

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITÉCNICA SUPERIOR DE GANDIA

MÁSTER EN POSPRODUCCIÓN DIGITAL



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



“EL GRAFISMO AUDIOVISUAL EN LAS SERIES DE TV.

UNA NARRATIVA REITERADAMENTE EFÍMERA.”

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

Autora: Ana Isabel Andreu Hernández

Directora: Beatriz Herráiz Zomoza

Gandia, septiembre de 2012

Tesina tipo 1

RESUMEN

La investigación que vamos a presentar, se desarrolla como trabajo final del Máster de Postproducción Digital y tiene como objeto el estudio del *Grafismo Audiovisual* y su aplicación en los títulos de crédito de las series de televisión norteamericanas que tanto auge han tomado en los últimos años.

Para llegar a entender y desarrollar la estructura y los diferentes elementos con los que se crean los *títulos de crédito* es necesaria una primera aproximación al Grafismo Audiovisual en general. Se ha realizado el estudio de los elementos que lo forman, las características que tiene como lenguaje al servicio de un todo, a la vez que como creador del suyo propio, las diferentes funciones que realiza y los principales discursos que crea descubriendo que son aplicables a cualquier manifestación del Grafismo Audiovisual.

La aproximación histórica ha ido encaminada hacia el conocimiento de la evolución de las *series de televisión norteamericanas* con el fin de marcar los puntos de inflexión de las épocas de esplendor y desarrollo al igual que las de su decadencia, todo ello sin perder de vista el punto de referencia que ha sido siempre el considerado hermano mayor de las series de televisión, el cine. En esta aproximación histórica llegamos finales del siglo XX donde las series de televisión comenzaron a escribir la historia en mayúsculas.

Una vez establecido el marco histórico fue necesario otro estudio historiográfico, pero esta vez desde el punto de vista de los títulos de crédito, tanto del *cine* como de la televisión y de los principales autores que han marcado su evolución hasta convertirlos en algo imprescindible como parte de una película o serie, llegando a ser el marco perfecto para evidenciar los principales elementos de la historia que vamos a ver.

Con la finalidad de estudiar la aplicación del Grafismo Audiovisual a los títulos de crédito de las series, se realizó un análisis de las posibles definiciones de los créditos al igual que las diferentes clasificaciones que de ellos se puedan realizar. Por último, para profundizar sobre ello, se ha tomado como caso práctico, los títulos de crédito de la serie *Broadwalk Empire*, analizando todos los aspectos que se han ido estableciendo a lo largo de la investigación.

ABSTRACT

The present research has been done as the final project in the Master of Digital Post Production. Its aim is the study of **Motion Graphics** and their application in the **opening titles** of the most thriving **North American TV serials**.

It is necessary a first approach to Motion Graphics in general to understand the structure and the different tools to create opening titles. We studied the elements used, their main features as means of communication, the different functions they have and the main discourses they create, being applied to any manifestations of Motion Graphics.

The historical approach has been directed to show the evolution of North American TV serials, the inflexion points in their booming and decadence, always keeping sight in their elder brother, cinema. In this historical approach we reach up to the 20th century, when TV serials started to write their own history.

Once the historical background was established, another historiographical study was necessary; but now from the point of view of the opening titles in **cinema** and TV, pointing out the most outstanding authors who have turned them into something essential in a film or serial, the perfect frame for the story we are seeing.

To go deeply into the use of Motion Graphics in the opening titles in these serials, we made a research on the different definitions and possible classifications found for opening titles.

Finally, to conclude this research with a practical case, we analysed the opening titles in **Broadwalk Empire**, searching all the aspects we established in the study.

ÍNDICE**1. Introducción**

1.1 Justificación e interés del tema	pág. 7
1.2 Descripción del objeto de estudio	pág. 8
1.3 Objetivo del trabajo.....	pág. 9
1.4 Metodología y estructura de la investigación	pág. 9

2. Fundamentos del grafismo audiovisual

2.1 Definición y contextualización del término	pág. 10
2.2 Funciones del grafismo audiovisual.....	pág. 12
2.2.1 Información	
2.2.2 Persuasión	
2.2.3 Simbolización	
2.2.4 Organización	
2.3 Discurso de los Motion Graphics.....	pág. 13
2.3.1 Discurso semántico	
2.3.2 Discurso estético	
2.4 Elementos expresivos. La forma del grafismo audiovisual.....	pág. 16
2.4.1 Espacio	
2.4.2 Tiempo	
2.4.3 Imagen	
2.4.4 Sonido	
2.4.5 Tipografía	

3. Las series de televisión y los títulos de crédito

3.1 Las series de televisión.....	pág. 23
3.1.1 Breve mirada a la historia.	
3.1.2 Narrativa y serialidad.	
3.2 Los títulos de crédito.....	pág. 30
3.2.1 Tipología de los títulos de crédito.	
3.2.2 Un poco de historia. Los títulos de crédito del cine y la televisión	

4. Análisis de un caso práctico

4.1 Broadwalk Empire.....	pág. 40
---------------------------	---------

5. Conclusionespág. 46

6. Bibliografía.....pág. 48

Parte primera

1. INTRODUCCIÓN

La paulatina implantación de la cultura audiovisual, ha propiciado la aparición de nuevas formas de comunicación y la demanda de una cultura del ocio cada vez más exigente y desarrollada. Además, los grandes avances tecnológicos han provocado que los diferentes medios de comunicación tengan una influencia cada vez mayor. Es en este marco audiovisual donde encontramos nuestro objeto de investigación, el grafismo audiovisual aplicado a las piezas que nos introducen en cada uno de los capítulos de las series que, cada vez más, al igual que sucede en el cine, se revelan como un elemento imprescindible de las mismas.

Alvy: ¿Ha empezado ya la película?

Taquillera: Hace dos minutos

Alvy: ¡ya está! ¡Déjémoslo, no quiero entrar!

Annie: No son más que dos minutos, Alvy.

Alvy: No, lo siento, no puedo. Ya la hemos fastidiado. Yo, ah, yo, vamos, no quiero entrar a la mitad...

Annie: ¿A la mitad? ¡Sólo nos perdemos los créditos! ¡y están en sueco!

Alvy: Bueno, perdona, yo, yo no puedo...yo, yo tengo que ver una película exactamente desde que empieza hasta que termina.

Annie Hall (Woody Allen, 1977)

1.1 Justificación e interés del tema

Este proyecto se realiza como Trabajo final del Máster de Postproducción Digital siguiendo las pautas que se marcan dentro de la tipología 1, es decir, la realización de un trabajo original de investigación.

Después de barajar diferentes opciones sobre la temática que podría resultar más interesante, decidimos optar por adentrarnos en un campo poco explorado todavía y en el que podríamos descubrir nuevas aportaciones. Se trata de realizar una primera aproximación, por mi parte, al Grafismo Audiovisual, y dentro de éste y de los diferentes ámbitos en los que lo podemos encontrar, centrarnos en su utilización en las series de televisión norteamericanas.

Las razones fundamentales para la realización de esta investigación fueron principalmente dos: por un lado, descubrir el incremento de calidad y popularidad de las series norteamericanas de finales del siglo pasado y principios de éste - la mayoría de ellas con el denominador común de la gran relevancia del grafismo utilizado en su *opening titles*¹- y, por otro, la falta de estudios tanto teóricos como prácticos sobre el tema.

Al igual que está ocurriendo con el cine, la tendencia es la realización de piezas de grafismo audiovisual cada vez más cuidadas, dotándolas tanto de un gran valor estético como narrativo; en algunos casos añadiendo valor a la serie y, en otros, ayudándonos a descubrir su auténtico significado a medida que vamos conociendo y adentrándonos en el mundo de los personajes y de la serie en sí. Y aquí radica una de las principales diferencias con el cine, la

¹ *Opening titles*: término para designar las secuencias de títulos de crédito que se colocan como introducción de una película o serie.

repetición: cómo conseguir que una pieza que vemos al principio de cada capítulo, pueda engancharnos y despertar ese deseo de quedarnos a ver la serie.

1.2 Descripción del objeto de estudio.

En este trabajo se pretende investigar diferentes ámbitos del grafismo audiovisual en general y de su utilización en las series de televisión debido al auge y a la importancia que están adquiriendo en el mundo de la ficción. Desde finales del siglo pasado asistimos a una constante evolución a nivel estético, temático, de construcción de personajes y en la forma en que todo se une, llegando a crear nuevas formas de narrar las historias. El auge de las series de televisión norteamericanas lo corroboran millones de espectadores que siguen las tramas sin ni siquiera poder esperar a ver los capítulos, y que utilizan las nuevas tecnologías para ver temporadas enteras sin ningún tipo de interrupción.

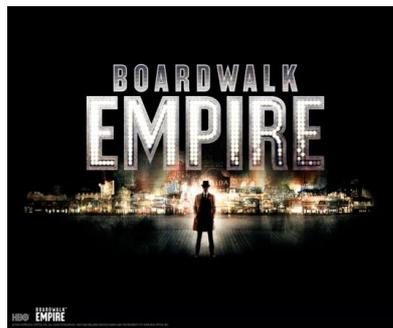
En primer lugar nos centraremos en el estudio del diseño audiovisual como lenguaje y de los elementos principales que intervienen en la creación de los motion graphics (término anglosajón para designar el grafismo audiovisual).

También se pretende acercarnos con una visión general a los diferentes lenguajes audiovisuales que utilizan el grafismo de para el cine y la televisión.

Una vez establecidas las bases de este lenguaje se realizará un recorrido por las series más importantes de la historia de la televisión, intentando establecer la evolución de las mismas y de los elementos que las forman. También se analizará la evolución del cine en lo referente a los títulos de crédito con el fin de establecer similitudes o diferencias entre ambos a lo largo de los años.

Con todos estos parámetros se analizará de forma más exhaustiva la apertura u opening titles de la serie:

Broadwalk Empire



Se estudiará cómo se ha realizado, qué elementos del lenguaje gráfico en movimiento utiliza, cómo los conjuga, qué información pretenden aportar al espectador y a la serie y si lo consigue.

1.3 Objetivos de la investigación

En el presente proyecto de investigación realizaremos una aproximación a los principales elementos que conforman el grafismo audiovisual y cómo este lenguaje se articula de manera que adquiere identidad propia. En algunos casos dicho lenguaje se erige como creador de sentido, y en otros se complementa con la historia que se nos narra en la serie a la vez que resulta ser la introducción perfecta para ésta. Para ello, los objetivos fijados son:

1. Definir el término grafismo audiovisual y establecer las áreas en las que se utiliza.
2. Conocer los fundamentos gráficos y la finalidad del diseño audiovisual.
3. Establecer los elementos que dan forma a este tipo de grafismo así como la manera en la que intervienen en la realización de los diferentes tipos de piezas que utilizan este lenguaje.
4. Conocer la evolución de las series y su importancia a lo largo de la historia.
5. Descubrir qué grado de similitud guarda la ficción de la pequeña pantalla con la ficción de la gran pantalla en los aspectos analizados.
6. Establecer la gran relevancia actual de los títulos de crédito y su aportación a la narración de la serie.

La hipótesis de partida es la forma en que el Grafismo Audiovisual interioriza todos los elementos del Diseño Gráfico combinándolos con los propios del lenguaje audiovisual con el fin de crear el suyo propio.

Las piezas que se crean funcionan como un texto visual y pueden llegar a ser tan complejas en su significado que debemos atender a la necesidad de relacionarlas con el todo al que pertenecen para no perder parte de la información que intentan transmitir.

