

¿Y después de Se7en qué?

Derivas creativas de los títulos de crédito en el siglo XXI

After Se7en, What Next? Creative Derives In Film And Tv Title Credits In The 21St Century

Beatriz Herráiz Zornoza
Miguel Bohorquez Nates

Doctora en Bellas Artes y profesora en la Universitat Politècnica de València
beaherzo@doctor.upv.es

Profesor en la Universidad del Valle y diseñador gráfico
manojov@gmail.com

Palabras clave

Opening, motion design, grafismo audiovisual, títulos de crédito, narrativa, diseño, animación

Key words

Opening, motion design, audiovisual graphics, credit titles, narrative, design, animation

Esta investigación pretende analizar las manifestaciones más recientes de los títulos de crédito de las películas y series, tratando de resaltar los rasgos comunes que lo anclan a las tendencias actuales del diseño y los rasgos propios de este lenguaje. También se reflexiona sobre los cambios sociales y tecnológicos que han configurado el actual panorama en la creación de títulos de crédito.

This research aims at analysing the most recent manifestations in film and series title credits. Their common features would be highlighted, which anchor them in current design trends and the characteristics typical of this language. We will also reflect upon the changes in society and technology that have determined the current landscape of creation in title credits.

Full text available online:

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

<https://doi.org/10.4995/eme.2019.11419>

Introducción

En cualquier estudio sobre títulos de crédito es inevitable aludir a las figuras Saul Bass o Kyle Cooper, y aunque no pretendemos renunciar a la autoría de ambos creadores que han marcado el devenir del diseño de títulos de crédito, nuestro propósito es recoger las aportaciones de otras figuras y propuestas que en los últimos años han contribuido al enriquecimiento de este lenguaje. Para conseguir este fin en este artículo se han estudiado los títulos de crédito de series y películas más representativos de lo que llevamos de siglo, tratando de descubrir si sus claves expresivas y narrativas son fruto de determinadas corrientes estilísticas imperantes o atienden a necesidades propias del terreno fílmico. Este estudio es fruto de las diferentes investigaciones que los autores¹ han realizado en conjunto o individualmente a lo largo de su trayectoria investigadora.

A nuestro modo de ver existen cuatro etapas diferenciadas en la historia del diseño de títulos de crédito –marcada principalmente por el cine americano– y cada una de ellas antecedida por un hito importante en el diseño de títulos.

La primera etapa de protogenéricos abarca desde los inicios del cine hasta las primeras

manifestaciones de Saul Bass. En este periodo el elemento gráfico se presenta a través de los títulos e intertítulos y contribuye a crear una estética y estructura internas, aunque rara vez traspasa el plano decorativo o funcional. Aún así en este periodo encontramos algunos ejemplos en los que la palabra escrita trasciende su valor lingüístico, y en forma de metáforas tipográficas se inserta en el relato interactuando incluso con los personajes, como el episodio de alucinación tipográfica en *El gabinete del doctor Caligari* (Robert Wiene 1920) o la explosión tipográfica en la secuencia de Moloch en *Metrópolis* (Fritz Lang 1927). Encontramos también una intención conceptual en los créditos de *La bella y la bestia* (Jean Cocteau 1946) o en *Al servicio de las damas* (My man Godfrey, Gregory La Cava. 1936).

La segunda etapa está marcada por la presencia de Bass, quien formaría parte de lo que se conoce como Escuela de Nueva York, y que desembocó en un estilo con identidad propia denominado expresionismo gráfico. En la década de los años 50, la bonanza económica que reinaba en Estados Unidos hizo proliferar el consumo y la publicidad, además, el talento europeo en arte y diseño se asentó en el territorio americano, huyendo del horror de la II Guerra Mundial, especialmente en Nueva York, donde se fragua todo este movimiento gráfico cuyos protagonistas son; Paul Rand, Alvin Lustig, Alex Steinweiss o Lester Beall. Pero a pesar de la influencia europea, el diseño americano se mostraba mucho más intuitivo y pragmático, y empiezan a ponerse en valor cuestiones como la originalidad del concepto y la técnica, o la resolución de los problemas de comunicación, a esto hay que sumar el gusto por

1. Algunos de los estudios previos a este texto son por parte de Herráiz: *Retratando al monstruo. Representación del asesino en serie* en la secuencia de títulos de crédito en el que se analiza en profundidad el grafismo de las series y películas de asesinos en serie y *Más allá de los títulos de crédito*. El uso expresivo de la tipografía en el cine en el que se estudia la presencia de la tipografía en las producciones cinematográficas. Por parte de Bohorquez en títulos *El repertorio de elementos específicos de representación de los motion graphics. Los motion graphics como forma de lenguaje o Vericuetos diegéticos de los motion graphics* el autor analiza el lenguaje de los *motion graphics* con el prisma de la semiótica.

