

El diseño en los medios audiovisuales

Mtro. Alejandro Tapia Mendoza
Departamento en Teoría y Análisis, UAM-X



En 2011, el museo Cooper Hewitt de la ciudad de Nueva York realizó una exposición titulada *El diseño gráfico: hoy en producción*, curada por la diseñadora Ellen Lupton y Andrew Blauvelt, donde se mostraba el amplio abanico de posibilidades que existían hoy para el trabajo de diseño gráfico, que van desde la caligrafía manual hasta la impresión digital o desde las formas complejas de la identidad hasta el diseño de movimiento que se da a través de las pantallas en distintos dispositivos y contextos, involucrando los lenguajes audiovisuales. Dicha exposición resultaba pertinente no sólo porque mostraba cómo los géneros del diseño de la comunicación por medios visuales se ha abierto considerablemente, sino también porque para hacerla se habían considerado situaciones y soluciones dadas por distintas culturas en distintos momentos. Así, había por ejemplo carteles elaborados en México, Argentina y Holanda, algunos impresos y otros realizados para pantallas dinámicas, pero también soluciones tipográficas, infográficas o señaléticas realizados en la India, China, Canadá o Brasil, además de EUA, tanto en medios tradicionales como en los digitales.¹ La apertura cultural que caracterizaba a esta exposición coincidía también con la diversidad tecnológica, que parece ser una característica inherente a la escena contemporánea. Para evaluar al di-

seño gráfico ya no es posible considerar sólo los formatos fijos, sino que el movimiento ha pasado a ser parte de su desarrollo, ya que el trabajo de prefiguración y realización para la comunicación, que era característico de los medios impresos, hoy se realiza también a través de una evidente expansión de los medios audiovisuales, donde los diseñadores realizan un trabajo significativo para nutrir los distintos contextos históricos y sociales en los que éste ejerce su influencia: esto es, señalar, informar, argumentar, identificar o hacer leer, las cuales son acciones que hoy competen a los diseñadores a partir no sólo de los recursos tradicionales, sino del movimiento y el sonido.

Buena parte del espectro que mostraba esta exposición se debe por supuesto a las posibilidades comunicativas que ofrecen las pantallas hoy en día a los diseñadores, especialmente mediante el desarrollo del *software* y el manejo del código, que han hecho aparecer nuevos contextos y formatos para el diseño de la comunicación gráfica, así como nuevos métodos de trabajo que están implicados en la diversidad de plataformas que se han

Figura 1: *Graphic Design: Now in Production*, presentada por el Museo Cooper Hewitt, en la Ciudad de Nueva York en 2011.



¹ Ian Albinson, Rob Gianpietro, Jeremy Leslie, Armin Vit, Andrew Blauvelt, Ellen Lupton, Steven Heller y Peter Hall, *Graphic Design: Now in Production*, Minneapolis, 2011.

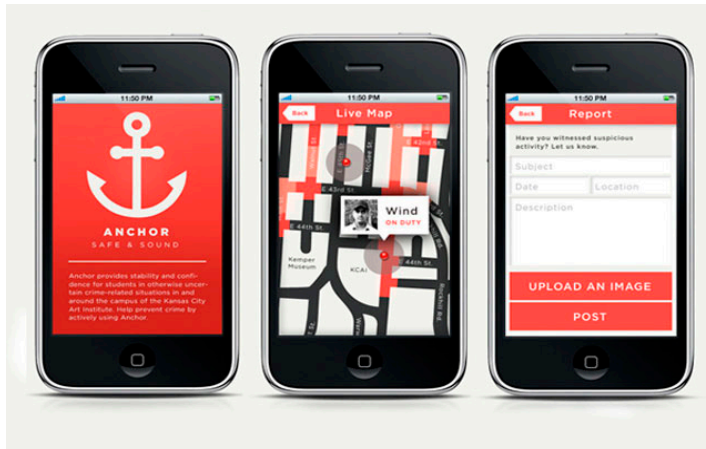


Figura 2: Anchor iPhone: App para campaña relativa a la prevención del crimen en campus escolares, desarrollada por un estudiante en Kansas City en 2009.

vuelto exigencia; ese es el caso de los dispositivos electrónicos, las apps, los movimientos de pantalla de las computadoras, los anuncios en las calles, los tableros de instrucciones, redes sociales, los sitios web o las soluciones gráficas dinámicas que están presentes en señalizaciones urbanas, en diversos tipos de infografías y también en los dispositivos museográficos de las exposiciones, además de los films o las animaciones (no sólo la animación tradicional, sino los nuevos formatos informativos como el *motion graphics*).

