

Introducción

¿Por qué escribir sobre el **After Effects** en relación con el diseño contemporáneo? Muchas son las motivaciones que me inclinan a hacerlo, puedo enumerar dos principales:

1. La defensa de la tecnología ante cierta resistencia que tienen algunos DGs de la antigua escuela (cada vez son menos) a los programas de diseño. Hoy por hoy el desconocerlos, puede marcar la diferencia entre trabajar de lo que disfrutamos hacer, o de cajero en un supermercado (con el debido respeto de los mismos).
2. La gran cantidad de trabajos que observo realizados con este programa, en parte o en su totalidad. Y la influencia del mismo en la estética de las piezas realizadas.

Algún camarada tecnológico me dirá, porqué no incluyo a Flash en este análisis, ya que también tiene una gran influencia en los diseños audiovisuales contemporáneos... en especial los interactivos (internet, por ejemplo) a lo cual solamente puedo responder que es otro tema, más amplio que este, que merecería un trabajo dedicado estrictamente al mismo.

Algún otro camarada de la *old school* me dirá también que el AE (como tantos otros recursos) ha permitido que el diseño lo realice cualquier idoneo informático, que carece de conocimientos mínimos de orden visual; al cual le responderé, humildemente (aunque no lo parezca) que es debido a que los DGs les dejamos el terreno abierto, al desconocer el manejo (o por lo menos el potencial de uso) de este programa.

Ahora bien, me propongo realizar esta monografía, utilizando ejemplos que empleen este programa en su realización. Casi todas (si absolutamente, casi todas) las piezas audiovisuales que vemos por los medios masivos de comunicación, tiene al AE de por medio. También utilizaré algunos ensayos de otros profesionales. Los cuales son escasos, debido a la falta de escritos sobre esta temática, me atrevo a decir que por un falso temor de ciertos diseñadores (me incluyo entre ellos) que prefieren generar una incógnita sobre la realización de sus trabajos. Tenemos muchas veces miedo de que el cliente sepa que realizar esa pieza audiovisual nos llevó un día de trabajo frente a la *compu*; creyendo que por eso nuestro trabajo es

menos valorable, todo lo contrario, toda la aplicación de conocimientos a esa herramienta hacen del trabajo una pieza que solamente puede ser lograda por un comunicador o el trabajo en conjunto de él con un idóneo en el uso del **After**. El trabajo del diseñador está en su mente, mientras que los tiempos de realización, conociendo en gran medida el AE, se acortan a límites impensados.

Este trabajo no va a ser un manual de **After**, o una defensa plena de la utilización del mismo en todas las piezas audiovisuales, sino solamente, que tratará de fundamentar la necesidad de saber su potencial, y el conocimiento de las estéticas contemporáneas que definió.

Considero que este ensayo va a ser útil al DG que desconoce esta tecnología, y a aquellos de la *old school* que definí más arriba. También desmitificará (o intentará hacerlo) el empleo de ciertos recursos/herramientas/plugins en el proceso de diseño.

Empezaré con una fundamentación sobre cómo influye la tecnología en los trabajos de Diseño, definiendo estéticas, recursos gráficos, tiempos de realización, entre otros factores.

El Comunicador y la tecnología

Desde que el mundo es mundo, la tecnología ha influenciado en el comunicador de turno. Desde los pigmentos utilizados por el artista de Altamira, hasta la *moderna* PC o Mac. Podemos citar a Muglia cuando nos ejemplifica esta teoría al comparar nuestra profesión con la arquitectura *“Cuando los arquitectos del siglo XX habían por fin asimilado las estructuras de hierro, el hormigón armado vino a destronar nuevamente lo establecido y normalizado, con el consecuente cambio... en lo estético.”*¹