los símbolos visuales. Con todo este conocimiento el joven Bass llega a Los Ángeles donde comienza a incorporar estas premisas al formato póster y, casi por azar a las secuencias de créditos. Todo empieza con el encargo de Otto Preminger para su película *Carmen Jones* (1954) y de ahí se desencadena toda una labor cinematográfica. Saul Bass traslada al cine de Hollywood, –que en esa época se caracterizaba por el glamur y el clasicismo–, toda esta corriente moderna, que prescinde de los rostros de los actores y sintetiza al mínimo irreductible de la forma gráfica, la esencia de la película.² Bass crea símbolos gráficos que permanecen en el inconsciente y que son reconocibles en la actualidad. Su propósito es que, a través de la secuencia de créditos, el espectador se sumerja en la película, inoculando en él la predisposición adecuada para ver el filme, y para ello tiene el gran aliado de la banda sonora, con la que marida a la perfección su sutil grafismo. Este diseñador visionario sentó las bases del diseño en movimiento que muchos otros seguirán en esta etapa aportando sus visiones personales, como; Robert Brownjohn, Maurice Binder y Pablo Ferro y posteriormente Greenberg & associates o Balsmayer & Everet.

La tercera etapa se abre con la creación de los créditos de *Se7en* de Kyle Cooper, quien por aquella época era uno de los diseñadores de arte de Greenberg & Associates. Este acontecimiento, según los expertos, supone la llegada del deconstructivismo y la transgresión tipográfica de Carson y Brody a la gran pantalla (Solana y Boneu 2007: 254), combinado con sólidos conocimientos en montaje. Hay que tener en cuenta que la pieza se inserta en un panorama creativo que se escoraba hacia la imagen de síntesis, que recientemente había descubierto las maravillas del 3D y que daba los torpes primeros pasos en la animación digital, alardeando de todo tipo de efectos de biblioteca y artefactos visuales de diversa índole. Los aromas estéticos que desprendía esta pieza influyeron enormemente en las creaciones posteriores, pero la verdadera piraeta no era sólo estética, sino narrativa. Si Bass diseñaba pequeñas películas dentro de películas, Cooper consiguió colar sus créditos en las entrañas de la narración, como una secuencia indivisible dentro de la propia narrativa de Finscher, los créditos representan la pesadilla de Somerset, un sueño premonitorio del horror que está por venir, aquello que desencadenará el fatal desenlace. La era de Bass proponía una lectura estética y conceptual de sus creaciones, pero Cooper

añade una tercera variable, mucho más compleja que es la narrativa; interna dentro de la secuencia y externa en el contexto total de la película. De modo que para poder entender el lenguaje de los títulos de crédito se hace necesario abordarlos desde estas tres vertientes: estética, conceptual y narrativa.

La cuarta etapa, que podríamos llamar digital, arranca en pleno siglo XXI y retoma esta pequeña línea histórica para desarrollar prolíficamente algunas de las formas ya planteadas en décadas anteriores, pero proponiendo, además, nuevas tentativas y atrevimientos. Todos ellos determinados por cambios tecnológicos, sociales, e incluso propiciados por nuevas formas de consumo, que han reconfigurado la forma de crear los títulos de crédito en la actualidad. Son estas nuevas corrientes expresivas, que han recorrido la casi veintena de años que nos separan del siglo XX, las que pretendemos exponer en este texto.

El proceso de configuración de un nuevo contexto

El panorama del siglo XXI poco tiene que ver con el del pasado siglo, en cuanto a procesos, perfiles profesionales o disposición de los núcleos de creación a nivel global.

El dispositivo tecnológico de los años 80-90 era caro, minoritario y requería un nivel de conocimiento informático elevado por parte del usuario, hecho que hacía alejarse a los artistas y aproximaba a profesionales formados principalmente en cuestiones técnicas. Sin embargo, los 2000 traerán consigo el abaratamiento y democratización del *hardware* y el *software*, y, además, entornos más amigables, accesibles y versátiles, con los que poder realizar productos mucho más sofisticados con menor coste humano y tecnológico.

A su vez, el aprendizaje del grafismo audiovisual se va introduciendo en la formación reglada, hecho que contribuye a formar profesionales cualificados. La especialización del sector hace que se creen plataformas como The Art of The Title, Forget The Film Watch The Tittles o Tittle Desing Project, y festivales específicos, como F5 en (Nueva York 2009-2015), OFFF (varias ciudades desde 2000), FITC (varias ciudades desde 2001), Motion Plus Design (Los ángeles desde 2010) o Muovo (Praga desde 2015) donde se muestran las últimas creaciones digitales.

La globalización y el mayor conocimiento sobre el diseño gráfico en movimiento ha proporcionado una relevancia sin precedentes a la creación de títulos, que ha pasado de ser invisible a crear expertos, y actualmente se presenta como un valor añadido en la producción cinematográfica y televisiva, que contribuye a hacer más sólido y de calidad el

2. En ocasiones incluso esta reducción reproduce a la esencia de la línea como en *Vértigo* (Alfred Hitchcock, 1958), *El hombre del brazo de oro* (Otto Preminger, 1955) o la mal traducida al español *Con la muerte en los talones* (North by Northwest, Alfred Hitchcock, 1959) en cuya traducción se pierde incluso el sentido de los créditos.

Intertítulos de *Metrópolis*
(Fritz Lang, 1927)



producto audiovisual. Especialmente con la creciente producción de la ficción televisiva de los últimos años, que ha dado lugar a la tercera Edad de oro de las series.