Otra hipótesis concretada en el objeto de estudio, es que en los últimos años las series de televisión han ido adquiriendo una gran importancia en el panorama audiovisual. Se han creado personajes, situaciones y formas de narrar las historias que han hecho que los espectadores eleven a la categoría del mejor cine un gran número de series de las que no pueden prescindir temporada tras temporada.

De esta última hipótesis extraemos otra. Los títulos de crédito de las series no se han quedado rezagados y sirven de marco perfecto a las historias que introducen. Un marco que cada vez cuenta con mayor calidad tanto formal como narrativa y es evidente que su aportación va más allá de la mera informativa sobre quién ha intervenido en la realización, es decir, los títulos de crédito de las series de televisión han de tener un valor añadido para que capítulo tras capítulo los espectadores no quieran prescindir de su visionado.

1.4 Metodología y estructura de la investigación

La investigación “El grafismo audiovisual en las series de TV. Una narrativa reiteradamente efímera” está dividida en dos partes.

La primera tiene un carácter completamente teórico y se correspondería con los apartados 2 y 3 del índice. En el primero se establecerán las bases teóricas de la definición de grafismo audiovisual y los diferentes elementos que lo conforman. También se especificarán la importancia de éste como lenguaje y los diferentes ámbitos en los que se utiliza.

En el apartado 3, nos adentraremos en el mundo de la ficción, tanto cinematográfica como televisiva, su evolución a lo largo de la historia, los elementos que la conforman y cómo influyen en el grafismo. Además estableceremos en este punto cómo se ha utilizado y entendido el grafismo en los diferentes momentos y qué factores han podido influir en él.

La segunda parte tiene un carácter más práctico, ya que nos basaremos en un ejemplo concreto y para ello será necesario su visionado. Se analizará qué sentido y qué importancia tiene el grafismo audiovisual en la serie que hemos apuntado anteriormente. Estableceremos tanto su tipología como sus elementos y aplicaremos lo expuesto en puntos anteriores a este caso en particular, dejando constancia de la aportación de esta pieza a nuestra investigación.

La metodología utilizada para esta investigación se basa en la recopilación, estudio y visionado tanto de material teórico como audiovisual. Para ello, hemos consultado fuentes bibliográficas específicas sobre la materia y de otras disciplinas afines a ella como lenguaje televisivo y cinematográfico, retórica visual y sintaxis de la imagen y realizado una búsqueda exhaustiva de páginas de internet sobre series, títulos de crédito y sitios webs.

2. Fundamentos del grafismo audiovisual

2.1 Definición y contextualización del término.

El Grafismo Audiovisual o los Motion Graphics, son la vertiente en movimiento del diseño gráfico y, como tal, es el resultado de la combinación de elementos propios del lenguaje gráfico con los propios del lenguaje audiovisual, elementos visuales y tipográficos unidos al sonido y al movimiento marcando ya un tempo determinado y, que *han llegado en su evolución, a convertirse en un lenguaje con características propias*².

Existe cierta dificultad a la hora de definir un término como grafismo audiovisual. Su denominación anglosajona, Motion Graphics, se traduciría como Grafismo en Movimiento, algo que probablemente especifique más concretamente a qué nos referimos, ya que, en cualquier pieza o producto audiovisual, puede estar incluido algún elemento gráfico sin que por ello tenga que pertenecer a alguna de las posibles manifestaciones de éste, por ejemplo, algunas escenas cinematográficas que incluyen tipografía o lo que nos muestra Quentin Tarantino en *Pulp Fiction*³.

² Ràfols, Rafael. Colomer, Antoni. (2003, 9). El Diseño Audiovisual. Barcelona: Gustavo Gil, S.L.

³ Pulp Fiction 1994. Quentin Tarantino.



Fotograma de *Pulp Fiction* (1994) *Quentin Tarantino*

La denominación de Grafismo audiovisual es relativamente reciente y va unida al video, a la aparición de la informática y a la evolución tecnológica. Este hecho puede llevar a la confusión de que es algo nuevo, cuando en realidad ha estado presente, de una forma u otra, desde los inicios del cine. No podemos obviar que ya el cine mudo utilizaba la tipografía con acompañamiento musical para que el espectador siguiera la narración. Con la llegada del sonido al cine, los títulos de crédito se enriquecen sobre todo por la banda sonora. Por esta época la aparición de elementos gráficos en el cine no va más allá de la tipografía específica para cada género cinematográfico, podemos diferenciar la tipografía del western, del cine de terror, del musical, etc.

Sin embargo, su plenitud la ha alcanzado con el desarrollo tecnológico. Las continuas novedades en este ámbito han propiciado su evolución y su progresiva influencia en la sociedad desde que John Whitney fundará la primera empresa de Motion Graphics, llamada precisamente Motion Graphics, en 1960.

Durante la primera mitad del siglo XX el grafismo audiovisual fue evolucionando lentamente, primero en el cine utilizando la narrativa como medio de expresión para, durante los años 20 y 30, dejarse influenciar por las vanguardias artísticas.

Fue en los años 50 cuando gracias a Saul Bass y a sus ya emblemáticos títulos de crédito, cuando el Grafismo Audiovisual comenzó a tener un lenguaje propio y a forjarse tal y como lo entendemos ahora. También por aquellos años la televisión comenzaba a tener un peso importante en la sociedad y se iban creando unas necesidades de innovación e investigación en ambos medios que abonarían el terreno para el desarrollo de nuevas formas del Grafismo Audiovisual.

A principios de los ochenta, con la aplicación de la infografía se da el vuelco definitivo en las formas de creación, producción y difusión del grafismo. La aparición de la imagen digital abre un abanico de posibilidades y nuevos campos de desarrollo. *Los medios que se expresan a través de la imagen reciben un fuerte impacto y todos ellos deben asumir las consecuencias de estas nuevas herramientas con capacidad creativa*⁴. Estos avances han sentado unas bases que han permitido un gran desarrollo desde entonces en la expresión y comunicación del Diseño Gráfico en movimiento.

⁴ Ràfols, Rafael. Colomer, Antoni. (2003,10). El Diseño Audiovisual. Barcelona: Gustavo Gil, S.L.

2.2 Funciones del grafismo audiovisual

El Grafismo Audiovisual tiene un carácter funcional intrínseco: comunicar. No son sólo imágenes o piezas más o menos cuidadas que acompañan o introducen un producto sino que forma parte de él. Tiene un carácter claramente funcional y no es algo carente de sentido, *el grafismo implica necesariamente una conceptualización en la que se analiza la idea o ideas a las que tiene que representar y se inicia un proceso para generar significantes y significados, en el que el diseñador se convierte en un codificador*⁵.

Podemos establecer como funciones del grafismo audiovisual las de información y comunicación, persuasión, simbolización y organización.

2.2.1 Información y comunicación

Los Motion Graphics son un sistema de signos que conjugan una parte estética con una semántica. *Conforman un mensaje visual que se puede dividir en dos partes: la información y el soporte visual*⁶. Según los casos y dependiendo de la intención informativa, tendrá más importancia la voluntad de expresar contenidos que el soporte visual del mensaje.

Cuando la intención es transmitir información, debemos ser selectivos y pensar en el público al que vamos a dirigirnos. Para que un mensaje visual pueda ser percibido y entendido como deseamos, debe poseer un orden en la organización de sus elementos. Además, la percepción e interiorización de un mensaje, requiere unos tiempos determinados que se deben tener en cuenta en la exposición audiovisual; si no, corremos el riesgo de que se pierda el hilo y la función informativa no llegue a completarse con efectividad.

En definitiva, el grafismo audiovisual está al servicio de la comunicación y de la sociedad (del entretenimiento) *su carácter de comunicación es siempre colectivo y social en tanto plantea, a públicos masivos, comunicaciones de entidades públicas o privadas y satisface las necesidades a través de proyectos estéticos y funcionales*⁷.

2.2.2 Persuasión

Según la RAE, persuadir es: *introducir, mover, obligar a alguien con razones a creer o hacer algo*. Consiste en convencer, atraer la atención de alguien y despertar su curiosidad. Lo que se busca es establecer unos vínculos emocionales con el espectador y, aunque la imagen en bruto, ya puede poseer esa belleza, si además pasa por un proceso de postproducción, podemos modificar, mejorar la imagen potenciando los elementos que nos faciliten acentuar ese poder de seducción. El Grafismo Audiovisual, además, posee un elemento que hace esta función más efectiva todavía. Este elemento es el movimiento. La creación de una imagen secuencial hace mucho más atractivo e interesante la percepción de un mensaje

⁵ Herráiz, Beatriz, (2009, 120). *Grafismo audiovisual: el lenguaje efímero. Recursos y estrategias. Tesis doctoral, Departamento de Escultura, Facultad de Bellas Artes de San Carlo, Universidad Politécnica Valencia.*

⁶ Bruno Munari, 2008. *Diseño y comunicación visual. Contribución a una metodología didáctica.* Gustavo Gil Gili.

⁷ Arfuch, Leonor, Chaves, Norberto y Ledesma, María. (1997, 47) *Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos.* Piidos, Estudios de comunicación.

audiovisual, consiguiendo atraer la atención del espectador creando imágenes que él pueda asociar con referentes ya interiorizados.

Esta función suele darse con más frecuencia en la publicidad, apelando a los deseos del público y utilizando todos los mecanismos de la retórica de la imagen para conectar con la mente del espectador.

2.2.3 Simbolización

La simbolización consiste en representar y explicar una cosa utilizando su semejanza o parecido con otra. El Grafismo Audiovisual permite asociar conceptos abstractos a imágenes o sonidos que evocarán y se asociarán con determinados productos. Es la forma de crear marcas en todas las vertientes audiovisuales, publicidad, cine (a través de los créditos), etc. La simbolización consiste en representar y explicar una cosa relacionándola con otra utilizando su semejanza o parecido.

El diseño audiovisual propicia la simbolización a través del color, movimiento, tipografías y sonidos que permitirán su asociación con un producto, una película, una serie o un videoclip, ofreciendo una mayor posibilidad a la asociación de significados.

2.2.4 Organización

En la función organizativa, el grafismo tiene las herramientas idóneas para la creación de un orden y coherencia esencial para el grafismo, una forma de presentarle al espectador lo que va a ver a continuación. Sería la función tanto de los títulos de crédito, o los opening titles, cinematográficos como de las diferentes piezas que componen el grafismo audiovisual en la televisión. En la televisión concurren gran cantidad de tipos de lenguajes, de contenidos muy diferentes y es indispensable determinar su inicio y final así como enlazarlos. Es la forma de crear partes sin olvidarnos del todo y de su unidad. En este sentido, el Grafismo Audiovisual es una herramienta idónea para la creación de un orden, de una coherencia dentro del flujo de la narración.

2.3 Discurso de los Motion Graphics

Al contrario que con una imagen estática, visionando un discurso audiovisual uno no tiene tiempo para la contemplación. Las formas, los colores y los sonidos pasan delante de nuestros ojos una sola vez y durante un tiempo determinado. Sólo nos queda el recuerdo o la posibilidad de volverlo a ver. Por ello, estos discursos, *tienen que estar fuertemente articulados y poseer una estructura interna que se sostenga*.⁸

La sintaxis de los discursos en el Grafismo Audiovisual no es rígida, no existe una establecida a priori, sino que se crean de forma única para cada caso. Sin embargo es necesaria una coherencia interna entre las formas que lo estructuran, sobretodo en el sonido.

En el discurso que analizamos se dan dos elementos que presentarán una lógica y una cohesión en su construcción: el discurso de las ideas que transmiten, **discurso semántico**, y su dimensión formal, el **discurso estético**.

⁸ Ràfols, Rafael. Colomer, Antoni. (2003, 14). El Diseño Audiovisual. Barcelona: Gustavo Gili, S.L.

