

Editorial

Álvaro Sanchis y David Heras

Gráfica en movimiento

La imagen en movimiento, eje principal del séptimo monográfico de la revista de investigación Eme Magazine, es un tema tan sugerente como diverso. Nuestra portada, realizada y animada brillantemente por Edmon, es en sí misma una declaración de intenciones que nos adhiere al actual panorama de la comunicación en el que la imagen impresa y la digital animada conviven con absoluta naturalidad. La existencia de dispositivos móviles que caben en nuestros bolsillos, capaces de permitirnos consultar, reproducir y distribuir cualquier contenido multimedia, ha generado una tasa de consumo de contenido audiovisual nunca antes vista. Esto no solo ha transformado los formatos tradicionales de información y entretenimiento, sino también nuestros hábitos de comunicación, construyendo un nuevo lenguaje en el que la tecnología y los nuevos códigos sociales desempeñan un papel relevante.

El magnetismo que generan estos elementos animados está plenamente justificado: nuestra memoria genética nos predispone al sobresalto y a la atención ante cualquier elemento en movimiento que entre en nuestro campo visual. Es por ello que si bien su efectividad era más que patente en todo tipo de campañas de comunicación, especialmente en la publicidad, no ha sido hasta la eclosión de los dispositivos móviles inteligentes y la asimilación de los nuevos canales sociales cuando ha experimentado su mayor desarrollo, expansión y penetración en nuestro día a día.

La inclusión de pequeños clips audiovisuales en las plataformas sociales (como GIF o recortes de vídeo a modo de pieza o historia temporal) nos ha permitido enriquecer y matizar nuestro lenguaje, incluyendo aspectos como la ironía, el humor y demás emociones complejas sintetizadas en cápsulas audiovisuales que descubrimos y compartimos a través de la cultura meme en la que nos encontramos inmersos. Es también notoria la predominancia de elementos animados como tendencia en el ámbito del *branding* y el diseño gráfico. Cada vez resulta más habitual que los diseñadores gráficos otorguen una dimensión animada a sus trabajos para poder adaptarlos así a las exigencias de los nuevos medios. Hablamos por tanto de marcas dinámicas que varían según su entorno o de recursos visuales que a través del movimiento generan sistemas flexibles, adaptables y escalables a la actual multiplicidad de pantallas. Asimismo, cabría destacar que los medios que tradicionalmente se han valido de la imagen en movimiento se están viendo también transformados por estos nuevos usos. Desde la dirección de Eme Magazine queremos agradecer a todos los colaboradores su entrega y dedicación para lograr completar un número que esperamos disfrutéis los lectores tanto como lo hemos hecho nosotros preparándolo.