La cuarta era de los títulos de crédito

En la última década del siglo XX el diseño estuvo determinado por un debate sin precedentes en el que algunos defendían un diseño tradicional basado en el orden, la neutralidad, la legibilidad y la universalidad, y otros, la ruptura con esas restricciones y totalitarismos, y que atentaban contra el orden estético y conceptual establecido. O lo que es lo mismo aquellos que defendían el diseño moderno o los que abrazaban la posmodernidad, en cualquiera de sus formatos; deconstructivismo, grunge, punk, etc, «si la modernidad buscó lo general, lo socializador, y lo internacional, la posmodernidad miró hacia lo individual, lo nacional y lo identificable por pequeños grupos y personas». (Pelta 2002: 49). Ambas posturas obedecían a su vez a una forma de concebir el mundo, pero la época de los grandes ideales y utopías está obsoleta, al igual que la concepción de la historia en continua evolución en la que «el diseño pretendía tener validez universal y se expresaba de una manera suficientemente neutra como para asegurar su continuidad en el tiempo» (Pelta 2002: 40), en la actualidad la obsolescencia y lo efímero han destronado esos ideales. El diseño actual ha interiorizado esos dos conceptos y se enfrenta al desafío de la creación con nuevos talentos, que conservan aún encendida la llama de la posmodernidad en cuanto a su deseo incontrolable de contravenir las normas, pero también abarcando una extensa gama de posibilidades estilísticas. Ante la falta de corrientes que abanderan la causa del diseño en la actualidad, la única afirmación posible es que «en estos momentos el diseño gráfico se encuentra en una etapa de pluralidad ideológica y estilística.» (Pelta 2002: 191), en la que las fórmulas tradicionales conviven con las transgresoras. Estas fórmulas tradicionales en



ocasiones están tan desgastadas, –han sido digeridas tantas veces que ya no tiene gusto ni estilo– como afirma Pelta, no ofrecen ningún tipo de reto en la comunicación. Los créditos de tipo starring sirven para ejemplificar este hecho, se utilizan desde los años 70 y proceden principalmente de las series televisivas, en estos créditos se enfatiza la figura de los protagonistas recurriendo a su rostro, –fórmula ya de por sí literal–, en estos casos el elemento gráfico desvela su identidad en la pantalla y fuera de ella. En el pasado se acogieron a esta fórmula series tan dispares como *Wonder Woman* (1975-1979) o *Dallas* (1978-1991), y aunque su procedencia



Títulos de crédito de *La bella y la bestia* (Jean Cocteau, 1946)

es lejana se siguen utilizando en la actualidad en series como *Hawaii Cinco-O* (desde 2010), *Bones* (2005-2017), *CSI Miami* (2002-2012) o versiones más sofisticadas para largometrajes como *Sherlock Holmes* (Guy Ritchie, 2009), diseñados por Henry Hobson & Simon Clowes para Prologue Films.

Los nuevos profesionales del diseño pertenecen, ya no a «segundas»³ sino a «terceras» generaciones digitales, y se relacionan mejor con las creaciones de la modernidad «como toda nueva generación es crítica con sus padres y admira a sus abuelos. Por eso no es extraño que recupere los recursos que despreciaron sus progenitores» (Pelta 2002: 191). Este nuevo talante de los diseñadores del presente abandona las posiciones radicales de las décadas anteriores, y revisa la modernidad sin complejos y con cierto aire nostálgico. No se comprometen con sus causas, pero tampoco las abominan, son conscientes de que las respuestas no están en la retícula, pero tampoco en la ausencia de ella, sus banderas son la libertad y el eclecticismo, y frente al pesimismo de la posmodernidad y la nostalgia del futurismo, buscan la provocación, el humor y la sorpresa. En este sentido, Suarez y Martín (2014) proponen el término *new ugly* cuyas características son la libertad, las soluciones provocativas o estéticamente controvertidas, las propuestas cromáticas insólitas, la imperfección, el uso de la ironía o el humor y la preferencia por la cultura popular, el eclecticismo y el revival de antiguas tendencias y motivos obsoletos, con la intención de

crear nuevos significados, todo ello aderezado con una dosis de apatía, laxitud y desgana.

Richard Wakefield por su parte, acuña el término fusión retro-moderna que muestra optimista, sin complejos,⁴ y que utiliza de manera recurrente la fusión y la reinención, el autor ofrece una larga lista de representaciones de fusión retro-moderna que van desde un libro hasta un espectáculo de danza; desde Rosalía a Quentin Tarantino, pasando por Jonas Odell o Peter Stults.

Sin entrar en una clasificación pormenorizada podemos atisbar algunos de estos acentos en las secuencias de créditos de los últimos años, junto a otras claves estilísticas y conceptuales propias del grafismo cinematográfico. A continuación, se exponen algunas de ellas.

