

Les animacions GIF com a tècnica gràfica actual

Xavier Belanche

Octubre de 2019

Resum

Què són les animacions GIF? Què hi ha darrere d'aquestes imatges que inunden la majoria de pàgines web, fòrums, *tweets* i missatges de WhatsApp? Està el món de l'art interessat en aquesta pràctica actual de comunicació visual?

Índex

Quan els GIF entrin als museus	2
Les raons tècniques de per què els GIF es van fer populars	2
Les raons NO tècniques de per què els GIF es van fer populars	4
GIFs: estils i art	7
GIFs com a fenomen artístic	7
Cinemagraphs	9
3D i estereoscòpia	10
Cercar i crear els teu propis GIFs	10
Quin és el teu GIF favorit?	10

Quan els GIF entrin als museus

Els veiem sempre que naveguem per Internet. Els trobem a les xarxes socials, als blogs, a pàgines personals, als fòrums... i sempre hi ha un que captura la nostra atenció. No disposen d'àudio i són de baixa qualitat gràfica. Parlem de les animacions GIF, un format gràfic (com podria ser el PNG o el JPEG) que ha esdevingut un dels fenòmens més importants d'expressió i comunicació visual a Internet, legitimat pel prestigiós Oxford Dictionary quan el va considerar com la [paraula de l'any 2012](#). Quan va començar aquest fenomen?, per què és tan popular? quin podria ser el seu futur?, els trobarem aviat a les galeries i museus d'art?

Les raons tècniques de per què els GIF es van fer populars

En comparació a altres formats gràfics (consulteu la següent [taula a la Wikipedia](#)), el GIF no és tècnicament cap meravella: només suporta un màxim de 256 colors (molt pobre si el comparem amb els 16.7 milions de colors del format JPEG o PNG), no suporten àudio, l'animació és un bucle infinit on no tens cap possibilitat d'aturar-la, però Internet el va adoptar àmpliament com a un format estàndard quan, en el moment de la seva introducció (1987) per l'empresa CompuServe, ja existien altres formats gràfics tècnicament millors. Si bé l'adopció massiva del

format GIF per parts dels primers usuaris i usuàries a Internet va respondre per motius emocionals (que explicarem més endavant), també va haver-hi una raó tècnica segons explica amb molt detall l'article de Simen, [GIF: A Technical History](#):

Si analitzem l'estructura del fitxer GIF trobarem que cada *frame* de l'animació conté una referència al navegador *Netscape 2.0*, un navegador obsolet de fa quinze anys. El *Netscape 2.0* va introduir el suport a nous formats: *Java*, *Javascript*, *frames*...i els *GIFs*.

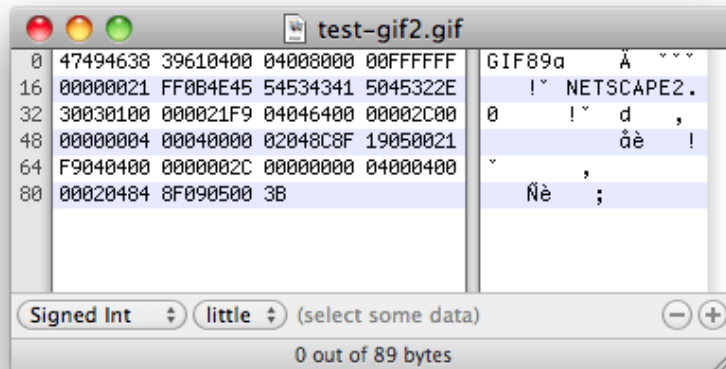


Figura 1: Escrutini del format GIF

Marc Andreessen, el creador del navegador *Netscape*, va incorporar l'etiqueta `<img>` al llenguatge de la web, l'HTML. Aquesta etiqueta permetia a l'usuari inserir una imatge en una pàgina web, fet que no era fàcil en aquells moments. D'acord Simen, en aquell moment hi havia un debat entre desenvolupadors sobre l'ús d'etiquetes específiques per mostrar imatges, en lloc d'una etiqueta que aglutinés tots els arxius multimèdia (fins i tot vídeo i àudio...). Si aquesta etiqueta s'hagués fet realitat, els GIF hagueren passat a l'oblit, ja que s'hagués estimulat la creació de formats de vídeo que poguessin funcionar en qualsevol navegador. Però no va ser així. La partida la va guanyar Andreessen al presentar un navegador que funcionava i mostrava imatges d'una manera senzilla a través de l'etiqueta `<img>` (i que encara està disponible avui dia). Els primers desenvolupadors de pàgines web la van adoptar ràpida i àmpliament i el format GIF es va convertir en el format d'imatge que permetia animacions sense haver de recórrer a la publicació d'un vídeo quan, a principis de 1990, l'amplada de banda i velocitat a Internet era molt baixa i serveis com YouTube, en aquells moments, eren tècnicament impensables.