¿Qué es lo que sucede en estos formatos que han expandido la noción de diseño gráfico? Lo primero a señalar es que, como señalaba Marshal McLuhan, los medios son extensiones de nuestros sentidos y, en ese sentido, su lectura está moldeada por la naturaleza de nuestras experiencias como humanos, por la forma en que elaboramos significados y les damos forma a través de recursos que podemos operar a partir del cuerpo.² Una página impresa por ejemplo retiene el desarrollo de nuestro pensamiento en el tiempo, a través de los dispositivos visuales de la escritura, que sincroniza lo anterior con las posibilidades de nuestra vista. En el diseño audiovisual los recursos se amplían, entra por ejemplo la noción de montaje, la elaboración de inferencias a partir de secuencias espacio-temporales, la narratividad dinámica como forma de

² Marshal MacLuhan y Quentin Fiore, *El medio es el masaje, un inventario de efectos*, Paidós, Buenos Aires, 1969.

visualización de los contenidos o el sonido como lenguaje que se sincroniza con los textos escritos o las imágenes, pero el principio sigue siendo el mismo: generar contenidos en función de la apelación a nuestros sentidos (partiendo de sus propias contingencias) y a nuestras propias circunstancias culturales y sociales. En la escena contemporánea, la cultura digital ha hecho posible que buena parte de nuestros dispositivos de comunicación se construyan a partir de la multisensorialidad, pero se trata de una multisensorialidad que necesita estar sincronizada adecuadamente a partir del valor de los contenidos dentro del contexto en los cuales las piezas aparecen. Este es el caso por ejemplo de las formas de diseño dinámico y sonoro que aparecen en nuestras interacciones con los teléfonos celulares, que necesitan hacernos comprender que nuestro dispositivo está siendo cargado sin generarnos angustia: ello implica la investigación del usuario en términos de los sonidos, imágenes y movimientos que son propicios tanto para la función cognitiva como la dimensión emocional que esa acción requiere. Esto es, el diseño audiovisual es investigado también por su adecuación retórica, que es la base de su configuración comunicativa.

Desde luego, el trabajo de los diseñadores audiovisuales parte de la incorporación de las habilidades relativas a las interfaces hombre-computadora, los temas de la interactividad, la hipertextualidad y los lenguajes multimedia, que implican la conexión entre distintos sistemas de *software*, pero tales herramientas tienen que ser apreciadas en su doble determinación como herramientas técnicas y como procesos conceptuales; lo anterior porque está en juego la calidad de la información y de las argumentaciones que surgen en las aplicaciones proyectuales. Los diseñadores pueden trabajar con dibujos fijos y móviles, con caracteres escritos o personajes, con fotografías y *films*, con producciones de video o con música, con sistemas de iluminación o con herramientas de diseño sonoro, buscando siempre que la lectura dinámica sea significativa.

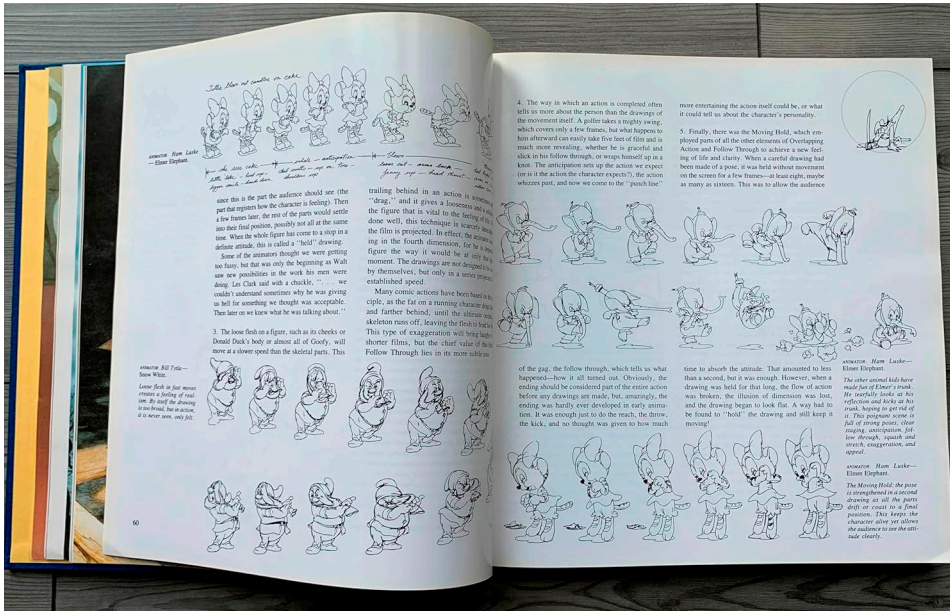


Figura 3: The Illusion of Life: Disney Animation, Disney Editions.