Eclecticismo y *kitsch* digital

Ambos términos conllevan en su génesis la fusión de varias fuentes o estilos, el primero –eclecticismo–, con connotaciones estéticas más neutras, y el segundo –*kitsch* digital–⁵ más vinculado a lo popular, e incluso a lo cursi o a lo hortera y conlleva imitación, banalización, sobrecarga y simulacro, ninguno de los dos configura un estilo en sí mismo porque pueden metamorfosearse en múltiples apariencias. A nuestro juicio estos términos no son superficiales, sino que

4. Todo se puede fusionar desde la música hasta la ópera, la danza, el cine, la publicidad, el diseño, el interiorismo, la pintura, la escultura, la fotografía, la moda.

5. De todas las versiones del *Kitsch*, que desde que se popularizó en los años 60 ha adoptado diferentes formas, proponemos una variable digital que implica su ejecución mediante un ordenador.

3. Raquel Pelta (2002: 191) afirma que los diseñadores de los 2000 pertenecen a la «segunda generación digital».

bajo esas apariencias frívolas se esconde una crítica mordaz con buenas dosis de ironía o humor negro.

La propuesta de Tom Kan para *Enter The Void* (Gaspar Noe. 2009) lleva hasta los límites estos términos, negando incluso la legibilidad por un uso sobredimensionado del *quick cut*, acompañado, a su vez, por una vibración estroboscópica que arroja una ráfaga tipográfica. Esta trepidación va acompañada de un sonido ensordecedor de alta cadencia a modo de vibración sonora. Para esta secuencia se utilizaron hasta cuatro formaciones tipográficas por crédito y por segundo, en tipografía latina y japonesa, imitando los neones de la ciudad de Tokio. Esta apuesta que atenta contra las normas de la legibilidad ya fue testada por el director francés en *Irreversible* (2001) y es consolidada en esta película, estos créditos suponen un repaso por aquellas creaciones filmicas y televisivas que han influido en el director; desde Godard,⁶ al videoclip, pasando por la iconografía japonesa de la publicidad y el anime. Esta sobredosis iconólatra supone un auténtico azote intelectual y emocional al espectador, que crea una predisposición al nivel de lo va a ver, y es que la provocación de Gaspar Noé busca emociones descarnadas que lleguen a las entrañas de los espectadores, y que, aunque duelan les mantendrán pegados a sus sillas.

Otro director controvertido es Paolo Sorrentino, su cine se caracteriza por su irrefrenable culto a la belleza, pero también a la decadencia, al simbolismo, a la crítica hacia el poder y a una extraña veneración/repulsa hacia la Iglesia católica. Sorrentino es una especie de Fellini del siglo XXI que renace para dar una nueva vuelta de tuerca al neorealismo italiano, con buenas dosis de humor e ironía, y que ha sido capaz de unir en sus secuencias polos tan opuestos como; la religión católica con la cirugía plástica o el nazismo con la estética gótica de *The Cure*. Hubo que esperar hasta el tercer capítulo de *El joven papa* (Paolo Sorrentino, 2016), para poder disfrutar de sus

títulos de crédito, cuyo hilo narrativo es un plano secuencia en el que se resume iconográficamente la historia de la Iglesia, desde el nacimiento de Jesucristo, hasta nuestros días. Lenny Belardo (Jude Law), este vanidoso papa que adopta el nombre de Pio XIII, atraviesa, orgulloso, las galerías, de cuyas paredes penden los cuadros que representan las escenas de esta historia. A través de ellas podemos apreciar, desde una visión idílica de la adoración de Cristo, a los concilios, o sangrientas cruzadas y matanzas. En estos cuadros hay escenas devotas hacia la divinidad, pero también se muestra la diferencia de clases o las luchas de poder dentro de la Iglesia católica. Hasta ahí la imagen podría transportarnos al universo religioso, pero si se añaden unos nombres en luces de neón y un meteorito que acaba impactando sobre el papa Juan Pablo II (*La nona ora*, Maurizio Cattelan, 1999), al ritmo de *Watchtower*,⁷ la polémica está servida al más puro estilo Sorrentino. La estrella de Belén, que en su origen marca los pasos hacia el Mesías, va atravesando los diferentes pasajes, transformándose en ardiente meteorito que acaba impactando contra el papa más emblemático de los últimos tiempos, o lo que es lo mismo; la luz que ilumina la fe y que marca los pasos de la iglesia, se va transformando en una fuerza de destrucción, envidias y vanidades que acabarán autodestruyendo a la propia Iglesia. Esta secuencia se cierra con un primer plano del joven Papa mirando a cámara y atravesando la cuarta pared, justo antes de que aparezca el título. Tal y como afirman Bort y Sorolla-Romero «no es solamente una mirada a cámara [...], sino que se trata de un guiño, inequívoco signo de complicidad, con la intención de buscar la complicidad de los espectadores» (Bort y Sorolla-Romero. 2018: 171), que serán testigos de la revolución que urde el protagonista y que pondrá patas arriba al vaticano. Esta mirada de complicidad, misterio y ocultación inevitablemente nos transporta a la mirada de Dexter Morgan en los emblemáticos créditos iniciales de la serie *Dexter* (2006-2013), aunque el protagonista escondía otro tipo de maquinaciones. Estos créditos proponen un viaje a las rutinas diarias del protagonista, hecho que nos sirve para introducir la siguiente clave creativa.