Dues raons tècniques a afegir i més properes als nostres dies representen la decisió comercial d'Apple i Google de no donar suport a Adobe Flash i, per tant, qualsevol animació realitzada amb aquest format (Flash) deixa de ser visible als iPhones i als Android. L'alternativa per incorporar animacions a les pàgines web passaria per l'ús dels GIFs. D'altra banda, els GIFs, com a format que és *més que una imatge* i *menys que un vídeo* significa que pot representar animacions sense necessitat que la gent necessiti clicar al "Play". Simple qüestió econòmica del temps: els GIFS condensen tota la informació en una durada de breus segons i es

mostren immediatament en pantalla, a diferència dels vídeos. No és casual que un servei actual com [Vine](#) explori la intersecció dels vídeos i els GIFs com a mitjà d'expressió a la xarxa.

Les raons NO tècniques de per què els GIF es van fer populars

A finals de la dècada de 1990 els GIFs ja eren omnipresents a la gran majoria de webs personals en la forma d'icones animades ([The History of GIFs, per Stephanie Buck](#)). Segons el relat d'Andy Orin, editor a un dels magazins web més populars a Internet, [Lifehacker](#)

Vaig estar utilitzant els GIFs des dels principis dels 90, fent pàgines web que publicava a serveis d'allotjament web com Geocities i Angel-fire, però eren només GIFs decoratius. Els GIFs en aquell moment no eren "conversacionals" com actualment s'utilitzen avui en dia per acompanyar els comentaris o respostes en un fil de fòrum o en un missatge de correu.

Aquest és un dels fets més sorprenents dels GIFs. Si en un primer moment l'ús dels GIFs estava limitat a la creació de petites imatges animades amb una finalitat ornamental de les pàgines web (icones per indicar que la pàgina estava en construcció, per exemple), lentament van passar a formar part dels missatges, primer en la forma d'[emoticons animats](#) i després com a petits fragments de pel·lícules, vídeos domèstics o animacions que funcionaven com una analogia visual del text del missatge que acompanyaven. I sempre amb un sentit humorístic o irònic.

Abigail Posner, cap del *Strategic Planning And Agency Development* a Google, considera que la seva feina és comprendre per què la gent comparteix aquests GIFs com a complement visual del text. Al seu article [Memes With Meaning: Why We Create And Share Cat Videos And Why It Matters To People And Brands](#), Posner teoritza que les animacions dels GIFs i altres imatges com els *memes* ens "connecten a una part essencial de nosaltres mateixos", la necessitat d'explicar coses molt familiars des de perspectives diferents a les quals estem acostumats.

Leigh Alexander, en [Why We Love Animated GIFs](#) considera que, en aquesta abundància d'imatges en la que vivim, els GIFs actuen de filtres, ja que seleccionen dos segons d'una pel·lícula o sèrie de TV popular i la transforma en un element nou amb autonomia de significat pròpia.

Són petits moviments que acostumen a passar desapercebuts en el paisatge de l'obra a la qual formen part, però que es tornen significatius en el moment que els aïllem.

Això explicaria per què la majoria dels GIFs més populars provenen de les sèries de TV i pel·lícules de la dècada del 1980 i 1990. Imatges anteriors a Internet i de les quals la gran majoria identifica com una cosa familiar.



Figura 2: Dancing banana?



Figura 3: Quin gatet GIF més bonic!

GIFs: estils i art

Si bé els GIFs els veiem a Internet, aquest no és l'únic lloc on es mostren. Els GIFs poden ser més alguna cosa més que *memes*. Diferents artistes han explorat les possibilitats dels GIFs com a nova manera d'expressió artística. D'altra banda, des del sector de la publicitat, el GIF ha rebut una forta atenció com a llenguatge "actual" per promocionar els seus productes a Internet.

GIFs com a fenomen artístic

Una propietat associada a la definició d'Art és la que té relació amb els mitjans d'expressió i comunicació. Allò que no s'interroga sobre la seva pròpia condició i límits estaria dins dels marges de l'*artesanía*, a diferència del que els artistes, des de finals del segle XIX, especialment en el camp de la pintura, han portat el mateix mitjà més enllà dels seus límits, repensant-lo per aconseguir fer visible allò que no podem veure. No és casual que els artistes sempre han estat interessats en tot allò que corresponia amb els avenços del progrés tecnològic (sigui a favor o en contra), els nous mitjans de comunicació visual (com va ser la fotografia al segle XIX i el cinema i la Televisió al segle XX) o altres camps del coneixement com les matemàtiques, la física, la filosofia o l'antropologia, entre altres. Des d'aquesta mirada, no és difícil identificar el GIF com una forma d'expressió artística, lluny de les imatges humorístiques o de gats disparant rajos làser dels seus ulls.