Un particular elemento que entra dentro de la discusión teórica reciente a propósito del diseño audiovisual es el del movimiento, algo que no estaba considerado plenamente en el diseño gráfico tradicional. Una aportación reciente es la tesis de doctorado en filosofía realizada por Daniel Joseph Liddle, de la Universidad de Purdue, en Indiana, quien ha explorado a partir de la retórica las cuestiones involucradas con lo que él llama *Motion Design*; esto va más allá de la animación y se enfoca en los sistemas de lectura técnica y profesional que está presente en los escenarios actuales y donde el movimiento de las imágenes gráficas juega un papel crucial³. Liddle señala que si bien la animación y su confluencia con el cine habrían sido considerados como una de las dimensiones del diseño desde hace tiempo, lo cierto es que la animación no ha dejado de verse como un divertimento poco serio o poco significativo en términos de su sustantividad comunicativa, sobre todo cuando es asociada con el entretenimiento más que con la comunicación. El panorama, sin embargo, es más amplio

hoy que hace 50 años y el movimiento se ha desplazado a muchas otras posibilidades, de ahí que surja la necesidad de su teorización consistente.

Liddle señala que el único punto de partida que existía al respecto, desde los ochenta del siglo pasado, era el conocido libro de Thomas y Johnston, que establecía *los 12 principios de Disney* para la elaboración de animaciones⁴. Si bien ese material, ampliamente conocido y citado por casi todos los animadores, es una primera aproximación a las leyes morfológicas del diseño de imágenes en movimiento, lo cierto dirá Liddle es que la exposición es más bien coloquial, escrita por dos animadores que recapitulaban su experiencia en la compañía en la que habían trabajado. Tales principios son poco consistentes: primero, porque no analizan las razones por las que las pautas que proponen resultan relevantes para el lector; segundo porque no consideran todos los casos posibles (de hecho hay muchas animaciones que en secuencias específicas desdican algunos de esos principios); tercero, porque sus definiciones están hechas con criterios distintos, lo que no permite establecer una regularidad. Hay

³ Joseph Liddle, *Beyond Animation: Toward a Rhetoric of Motion Design for Technical and Professional Writing*, Tesis de doctorado en Filosofía de la Universidad de Purdue, West Lafayette, Indiana, 2018.

⁴ Ollie Johnston y Frank Thomas, *The Illusion of Life: Disney Animation*, Disney Editions, Nueva York, 1981.



Figura 5: Exposición
Graphic Design: Now
in Production.
En: Walker art Center,
Minneapolis, 2011.



incluso un principio que sólo se aplica a la animación hecha a mano, mientras que hoy se realiza a través de procesos tecnológicos. Liddle señala entonces cómo otras investigaciones han intentado conceptualizar mejor esos procesos, pero de hecho –a partir de un análisis más consistente centrado en la retórica (es decir, en la sintonía que el movimiento establece con el usuario)- él mismo propone una nueva categorización, que pasa por la definición de la personalidad y el afecto, la coreografía de los movimientos, la presencia y la accesibilidad, que son fenómenos que están presentes en cualquier práctica de *diseño de movimiento* y que se tienen que considerar como fundamentales en todo proyecto.

Pensemos, por ejemplo, en el trabajo de diseño que aparece en la entrada de las películas y series de televisión. El diseño no sólo funciona en la aplicación de los créditos, sino que ya de suyo las animaciones estructuran una narrativa visual que metafórica los propios contenidos temáticos con los que esos materiales están hechos (hay diseñadores de animación especializados en ello). En esos casos, el orden temático estructura la índole de las imágenes ilustrativas, así como el movimiento establece los modos dramáticos y el tono

cognitivo-afectivo en que dicha exordio o introducción deberá ser percibida, de modo que el diseño audiovisual pasa a ser parte integral de lo cinematográfico; ni que decir del videoarte o del video mapping, donde la interpretación dinámica vincula lo visual con el movimiento de forma inherente. Liddle señala que dichos fenómenos requieren estudio y análisis precisos. Si el diseño gráfico editorial, por ejemplo, estableció los principios que le dieron consistencia a lo largo del tiempo para configurar los escenarios de lectura profesionalmente (las retículas, las tipografías, el espaciado, el alineamiento, la composición, el interlineado o la jerarquización), hoy de lo que se trata es de integrar en ese mismo sentido una comprensión de las dimensiones cognitivas y afectivas que están presentes en el diseño de movimiento, pues las soluciones propicias no dependen sólo de la vinculación entre “tecnología y creatividad”, sino que la estructuración de la comunicación depende de la comprensión de los lenguajes involucrados, las políticas de la plasticidad y la capacidad de afrontar los escenarios complejos.