2.3.1 *Discurso semántico*

El Grafismo Audiovisual tiene un carácter lineal y nos va mostrando los elementos que lo componen a lo largo del tiempo. La conjugación de imágenes y sonidos persiguen crear un sentido determinado. Cada signo, tanto visual como auditivo, está organizado en función de un discurso, una unidad de significación superior. A pesar de su carácter lineal, la exposición de los diferentes elementos que lo conforman no se produce de forma correlativa, no vemos ni escuchamos cada signo por separado sino que los conjugamos todos y nos quedamos con un mensaje global. Este tipo de discurso podemos comprenderlo por su brevedad, sólo transmite la información necesaria.

Para la construcción de este tipo de discursos contaríamos con los recursos expresivos, los cuales nos permiten relacionar signos entre sí, crear unidades superiores de significación y articular el mensaje. Aunque podríamos utilizar cualquier recurso útil para este tipo de mensajes, hay algunos que son más habituales. Además, no es de extrañar que nos encontremos con más de un recurso dentro del mismo discurso. Entre los más utilizados nos encontramos con:

- **la narración:** Según Bordwell, *la narración es una cadena de acontecimientos con relaciones causa-efecto que transcurre en el tiempo y el espacio. Una narración es, pues, lo que normalmente significa el término «historia», por lo general, una narración comienza con una situación, se producen una serie de cambios según un esquema de causa y efecto, y finalmente se crea una situación nueva que provoca el final de la narración*⁹.

Toda narración implica unos acontecimientos y unos personajes que van cambiando, evolucionando a lo largo de la historia que, debido a la corta duración del Grafismo Audiovisual, resulta complicada de conseguir.

Sin embargo, se ha encontrado la fórmula perfecta para hacerlo aprovechando la naturaleza propia de este tipo de piezas: insinuar, dar pinceladas sin terminar de concretar para, así, mostrar una introducción, una secuencia de la que disfrutaremos viendo toda la obra audiovisual de la que forma parte. Como ya hemos mencionado no tiene significado en sí misma sino que forma parte de algo mucho más completo.

- **la retórica:** la retórica se basa en la construcción de un discurso con una doble intención, estructurarlo con una finalidad comunicativa y crear las técnicas adecuadas para desarrollar un lenguaje persuasivo que produzca en el espectador el efecto deseado. Se intenta presentar un discurso más sugerente apelando a los sentidos, reforzando el lenguaje y creando connotaciones nuevas. Este tipo de discurso lo vemos, sobretodo, en la publicidad. Estamos ante una forma de comunicación que puede aportar gran belleza a la pieza audiovisual y así crear un mayor efecto en el espectador. Uno de los recursos expresivos más importantes que podemos utilizar en la retórica es *la metáfora*. El Grafismo Audiovisual es esencialmente metafórico. Éste consiste en la sustitución de un término propio por otro. No se trata de una forma independiente sino que ambas se combinan para obtener una significación superior y, esto, como hemos mencionado anteriormente, es justamente la lógica intrínseca del Grafismo Audiovisual.

⁹ BORDWELL, DAVID Y THOMPSON, KRISTIN. (1993, 277). *El arte cinematográfico*. Paidós Comunicación 68 Cine. Barcelona.

Trabaja con analogías y asociaciones de imágenes, y la podemos observar constantemente en títulos de crédito, como por ejemplo en SEVEN, donde la asociación de imágenes, música y tipografía, nos adelantan el perfil de uno de los personajes que nos desarrollará, narrativamente, la película.



Fotograma de "SE7EN" (1995) David Fincher y Kyle Cooper

- **la sorpresa:** consiste en dar un giro, un cambio en el discurso, introducir algo inesperado para reorientar el discurso. Puede afectar a un mayor o menor número de elementos y, en función de esto, tendrá más o menos intensidad. Con la sorpresa conseguimos dar dinamismo al discurso, sorprender e incrementar la tensión del espectador que asiste a una exposición que va cambiando sus expectativas de lo que va a ocurrir.

- **el surrealismo:** es la ruptura de las relaciones espacio/temporales, por ello es la más podría ser la propia del grafismo audiovisual. Se trata de crear asociaciones de imágenes a partir de conceptos y de una estética que cree un impacto visual que resulte novedoso.

Hemos nombrados algunos de los recursos expresivos que más se utilizan, pero la lista podría ser más extensa. De hecho un mismo discurso puede contener varios.

2.3.2 *Discurso estético*

La estética es un concepto ligado a toda obra audiovisual, una forma de comunicación que ataca directamente a los sentidos, seduciéndolos para atrapar completamente la atención del espectador.

Este concepto alude a la organización de los colores, imágenes en un determinado orden y unidos por el sonido. Hay que destacar la gran evocación estética de la música, aumentando el placer de la percepción que nunca es independiente en el Grafismo Audiovisual, es decir, imágenes y sonidos van de la mano para crear una estética.

Por otro lado, conviene recordar que el discurso estético no es el único elemento ni el más importante, sino que forma parte del mensaje. Pero, ¿cómo articular este discurso en el diseño audiovisual para que resulte bello?, pues con dos principios que a priori nos pueden resultar excluyentes uno con el otro: **la continuidad y el contraste**. La construcción del grafismo audiovisual no responde a una colocación al azar de una variedad de imágenes, tipografías y sonidos, sino que obedece a un discurso estéticamente coherente, con una unidad y a la vez una variedad porque si todo fuera unitario resultaría repetitivo y aburrido, y si todo provocara contraste no tendría sentido. Estamos ante una articulación con un orden y ritmo acorde al mensaje que se pretende comunicar.

- **Continuidad:** la componen todos aquellos elementos que conjugados correctamente, dan coherencia al discurso, donde cada uno aparece como consecuencia del anterior.

El Grafismo Audiovisual debe percibirse como un todo, ningún elemento debe sacarnos de la lectura. Todo ha de estar en sintonía y cada elemento debe adquirir un significado en relación con el resto.

En la consecución de dicha continuidad tiene una importancia muy relevante el color. Con los tonos predominantes y más repetidos, marcaremos un estilo y una estética, y será lo que nos proporcione esa continuidad; aunque puedan aparecer pequeñas variaciones en el color.

Pero no sólo el color nos sirve para dar continuidad, cualquier elemento, aunque con menos fuerza, nos sirve para crear un discurso estético coherente, la dirección y movimiento de los elementos han de tener una correlación y un sentido, tamaños, entradas y salidas en pantalla, han de ser combinados correctamente para crear una narración sin fisuras.

- **Contraste y armonía:** contraste significa ruptura, acción. Nos sirve para dar agilidad, resulta un elemento imprevisible frente a la continuidad dotando al discurso de giros inesperados. **Dondis** define al contraste como la *contrafuerza de este apetito humano; desequilibra, sacude, estimula, atrae la atención*¹⁰. La armonía se sitúa en el lado opuesto al contraste, nos proporciona sosiego, respiro en la tensión y nos permite dar explicación a la confusión.

El contraste se manifiesta cuando un elemento, en su relación con los otros, se coloca de forma opuesta al resto. Aunque el color también adquiere una gran importancia, se puede crear a partir de cualquier elemento, basta con enfrentarlos, grande con pequeño, claro con oscuro, música lenta frente a elementos que aceleren la acción, etc.

La creación del contraste nos proporcionará la herramienta necesaria para guiar la mirada del espectador, dirigiéndola así a los centros de atención.

2.4 Elementos expresivos. La forma del grafismo audiovisual

Hemos establecido ya el Grafismo Audiovisual como un discurso heterogéneo, con diferentes elementos relacionados entre sí, siendo la forma la que nos permite percibirlos. Aunque tradicionalmente se la asocia con la imagen, nosotros también incluiremos el sonido, ya que es una parte imprescindible del diseño audiovisual. Hablamos de formas en general, formas que percibimos y reconocemos en el lenguaje audiovisual.

La forma la colocamos en un espacio determinado y en un momento concreto. Hablamos de la forma como la contenedora de los elementos expresivos básicos del Grafismo Audiovisual, espacio, tiempo, imagen, sonido y tipografía.

2.4.1 El espacio

El espacio audiovisual es ambiguo por definición. Como elemento imprescindible que es, está presente en todos los estudios sobre cinematografía, sin embargo, el espacio en el cine, aunque tiene similitudes con el grafismo audiovisual, también presenta grandes diferencias. Mientras que en cine el sistema espacial suele construirse a partir de un espacio real que existe físicamente o que se recrea como tal, en el grafismo audiovisual el espacio se inventa a partir de

¹⁰ DONDIS, D. A. 1976. *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Gustavo Gili Diseño.

la representación de la realidad y la utilización de la infografía, del montaje. Se trata de un espacio creado desde lo imaginario.

Para su construcción disponemos de instrumentos como la ***composición***. Necesitamos estructurar el espacio de una forma legible y ordenada, debemos establecer una jerarquía de los elementos creando prioridades de lecturas, unas cosas deben estar delante, otras detrás, unas desaparecer, otras aparecer, hay elementos en primer plano y los hay en segundo plano.

A la hora de componer intervienen factores como el peso visual, la estructura interna de las imágenes y la estructura del espacio. Además, contamos con un factor externo que nos delimita, la estructura de la superficie, es decir, el formato de la pantalla.

El ***peso visual*** está asociado directamente a la sensación de equilibrio - o a la falta de éste- que nos proporciona una imagen. Depende de la ubicación del elemento en la pantalla y, como norma, se puede decir que *el peso visual de un elemento aumenta a medida que se separa de la base del cuadro*¹¹. Pero también depende de otras características propias de las imágenes, por ejemplo del tamaño, o de la forma -las irregulares tienen más peso visual que las regulares. También es muy importante a la hora de determinar el foco de atención y de dirigir la mirada del espectador. Si no se distribuye correctamente el peso visual de los elementos, corremos el riesgo de que el espectador se pierda durante la exposición y que pasen desapercibidos elementos que tienen una gran importancia para el discurso y su entendimiento.

Por otro lado, no debemos olvidar que estamos ante un grafismo en movimiento, con una secuencialidad de las imágenes, por lo que debemos tener en cuenta que no todo sucede en un solo plano, sino que unos se van y otros entran, es decir debemos atender a las leyes de continuidad.

En cuanto a las estructuras espaciales, pueden ser bidimensionales, en las que todos los elementos se encuentran en un mismo plano o tridimensionales, en las que mandan las leyes de perspectiva, puntos de fuga y ***la profundidad***. También puede darse el caso de estructuras polidimensionales, donde pasaríamos de unas a otras gracias al movimiento.

Como hemos mencionado anteriormente, el espacio en el grafismo audiovisual es ambiguo, las pantallas son 2D pero nosotros vemos las imágenes en 3D, nosotros somos los que introducimos la lectura de la profundidad gracias a nuestra experiencia visual. Existen diferentes formas de conseguir la lectura de profundidad: mediante la superposición de capas, transparencias, sombras de objetos y su proyección, la utilización del esquema figura-fondo o la profundidad de campo, entre otras.

Cuando nosotros creamos la imagen tridimensional por medios electrónicos introducimos esa profundidad. Ésta tiene una gran fuerza visual y, gracias al avance de la tecnología, cada vez más realismo.

Por otra parte, no podemos olvidarnos del ***formato***, no podemos obviar el espacio propio de exhibición del grafismo audiovisual, las pantallas. Los formatos están claramente predeterminados y nos delimitan en anchura y altura nuestra composición. La proporción en televisión es de 4:3 (anchura/altura) en una relación de aspecto de 1' 33:1. El formato

¹¹ VILLAFANE, JUSTO Y MINGUEZ, NORBERTO. (2006, 176). *Principios de Teoría General de la imagen*. Ed. Pirámide.

panorámico ya implantado casi en todos los hogares es 16:9, con una relación de 1' 77:1. Para la pantalla cinematográfica el formato se divide en dos modelos que obedecen al tamaño de la película. Los dos estándares utilizados son 35 y 70 mm. En el caso de 35 mm podemos encontrar como proporciones las siguientes; 1'65:1, 1'85:1 y 2'35:1. Para los negativos de 70 mm la relación es 2'2:1 y en su variante de Cinemascope sería 2:1.