Segons Kevin Burg, artista GIF i co-creador del *Cinemagraph*:

Creiem en el GIF com a un format estàndard de comunicació visual tan popular com el JPEG o els MOV. Els artistes exploren el mitjà reaccionant envers els seus límits i explotant les seves fortaleces. El GIF té l'avantatge d'estar suportat de manera universal a tots els dispositius digitals i, per tant, qualsevol ordinador vell o una nova tauleta pot reproduir-lo.

TopherChris, del vídeo PBS sobre els gifs com a Art, afegeix

En aquests moments l'Art és un territori on qualsevol mitjà té l'oportunitat de convertir-se en art. Hem vist coses originals fetes en GIF molt interessants i que no podrien descartar-se com a formes artístiques. Penso també que altres noves formes d'art estan esperant a ser descobertes i que encara no en som conscients.

El dissenyador gràfic David Szakaly, conegut a Internet com a Davidope, és un dels artistes GIF més reconeguts a la web. Es considera que ha estat el responsable de la percepció del mitjà GIF en mostrar al públic les seves possibilitats com a mitjà d'expressió artística.

Davidope acostuma a crear GIFs en blanc i negre en una iteració infinita. El procés de crear-los acostuma a portar-li entre unes 2 i 6 hores de mitjana, segons la seva complexitat. En paraules de Davidope:

Tot té un final, però una animació GIF en bucle no té principi, no té final - és infinita. Com un foc, una font o una cascada, no hi ha final,

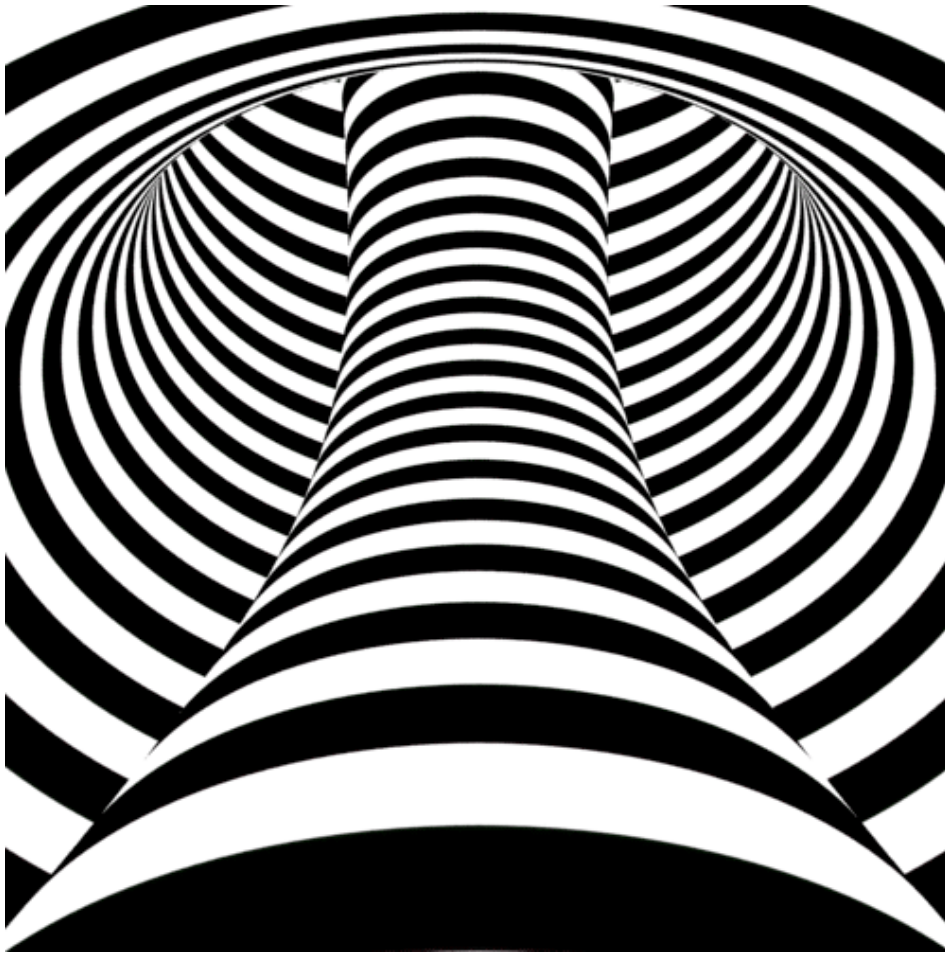


Figura 4: *Visual Chinatown*, segons David Hockney

repetint patrons i moviments que em deixa en blanc la meua ment per a una estona.

