

# Work in progress: diseñando el movimiento

Work In Progress.  
Designing Movement

**Jorge Tortosa Barragán**

jorgemodik@gmail.com

**Palabras clave**

Motion design, motion graphics,  
animación, ilustración, diseño,  
motion, modik

**Key words**

Motion design, motion graphics,  
animation, illustration, design,  
motion, Modik

En este artículo hablo de los orígenes del *motion design* a la vez que destaco cuáles son los proyectos más innovadores hechos por los estudios más punteros actuales. Por otro lado, aprovecho para dar a conocer los proyectos que realizamos en el estudio MODIK, a la vez que nuestro nuestra metodología de trabajo.

In this paper, I will deal with the origins of motion design and will review some cutting-edge projects created at prominent motion design studios worldwide. In addition, I will analyse some of the projects created at MODIK as well as the phases of their creation at our studio.

**Full text available online:**

<http://www.polipapers.upv.es/index.php/EME/>

<https://doi.org/10.4995/eme.2019.11914>



Halloween Skull 2016, Jorge Tortosa

### ¿Qué es el diseño en movimiento o *motion design*?

Cada vez que me enfrento a la labor de explicar a lo que me dedico, me encuentro con la dificultad de definir al milímetro mi profesión. Soy diseñador gráfico y *motion designer*. A priori, la profesión de diseñador gráfico queda un poco más clara. Todos tenemos en mente las tareas que desempeña un diseñador. Bueno, todavía a algunos mortales no les queda claro.

El problema viene cuando toca explicar más al detalle mi perfil de *motionographer*, *motion designer* o animador, cualquier término es válido. En estos casos me ocurre que tengo que apoyarme con ejemplos muy claros para que mis potenciales espectadores vean claramente cuál es realmente nuestra profesión.

Si tuviera que describirlo en una sola frase, sería la siguiente: el *motion design* es la disciplina que utiliza el diseño gráfico y la ilustración, a los cuales aplica conceptos de animación, para crear piezas narrativas audiovisuales apoyadas sobre música y efectos de sonido.

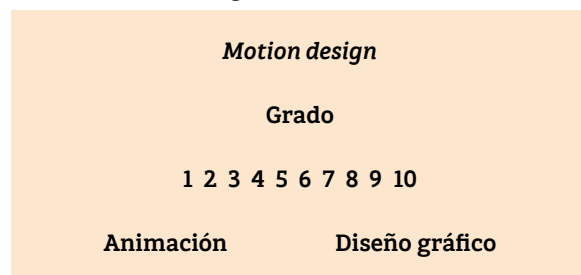
¡Guau!, dicho así suena profundo pero me gusta pensar y explicarlo de una manera más sencilla. Imagina una mesa grande. Sobre ella tendríamos: tipografías, fotografías o fragmentos de vídeo, unas ilustraciones fantásticas hechas por nosotros o por algún colaborador, una buena canción, algunos sonidos que nos dan ese toque especial a los elementos animados y algún que otro grafismo que funcione a la perfección. Bueno, pues el *motion design* es el ejercicio de crear una pieza audiovisual con estos elementos, para conseguir un proyecto que conecte con la audiencia.

Otro de los problemas que me encuentro es el de explicar las tipologías de *motion design*. Tratar de diferenciar claramente qué piezas se acercan más a la animación más clásica y cuáles se acercan más al mundo del diseño gráfico animado. En mi opinión si está más cerca del diseño gráfico, estamos hablando de un *motion design* más puro. También es verdad que hoy en día los estudios de *motion design* que comenzaron con un estilo más purista ahora realizan piezas más cercanas a la animación convencional. Realmente en la actualidad se entremezclan mucho los estilos, entre otras cosas por la transversalidad de los perfiles creativos y gracias también a la sofisticación de los programas que se utilizamos en el sector.

Un ejercicio que me gusta explicar a la personas que desconocen todo esto de lo que estamos hablando, es mostrar un pequeño esquema aclaratorio.

Si pensamos en una escala gradual, el grado 1 sería una tipología más cercana a la animación y el grado 10 sería una tipología más cercana al diseño gráfico animado.

Ya os adelanto que intentar clasificar de una manera tan racional esta disciplina es complejo, al fin y al cabo estamos hablando de proyectos creativos y muchas veces los límites no son fáciles de identificar. Así sería el la escala gradual:





John Whitney, Catalog, 1961

Creo que la manera más sencilla de entender esta escala será destacar algunos proyectos y así ir enfocando aún más esta disciplina. Algunos van a ser piezas universales que todos tenemos en nuestro imaginario, otros serán proyectos más desconocidos.