Por ejemplo, el utilizar estructura de hierro (torre Eiffel) o de hormigón armado (torres Petronas), limita o amplía (según se quiera ver) la estética de la obra. Volviendo a la gráfica, dependiendo del método de impresión (offset, tipográfico, serigrafía, flexográfico, rotograbado, entre otros) voy a tener distintas posibilidades/limitaciones. En resumen, la herramienta tecnológica a utilizar para resolver una pieza comunicacional, influye directamente en la pieza misma. Podría atreverme también a afirmar con Muglia *“...la tecnología puede subsistir sin la existencia de un profesional del diseño. Mal que nos pese, un libro puede imprimirse sin la intervención de un diseñador, pero la relación inversa es imposible. El diseñador depende de su interpretación y dominio de la tecnología para que su trabajo pueda llevarse a cabo.”*

Ahora vayamos a la pieza tecnológica por excelencia de fines del Siglo XX y principios del XXI, la computadora (u ordenador, como gustan llamarla nuestros amigos ibéricos). Ese artefacto ha modificado, para mejor, la forma de trabajar del DG. Simplificando la salida hacia la pre-prensa y más importante aún el manejo de la tipografía. Antes debíamos limitarnos a los tipos de plomo que poseía nuestra imprenta amiga, hoy las posibilidades tipográficas son infinitas. Y así podría enumerar miles de ejemplos.

Avancemos hacia la tan mentada multimedia, sin la computadora actual, nos sería imposible resolver las piezas audiovisuales, basta solo recordar, los tiempos de producción de una animación a lo Walt Disney (cuadro a cuadro) en comparación con Dreamworks (Shrek, es un buen ejemplo)

¹Pág 11. Atención recto y sinuoso, Andrés G Muglia, Crann ediciones, 2005

La ampliación de los campos de acción de un DG

Día a día, son más indefinidos los límites de la profesión de un Diseñador en Comunicador Visual (DG para los amigos). Se encargan tanto de armar el programa y afiche para una obra de teatro, cómo el diseño de la interfaz audiovisual de un reproductor MP3, como el panel de navegación de un avión supersónico. Hoy por hoy, es cada vez más común ver que DGs resuelven publicidades televisivas o videoclips musicales. Esto fuerza al diseñador a conocer cada vez más teoría, que le escapa a su formación original... y esto nos lleva al After Effects.

Pongamos un ejemplo tenemos un cliente al cual le hemos hecho toda la identidad corporativa, la pág. Web, las publicidades gráficas, etc y desea irrumpir en la televisión con la misma idea comunicativa que utilizamos en las publis impresas; ¿le vamos a decir?: *-lo siento, señor X, pero eso escapa a nuestra materia*, aunque si lo hacemos, es muy posible que el cliente deseé que la misma persona le resuelva todas las comunicaciones. ¿Qué hacemos luego de que el cliente se va? Nos agarramos nuestra cabecita e invocamos una alabanza a la madre que nos trajo a la tierra, luego empezamos a buscar a algún colega que posea el programa AE, ya que alguna vez hemos escuchado que sirve para “generar animaciones” editar videos o algo así (y mucho más agregó yo).

El fabricante lo define como un: ***“programa que es un standard de la industria para crear motion graphics y efectos visuales para films y broadcast. Es también ampliamente usado para mejorar otras producciones de video y para crear menus de DVD, gráficos web animados, y películas para aparatos móviles...”***²

² Adobe.com – fabricante del programa

Pequeña Historia del After Effects

El after effects surge en febrero de 1993 y fue originalmente creado por la Compañía de Ciencia y Arte en Providence, RI, USA. En Julio del mismo año lo compra Aldus co. Y finalmente en 1994 Adobe absorbe a esta última compañía. Acá detallo una pequeña tabla³ con las fechas y demás datos.

