.

El diseñador gráfico mexicano ha demostrado tener un alto potencial creativo y ha destacado a nivel internacional en esta área sin a la fecha haber encontrado estudios en nuestro país, podemos esperar que una vez se logre una implementación, el mexicano marcará de una manera más importante en el mercado internacional con su particular creatividad y métodos gráficos.

Los resultados en esta investigación han sido muy positivos al concretar las respuestas a las incógnitas pero aun en el caso que las respuestas hubieran terminado en una falta de pertinencia para la implementación de los *motion graphics* en los estudios de nivel superior, de cualquier manera la experiencia en esta investigación no habría dejado de ser enriquecedora.

VII. LITERATURA CITADA

- ¹ Frascara Jorge, Diseño gráfico y comunicación, Ediciones Infinito, Buenos Aires, Argentina, 2000.
- ² Samara Timothy, Design Elements, Rockport Publishers, Gloucester Massachusetts, 2007.
- ³ Arnston Amy, Graphic design basics, Sixth Edition, Clark Baster Publisher, 2012.
- ⁴ Shaughnessy Adrian, How to be a graphic designer, without losing your soul, Laurence King Publishing, 2005.
- ⁵ Fiel Peter & Charlotte, Graphic design for the 21st Century, Taschen, 2002.
- ⁶ Los motion graphics en el diseño gráfico.
(<http://revistaquadra.blogspot.mx/2010/09/los-motion-graphics-en-el-diseno.html>)
- ⁷ What is motion design? (motion-plus-design.com)
- ⁸ The history of motion graphics (<http://www.fastcodesign.com/1665198/the-history-of-motion-graphics-is-longer-than-you-think-video>)
- ⁹ Greene, David, Motion Graphics, How did they do that?, Rockport Publishers, 2003.
- ¹⁰ Andreau, Carlos Guillermo, El Impacto del motion graphics sobre el diseño gráfico. En el contexto de la Republica Argentina, Universidad de Palermo Vol.52 de Escritos en la Facultad, Buenos Aires, Argentina 2009.
- ¹¹ Los motion graphics en el diseño gráfico.
(<http://revistaquadra.blogspot.mx/2010/09/los-motion-graphics-en-el-diseno.html>)
- ¹² Curran, Steve, Motion Graphics, Graphic Design for Broadcast and Film, Rockport Publishers, 2000.

Frascara, Jorge (2006). El diseño de comunicación. Biblioteca de Diseño. Ediciones Infinito. página 174.

Lucas Pelissero (2000): Punto, línea y plano. Nociones básicas. página 4.

Definición de la palabra punto según el Diccionario de la Real Academia Española en su Vigésima segunda edición. Consultado el 3 de octubre de 2012.

Significado de la palabra diseño publicada en el Diccionario de la Lengua Española en su Vigésima segunda edición. Consultado el 1 de octubre de 2012.

Sancho Frías, José Amador. Tendencias, estilos y tipos de escaparates/José Amador Sancho Frías. Editorial Vértice, 2010. —228p.

Los motion graphics en el diseño gráfico.

(<http://revistaquadra.blogspot.mx/2010/09/los-motion-graphics-en-el-diseno.html>)

Curran, Steve, Motion Graphics, Graphic Design for Broadcast and Film, Rockport Publishers, 2000.

Andreau, Carlos Guillermo, El Impacto del motion graphics sobre el diseño gráfico. En el contexto de la República Argentina, Universidad de Palermo Vol.52 de Escritos en la Facultad, Buenos Aires, Argentina 2009.

The history of motion graphics (<http://www.fastcodesign.com/1665198/the-history-of-motion-graphics-is-longer-than-you-think-video>)

Greene, David, Motion Graphics, How did they do that?, Rockport Publishers, 2003.

What is motion design? (motion-plus-design.com)

Los motion graphics en el diseño gráfico.

(<http://revistaquadra.blogspot.mx/2010/09/los-motion-graphics-en-el-diseno.html>)

Arnston Amy, Graphic design basics, Sixth Edition, Clark Baster Publisher, 2012.

Ignacio Córdoba. "Cómo crear motion graphics." Editorial. GG, Año 2002, páginas 420.

José Marín Ildar "El negocio de la producción en video." Editorial Marco Polo, Año 2000, Páginas 335.

Richard Gleen S. "La postproducción y la filmación." Traducción por Samuel Micha. Editorial GG, Año 2005, Páginas 410.

BECERRA S. SALVADOR. PRODUCTOR: "La animación tridimensional como herramienta creativa para el diseñador gráfico." Duración: 90 min. (video).

Shaughnessy Adrian, How to be a graphic designer, without losing your soul, Laurence King Publishing, 2005.

Fiel Peter & Charlotte, Graphic design for the 21st Century, Taschen, 2002.

Frascara Jorge, Diseño gráfico y comunicación, Ediciones Infinito, Buenos Aires, Argentina, 2000.

Samara Timothy, Design Elements, Rockport Publishers, Gloucester Massachusetts, 2007.

Ferrés, J. (1994). El lenguaje audiovisual comunica las ideas a través de emociones. In J. Ferrés, *Vídeo y educación* (p. 92). Barcelona: Paidós.

Graells, D. P. (1995). *INTRODUCCIÓN AL LENGUAJE AUDIOVISUAL*. Retrieved junio 9, 2010, from peremarques.pangea.org/:
<http://peremarques.pangea.org/avmulti.htm>

Román, A. (2008). El lenguaje audiovisual y su relación con el lenguaje musical. In A. Román, *El lenguaje musivisual- Semiótica y estética de la música cinematográfica* (p. 77). Madrid.

RODRÍGUEZ DIÉGUEZ, José Luis (1977). Las funciones de la imagen en la enseñanza. Barcelona: Gustavo Gili.

SANTOS GUERRA, M.A. (1983). Imagen y educación. Madrid: Anaya.

Greyscale Gorilla (www.greyscalegorilla.com)

AWMotionTV (www.awmotiontv.com)

The Pixel Lab (www.thepixellab.net)
CGSociety (www.cgsociety.org)
2 Experts Design (www.2expertsdesign.com)
Books Google (books.google.com)
Hello Lux (www.helloluxx.com)
Dimension VFX (www.dimensionvfx.com)
Video Copilot (www.videocopilot.net)
C4D Tools (<http://c4dtools.net>)
Motion Works (<http://www.motionworks.com.au/>)
Recursos C4D ES (<http://www.c4des.com>)
TV GRAFX (<http://www.tvgrafx.com/>)
JAG4D (<http://www.jag4d.com/>)
CMIVFX (<http://www.cmivfx.com/>)
The C4D Base (<http://www.base80.com/>)
Mograph (<http://www.mograph.net>)
Memoma Studio (<http://www.memoma.tv>)
Hattori Hanzo (<http://www.hattorihanzo.tv>)

VII. ANEXOS

Se anexa al presente documento en formato de disco compacto los materiales generados durante la investigación y que representaron parte fundamental en el desarrollo por lo que le será de gran utilidad para ampliar la comprensión y alcance de este proyecto. Los anexos son:

- 1.- Cartel de presentación de conferencias.
- 2.- Cartel infográfico de resultados de investigación.
- 3.- Edición en video de conferencia Universidad Autónoma de Querétaro.
- 4.- Entrevistas grabadas en formato de audio.