### Proyectos a tener en cuenta

**Comienzos.** Podemos decir que existen una serie de piezas hitos que son el comienzo del *motion design* o motion graphics. Con ellas se pasa de la narrativa del cine a algo más allá de esta narrativa. Fueron los primeros vídeos hechos en la década de 1920 por Walther Ruttmann o Marcel Duchamp, los que darían comienzo a este movimiento sin saberlo. Estos los podríamos englobar más el en ámbito de las artes plásticas pero al fin y al cabo hicieron uso de los mismos medios que otros vanguardistas y pioneros del sector del cine.

En este caso, piezas como *Anemic Cinema* de Marcel Duchamp, realizada en 1926, mostraría las primeras prácticas de grafismos en movimiento. En ella se ve claramente como los diseños hechos por Duchamp son animados, seguramente con la filmación de los propios diseños físicos y llevándolo a película de cine. Así conseguía crear un efecto audiovisual casi hipnótico. En esta pieza también la tipografía tendrá su peso narrativo.

Aunque el término motion graphics pueda parecer de invención contemporánea, ya se utilizaba cuando se empezaron a utilizar las primeras computadoras para generar grafismos en movimiento

experimentales. Uno de los precursores del uso de estas computadoras sería John Whitney con una de sus primeras piezas *Catalog*, 1961. De hecho fundaría su propia empresa especializada, a la cual la llamó precisamente Motion Graphics Inc., allá por el 1960. Whitney sería uno de los pesos pesados en la creación de títulos de crédito de cine junto a Saul Bass.

Pero si hablamos de títulos de crédito; en mi opinión, la disciplina que asentó el *motion design*, tenemos que hablar de Saul Bass. Se convertiría en uno de los maestros en crear piezas cargadas de maestría visual haciendo uso de grafismos, ilustración y tipografías en movimiento. Su perfil de diseñador tan conocido, haría que sus famosas secuencias de títulos de créditos le situaran como uno de los maestros del *motion design*.

Su trabajo incluyó secuencias de títulos para películas tan populares como: *The Man with the Golden Arm* (1955), *Vertigo* (1958), *Anatomy of a Murder* (1959), *North by Northwest* (1959), *Psycho* (1960) y *Advise er Consent* (1962), etc.

Otro de los ejemplos destacables sería los proyectos realizados por Pablo Ferro, diseñador gráfico y animador de títulos de películas también. Era conocido por su trabajo en películas como *Dr. Strangelove* (1964), *Woman of Straw* (1964), *The Russians Are Coming* (1966), *The Thomas Crown Affair* (1968), *Bullitt* (1968), etc.

**Tiempos más modernos.** Puede que Kyle Cooper haya sido el máximo exponente entre los precursores del *motion design*. Seguimos dentro de la especialización de títulos de crédito. Otro maestro

de la materia. El hecho de que estudiara diseño gráfico en la Yale School of Art, con un maestro como Paul Rand, intuyo, haría asentar los principios fundamentales del diseño gráfico tan presente en sus trabajos. En 1996, cofundó y creó la agencia Imaginary Forces y luego pasó a fundar Prologue Films en 2003.

Ha dirigido y producido más de 150 títulos de películas, incluyendo *Se7en*, uno de sus títulos más icónicos de sus comienzos. En este ejemplo de motion vemos la imagen, el vídeo, las tipografías dibujadas e incluso las distorsiones tan «marca de la casa». Otros trabajos que veremos con su firma serán títulos de crédito para películas como *Spider-Man*, *The Mummy*, *The Incredible Hulk*, *American Horror Story* o *The Walking Dead*, etc.

En cuanto a nuestra escala gradual y clasificación, podemos catalogar los proyectos de estos pioneros como Duchamp, Whitney, Saul Bass, Pablo Ferro o Kyle Cooper como grado 10. Puro diseño gráfico en movimiento. Más arcaicos y con sus limitaciones técnicas algunos y otros más sofisticados, gracias a las tecnologías más actuales.

Por lo tanto, me atrevería a decir, que los títulos de crédito son el arranque por excelencia de la disciplina del *motion design*. Se abre el debate...