2.4.2 *El tiempo*

Toda estructura espacial se desarrolla en un tiempo determinado. Cada una de las formas tiene una duración determinada en la pantalla, todas tienen un principio y un final dentro de un flujo temporal que tiene un carácter global y coherente. Dentro de este flujo habrá momentos de gran fuerza, de culminación, y otros de más pausa y tranquilidad. Estos instantes son los que marcarán el ritmo. En él tiene gran influencia tanto el **sonido** como el **movimiento**, de los que hablaremos más tarde.

En todo discurso audiovisual existe una representación del tiempo, que no siempre coincide con la realidad. Si habláramos del tiempo en la narración, nos encontraríamos ante tres posibilidades: tiempo reducido, tiempo expandido o tiempo coincidente. En el caso del grafismo audiovisual no existe ese tiempo diegético, no poseemos un guión que marque el tiempo y podemos utilizarlo de forma más libre. Para ello contaríamos con diversas posibilidades como la continuidad rigurosa o, por el contrario, las elipsis.

La representación temporal viene dada por las características de orden, frecuencia y duración.

El orden marca la distribución de los acontecimientos, que puede o no coincidir con el orden de lo sucedido, es decir, un acontecimiento sucesivo en la historia puede ser presentado simultáneamente en el discurso. En el grafismo audiovisual el orden viene dado por diferentes condicionantes: por un lado, la información que se tenga que transmitir marcará la temporalidad, por otro, las normas del propio canal -en el caso de la televisión- y en el caso de los títulos de crédito, no siempre van al principio del film.

La frecuencia se corresponde con la repetición y, en el grafismo audiovisual, se puede utilizar como recurso expresivo; aunque, al igual que el orden, tiene que responder a la función de comunicar correctamente la información.

En el caso del grafismo televisivo y publicitario hay que tener en cuenta que serán repetidos durante un período de tiempo por lo que hay que dotarlos de cierta atemporalidad.

La duración es una de las principales características del grafismo audiovisual. Ésta siempre es breve o muy breve por lo que tendremos que contar y transmitir toda la información en poco tiempo.

Algunas técnicas que se utilizan en el cine y que podemos aplicar al diseño audiovisual son: el tiempo acelerado, elipsis, frame stop o slow motion, el tiempo variable, el tiempo segmentado o el tiempo invertido.

Tanto la duración como la frecuencia, adquieren una importancia relevante en el trabajo que nos ocupa, ya que los títulos de crédito tienen una duración corta pero una frecuencia reiterada.

Como hemos dicho al principio, **el movimiento** es intrínseco a la imagen que se representa a través del tiempo. Significa una variación de posición en el tiempo y en el espacio. En una imagen en movimiento el tiempo que transcurre significa la transformación de los elementos que la componen. Esta variación y transformación puede ser interna, dentro del encuadre, dónde los objetos están sujetos a diferentes velocidades. Pero también puede darse en la relación de un plano con su anterior o posterior, algo entra o sale de plano, marcando ritmos similares o diferentes, dependiendo del concepto o información que pretendamos transmitir.

2.4.3 La imagen

La imagen en los motion graphics se rige por las leyes del propio lenguaje audiovisual, utilizando los recursos propios de éste, color, luz, cámara, postproducción, etc. Podemos distinguir cuatro formas diferenciadas para obtener las imágenes en el grafismo audiovisual.

1. **Imagen gráfica:** el punto, línea, contorno, texturas, etc. son elementos con los que se compone la imagen gráfica. Todos ellos adquieren una gran importancia en la composición, consiguiendo crear leyes de atracción organizando la lectura del espectador, pudiéndose crear con una voluntad expresiva o no. Cualquier forma geométrica, cualquier textura es susceptible de convertirse en una imagen gráfica. Dependiendo de la finalidad con la que sea creada, puede ser icónica -similitud con el objeto al que representa- o abstracta -adquiere su significado en relación el resto. En el grafismo audiovisual se puede pasar de un estadio a otro.

Un ejemplo de imagen gráfica que vemos continuamente son las marcas, un símbolo gráfico que asociamos a una empresa. Algunas tienen un fuerte condicionante estético y otras son más comunicativas, pero ambas deben ir adaptándose al paso del tiempo y poder tener mayor contundencia en el medio televisivo.

2. **Imagen grabada:** su principal característica es el grado de iconicidad que posee. La captura de imágenes para el grafismo audiovisual ha de tener la finalidad de integrarse en un entorno gráfico, perdiendo parte de esa iconicidad. Cuando realizamos una grabación contamos con gran cantidad de elementos para convertirla en un valor estético y formal. El encuadre, la profundidad de campo, la luz, la óptica utilizada y todas las intervenciones que sobre ella podemos realizar para su construcción, abren un amplio abanico de posibilidades de crear imágenes diferentes, destacando unas cosas sobre otras para crear imágenes según nuestras necesidades estéticas o de comunicación. En el caso de los títulos de crédito, han supuesto la posibilidad de lograr aperturas más narrativas.
3. **Imagen 3D:** corresponde a la imagen generada por ordenador a partir de combinaciones matemáticas y algoritmos. Es una imagen que no existe físicamente pero que, gracias a la tercera dimensión que le proporciona el volumen, adquiere gran realismo. Es una imagen que se puede ver desde todos los ángulos. La creación de imágenes 3D es un proceso muy complejo en el que interviene tanto el concepto de forma gráfica para la construcción de los objetos como la animación e imagen grabada en la realización de la secuencia para que llegue al espectador.

Sin duda, este tipo de imagen adquiere cada vez más importancia y obtiene mejores resultados gracias a los avances de la tecnología que permiten incluir y controlar cada vez más los elementos propios de las imágenes grabadas, alcanzando resultados cada vez más estéticos y realistas.

4. **La animación:** consiste en describir y dotar de movimiento a elementos inertes. Para ello el control del tiempo y la sincronización es indispensable. Existen diversos tipos de animación, en unos predomina el factor manual y en otros el infográfico.

- **Animación tradicional:** se crea dibujando cada cuadro. Una técnica habitual es dibujar 12 cuadros de los 24 que hay en el cine y duplicarlos. Con la incorporación de los acetatos el proceso se aceleró ya que sólo era necesario dibujar lo que se iba a animar y el fondo dejarlo inalterable.

- **Stop motion:** es la técnica de animación tradicional. Se da vida a un objeto inanimado realizando una grabación fotograma a fotograma. Se registran todas y cada una de las posiciones de los objetos o personajes para dar una continuidad recreando la sensación de movimiento. Se puede variar la velocidad de la animación capturando más fotogramas del mismo cuadro.

- **Rotoscopia:** consiste en dibujar encima de una referencia que suele ser fotogramas de imágenes reales. Como ejemplo, esta técnica fue la utilizada en los títulos de crédito de la película Juno.



JUNO (2007) Diseñadores títulos de crédito Gareth Smith & Jenny Lee

- **Animación digital:** Gracias a los medios digitales podemos obtener animaciones más rápidas. Ya no es necesario grabar fotograma a fotograma sino que, marcando un fotograma clave, el software interpreta el movimiento hasta el siguiente fotograma clave mediante un sistema de interpolación.

- **Animación 3D:** permite obtener una gran fuerza visual ya que se dota de profundidad al espacio. Al tener visión de todos los ángulos debemos dotar a los objetos de un escenario o decorado que los envuelva. Dentro de esta animación infográfica se encuentra el *motion capture* que permite reconocer el movimiento de personas y traduce toda esa información en datos informáticos que se aplican a la imagen generada por ordenador. Con esta animación podemos optar a cualquier tipo de estética y diferentes grados de realismo.

2.4.4 *El sonido*

El sonido es un elemento imprescindible y de gran relevancia en el discurso audiovisual en general y en su vertiente gráfica en particular. Con un sonido podemos acentuar la carga emotiva de una imagen y reforzar, a la vez, su valor expresivo. La reacción que provoca en el espectador una imagen muda u otra con sonido es muy diferente. No podemos olvidar que el sonido ha estado siempre presente desde el nacimiento del cine. Las películas mudas iban acompañadas de música en directo, en la mayoría de ocasiones. Con él podemos unificar, puntuar o separar los distintos elementos del discurso, de ahí su importancia para construir un flujo coherente.

Los elementos que forman el sonido son: la palabra, la música y los efectos sonoros. Aunque es importante señalar la importancia estética del **silencio** y la gran aportación que puede tener su correcta utilización.

- **la palabra o la voz:** normalmente tiene una función informativa. Cuando existe, suelen quedar en segundo plano respecto a otro tipo de elementos, en lo que a comunicación se refiere. Existen destacados ejemplos- aunque no ha sido lo más habitual- de la utilización de voz en los títulos de crédito como en “**Adaptation**” de Geoff McFretidge donde escuchamos la voz de un narrador- Donde es más frecuente es en las piezas de publicidad y en algunas televisivas, en las que resalta el eslogan.

- **la música o banda sonora:** tiene una gran fuerza para evocar sensaciones, crear ambientes y definir estilo. Unida a las imágenes, es capaz de crear su propia realidad. En los títulos de crédito se suele utilizar como base para su construcción. Las imágenes se forman y se mueven en base a ella, ya que resulta mucho más fácil marcar el **ritmo** y la **sincronización** -dos conceptos de gran importancia unidos al sonido y al grafismo audiovisual-, utilizándola de base. En publicidad no es tan importante ya que tiene más importancia la duración y el mensaje a transmitir.

- **los efectos sonoros:** es la simulación de ciertos sonidos. Suelen ir con la imagen y, en muchas ocasiones, mezclados con la música. Tienen una gran fuerza para atraer la atención del espectador y dotan al discurso de cierta realidad.

Los sonidos también se pueden clasificar dependiendo de dónde procedan y si están dentro o fuera de la historia.

En el primer caso podemos diferenciar entre **sonido in** -pertenece a la realidad de la imagen que estamos viendo-, **sonido off** -su procedencia sugiere en espacio contiguo, pero no vemos qué la produce- y **sonido over** -su fuente ni está en pantalla ni pertenece al mismo espacio o tiempo. Este último correspondería a los denominados sonidos extradiegéticos, los que no pertenecen a la historia que estamos viendo. Son los que sólo percibimos nosotros y no los personajes. Éste es el más habitual en el grafismo audiovisual.

Por otra parte también encontramos el sonido diegético, el que pertenece a la historia y a sus personajes.

2.4.5 Tipografía

*La tipografía debe ser una comunicación clara en su forma más vivida..., la claridad es la esencia de la impresión moderna.*¹²

El uso de la tipografía es común al diseño gráfico y al grafismo audiovisual. En este último su función es crear relaciones tipográficas, y de éstas con el resto del conjunto de objetos, imágenes o formas. La elección de una u otra está determinada principalmente por la finalidad comunicativa. Por su riqueza formal la tipografía se convierte en protagonista. Sólo es necesario fijarse en la cantidad de películas que tienen títulos de crédito basados únicamente en tipografías, creando en muchas ocasiones una marca identificativa, como en el caso de Woody Allen. Como David Fincher afirmaba hablando sobre ello *“los títulos de crédito de sus films dan el tono igual que los títulos de mis películas... Todo el mundo abre sus jodidos ojos y se calla la boca y se prepara para ver la película, porque las cosas se mueven... la historia ha empezado...”*¹³

Para realizar una correcta utilización de la tipografía, ésta debe quedar perfectamente integrada en la composición a través de diferentes técnicas como:

Integración formal: es la definida por las familias tipográficas, las cuales deben guardar una similitud con la apariencia formal de las imágenes.