Fecha	Versión	Mejoras
1993, Febrero	1.0	Composiciones por capas con máscara, efectos, transformaciones, keyframes. Solo para MAC
1993, Mayo	1.1	Más efectos.
1994, Febrero	2.0	Ventana por tiempo, multi renderado, frame blending
1995, Octubre	3.0	time remapping, efectos múltiples por capa, motion tracker, motion math, importación de Illustrator, importer Photoshop como composición.
1996, Abril	3.1	Formatos de archivo, multiprocesos.
1997, Mayo	3.1 (win)	Primera versión para Windows, menus contextuales.
1999, Febrero	4.0 (win & Mac)	Ventanas por pestañas, mascarar múltiples, capas de ajustes, RAM preview, importación de Premiere.
1999, Septiembre	4.1	Flowchart view, watch folder, canales de efectos 3D.
2001, Abril	5.0	3D, expresiones, 16 bits por canal.
2002, Febrero	5.5	Render avanzado 3D, múltiples vistas 3Ds.
2003, Agosto	6.0	Paint, scripting, capas de texto, Soporte OpenGL
2004, Mayo	6.5	Split screen, presets de animación, manjo de partículas
2006, Febrero	7.0	Paneles en dock, 32 bits por canal, manejo de color, enlace dinámico con Premiere Pro, primera versión en español.
2007, Julio	CS3 (8.0)	Capas de formas, Puppet tool, brainstorm, clip notes.

Como vemos no es un producto reciente, aunque en los últimos 8 años se ha vuelto cada vez más famoso. Tengo que utilizar muchos términos en la lengua anglosajona, ya que no hay traducción exacta para los mismos.

³Wikipedia.com – History of the After Effects

¿Qué estéticas ha definido?

El **After effects** vino como anillo al dedo para animar las estéticas de moda de los últimos tiempos. Andrés Muglia, lo ejemplifica con el estudio Attik⁴, en argentina yo lo haría con Punga, InJaus, Mashinima, entre otros. En la que se generan numerosos símbolos, que tienen su razón existencial, por el capricho personal del DG de moda de turno.

Tratemos de ponerle nombre a estas estéticas visuales actuales.

- Elementos que *crecen* o se *dibujan* solos. Con una estética muy art nouveau.
- Imágenes planas que poseen máscaras y luego animadas, dan una ilusión de tridimensionalidad. Grandes zooms a imágenes.
- Elementos que se multiplican por si solos y parecen ser completamente diferentes, cuando en realidad es el mismo con transformaciones básicas.
- Palabras que van surgiendo por si solas.
- Pastiches de imágenes pop art animadas.

Sí, ya me imagino que estarás pensando, *“la gran mayoría de las piezas publicitarias poseen algún elemento de esas características”*.

Ahora bien, ¿Por qué se utilizan tanto estos recursos? La respuesta es muy sencilla, el AE permite resolverlos de manera muy rápida, solamente hay que tener la paciencia de preparar las imágenes a utilizar (enmascarar, por ejemplo) y son muy agradables a la vista; no me atrevo afirmar si por si mismos, o por su constante repetición.

Algún colega de la *old school* dirá, *-viste cómo la computadora termina manejándote y no al revés*, y puede tener razón en muchos casos, pero muchas veces estas estéticas pueden ayudar a la comunicación... por ejemplo una pieza de animación sobre botánica, que mejor, que el efecto de *crecimiento*, enunciado arriba. O por ejemplo para un documental en el cual carezco de toda filmación, y solo poseo fotos; que mejor que animar estas últimas para hacer más ameno el documental.

⁴Pág 125. Atención recto y sinuoso, Andrés G Muglia, Crann ediciones, 2005

Análisis de ejemplos

Pasaré a tratar de analizar algunos ejemplos que ejemplifiquen lo que he explicado arriba. Y desmitifiquen un poco su dificultad aparente de ser resueltos.

Empezaré con el **reel de Michael Saul**, un especialista en el manejo del After.