**Actualidad.** Sin poder definir muy claramente un orden cronológico en los inicios del *motion design*, ya que algunos de los pioneros fueron contemporáneos, hoy por hoy sí que podemos clasificar los diferentes tipos de piezas realizadas por los estudios de *motion design* más destacables. Algunos de ellos más especializados en la animación 2D o 3D y otros en el *motion design* más purista. Esto lo seguiremos viendo con más ejemplos.

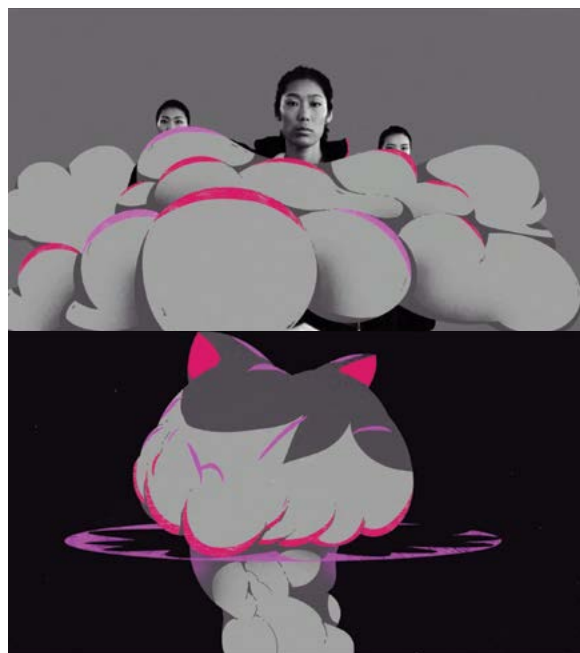
Si bien hasta ahora me he centrado más en la parte de los títulos de crédito, desde aquí empezaré a hacer mención a proyectos que tienen como objetivo satisfacer las necesidades de clientes finales para crear piezas de promoción de productos o servicios. Hablamos ya de publicidad en esencia.

Un ejemplo claro es Buck (USA), uno de los estudios más importantes del mundo en cuanto a *motion design* se refiere. Con clientela como Google, Apple, IBM, ADIDAS, Pepsi o KFC, ya os podéis imaginar la calidad y vanguardia que ofrecen. Y no es sólo calidad sino también diversidad. Aquí ya veremos indistintamente, proyectos situados entre el grado 1 y grado 10 de nuestra escala.

Destacaré cuatro piezas muy diferenciadas para seguir entendiendo este mundo.

### Adidas ZNE 3.0

En este proyecto vemos como han sabido conjugar perfectamente elementos como el vídeo, la ilustración



“First Step” ChildLine para NSPCC



de gran calidad, la tipografía y el diseño gráfico de pequeños detalles. Crearon para esta campaña una serie de cuatro piezas, cada una centrada en un tipo de deporte. *Motion design* de alto nivel. Esta pieza se aproximaría mucho a una animación «frame by frame», por ello la situaría en un grado 6.<sup>1</sup>

### First Step ChildLine para NSPCC

En esta pieza vemos como la tipografía tiene un peso muy importante en la narración. Se convierte en protagonista. Además, los grafismos realizados también en animación clásica. Situarla en un 4 sería bastante acertado.<sup>2</sup>

### The Adventures of Orange para Apperol

Una pieza hecha puramente con una técnica travelling de cámara y animación de pequeños

1. Adidas ZNE 3.0. <<http://buck.tv/#/work/project/17684/adidas-zne-3-0>> [Consulta: 29 de mayo de 2019]

2. First Step. <<http://buck.tv/#/work/project/11687/childline>> [Consulta: 29 de mayo de 2019]

detalles además de estar apoyada a nivel visual de una potente ilustración. Aunque es verdad que en la ilustración aparecen personajes y fondos, yo esta pieza no la situaría en un extremo, la dejaría en un grado 2. No vemos en ella, digamos, un animación tan convencional.<sup>3</sup>

### **Hand Cookin' para KFC**

Aquí sí que estamos situados en un lugar claro, en la pura animación, grado 1. El hecho de que sea una pieza realizada para un producto de consumo, el hecho de que sea publicidad, todavía nos situaría cerca del *motion design*. Que veamos un uso de imágenes reales del producto junto a una la ilustración delicadísima, todavía nos sigue dando la opción de mantenerla bien situada. Pero realmente, este sería un claro ejemplo de proyecto que se va volando a la disciplina más clásica de la animación 2D, como puedan ser las películas de Walt Disney.<sup>4</sup>