Integración cromática: unidad cromática. La tipografía debe tener una relación armónica o de contraste siempre que esté justificado.

Integración de movimiento: la coherencia que se aplica a los elementos de la composición se debe aplicar de igual forma a la tipografía.

Integración conceptual: el grafismo audiovisual está basado en la representación de un significado superior donde la tipografía es un elemento más.

Además debemos tener en cuenta ciertas propiedades que ha de reunir la tipografía que utilizemos. Debe ser **legible**, el tamaño, grosor, tipo de caja color y Tracking-Kerning no ha de molestar ni impedir una lectura clara. La **aparición y desaparición del texto** debe ser controlada. Las transiciones han de ser las adecuadas al igual que **el tiempo que esté en pantalla**.

No debemos olvidar que es un elemento primordial en la transmisión de información.

La tipografía, como parte esencial del grafismo audiovisual, posee las mismas funciones que el resto de elementos que pueden formar parte de estas piezas, en especial la imagen.

Dichas funciones, como ya hemos mencionado anteriormente, son: informativa, persuasiva, identificativa y de conceptualización.

¹² Cita extraída del libro Pioneros de la Tipografía Moderna. Herbert Spencer, 1995. Editorial G. Gili.

¹³ Citado por SOLANA, GEMA y BONEU, ANTONIO, 2007, *Uncredited. Diseño gráfico y títulos de crédito*. Index Book, S. L.

SEGUNDA PARTE

3. SERIES DE TELEVISIÓN Y TÍTULOS DE CRÉDITO**3.1 LAS SERIES***3.1.1 Breve aproximación a la historia*

*“Con la primera década del siglo XXI ha llegado hasta nuestras pantallas un nuevo fenómeno de culto que suma cada día miles de espectadores en todo el mundo: las series de televisión. Sí, es cierto, las teleseries existieron prácticamente desde que se inventó “la caja tonta”, pero gracias a todas estas nuevas series hemos visto cómo nuestro televisor se convertía en “la caja inteligente”. Piensen en Los Sopranos, The Wire, Mad Men, Dexter, A dos metros bajo tierra...y tantas otras producciones cuyos niveles de calidad y difusión son simplemente extraordinarios”.*¹⁴

Aunque las primeras emisiones de televisión se producen en 1937 hay que esperar a la década de los 50 para que lleguen al gran público. Ésta década está considerada como la **Edad de oro de la televisión**. Todavía no existía la cinta de vídeo por lo que todos los contenidos se desarrollaban en continuo directo. Durante estos años, las cadenas existentes eran escasas. Lideraban la audiencia de la televisión norteamericana las 3 grandes *networks*¹⁵ (**NBC, CBS, ABC**) y una cuarta cadena: DuMont, propiedad del fabricante de tubos catódicos que desapareció en 1955.

Lo más característico de estos años fueron las series antológicas dramáticas, de capítulos independientes que no tenían entre sí ninguna relación. Las historias que se trataban tenían un gran calado social. La gran mayoría de las historias se basaban en novelas, relatos cortos o incluso obras teatrales; cosa que a la industria cinematográfica Hollywoodiense molestó y prohibió.

En los primeros años de esta década no todo el mundo poseía un receptor, tan solo la gente con un determinado poder adquisitivo y la gente culta. El resto de la población se juntaba en lugares públicos a verla. A pesar de ello, la televisión poco tardó en convertirse en un fenómeno de masas. Los contenidos, al principio, derivaban de la radio y el cine. La primera era el referente en la creación de programas y existía un fuerte trasvase de contenidos y profesionales de la radio a la televisión.

¹⁴ Fragmento incluido en la contraportada del libro de Carrión, Jorge, 2011, *Teleshakespeare*, Errata Naturae.

¹⁵ Networks: Cadenas de onda hertziana que emiten su programación a través de emisoras repartidas por todo el país. Las tradicionales son NBC, CBS y ABC, mientras que WB y UPN, que poseen una red más pequeña, son conocidas como mini-networks.

La primera antología emitida con regularidad fue: *Kraft Television Theatre* (serie que catapultó a la fama a varios actores, dramaturgos y directores como: Hope Lange, Grace Kelly, Paul Newman, JP Miller, Fielder Cook...), emitida en la NBC desde 1947 hasta 1958. Fue una de las series más prestigiosas emitidas por la cadena. Tenía una hora de duración, se emitía en directo y cada semana se planteaban nuevas historias con personajes diferentes sin que ninguno de ellos tuviera nada que ver entre sí. A esta antología le siguieron *Ford Theatre*, *Actors Studio* y *Colgate Theatre*. Al poco tiempo, y debido a las quejas de Hollywood, empezaron a proliferar obras propias. Una de las primeras series donde los guiones eran propios fue: *Goodyear Television Playhouse/ Philco Television Playhouse/ The Alcoa Hour* (la denominación iba cambiando dependiendo de los patrocinadores) emitido en la NBC. La tercera antología más importante emitida fue *Playhouse 90*, en la CBS desde 1956 hasta 1960. Estos capítulos se alargaron hasta 60 minutos, llegando hasta los 90 en la parrilla televisiva. La serie se consideró el clímax de la antología dramática desde el punto de vista de la calidad, aunque nunca llegó a obtener una cuota de pantalla destacada. La cancelación de la emisión supuso el fin a la Edad Dorada de la Televisión.

Si en un principio las series antológicas tomaban prestados argumentos de filmes de Hollywood, ahora será al contrario; la industria cinematográfica aprovechó las historias de estos programas para llevarlos al cine. Un ejemplo de ello fue la adaptación de un capítulo de *Goodyear Television Playhouse* o *Marty* (título de la película en 1955). Esta película ganó cinco Oscars abriendo un nuevo nicho de mercado para la industria. Se llegaron a producir hasta 30 películas basadas en programas de la década, algunos ejemplos de ello son: *Doce hombres sin piedad*, *El zurdo*, *El milagro de Anna Sullivan*, *Requiem por un campeón*, *Días de vino y rosas...*

Vista la gran aceptación que tuvo este tipo de series en el cine, los magnates de Hollywood se pusieron manos a la obra en busca de concesiones televisivas, con el fin de obtener beneficios; cosa que *Robert Sarnoff*¹⁶ no iba a permitir desde la RCA. De lo que no se dieron cuenta fue de la interdependencia que existía entre ambas industrias, la televisiva y la cinematográfica. La televisión necesitaba ficción a bajo coste que hiciese rentable sus empresas y la industria cinematográfica empezaba a notar el descenso de espectadores en sus salas debido a la aparición de la televisión. La primera *network* que firmó un contrato con Walt Disney fue la ABC, que encargó a los grandes estudios series a cambio de una inversión en el parque temático Disneyland. Al poco tiempo, todas las cadenas de televisión ya habían firmado contratos para la producción de programas que denominaban telefilms (aunque posteriormente este término se utilizó para las películas realizadas para televisión).

A finales de la década aparece el primer gran género de la televisión filmada: el *western*. Este género vivió una fiebre que poco duró entre 1958 y 1961; era un género popular y económico a la hora de producirlo. Los tres programas western más relevantes fueron *Ley del revólver* (*Gunsmoke*, CBS: 1955-1975); *Cheyenne* (ABC: 1955-1962) y *Maverick* (ABC: 1957-1962). Llegados a este punto es necesario destacar la gran labor del guionista Roy Huggins, que logró plantear en las series personajes e historias que, a pesar de las limitaciones económicas del medio, se adentraban en situaciones que podían replicarse en los sucesivos capítulos.

¹⁶ Robert Sarnoff fue el presidente de la radio Corporation of America (RCA) en 1930. Está considerado como el padre de la televisión comercial por darse cuenta del gigantesco salto que supondría la televisión en la comunicación de masas.

Además del western, comenzó a desarrollarse otro género que en décadas posteriores alcanzaría una gran relevancia, las series policíacas.

Los años 60 no fueron una gran época para el drama en televisión, pero aun así, nacieron series de gran calidad cuya influencia ha sobrevivido al paso del tiempo.

A pesar de que el western empezaba a desaparecer, quedaron muestras de series que han sido eternas como *Bonanza* (NBC, 1959-1973). Pero si hubo una moda en esta década fue el género del espionaje. El inmenso triunfo comercial en el cine que tenía James Bond, con “Agente 007 contra el Dr. No” animó a los ejecutivos de la televisión a exportar el género a una televisión cuya calidad visual se empezaba a beneficiar de la aparición del color. La acción y el suspense atraerían al público juvenil y la intriga política y la ironía de los protagonistas, a los adultos. *El agente C.I.P.O.L.* (NBC, 1964-1968) se convirtió en un auténtico fenómeno popular con elementos de James Bond incorporados a relato que no pretendía ser del todo una parodia, como lo era *Get Smart, Superagente 86* (NBC, 1965-1969), serie que combinó perfectamente el espionaje y la comedia. La estela de *El agente C.I.P.O.L.*, fue seguida por series que catapultaron el género como *Mission: Impossible (Misión Imposible)*. La serie marcó varios hitos, desde la tecnología utilizada en los elementos, la calidad de los actores que intervinieron y la utilización de impecables historias de suspense con giros argumentales. Cabe destacar la música creada por *Lalo Schifrin*, que se convirtió en una marca registrada del programa y de las películas que llegarían años después. La serie fue creada por *Bruce Geller* y estuvo en el aire desde 1966 hasta 1973.

En el marco del drama, dos series demostraron que todavía quedaba un hueco para la antología dramática, *Dimensión desconocida/En los límites de la realidad* (Twilight Zone, CBS, 1959-1965) y *Los Defensores* (The Defenders, CBS, 1961-1965). La primera utilizó cada elemento fantástico, de ciencia ficción, fantasmas, extraterrestres, etc. para una serie que por su enorme calidad fue un éxito en su época y ha logrado a través de los años un importante reconocimiento de los amantes de la ciencia ficción. La serie original fue creada por *Rod Serling*, quien además hacía las veces de narrador. Algunos de los capítulos fueron escritos originalmente por Serling y otros fueron adaptados de textos clásicos del género. En el caso de Los Defensores, la serie se atrevió a tratar temas tabú como la eutanasia, el aborto, o el neofascismo. Fue el programa de la época con mayor conciencia social y que tendría un fuerte impacto en la producción posterior por colocar como héroes a profesionales liberados y por su tratamiento realista de la justicia.

Pero si Los Defensores caló en el público, mucho más lo hizo otra de las series que se convirtió en la década en un fenómeno social, *Star Trek (Viaje a las Estrellas)*. La historia fue creada por *Gene Roddenberry* y marcó un antes y un después en la televisión. La serie original, que hoy es objeto de culto para miles de fanáticos en todo el mundo, fue emitida en la televisión estadounidense entre 1966 y 1969. La carrera espacial favoreció el florecimiento de este género, utilizándose como alegoría a los temores del pasado de la Guerra Fría y a presentar un futuro utópico.

De las antologías dramáticas de los años 50, también tuvo su origen la serie *The Untouchables (Los Intocables)* que cuenta la historia de Eliot Ness, un agente federal que busca mantener la Ley y el orden, combatiendo el crimen organizado y el tráfico de alcohol. En esta serie, *Robert Stack* se consagró en el papel de Eliot Ness. La serie estuvo en el aire hasta 1963.