- Entre los segundos **1 ~ 15**; podemos observar primero el típico haz de luz, que semeja un spot de luz. En realidad es una máscara con un Gradient radial. Que está multiplicada encima; este tonto efecto (que yo utilizo muy a menudo) le dá un carácter estético muy grande simulando una dicrónica que genera sombra en las puntas de la pantalla. También vemos como aparecen objetos, desde afuera de la pantalla y poseen pequeñas animaciones (el espejo roto, la nariz del conejito) estos objetos en realidad son recortes de imágenes estáticas y tratadas como pedacitos de papel que se montan sobre un panel dándole movimiento a los mismos. También observamos dos videos montados (las manos barajando, y el truco de magia de levitación) los cuales también son tratado como pedacitos y se le pueden ordenar que se limiten a cierto *marco*.

- **A los 18"**: vemos como aparecen *plops*, como objetos que crecen... las distintas fotos recortadas, estas al estar superpuestas generan una idea de profundidad. Luego vemos como la misma flor aparece multiplicada de manera repetida en distintos movimientos, generando una textura animada, esto es muy común hoy en día, realiza una sola animación y se la multiplica en distintas posiciones, tamaños, y opacidades; dando la idea de que son todos objetos distintos que pertenecen a una misma *familia*.

- **En 23"**, vemos el típico efecto de crecimiento, tan abusivamente utilizado hoy en día, esto se hace muy fácilmente en AE, solamente hay que tener paciencia, se utiliza una máscara encima de la imagen que queremos que *crezca*. Esto se puede hacer fácilmente si poseemos una tableta digital (wacom por ejemplo) o simplemente con el mouse, con al cual el **After** toma nuestro recorrido, incluida la velocidad del mismo. Luego la duplicamos en distintos tamaños (animamos la escala de los mismos) y opacidades, para generar profundidad y tenemos nuestros elementos *autocrecientes*.

- **A los 36"** vemos como recurso común la animación de una luz, esto antes del After había que hacerlo con un programa de modelado 3D, con las complicaciones sabidas del caso. Esta luz se puede aplicar a cualquier objeto, animado o no, logrando una sensación de profundidad muy vista hoy día.

- **A los 46"** vemos la publicidad del celular, otra vez una imagen plana, (frente del celu) está animada y tratada como si fuera un objeto tridimensional. También podemos observar el fondo, que es una continua multiplicación de objetos y bandas comunes con distintas opacidades, hasta se puede ver la misma planta que crecía en el 23". Las palabras aparecen como los objetos del principio desde fuera de la pantalla o desde la nada con un simple escalado o difuminado (*blur*)

- **A los 56"** vemos de vuelta como una foto estática es des-construida en partes y luego estas últimas animadas.

- Pasemos al **1:10** en adelante, vemos lo de animar imágenes estáticas separando partes y dándole a cada parte enmascarada (recortada) una profundidad. Dando la idea de profundidad, es como armar una gran maqueta de cartón.

Ok este video que vimos, es una muestra de una ínfima parte de lo que se puede hacer con **After**, ahora pasemos a un par de casos comunicacionales concretos, dos publicidades de marcas líderes (coca cola y Visa) y la gráfica de un canal argentino de cable (Retro).

Tomemos (metafóricamente hablando) la publi de **Coca-Cola**, el tratamiento inicial de frases no presenta influencias del **After**, pero después la frase se deshace en burbujas (manejo de partículas, o simple objetos) y cuando vemos aquellas burbujas que son en realidad un mismo objeto duplicado y en distintos tamaños dando noción de profundidad, hasta que aparece la botella de coca que en realidad es una imagen plana, que pareciera que se *aleja* del primer plano, dando la idea de que se hizo un *zoom out* (cosa que se utiliza mucho con **After** para enganchar imágenes, una imagen dentro de otra y así sucesivamente, dando la idea de continuidad. ¿No les parece conocido, a lo que venimos hablando?

Pasemos a **Visa**, de lobo design⁵. Vemos un fondo fijo y pequeños personajes que están enmascarados y a los cuales se les mueve nada más que las extremidades como si fueran marionetas, en realidad están enmascaradas... se le pide a un ilustrador que dibuje los muñequitos y luego las cortamos y animamos como si fueran *puppets* (recordar la herramienta *puppet tool* de la última versión, que no requiere ni siquiera que enmascaremos) y luego montamos la imagen de visa (que puede ser un video) con un efecto pre hecho de cine y ya tenemos nuestra pieza animada concluida.