Dejamos atrás a Buck, buque insignia del *motion design*, para seguir hablando de otros estudios importantes en el mundo. Por ejemplo, podríamos destacar en otros a Giant Ant con su trabajo para Mailchimp ([www.giantant.ca/mailchimp-facebook-ads](http://www.giantant.ca/mailchimp-facebook-ads)), a The Furrow trabajando para Facebook ([thefurrow.tv/project/sid/273897019](http://thefurrow.tv/project/sid/273897019)), además de Oddfellows con su trabajo para Nest ([oddfellows.tv/work/nest](http://oddfellows.tv/work/nest)), para acabar con Chromosphere, el cual crea una auténtica maravilla como la de *Forms In Nature*<sup>5</sup>. Podría estar

3. *The Adventures of orange*. <<http://buck.tv/#/work/project/16585/aperol>> [Consulta: 29 de mayo de 2019]

4. *Hand Cookin'*. <<http://buck.tv/#/work/project/16776/hand-cookin>> [Consulta: 29 de mayo de 2019]

5. *Forms In Nature* <[chromosphere-la.com/case-study/forms](http://chromosphere-la.com/case-study/forms)> [Consulta: 29 de mayo de 2019]

nombrando infinidad de estudios y proyectos pero creo que ha llegado el momento de ir cerrando esta sección. La verdad, una pena para un insaciable coleccionista de proyectos de motion como yo.

A modo de conclusión diremos que gracias a los ejemplos nombrados, creo que ha quedado claro, qué es el *motion design* y cómo saber diferenciar sus tipologías.

### **¿Qué papel desempeña la ilustración dentro de un proyecto de *motion graphics*?**

La respuesta a esta pregunta es clara. Juega un papel fundamental, como lo juegan los actores en el cine. Sin ella, la mayoría de proyectos de motion no podrían narrarse. Como hemos visto, muchos de los ejemplos mostrados hacen uso de ella. Algunos con la intención más clara de que tengan el peso total de la pieza y otros sólo la utilizan como apoyo a elementos más cercanos al diseño gráfico.

Cuando tengo que dar una dirección creativa a un proyecto de motion en Modik, la ilustración tiene tal peso, que tengo que tener en cuenta dos factores muy importantes.

¿Qué estilo va a tener esta ilustración y qué técnica vamos a utilizar para animarla?

No podemos cometer el error de trabajar un tipo de ilustración si no hemos previsto la técnica adecuada para animar. Tenemos que ser capaces de sacarle la máxima narrativa al asunto.

No es lo mismo animar elementos geométricos vectoriales, que *collages* de fotos o dibujos con aspecto acuarelados.



Buck.tv para Apperol





Bucktv para KFC

### ¿Dónde podemos localizar *motion design*?

Es importante saber que aparte de las diferentes tipologías que podemos realizar en *motion design*, también es bueno saber que podemos aplicarlo en diferentes formatos. No siempre será necesario realizar vídeos como tal. También podemos encontrar un movimiento calculado al milímetro, con una dirección de arte muy concreta, en otros lugares, por ejemplo: en una web, una app o incluso en un insignificante banner digital.

Un ejemplo que me encanta destacar es la web [www.trumpdonald.org](http://www.trumpdonald.org) para una campaña política, o más bien anti-política, creada para hacer sátira de Donald

Trump. En ella podemos «trompetear», sobre el flequillo de Trump. Uno puede pensar, ¿motion en una web?, pues sí, en este tipo de formato vemos una intención clara de utilizar una fotografía de Trump, unos textos y un contador numérico que se va moviendo. Luego entonces, si aplicamos animación a estos elementos, en especial al famoso flequillo del archiconocido mandatario americano, pues conseguimos una pieza de *motion design* pero en un formato menos convencional. Pero para mí seguimos hablando de lo mismo.

Por seguir destacando, también podemos hablar de esas pequeñas animaciones cotidianas que todos vemos cada día en nuestro móviles. Por ejemplo, si los que utilizamos el navegador Google Chrome, hacemos uso de nuestra bonita voz para susurrar a nuestro





[www.trumpdonald.org](http://www.trumpdonald.org)

querido teléfono inteligente «OK, Google», éste mostrará una sencilla pero maravillosa animación de grafismos mientras recoge nuestro audio de voz. Un ejemplo sutil, escondido pero de alta calidad de movimiento. ¿Qué sería de nuestra vida sin estos pequeños detalles?.