En ésta década las cadenas comenzaron a inspirarse en temáticas reales, que pudieran conseguir cierta identificación por parte del espectador aunque el tratamiento fuera de pura ficción.

Los años 70 no fueron una época muy brillante pero sin embargo, se pusieron los cimientos para el resurgimiento que iba a tener en la década siguiente. Durante estos años dos tendencias iban a marcar el mercado, *Aaron Spelling* y la MTM. El primero, está considerado el productor más prolífero y exitoso de la historia de la televisión. En 1972 creó una productora de la que nacieron tres series, *Starsky y Hutch*, *Los ángeles de Charlie* y *Vacaciones en el mar*. Spelling apostó por nuevas estéticas, nuevas relaciones entre los personajes y una fórmula narrativa con tramas independientes en cada capítulo.

En cuanto a la MTM, la compañía tenía una idea clara, tener a los mejores talentos y dejarles trabajar con libertad. De esta filosofía y de la mano de *Steven Bochco* y *Michael Kozoll* surgió *Canción triste de Hill Street*, drama policial que reunió una serie de innovaciones que habían visto la luz en años anteriores a nivel estético, narrativo y de contenido con un reparto coral y grandes dosis de realismo. Esta serie abrió el camino para que surgieran otras en los **años 80** para reinventar géneros surgidos anteriormente como *Hospital*, *Remington Steele* o *Luz de Luna*. En esta década las series más sobresalientes vinieron de la mano de la MTM o de productores formados en ella. Una de las más conocidas fue *El equipo A*, veteranos de la guerra del Vietnam que trabajan como mercenarios ayudando a seres anónimos. Otros nombres propios de la década fueron *Lee Rich* y *Michael Mann* que volvieron a introducir la serialidad en el drama televisivo para intentar fidelizar al público en el horario de máxima audiencia. Su gran apuesta fue *Dallas*, una saga familiar situada en lujosos ambientes y de una moralidad dudosa. Tramas adictivas llenas de giros inesperados que la convirtieron en un fenómeno de masas, ayudándose de los finales de temporada con suspense, a menudo después de un giro inesperado.

Las tramas narrativas estaban cambiando y cuando apareció el cable y la HBO, el público comenzó a ver películas en la televisión y las series tuvieron que innovar. Todo estaba listo para una nueva renovación en la década de los noventa. Y esa renovación vino de la mano de David Lynch y *Twin Peaks*. Fue una serie novedosa, donde el *cómo* pasó a ser más importante que el *qué*, realizando un viaje por la psique humana, con experiencias oníricas y un estilo visual muy cuidado, más próximo al cine que a lo que se estaba acostumbrada la televisión. Aunque el público fue abandonando la serie a medida que avanzaban las temporadas, sentó las bases de una nueva forma de hacer ficción para la pequeña pantalla.

La reina de las series: HBO

La televisión norteamericana iba a vivir un gran cambio con la aparición del cable y en especial con la compañía HBO. Bajo la dirección de Gerald Levin, se convirtió en la primera empresa de televisión que aprovechó el satélite para la transmisión regular de televisión. Además fue imprescindible para los estudios cinematográficos ya que emitía películas ya estrenadas. Sin embargo el mayor logro para nosotros fue su aportación al mundo de las series.

Su primera aportación al drama televisivo fue la serie *OZ*, con la que los ejecutivos pretendían comenzar a crear una imagen de marca con programas fácilmente reconocibles. La

serie plasmaba la vida en las prisiones con un estilo *docudramatic*¹⁷ y siempre viendo la historia a través de un narrador. La serie se convirtió en algo adictivo con un espectacular retrato de los personajes. *Oz* marcó el camino a seguir en el drama de la HBO y en 1999 se produjo el nacimiento de una serie que abriría paso a otra década dorada, *Los Soprano* que se ha convertido desde el punto narrativo en el exponente de una ficción que aspira a la calidad del cine, aprovechando la narrativa de larga duración que permite ahondar en los personajes y presentar una evolución en ellos y en la historia.

Después de *Los Soprano*, vinieron, *A dos metros bajo tierra*, *The Wire*, *Bajo escucha*, *Carnivàle*, *True Blood*, *Mad Men*, *Sex and the city* o la más reciente y aclamada *Juego de Tronos*, series de gran éxito que han enganchado a miles de espectadores teniendo todas ellas una gran calidad, dejando de ser las hermanas pequeñas del cine de la gran pantalla. Y todas ellas tienen además algo en común, sus espectaculares títulos de crédito que son igual o más conocidos que la propia serie.

Por otro lado, no solo HBO ha contribuido a dotar a las series de la calidad y prestigio que tienen actualmente. También otras como la *FOX*, con series como *Dexter*, el productor *Jerry Bruckheimer* responsable del nacimiento de *CSI* o la cadena *ABC* que creó un auténtico fenómeno social como fue *Lost*, han apostado por una calidad y un cuidado de todos los elementos en las series que han conseguido realizar productos que crean expectación y generan adictos a la ficción de la pequeña pantalla.

En definitiva las teleseries norteamericanas han ocupado, durante la primera década del siglo XXI, el espacio que durante la segunda mitad del s.XX monopolizó el cine de Hollywood. Y es que las series actuales retratan como nadie las preocupaciones y deseos de nuestra sociedad, han reinventado los géneros huyendo de los tópicos, han creado nuevas formas de narrar las historias y de articular las tramas, los personajes se han vuelto inolvidables, con asesinos que despiertan cierta compresión y antihéroes que adoramos.

3.1.2 Narrativa y serialidad

*Más que ninguna otra manifestación artística,
las teleseries circulan por el ciberespacio a dos niveles simultáneos:
el del consumo y la interpretación.
Ambos confluyen en un tercer nivel posterior,
el de la reescritura”.*¹⁸

Toda narración encierra en su interior el deseo de relatar una historia, narrar una serie de acontecimientos acotados en un espacio y un tiempo. La teoría narrativa nos ofrece un armazón de parámetros, categorías para acercarnos a los textos, para preguntarnos acerca de su estructura, los elementos narrativos, su combinación y articulación.

A lo largo de la historia audiovisual se repite la tendencia de marcar constantes diferencias entre el cine y la televisión, a pesar de que directores como *Jean-Luc Godard* la

¹⁷ Docudramático: reconstrucción y dramatización de acontecimientos reales.

¹⁸ Carrión, Jorge, (2011, 28) *Teleshakespeare*, Errata Naturae.

televisión no es sino otra situación en la historia del cine, como ya lo fue la incorporación del sonoro y la aparición del color.

Pero evidentemente existen diferencias en las grabaciones, soportes, en la difusión, recepción, y la narrativa no es una excepción. Mientras el cine supone un desplazamiento a conciencia para el visionado del film, la televisión se ve en el ámbito doméstico, de forma masiva y privada a la vez. Además supone una atención extra por los estímulos externos y por el propio devenir del flujo televisivo, con constantes interrupciones para la publicidad. Unas diferencias que según Rosen¹⁹ podríamos esquematizar en la siguiente tabla:

CINE	TELEVISIÓN
<i>Audiencia colectiva:</i> los espectadores se reúnen en grupo.	<i>Audiencia dispersa:</i> es un público masivo pero dispersado a la vez.
<i>Público:</i> relacionado con lugares de consumo y eventos públicos.	<i>Privado:</i> asociado con espacios de consumo y rutinas diarias domésticas.
<i>Cultura:</i> relacionado igualmente con los lugares de consumo y cultura popular	<i>Bien de consumo:</i> asociado con lo comercial. Flujo fragmentado por la publicidad.
<i>Expresividad/interpolación:</i> por o para entidades colectivas o individuales.	<i>Bienes de consumo/capital:</i> por o para el flujo de intercambio de valores.

En cuanto a la narración hay un factor característico de las series de televisión que ha despertado nuestra curiosidad a la hora de desarrollar esta investigación. Este factor no es otro que la serialidad.

En la investigación que nos ocupa, el concepto de serialidad lo aplicaremos a la ficción que se transmite en emisiones sucesivas y donde se mantiene una unidad argumental y temática en todos los episodios o capítulos con la finalidad de fidelizar al espectador. Sin embargo, para autores como Sánchez Biosca, dicha serialidad no es exclusiva de las series de televisión sino que ya está presente en la propia definición de género cinematográfico, ya que el espectador identifica unas estructuras, con o sin continuidad de las tramas y personajes, pero siempre siguiendo unos patrones.

A pesar de ello, si hay una diferencia notable con la que cuentan los creadores de la ficción televisiva, es la duración de las series, el tiempo que se tiene para desarrollar una historia y permitir que ella y los personajes vayan evolucionando o cambiando, propiciando que el espectador llegue a identificarse con ellos, a conocerlos. Para ello los narradores han de conseguir que el espectador tenga la necesidad de saber qué ocurre en ese universo ficticio, si se cumplen o defraudan sus expectativas o la de los personajes y esto es precisamente lo que para Balló caracteriza a las series “*la estrategia de la diferencia y la repetición*”²⁰.

¹⁹ Citado por BORT GUAL, Iván (2012, 67). Nuevos paradigmas en los telones del relato audiovisual contemporáneo. Partículas narrativas de apertura y cierre de las series de televisión dramáticas norteamericanas contemporáneas. *Tesis doctoral Universitat Jaume I*.

²⁰ Balló, Jordi y Pérez Xavier, (2005; 10), Yo ya he estado aquí, ficciones de la repetición, Anagrama, Barcelona.

En la estructura de las series, como en cualquier discurso narrativo, las dimensiones espacio-temporales sirven para mostrar el espacio y el tiempo de los acontecimientos y por tanto están subordinados a estos dos elementos de la historia contada. En el primero se encuadran las acciones como acontecimientos y el segundo nos hace avanzar en lo narrado para explicar las motivaciones de los actos de los personajes. Así pues, el espacio y tiempo están subordinados a la causalidad. Para Barthes, la estructura de todo relato seriado cuenta con un elemento fundamental, las *funciones*. Éstas marcan precisamente el carácter funcional de todas las partes narrativas que podamos encontrar, es decir, todo, hasta el más mínimo detalle tiene un sentido. Así mismo distingue dos tipos de funciones:

1. La división de la acción en partes mínimas, pero que una acción es consecuencia de la anterior, logrando una unidad máxima.
2. Comprende los indicios, que remiten a un concepto más difuso pero esencial para la historia.

Con las primeras funciones nos es posible desentramar los núcleos principales de la acción y con las segundas desarrollarla, así como a ir obteniendo información y creando expectativas que se irán o no cumpliendo. Para ayudarnos y guiarnos en esa tarea, contamos con los personajes. Éstos se mueven dentro de una historia de fondo que o bien se nos muestra en una secuencia antes de los títulos de crédito o se nos va mostrando con la evolución de los personajes. En las series tenemos la posibilidad de ahondar en otro elemento imprescindible, el pasado. Uno es y se comporta en la actualidad de una determinada forma como consecuencia de lo acontecido en el pasado. Cuanta más información incluyamos sobre la historia de fondo, más probabilidades habrán de *crear un personaje complejo capaz de atraer al público semana tras semana*.²¹

En cualquier caso, el cambio y la evolución narrativa son indudables, tanto en la construcción de los discursos como en la recepción que de ellos hace el espectador.

Podríamos considerar que para la narrativa convencional en las series de televisión, al igual que hizo *Ciudadano Kane* en su momento, *Twin Peaks*, la modifica entregándola al subconsciente como cita Ivan Bort²² y con *Perdidos* se rompe definitivamente. Esta serie, seguida por miles de fans, desestructuró todas las líneas del tiempo y del espacio con continuos flashbacks en las primeras temporadas y flashforward en las siguientes con el fin de ir armando y desmontando a la vez a los personajes y su universo, rayando en ocasiones lo inverosímil e incomprensible.