6. Gaspar Noe adopta los juegos tipográficos de las películas de Godard, especialmente de *Made in Usa* (1966), *Pierrot el loco* (1965) y *Una mujer es una mujer* (1961). Godard es un director que ha utilizado la tipografía de una manera muy expresiva en todas sus películas, dentro y fuera de los géneros, su estilo no sólo ha influenciado en el cine de Gaspar Noe, Iñárritu utiliza una fórmula semejante a los créditos de *Pierrot el loco* en *Birdman o la inesperada virtud de la ignorancia* (2014). No es habitual que un director de cine eleve a la condición de protagonista a la tipografía, pero a Godard el amor por la letra le venía de familia, era sobrino Maximilien Vox, quien influenció en su manera de jugar con el color, el uso de la tipografía y la propia maquetación del texto en la pantalla (Tylski 2014: 38)

7. Del grupo Devlin, versión instrumental del clásico de Bob Dylan *All Along the Watchtower* que ya versionó en su día Jimmy Hendrix.

El irresistible encanto de lo cotidiano

El aparataje que conlleva el cine, con toda su parafernalia de glamur y excentricidad, a menudo olvida lo cercano, lo rutinario y lo cotidiano. «Generalmente lo cotidiano se ignora porque se considera gris, prosaico o falto de interés, y la sociedad se centra en las cosas chillonas, atractivas e inusuales. La cultura de la ostentación, de los realities, de la autopromoción y del consumismo ha relegado lo cotidiano a un armario olvidado en el desván.» (Ambrose y Harris 2015: 132). Pero el detenimiento en las pequeñas cosas que nos rodean habitualmente puede ser muy inspirador y revelador, y puede aportar mucha información acerca de una personalidad, a pesar de su banalidad. La serie *Dexter* nos muestra las rutinas matinales de un individuo que tiene una doble identidad, –investigador de crímenes y asesino en serie–. A través de planos detalle –algunos de ellos a cámara lenta– nos asomamos al modo en que Dexter Morgan prepara su desayuno, se afeita y se acicala, pero todas estas imágenes se manifiestan especialmente sangrientas y con connotaciones violentas; gotas de sangre que salpican en el lavabo, cuchillos que atraviesan carne o manos que atan con saña unos cordones. La serie propone al espectador un juego de empatía paradójica con el protagonista, que condena sus crímenes para instantes después solidarizarse con ellos, que repudia la crueldad del asesinato, pero se enternece con las torpes emociones del protagonista. Y este juego de ambigüedades y contrarios está sugerido desde los primeros segundos de esta secuencia, incluso cuando se desvela su rostro, no sabremos a que atenernos.

Napoleon Dynamite (Jared Hess, 2004) es una película de bajo presupuesto ambientada en la en una ciudad de Idaho de la América profunda, sus protagonistas son inadaptados con aspiraciones frikis, que se ven inmersos en situaciones surrealistas cargadas de humor. Los créditos nos muestran un extenso menú de comida rápida de escaso valor nutritivo, sobre la que se escriben los créditos, en una especie de estilo Sagmeister *low cost* de usar y tirar. Además, se muestran objetos personales como carnés, que nos sitúan temporalmente,⁸ nos muestran la identidad del protagonista y su carácter excéntrico, –uno de estos carnés es de una aseguradora de abducciones extraterrestres–. Estos *opening*, y la película en sí, son una oda al feísmo y a lo vulgar, pero a su vez representa una parte invisible e inaceptada

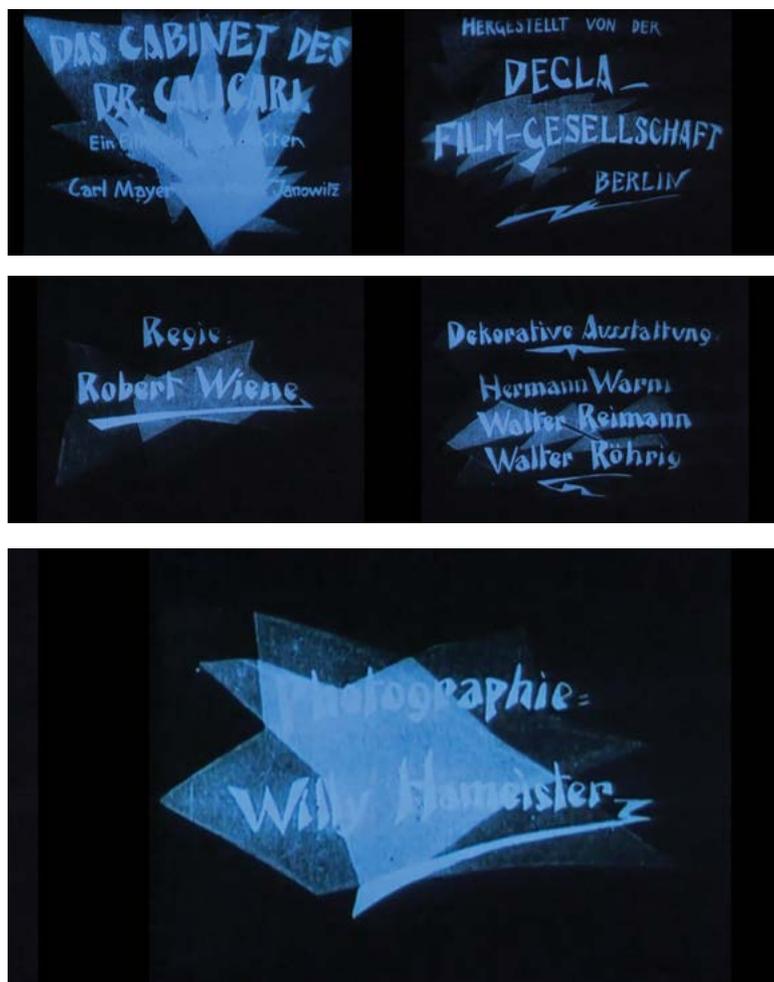
de la sociedad, que en los últimos años ha conseguido hacerse un hueco en la pequeña y gran pantalla y que nos hace reflexionar sobre la abolición de los límites de la alta y baja cultura «como respuesta al concepto de alta cultura, dará lugar a la valoración de lo corriente, lo feo, lo vulgar, lo popular, lo *kitsch*, lo insignificante o menospreciado por los críticos del diseño y lo artesanal.» (Pelta 202: 40)