Finalmente, por concluir, ¿cuántos de nosotros no está más que saturado de ver banners estridentes que parpadean, emiten luz, animan imágenes y textos de una manera más o menos tosca? Pues estamos en lo cierto, también es *motion design*.

## Modik

Es el momento de presentarnos nuestro proyecto profesional y casi de vida, a veces cuesta diferenciarlo. Modik es un estudio especializado en *motion design* y dirección de arte. En el 2010 Pilar Guerrero y yo fundamos el estudio. Desde sus comienzos, hemos pasado de realizar proyectos de *branding*, *packaging* y editorial, a producir, a día de hoy, proyectos de *motion design* a medida.

En su momento, nos dimos cuenta de que la demanda de *motion design* era tan alta por parte de nuestros clientes, que al final decidimos decantarnos y especializarnos en esta disciplina.

Mi rol en Modik es el de dirigir los proyectos de *motion design*, desarrollando la Dirección Creativa, además de producir tanto el diseño gráfico, las ilustraciones y las animaciones.

La estructura del estudio se construye de una manera colaborativa. Dependiendo de los proyectos en curso y de su complejidad, se amplía o se

compacta la red de colaboradores. Por otro lado, tiene mucha importancia la dirección creativa. Si se quiere dar un enfoque muy concreto con la ayuda de profesionales con un estilo propio, pues se colabora con ellos, codo a codo. Gracias a esta fórmula hemos creado un portfolio muy amplio y versátil. Nuestra intención es proyectar una imagen más de agencia de motion, que de un estudio con estilo muy marcado.

## ¿Cuál es nuestro proceso de trabajo en un proyecto de *motion design*?

Cuando llega un encargo de motion al estudio por parte de un cliente, lo primero que necesitamos confeccionar es un buen *briefing*. Con él sabremos si vamos a tener que realizar un proyecto integral o solo parte de él.

Podemos trabajar con clientes finales, los cuales no suelen tener desarrolladas ninguna de las fases. También trabajamos con agencias de publicidad, las cuales suelen tener más claras muchas de las partes necesarias para este tipo de proyectos. Nos encargamos del resto. Por otro lado, cuando se trabaja con organismos públicos, solemos recibir unas especificaciones técnicas y requisitos mínimos, el resto es cosa nuestra.

Si nos contratan para realizar un proyecto de motion global, realizamos estas fases.

**Dirección Creativa:** gestionamos la conceptualización, la idea, el mensaje.

**Guión:** creamos la palabra, el mensaje textual, la historia.



Estudio de gama cromática para Alain Affelou realizado por Modik.



Modik para BlueBlock de Alain Affelou. Ilustración de Alex Grima.



**Estilo de animación:** nos facilita mucho que el cliente entienda nuestras intenciones cuando localizamos piezas propias o de otros estudios. Así podemos referenciar el tipo de proyecto que queremos ofrecer.

**Dirección de arte:** nos encargamos de la parte visual, de solucionar gráficamente el mensaje, de dar forma. Se buscan recursos que aporten un valor añadido al concepto y a la idea.

**Ilustración:** si decidimos que el proyecto va a tener gran carga de ilustración, proponemos el estilo. Si queremos contar con alguno en concreto, colaboramos con ilustradores más específicos.

**Styleframes:** decidimos el aspecto final del proyecto y lo mostramos en estático al cliente.

**Música y sonido:** se selecciona la música que vamos a utilizar, aunque ya hayamos adelantado parte de esta decisión en la fase de dirección creativa.

**Animática:** se empiezan a animar los elementos de una manera estructural. Marcando los tiempos, el tipo de animación, los movimientos de cámara. En definitiva, movemos los grandes bloques. Sincronizamos la música.

**Animación:** movemos los elementos con una técnica u otra. Podemos animar *frame a frame*, en *stop motion*, introducir algo de animación 3D, o realizar movimiento de grafismos y tipografías. Podemos animar personajes, objetos o simplemente formas abstractas. La técnica al servicio del concepto.

**Proyecto final:** el cliente recibe su pieza lista para empezar a promocionar.

Este sería en resumidas cuentas nuestro método de trabajo.