Un buen ejemplo de lo anterior fue el caso de la campaña realizada en México ante el Covid con el diseño del personaje de Susana Distancia (SD), que fue difundido a través de carteles impresos y mensajes digitales para las redes sociales, así como en videos y animaciones realizadas con la técnica del motion graphics. Aunque la urgencia de una campaña era muy necesaria ante la contingencia, lo cierto es que SD no logró los resultados esperados, pues el diseño del personaje trivializaba el problema y establecía unas pautas de lenguaje que hacían poco probable la identificación del público con la argumentación propuesta y se volvió

Figura 5: Proyecto de video elaborado por los alumnos y alumnas del Área de Medios Audiovisuales, para Teatro Sin Paredes, A.C, culminado en 2020.





Figura 6. *No los olvides, si te olvidan*, Motion Graphics elaborado por los alumnos y alumnas del Área terminal de Medios Audiovisuales de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica, UAM-Xochimilco, culminado en 2020. El proyecto fue elaborado con la temática de Alzheimer México, I.A.P.

rápidamente una idea más bien satirizada que lograba poca identificación.

Los diseñadores audiovisuales tienen que trabajar con los escenarios comunicativos a partir de las técnicas, pero también de la comprensión de los usuarios, de las situaciones concretas en las que se dan los procesos de lectura e interpretación, lo que implica la investigación y la problematización de los guiones (las instancias de la prefiguración) que respaldan las propuestas narrativas y argumentativas de sus proyectos. En el área de Medios Audiovisuales de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica de la UAM-X, hemos trabajado a ese respecto desde hace varios años; se ha emprendido con nuestros alumnos métodos de trabajo que consideran esas variables, desde la investigación de los demandantes y la pertinencia de sus fines sociales, hasta los detalles más específicos de la creación de personajes, diálogos, movimientos y elementos del diseño sonoro. Gracias a la aportación del profesor Jaime Carrasco Zanini, especialista en teoría dramática y animación, Bruno de Vecchi Espinosa de los Monteros, en hipertexto, comunicación y lenguaje audiovisual, Felipe Maya Bernal, en medios digitales, video y argumentación, Armando Alva Lomelí, diseñador de movimiento y Armando Suárez Salazar, en *software* específico para el ámbito audiovisual, más la configuración teórica que en común usamos para la elaboración de los proyectos, hemos logrado poner en acción distintos procesos, donde los alumnos enfrentan de forma propicia materiales

audiovisuales relevantes para las instituciones con fines sociales y culturales con los que trabajamos en nuestra Unidad. Los alumnos han realizado proyectos de video, animación 3D, 2D o motion graphics que han resultado muy relevantes para instituciones como la Secretaría de Salud, las organizaciones que trabajan con Adultos Mayores, con Alzheimer, con educación para la discapacidad o también para la difusión de la actividad teatral en México, para hablar sólo de los proyectos más recientes. El diseño gráfico audiovisual es sin duda una de las fronteras interesantes e intensas que están cobrando importancia en la comunicación contemporánea; hay una zona de trabajo amplia para ello en el ámbito de la cultura y la educación, lo que es importante también para saber que ese trabajo no sólo se finca en la publicidad y el entretenimiento. Los gobiernos y las instituciones sociales requerirán en el futuro de nuevos desarrollos en este campo en el futuro y las universidades públicas debemos estar preparadas para ello.



Referencias

- Albinson, Ian, Gianpietro, Rob, Leslie, Jeremy, Vit Armin, Blauvelt, Andrew, Lupton, Ellen, Heller, Steven y Hall, Peter, *Graphic Design: Now in Production*, Minneapolis, 2011.
- Johnston, Ollie y Thomas, Frank, *The Illusion of Life: Disney Animation*, Disney Editions, Nueva York, 1981.
- Liddle, Joseph, *Beyond Animation: Toward a Rhetoric of Motion Design for Technical and Professional Writing*, Tesis de doctorado en Filosofía de la Universidad de Purdue, West Lafayette, Indiana, 2018.
- MacLuhan, Marshal y Fiore, Quentin, *El medio es el masaje, un inventario de efectos*, Paidós, Buenos Aires, 1969.