En el territorio español, una de las sorpresas en formato de ficción seriada del año 2018 ha sido *Arde Madrid* (2018), creada por Paco León y Anna R. para Movistar+, la serie consta de 8 episodios de apenas 30 minutos de duración cada uno. En ella se narran las vivencias de la actriz Ava Gardner en su periplo de la España franquista. Bajo la mirada espía de Ana Mari (Inma Cuesta, que encarna a una profesora de la sección femenina) y Manolo (Paco León), los excesos de la protagonista serán vigilados y sometidos a juicio, pero la verdadera transformación la sufre el personaje de Ana Mari, de «moral intachable», que acabará transgrediendo todas las normas sociales y religiosas del momento. De nuevo se juntan los extremos en la pantalla; lo más cañí de la España de toros y coplas, con el glamur y la opulencia de Hollywood. Sus créditos en blanco y negro ofrecen variaciones de montaje en cada capítulo y muestran a sus protagonistas en actitudes matutinas, donde el espectador puede ver al General Perón y su señora recién levantados, a Ava Gardner y al resto de protagonistas paseándose en ropa interior por un espacio diáfano. Esta secuencia coloca a todos los personajes –señores y criados– al mismo nivel, todos son iguales en lo íntimo, una puesta en escena en la que se puede percibir hasta el aroma a Varón Dandy de Manolo o las ventosidades de la señora Gardner. El montaje juega con todos los efectos de mala reputación entre los editores; *jump cuts*, repeticiones, efectos de rebobinado y multiplicación, etc., al ritmo de *Malagueña 2001* de The Bambi Molesters. Los efectos estroboscópicos en colores primarios; amarillo, rojo y fucsia y la disposición en bloque de la tipografía condensada y en caja alta, proporcionan un aire actual y proponen una lectura desde la contemporaneidad. La plancha vintage es el elemento que calienta –haciendo alusión al título de la serie– y a su vez el instrumento representativo del servicio doméstico, y se convierte en el leitmotiv de la propuesta, haciendo que aparezca grabado por el calor el número de cada capítulo.

Prólogo: contexto, resumen e intertextualidad

En ocasiones se requiere una información relevante para la película que complementa a la narración a modo de prólogo, los títulos de crédito pueden asumir

8. Algo que preocupaba bastante a la distribuidora Fox Searchlight ya que consideraban que confundía el estilo «ochentero» de la dirección de arte con los costumbres digitales de los protagonistas que hacían uso de Internet y de otras tecnologías <http://www.artofthetitle.com/title/napoleon-dynamite/>



Títulos de crédito de *El gabinete del doctor Caligari* (Robert Wiene, 1920)

esta función pese a su brevedad, convirtiéndose en una secuencia que contextualiza la acción, y cuya densidad narrativa llega a ser sorprendente. Tal es el caso de películas de géneros tan dispares como *Watchmen* (Zack Snyder, 2009) o *La sombra del reino* (*The kingdom*, Peter Berg, 2007). La secuencia de créditos de *Watchmen*, con una duración de casi seis minutos, está formada por 22 escenas y recorre casi 50 años de historia –1938 hasta 1985–, mostrando dos generaciones de superhéroes, que pretende «crear un marco histórico (no importa que dicho contexto sea absolutamente hipotético) que dote a la narración de un realismo que refuerce la crítica y la reflexión que se oculta [...] en una historia de superhéroes» (Polo 2012: 165). El autor de esta cita, en su profunda revisión de los créditos de *Watchmen*, rescata, del narratólogo estructuralista Gérard Genette, el término intertextualidad⁹ para referirse a cada una de las

múltiples alusiones más allá de la narración, referentes a: acontecimientos de la historia, la pintura, la fotografía o los medios de masas, iconografía de sobra conocida, que cargada de simbolismo y doble sentido, debe ser descifrada por el espectador.