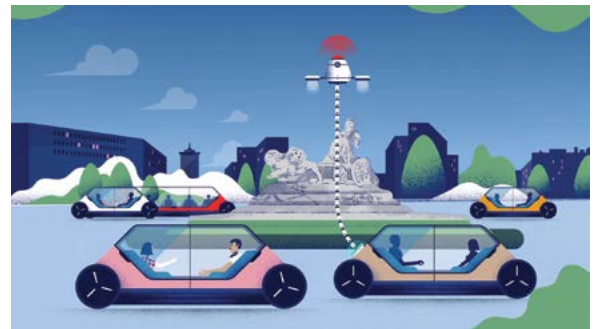
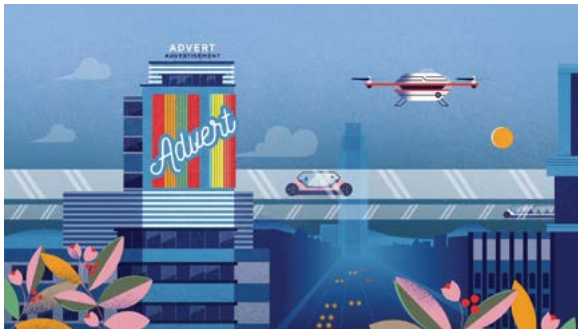
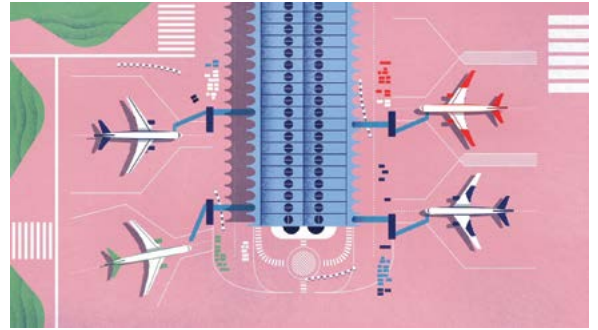
### ¿Qué se está cocinando en el mercado?

A modo de conclusión, me gustaría comentar cuáles son las tendencias del mercado y qué detectamos en el día a día de nuestro trabajo, qué se cuece en el mundillo.

Por un lado, los avances de las herramientas de las que nos nutrimos los que nos dedicamos a este sector, evolucionan rápidamente. Hoy en día podemos generar fluidos, humo, masas de personajes, automatizar animaciones con plugins, etc. En mi opinión, esto hace crecer la riqueza creativa. Cuantas más herramientas, más capacidad vamos a tener para narrar. Como siempre, la idea por encima de la tecnología, pero si la tecnología hace que tu idea corra más rápido y vuele más alto, mejor que mejor.

Por otro lado, vemos claramente cómo lo digital se convierte en nuestra segunda piel. En este entorno, en concreto en un Internet global, según las estadísticas, en 2019 el vídeo en línea supondrá el 84 % de todo el tráfico en Internet. ¿Qué nos indica esto?, que los que nos dedicamos al *motion design* tenemos un mercado muy interesante para seguir creciendo. Es el momento de explotarlo al máximo.

En definitiva, el *motion design* todavía sigue en movimiento.







### **Jorge Tortosa Barragán**

Cofundador, director creativo y *motion designer* de Modik, un estudio especializado en *motion design* a medida.

Técnico fotomecánico de formación, ha ido sumando conocimientos a su paso por empresas especializadas en impresión y diseño. Esta experiencia adquirida en estudios de *packaging*, editoriales de arquitectura y comunicación gráfica, cambió su perfil inicial de fotomecánico, al de diseñador.

En 2010 funda Modik, junto a Pilar Guerrero. Desde los inicios del estudio, pasa de desarrollar proyectos de *branding* y *packaging*, a cambiar radicalmente su perfil por uno más centrado en lo audiovisual. El *motion design* es a día de hoy, la disciplina en la que centra sus máximos esfuerzos. Se convierte en el servicio estrella de Modik.

Algunos de sus clientes son: Unesco, FAO (United Nations), Ayuntamiento de Madrid, Generalitat Valenciana, Universidad Carlos III de Madrid, Centro Nacional de Golf, WWF, Fundación SASM, Joyerías Suarez, Viesgo, Alain Afflelou, Harper's Bazaar, entre otros.

Además, compagina su labor de director de proyectos y *motion designer* en Modik, con la de ser profesor en [www.domestika.org](http://www.domestika.org), donde crea cursos de formación en línea, especializados en *motion design*.