Sin embargo, el último capítulo une lo que se ha ido fragmentando a lo largo de seis temporadas, la continuidad de todos los elementos propios de una narración.

Además, esta serie rompió también con otro elemento de la cadena, la recepción. Su mayor visionado no se produjo delante del televisor sino delante de la pantalla del ordenador, a través de internet.

²¹ Seger, Linda, (2000) *Cómo crear personajes inolvidables*. Ediciones Paidós Ibérica, S.A

²² BORT GUAL, Iván (2010), *Nuevos paradigmas teóricos en las partículas narrativas de apertura y cierre de las series de televisión dramáticas norteamericanas contemporáneas. II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social: la comunicación social, en estado crítico*

En este capítulo hemos visto cómo a lo largo de la historia las series de televisión han ido marcando puntos de inflexión que han supuesto avances, retrocesos en ocasiones, pero que han contribuido a la consolidación de la ficción para la pequeña pantalla. Entre ellas hemos destacado el papel desempeñado por la HBO, no sólo por las series en sí, sino por lo que aporta a nuestro objeto de investigación, sus títulos de crédito. HBO es la responsable de la realización de gran parte de las series más importantes de los últimos años y muchas de ellas cuentan con unos títulos de créditos más que destacables.

En cuanto a la narrativa y serialidad hemos constatado el caldo de cultivo que supone para fidelizar al espectador, algo que hará que los títulos de crédito sean vistos una y otra vez llegando así a obtener un significado completo en relación con la serie de la que forman parte y sin la cual no podría transmitir el sentido real para el que han sido creados.

3.2 LOS TÍTULOS DE CRÉDITO

3.2.1 Tipología de los títulos de crédito

Los títulos de crédito se han convertido en un elemento imprescindible de cualquier obra audiovisual y cómo ya hemos apuntado a lo largo de nuestra investigación, han estado presentes de una forma u otra a lo largo de la historia del cine y de la televisión.

Para establecer el marco en el que delimitaremos nuestro objeto de estudio, los títulos de crédito de las series de televisión, necesitamos realizar una aproximación a las posibles definiciones y clasificaciones tipológicas que se hayan realizado de los créditos en general.

En una de las acepciones que el diccionario de la Real Academia de la Lengua establece para el término “*crédito*” lo define, obligando a usar su forma plural, de la siguiente forma: “*en cinematografía y televisión, relación de personas que han intervenido en la realización de una película o programa, que aparece al principio o al final de su proyección*”, y en la misma dirección va la que realiza para el término “*títulos*”.

Estas acepciones definirían los títulos de crédito atendiendo a una de las funciones principales de éstos, la de informar. Sin embargo, consideramos que actualmente no es suficiente con ella, ya que estas piezas van más allá sobre todo si tenemos en cuenta que son la parte de un todo, que es el film o la serie. En este sentido, Gómez Tarín decía: “*...hay momentos privilegiados en el film que constituyen en sí mismos microdiscursos que engloban la totalidad del contenido cual si se tratara de un resumen. Fragmentos, que pueden ser secuencias enteras o un bloque de ellas, que son un modelo reducido del film en cuanto a sus tramas. Son secuencias que condensan gran parte del valor significativo de la obra (esto es muy habitual en los inicios y finales de las películas)*”.²³ Esta reflexión junto las definiciones apuntadas por la RAE, podrían contener la esencia de lo que son las secuencias de los títulos de crédito.

Llegados a este punto, y para continuar avanzando en los estudios necesarios para la realización del análisis práctico posterior, vemos necesario establecer una tipología de los títulos

²³ MARZAL, José Javier, GÓMEZ TARÍN, Francisco Javier (2007) Metodologías de análisis del film. Edipo. Madrid

de crédito. Existen diferentes posibilidades de clasificación de los títulos de créditos. Solana y Boneu proponen la siguiente categorización:

Categorías de los títulos de crédito
Blanco sobre negro
Fondos como secuencia
Títulos como logotipos
Animación
Texturas
Concepto

Tipología de los títulos de crédito según Solana y Boneu (2008)

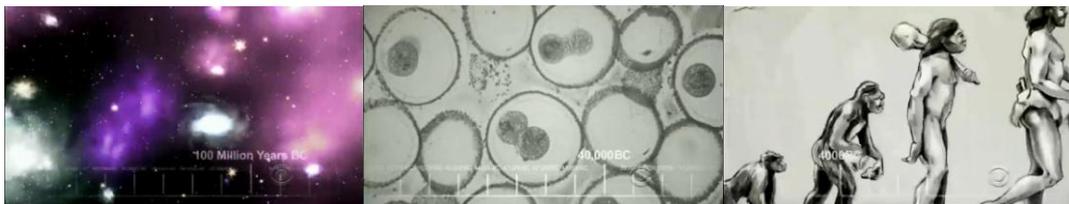
Ésta clasificación incluye gran parte de las características que pueden poseer los títulos de crédito, sin embargo podría atender más a la forma utilizada en su elaboración. Para el análisis que nos ocupa, vemos más adecuado hacer una división atendiendo a algunas de las principales funciones del grafismo audiovisual que podamos aplicar a los créditos en particular, añadiendo una tipología que incluyen prácticamente todas las clasificaciones, los créditos tipográficos. En este caso tendríamos:

Créditos como información: los títulos de crédito, como ya hemos apuntado, han sido utilizados desde los inicios para informar al espectador de la gente que intervenía en la realización del producto audiovisual que iban a ver. Si atendemos a esto, podríamos considerar que no es aplicable a una división tipológica ya sería algo común a todas las piezas. Sin embargo, en series de televisión es habitual ver una forma diferente de mostrar esta información. En ocasiones la primera secuencia que vemos forma parte ya del capítulo y no posee ninguna información adicional, nos introduce en la historia desde el principio. Normalmente la única información que suele mostrar es el título de la serie y los actores pero ya dentro del desarrollo del capítulo. Como ejemplo proponemos la serie *Cinco hermanos* que presenta la siguiente estructura de inicio:

Primera secuencia del capítulo + cartón con el título + capítulo indicando nombres de los actores.

Créditos simbólicos: recordemos que el Grafismo Audiovisual permite asociar conceptos abstractos a imágenes y sonidos que evocarán y se asociarán con determinados productos. En estos títulos de crédito se utilizaría un elemento a modo de símbolo para señalar y enfatizar un aspecto en concreto de la obra más allá del texto creado por el director. Es el caso de la secuencia de créditos de *The Big Bang Theory*, en la que se utiliza esta teoría de la evolución como símbolo de las aficiones y comportamientos de sus protagonistas, dos físicos

peculiares con dificultades para relacionarse, comprender y ser comprendidos por la gente, como si la evolución no hubiese sido la misma.



Créditos expresivos: se utiliza para realizarlos una narración completamente original que se conecta con la principal de la serie a través de elementos como el lugar de acción, los personajes, algún objeto o el estilo plástico. Es el caso de los títulos de crédito de la serie *Dr. House*.



Créditos narrativos: son aquellos en los que se cuenta una historia durante la secuencia de los títulos de crédito. Empezaron a ser muy utilizadas cuando la tecnología permitió la incrustación de las tipografías en la imagen. Se han utilizado desde secuencias con Live action hasta imágenes de animación como en *Atrápame si puedes*, donde vemos cómo una figura va adoptando diferentes personalidades, moviéndose en diferentes ambientes, utilizando colores diferentes para cada uno de ellos, mientras otra figura le persigue.

Centrándonos en las series de televisión serían el tipo de títulos de crédito utilizados en *Dawson's Creek*



Créditos como contextualización: éstos nos sitúan en el espacio y tiempo de la acción, de la historia. Ésta función es la que utilizó Angus Wall para los títulos de *Carnivàle* o más recientemente para *Game of Thrones* donde los créditos nos proponen un viaje por el mapa donde se encuentran los siete reinos, lugares donde se desarrolla la historia.



Créditos tipográficos: como su propio nombre indica, son aquellos que tienen como principal protagonista el uso expresivo de la tipografía. Ésta posee una gran capacidad expresiva visual y el aprovechamiento de estas cualidades proporciona a los títulos de crédito una perfecta armonía y una relación creativa entre lo que estamos viendo.

El medio audiovisual multiplica las características expresivas de la tipografía al añadirle el movimiento pudiendo convertirse así en el principal protagonista de la historia, los títulos, cobran vida, adquieren cualidades humanas, baila al son de la música, se mueve por la pantalla... En definitiva, transmite sentimientos y emociones relacionados con el argumento de la película, más allá de lo puramente informativo.

Podríamos apuntar como ejemplo el título de la serie *Fringe*, donde el título principal se construye a través de fragmentos, clara alusión al rompecabezas que habrá que construir a lo largo de la serie.



Como hemos constatado los openings de las series así como los títulos de crédito iniciales en el cine, sirven como marco para la historia y establecen una conexión. Nos conceptualiza la idea, presenta a los personajes y nos adelanta la estética y las cualidades de la obra. Todo ello hace que estas piezas no sean estancas sino que con su lectura y relectura vayan completando el significado, algo esencial para las series de televisión.

3.2.2 *Un poco de historia. Los títulos de crédito del cine y la televisión.*

Los títulos de crédito han estado presentes desde el nacimiento del cine y han ido evolucionando al compás de las nuevas tecnologías y de las diferentes corrientes artísticas.

En el cine mudo, aparte del título de la película estaban los intertítulos necesarios para poder seguir la narración. Eran tipografías sencillas en color blanco sobre fondo negro, sencillez que puede considerarse su principal virtud y que ha hecho que, esta modalidad se haya mantenido a lo largo de la historia llegando a ser una modalidad utilizada como marca propia por directores como Woody Allen.

La aparición del cine sonoro dio importancia a los actores que eran presentados al inicio de la película, es decir, la forma que adoptaban los créditos estaba fuertemente influenciada por la utilización que se hacía de las novedades tecnológicas. La aparición de la impresora óptica “la truca” permitió incrustar los títulos en las imágenes, permitiendo crear *openings* más narrativos, algo que supo aprovechar el diseñador **Dan Perri** para Scorsese en **“Raging Bull”**.

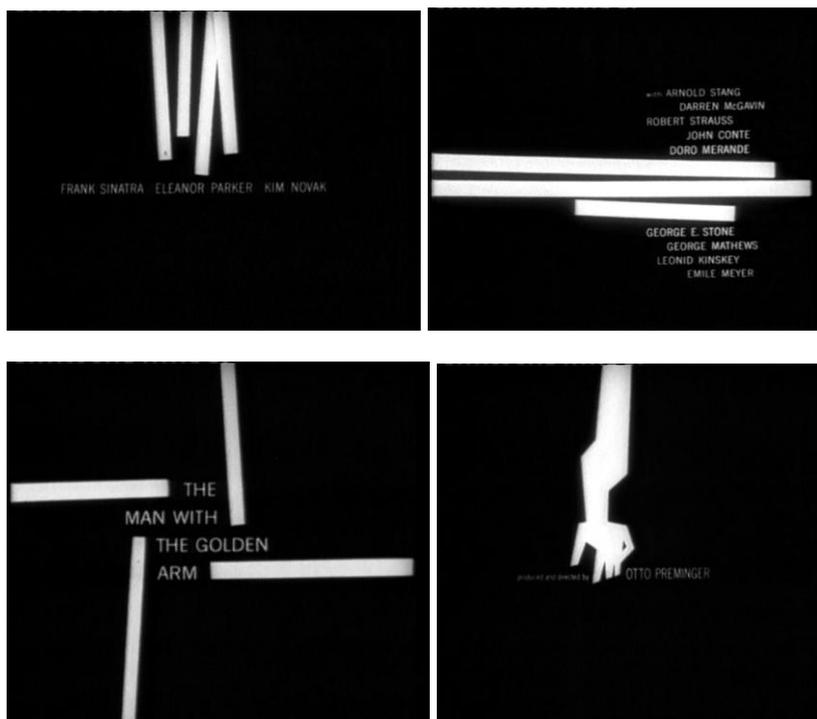


“Raging Bull” 1980. Martin Scorsese. Diseño títulos Dan Perri

Sin embargo, el hecho que marcó un antes y un después en las secuencias de títulos de crédito y en la importancia que tienen hoy en día fue la aparición de **Saul Bass**. Formado como diseñador gráfico, fundó su propio estudio en el que se dedicaba, sobre todo, a la publicidad y al diseño de logotipos y carteles hasta que se cruzó con Otto Preminger en 1954. Éste le encargó los títulos de crédito de “Carmen Jones” en los que Bass, como afirman Solana y Boneu, *sentaría las bases de lo que sería su trabajo, cuidada composición, gusto por los fondos abstractos, ritmo...*²⁴

Ese fue el primer paso para ir creando una nueva forma de entender los títulos de crédito, que quedaría completamente reconocida con el trabajo que realiza para *El hombre del brazo de oro* (Otto Preminger).