Pots veure el seu treball al seu [Tumblr](#)

Cinemagraphs

Una de les formes visualment més impactants dels GIFs és el *Cinemagraph*. L'artista Kevin Burg i el fotògraf Jamie Beck van proposar una animació GIF on tota la imatge fos estàtica, excepte un aspecte de l'escena. Congelar un moment, com qualsevol fotografia, però deixar un instant viu, respirant. Segons Burg:

Buscàvem portar les idees d'una pel·lícula o vídeo per ficar-les en una imatge estàtica per tal que l'espectador pogués comprendre ràpidament el que estava passant, però si no prens certa atenció continues veient una fotografia.

De mitjana, el procés pren un dia de post producció per un motiu important: aconseguir la màxima perfecció i integració del moviment dins de la imatge estàtica. Veieu un exemple:



Figura 5: Cinemagraph de Kevin Burg i Jamie Beck

En una entrevista a la revista Time, Beck va explicar el procés de creació darrere d'aquesta imatge realitzada especialment per a la *New York Fashion Week*

Va ser fascinant pel fet que només veia el seu dibuix i no la resta. Tota la resta havia desaparegut. No veia a ningú ni cap altra cosa. Aquesta percepció és la que volia representar al *cinemagraph* o volia que tothom veies com el seu dibuix de la manera que jo ho estava veient.

3D i estereoscòpia

Mitjançant una il·lusió òptica pots crear imatges 3D de qualsevol fotografia. Segurament que heu vist aquests GIFs més d'una vegada, però segurament no sabeu que s'anomenen *estereogrames* i és, senzillament, cercar la percepció 3D d'una imatge sense necessitat de cap ullera especial.

Fotògrafs de moda com Pamela Reed i Mattgew Rader han explorat aquesta tècnica aconseguint resultats més que sorprenents. En el projecte anomenat *Flowers*, utilitzen una càmera de vídeo ultra-HD per fotografiar un model des de totes les direccions possibles (fent un recorregut de 360°) i, finalment, mostrar el resultat en una seqüència de vídeo. És preferible que veieu el resultat per comprendre millor l'abast d'aquesta tècnica: [cliqueu l'enllaç per veure el vídeo](#)

Cercar i crear els teu propis GIFs

Si vols trobar un GIF que et serveixi per il·lustrar el teu humor, el millor lloc per començar és probablement Giphy. Aquest cercador de GIFs té una de les col·leccions més grans de GIFs a Internet (i la cerca funciona prou bé). El mateix servei et permet autenticar-te per desar els GIFs que vas trobant interessants o del teu gust com també et permet pujar els que realitzis. Segons Orin:

Utilitzo Giphy la major part del temps. Com podria viure sense Giphy?
Tinc una llista d'enllaços de pàgines dedicades a GIFs divertits, però
Giphy ho fa tot més fàcil per trobar qualsevol cosa. I si no ho trobo a
Giphy no em queda més remei que fer la cerca a Google.

Per la banda de creació dels teus propis GIFs, si trobes un fragment interessant a Youtube, l'opció més fàcil és afegir les lletres "gif" abans de "youtube" en l'adreça web. Per exemple:

Per exemple, si agafem l'adreça del vídeo <https://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0> i la transformem en <https://www.gifyoutube.com/watch?v=9bZkp7q19f0>, veuràs immediatament un editor del vídeo de Youtube del qual podràs seleccionar la part del vídeo que vols convertir en una animació infinita.

Hi ha altres serveis que permeten crear GIFs de manera senzilla i, en cas que estimis treballar amb un programari d'escriptori, pots crear imatges per transformar-les en animacions amb el GIMP.

Finalment, si vols crear un GIF original amb la càmera, una aplicació com *GIFBoom* fa el treball tant per l'iPhone com per l'Android (tot i que també trobareu altres *apps* que fan quelcom similar). Si ho vols fer des del PC o des del Mac, prova [And Then I Was Like](#).

Quin és el teu GIF favorit?

El museu de l'imatge animada (*Museum Of The Moving Image*) ha creat una col·lecció dels GIF més populars de la web. Mentre que aquests correspon al gust

o interès de molta gent, tothom té els seus GIFs favorits que probablement no són gaire coneguts. Si és així, **quin és el teu GIF favorit?**