Concluamos con la gráfica de **Retro**, canal de cable del grupo *Claxson*, al cual *InJaus*⁶, le realiza todo el diseño. Podemos ver el *reel* inicial para ver un paneo general de lo hecho. Podemos empezar con el *bumper*, vemos como se concatena el visor de la cámara con el objeto en sí mismo, acá el fondo es una animación fija de circunferencias, y luego con el flash (pudo haber sido un efecto de flash del **After**, aparece el programa en cuestión con un efecto de revelado rápido sobre la foto.

Acá podemos hacer un punto para explicar que el **After** es muy versátil para hacer un diseño base (como se necesita en la mayoría de los canales televisivos) y modificar ciertas partes, capas, imágenes, textos, con dos clicks. Pudiendo generar todas las piezas necesarias para un canal en minutos.

Analicemos un poco la apertura de retro, se ve claramente la concatenación de imágenes fijas enmascaradas y animadas, dando profundidad y generando continuidad por medio de que una imagen (composición, propiamente llamado en **After**, ya que la imagen no contiene movimiento) está dentro de otra adentro de un tele, en una revista arriba de un sillón, en una ventana, o en un cuadro.

Como vemos el **After effects** está en la mayoría de las piezas animadas contemporáneas, se lo puede identificar por las estéticas definidas arriba...

Ahora bien, el comunicador cuando pensó las piezas, ¿Había pensado en esas estéticas o las tuvo que elegir, por moda o porque son las que el programa le permite realizar de manera más sencilla y rápida? Lo analizaremos en la conclusión.

⁵ www.lobo.cx

⁶ www.injaus.com

Conclusiones

Vemos que el **After** es una herramienta fundamental en este mundo multimedial actual. Ya sea para componer algo desde cero o para juntar videos hechos con otros programas o técnicas.

Ahora ¿Qué posición debe asumir el DG frente a las posibilidades que presenta el programa de Adobe? Creo humildemente, que debe asumirlas y conocer el potencial de las mismas, no debería atarse a resolver sus obras acorde a tal o cual *plugin* o herramienta que posea el **After**; si lo hace, es como utilizar siempre la misma tipografía, porque es la única que poseo en mi computadora. Pero tampoco debo ser hipócrita, muchas veces, más aún en televisión, los tiempos para la realización de una pieza son muy tiranos y debemos tomar decisiones rápidas, como por ejemplo ¿con qué herramientas puedo resolver esto en el tiempo que tengo? ¿Cómo las adapto a la idea a comunicar? Y es allí donde entra a influirnos la tecnología.

Ahora bien, si un DG conociera todo el potencial de este programa podría saber cuando una herramienta x puede ayudarlo a enfatizar la idea a comunicar. Pero si desconoce al programa, en su totalidad o en parte, va a perderse de un recurso que le ahorraría tiempo y le ayudaría a lograr una mejor comunicación. Me atrevo a decir que el programa está logrando manejos de tipografías, que uno no se puede imaginar; lo que muy pronto generará una explosión de una nueva moda tipográfica. Utilizando animación por código, logrando movimientos aleatorios que se atienen a una secuencia matemática.

Sin más que decir sobre el tema, espero que por lo menos asumamos la influencia e importancia que tiene la tecnología (en este caso un programa) a la hora de resolver un diseño. **Si bien no lo determina, lo condiciona, aceptémoslo, hagamos doble click sobre el icono del AE y que empiece el show.**

Federico Koch, Junín (B). 2007

Contenido

Introducción	1
El Comunicador y la tecnología.....	3
La ampliación de los campos de acción de un DG	4
Pequeña Historia del After Effects	5
¿Qué estéticas ha definido?	6
Análisis de ejemplos.....	7
Conclusiones.....	10