La sombra del reino no se queda atrás en cuanto a la condensación histórica, situando el primer acontecimiento en 1932, con la instauración del Reino de Arabia Saudita y concluyendo con los acontecimientos ocasionados a la población estadounidense de la península Arábiga después del ataque a las Torres Gemelas (2001). En estos créditos PIC Agency nos presenta un resumen de la historia geopolítica de la relación entre Arabia Saudita y Estados Unidos. Además, la pieza viene determinada estética y conceptualmente por el uso de la infografía como lenguaje y el uso de las imágenes de archivo procedentes de otros soportes, formatos y géneros.

La secuencia diseñada por Kuntzel y Degas para *Catch me if you can* (Steven Spielberg 2002) asume una representación metonímica del relato

9. «Una relación de copresencia entre dos o más textos, es decir, eidéticamente y frecuentemente, como la presencia efectiva de un texto en otro».

cinematográfico al cual sirven de prólogo, y se presenta como un resumen de la trama central, donde se observa la persecución de un escurridizo personaje que cambia de apariencia y se filtra entre lo que se pueden entender como diferentes atajos de la composición. Aunque son representaciones de algunos aspectos de la acción dramática de la película, constituyen un universo paralelo a esta.

Apropiación

Un aspecto del diseño que merece una reflexión es su elevado carácter de promiscuidad, o lo que es lo mismo su enorme capacidad para absorber cualquier corriente, estilo o lenguaje, en un proceso de transformación y resignificación. El fenómeno de la apropiación crítica en el período posmoderno del arte se filtró hacia la práctica del diseño gráfico, constatando su necesidad estética de beber de otras fuentes para hacer frente a los retos comunicativos contemporáneos. El comportamiento vicario del diseño de créditos no tiene límites y abarca apropiaciones de tipo formal, uso de lenguajes visuales provenientes de otras manifestaciones artísticas y de consumo (vídeoclip, videojuego, publicidad, arte, etc.) o incluso lenguajes pertenecientes a otras esferas (lenguaje científico, periodístico, literario, etc.), de hecho, encontramos indicios de apropiación, en mayor o menor medida, en todos los ejemplos expuestos en este texto.

Para los créditos de *Joven y alocada* (Marialy Rivas, 2012), la directora chilena pone el foco en los testimonios en formato blog de una joven ultraconservadora, evangelista y bisexual, que aparecía de manera recurrente en Fotolog, un blog que fue muy popular en Chile, –la propia firma de sus entradas la que da título a la película–. Para la resolución visual de los créditos Pablo González (Smog) realiza un proceso de inmersión en las múltiples intervenciones de la protagonista y trata de plasmar, con una mirada más actual, la estética y lenguaje de los blogs de adolescentes, para ello se vale de una paleta cromática restringida con combinaciones estridentes, uso de tipografías populares,¹⁰ el GIF, imágenes pixeladas e incluso la animación manual frame a frame. El creador no se conforma con una simple apariencia del blog para reproducir unos créditos convencionales,

sino que la propia narración textual de los créditos será transmitida en códigos de este lenguaje. Así la directora no aparece acreditada como tal sino:

«la persona a la que se le ocurrió hacer la historia de mi vida
(si pensaban: ai, no voy a sufrir porque es ficción, sufran)
se llama Marialy Rivas»

o refiriéndose a los productores:

«nadie sabe lo que hacen los productores

Yo tampoco

Parece que son los que hacen que el universo funcione:

Sin Juan de Dios Larrain y Pablo Larrain, no somos nada»

Todos los créditos de la película aparecen en este tono, lo que invita al espectador a formar parte de esos testimonios y hacerse partícipe de la narración.

La predisposición del diseño para apropiarse de lenguajes ajenos resulta muy estimulante y versátil para la resolución del problema visual, en palabras de Poynor «Esta estrategia de apropiarse no sólo de la forma gráfica sino de todo el contenedor genérico ha demostrado ser muy fructífera. Potencialmente, permite establecer una interrelación más compleja, polifacética y sugerente entre los nuevos contenidos y los medios gráficos que ocupa» (Poynor 2002: 93)

Reflexiones finales

En el grafismo audiovisual confluyen el lenguaje del diseño gráfico y la narrativa fílmica, pero este modo de expresión no es estrictamente fiel a ninguno de ellos, sino que configura su propio lenguaje, que, además, está en continua reinención. Los rasgos formales, conceptuales y narrativos que recogemos en este texto responden a corrientes que afectan al diseño gráfico en general, pero también que se configuran como respuesta a una necesidad narrativa o expresiva propia del texto fílmico. Existen también otras claves que merecen estudio y que por razones de extensión no hemos podido recoger en este texto como el humor, el protagonismo de la tipografía o la recolección de objetos o imágenes de archivo.

Quizá la actitud más recurrente en el diseño de títulos de crédito sea la falta de conformismo y el talante contestatario de las propuestas, impulsada también por una nueva oleada de un cine y televisión (en formato serie) que explora lenguajes inexpugnables hasta el momento, aunque estas propuestas conviven con otras más conservadoras y aceptadas.

10. En un principio se barajó la Comic Sans, pero se sustituyó por la Courier.

Bibliografía

- AMBROSE, G. Y HARRIS, P. (2015). *Genios del diseño gráfico. Métodos y procesos de los pensadores creativos*. Barcelona: Ed Blume.
- BOHORQUEZ, M. (2015). «El repertorio de elementos específicos de representación de los *motion graphics*» en BUITRAGO, J. C. *Diseño e imagen plancha para imprenta N.5*. Cali, Colombia: Ed. Universidad del Valle, pp. 13-51.
- BOHORQUEZ, M. (2016). «Los motion graphics Cómo forma de lenguaje» en GUERRI, C. *Nonágono semiótico: un modelo operativo para la investigación cualitativa*. Buenos Aires: Ed. Universidad de Buenos Aires.
- BOHORQUEZ, M. (2016). «Vericuetos diegéticos de los motion graphics» en ESCOBAR, L. D. *Semiótica: estudios contemporáneos*. Medellín: Ed. Universidad de Medellín, pp. 27-61.
- GONZÁLEZ, J. (2004). *Kitsch y publicidad*. II Simposio de Creatividad Publicitaria, Sevilla. Publicado en Notas sobre diseñ(s)o.
- HERRÁIZ, B. (2018). «Retratando al monstruo. Representación del asesino en serie en la secuencia de títulos de crédito» en GARCÍA, A.; ORTIZ, M. J. (eds) *Cine y series. La promiscuidad infinita*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, pp. 157-178.
- HERRÁIZ, B. (2015). «Más allá de los títulos de crédito. El uso expresivo de la tipografía en el cine» en Actas V Congreso Internacional de Tipografía. Valencia: ADCV.
- PELTA, R. (2004). *Diseñar hoy: Temas contemporáneos de diseño gráfico*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili.
- POLO, R. (2012). «Contexto e intertextualidad en los títulos de crédito de *Watchmen*» en *Fotocinema. Revista científica de cine y fotografía*, [S.l.], n. 4, mar. 2012. ISSN 2172-0150. <<http://www.revistasuma.es/index.php/fotocinema/article/view/5883>>. [Consulta: 22 de enero de 2019] doi:<http://dx.doi.org/10.24310/Fotocinema.2012.v0i4.5883>.
- POYNOR, R. (2003). *No más normas, diseño gráfico posmoderno*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili
- SOROLLA, T.; BORT, I. (2018). «A lo largo de la atalaya: el travelling descreído del opening de *The Young Pope* (Paolo Sorrentino, 2016)» en *Millars: Espai i historia*. Vol. 45, Nº 2, (Ejemplar dedicado a: Arte especular. Nudos entre cine y pintura), pp. 147-174.
- SOLANA, G.; BONEU, A. (2007). *Uncredited. Diseño Gráfico y títulos de crédito*. Barcelona: Index Book, S.L.
- SUÁREZ, F.; MARTÍN, J. R. (2014). «Creatividad y transgresión en diseño gráfico. Análisis sintáctico del movimiento *New Ugly*» en *Creatividad y Sociedad*, número 22, 1-32
- TYLSKI, A. (2014). *Les plus beaux génériques de films*. París: Editions de la Martinière.
- WAKEFIELD, R. (2013). «Fusión retro-moderna, la nueva tendencia cultural/social» en *El Publicista*. <<https://www.elpublicista.es/articulos/fusion-retro-moderna-nueva-tendencia-cultural-social>> [Consulta: 22 de enero de 2019]

Otras referencias

- Art of the Title <http://www.artofthetitle.com/>
- Watch the Title <http://www.watchthetitles.com/>
- Title Design Project <https://www.titledesignproject.com/>

Beatriz Herráiz Zornoza

Doctora en Bellas Artes, actualmente es profesora contratada doctor en la UPV, e integrante del Grupo de Investigación en Animación UPV. Ha trabajado como diseñadora gráfica para Canal9 y UPVRTV, realizando identidad de cadena, programas e informativos. Como investigadora ha realizado publicaciones para el Congreso de tipografía, CONFIA y SAS. Ha realizado numerosos proyectos audiovisuales para espectáculos como Consonants y DOT (Premio Fetén y MAX) de Madoixa Teatre, y Harket Protocolo (PanicMap). Ha comisariado la exposición «El Mundo Perdido de Jiří Barta» (2014) y «Trazos de luz. Abi Feijó y Regina Pessoa. 25 años de animación portuguesa» (2017), ambas en la Sala Josep Renau (València).

Miguel Bohorquez Nates

Profesor de la Universidad del Valle. Diseñador Gráfico del Instituto Departamental de Bellas Artes, especialista en Prácticas Audiovisuales de la Universidad del Valle, estudió la Maestría en Filosofía en la Universidad del Valle, pero abandonó la escritura de la tesis para estudiar el Doctorado de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires, que culminó sobresalientemente en abril de 2018 con su tesis titulada *Manifestaciones de la hibridación en la forma y la representación en los motion graphics en tanto lenguaje audiovisual*. Paralelo a su formación académica ha trabajado en ilustración, el diseño de motion graphics y es director de cortometrajes de animación. También ha sido autor de diferentes productos teóricos sobre el lenguaje de los *motion graphics*.