²⁴ SOLANA, GEMA y BONEU, ANTONIO. (2007, 143) *Uncredited. Diseño gráfico y títulos de crédito*. Index Book, S. L.



El hombre del brazo de oro (1955) Otto Preminger. Títulos de Saul Bass

Esta pieza introdujo la figura de la metáfora en los créditos. Con unas formas simples y abstractas, con blanco sobre fondo negro, Bass supo sintetizar el argumento de la película y aludir a lo que le sucede al protagonista del film. La desestructuración de las líneas y del brazo son una clara referencia a la adicción y al caos en el que se verá inmerso el personaje principal.

Si con este trabajo, Bass inauguró los créditos entendidos como síntesis e introducción del argumento de la película, en 1958 llegaría el momento decisivo. Hitchcock contrata a Saul Bass para los créditos de *“Psycho”* y *“Vértigo”*. Créditos que son dos obras maestras y que han sido referentes para otros diseñadores y que han catapultado a la fama a Bass, junto con otros trabajos, como el mejor creador de títulos de crédito.

Junto a Bass, surgieron importantes diseñadores que destacaron en sus creaciones. Se puede hablar de una primera generación que elevó a arte estas piezas. Imprescindible nombrar a *Geoff McFetridge* con trabajos como los créditos de *“Adaptation”*, *Maurice Binder* *“Dr. No”* o *“Repulsión”*, *Robert Brownjohn* con *“Goldfinger”* o *“From Russia With Love”* entre otros.

Como hemos dicho, es en los años 50 cuando aparece la figura de Saul Bass como diseñador en el cine, justo cuando la televisión comienza a llegar masivamente a las casas.

La pequeña pantalla comenzó a actuar de forma parecida al cine, y aunque los errores técnicos eran constantes, hoy en día no se conoce ningún programa que no contara con una cabecera que lo identifique. Una selección que representa los títulos de las series norteamericanas de los años 60 y 70 es conocida como la invasión de los ultracréditos. La televisión iba absorbiendo el estilo que triunfaba en el cine, y los títulos de crédito seguían el mismo camino que iniciaron sus homólogos en el cine. Pero a su vez, también el cine comienza a importar el ritmo frenético y el estilo pop de las cabeceras de televisión. En ella, también estas piezas eran utilizadas para presentar personajes como la serie *“Bonanza”* o *“Los vengadores”*



Créditos de Los Vengadores

En la misma época, la década de los 60, y por primera vez, una serie de dibujos animados era emitida en prime time, eran *“Los picapiedra”*. Su fama hizo que se popularizara el género, y muchas series comenzaron a realizar sus créditos utilizando dibujos animados, como *“Embrujada”*.



Créditos serie Embrujada

Mientras que en el cine, los directores pugnaban por ver quién hacía una secuencia de títulos más espectacular contratando a los mejores diseñadores y dotándoles de gran presupuesto, en la televisión no ocurre igual. Normalmente era el propio equipo de la serie quien se ocupaba de los créditos. Sin embargo, hubo diseñadores que supieron aprovechar las

características del medio. Así Bernard Lodge utilizó la propia señal de video para crear los títulos del *Doctor Who*.



Lodge trabajó como diseñador gráfico para la BBC, cadena que empezaba a ser consciente de la importancia del diseño, no sólo como parte de la serie sino como imagen de la cadena. Y en esto, si alguien destacó fue *Martin Lambie-Nairn* que en los años 80 creó la identidad de Channel 4, con un montón de piezas brillantes e irregulares, que marcaron un estilo en las cadenas de televisión y sus imágenes corporativas.

*Una curiosidad interesante es constatar que, desde finales de los 50 hasta 1966, más o menos, coinciden todas las secuencias de títulos de crédito que marcaron la diferencia: Vértigo, Con la muerte en los talones, Psicosis, Dr. No, Charada, Desde Rusia con amor, Goldfinger, Teléfono Rojo...resulta obvio que estos años fueron el cénit de la creación de los títulos de crédito.*²⁵ Durante los años 80 hay que destacar la estética que lanzó la MTV; cabeceras a ritmo de videoclip que revolucionarán la estética del grafismo así como la imagen de una cadena.

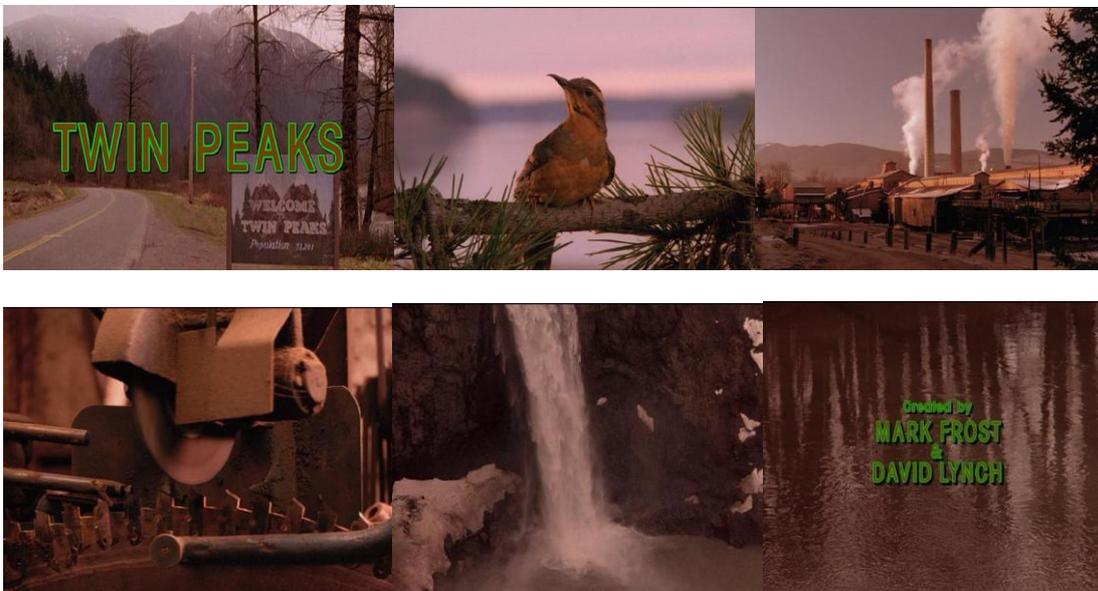
A parte de esto, habrá que esperar a que aparezca la figura de *Kyle Cooper* considerado junto con Bass, uno de los creadores más importantes de secuencias de créditos, ya que ambos, cada uno en su época, marcaron un antes y un después.

Es en 1995 cuando Cooper diseña para David Fincher los créditos de *Seven*. Y es que, sólo con verlos, conocemos incluso antes que los personajes, a que psicópata nos vamos a enfrentar. Nos ofrece una cantidad de información que nos permite saber que escribe diarios, que se corta para borrar sus huellas dactilares y todo ello con unas imágenes muy cuidadas, que nos ofrece una de las secuencias más bonitas a la vez que inquietantes. Deja al espectador en vilo esperando a que aparezca físicamente, cosa que no sucede hasta pasada una hora de la película. Su aportación fue esencial como dicen Solana y Boneu, *el diseño gráfico necesitaba de algún tipo de revolución formal, reclamaba que la calidad y notoriedad que habían conseguido en otros ámbitos llegase a la pantalla. (...) El llamado deconstructivismo tipográfico, tuvo, y tiene todavía, una influencia capital en el diseño gráfico actual, con seguidores y detractores, y su llegada al particular mundo de las secuencias de títulos tiene un nombre: Kyle Cooper.*²⁶ Con él se abrió una nueva puerta y un nuevo camino para los títulos de crédito. Creó Imaginary Force y posteriormente Prologue Films. Con ambas se han creado los títulos de crédito más influyentes de la reciente historia del cine, con películas como *Fallen*, *Donnie Brasco*, *La momia*, *Spiderman*, entre innumerables films.

Cinco años antes de que Kyle Cooper revolucionara los créditos del cine, en la televisión, lo hizo una serie, *Twin Peaks*. Ya hemos mencionando la influencia que tuvo a nivel narrativo, y su director, *David Lynch*, no quiso que el opening desmereciera a la calidad de la serie. Así los

²⁵ SOLANA, GEMA y BONEU, ANTONIO, 2007, *Uncredited. Diseño gráfico y títulos de crédito*. Index Book, S.L

títulos de crédito nos sumergen en los escenarios donde se desarrollará la acción, imágenes bucólicas que junto a los acordes creados por Angelo Badalamenti acompañaban al espectador a introducirse en el escenario de los personajes. Ésta música, junto a la mítica frase de ¿Quién mató a Laura Palmer? Han quedado en la memoria de todos los espectadores que asistían atónicos a una nueva narración.



Créditos Twin Peaks

Desde finales de la década de los noventa estamos asistiendo a una revolución en las series de ficción a todos los niveles sobre todo narrativamente y en cuanto a la creación de personajes. Series con millones de espectadores en todo el mundo. Y sus títulos de crédito no son una excepción. Actualmente nadie quiere perderse estas piezas y todo el mundo las reconoce como parte esencial de la serie. Incluso los premios de la televisión, los Emmy, han creado un apartado para premiarlos, algo que no han hecho sus homólogos del cine, los Oscars.

Podemos encontrar tres figuras destacables en el diseño de títulos de crédito en la televisión. **Eric S. Anderson**, con dos premios Emmy, es el creador de títulos como *Entre Fantasma*s o *Nip Tuck*. Sin embargo su fama le ha venido con las creaciones de *A dos metros bajo tierra* o *Dexter*. La rutina mañanera del asesino en serie no tiene desperdicio. Primeros planos y planos detalles que nos muestran acciones que cualquiera podría realizar, aunque dejando entrever ya cierto sadismo con los planos del rostro y la tipografía que se desangra, que reconoceremos a medida que veamos la serie.



Anderson trabajó durante más de doce años para la agencia *Digital Kitchen*, donde se han gestado muchos de los créditos más importantes. Es responsable también de series como *House* o *True Blood*.

Otra figura importante es *Steve Fuller* uno de los responsables de que la silueta de Don Draper caiga desde un rascacielos al comienzo de cada capítulo de *Mad Men*, convirtiéndola en una de las secuencias de créditos más laureadas. Fue concebida como una mini-historia gráfica que establecía un tono de apertura a una historia mucho mayor que la sucedía, creando una de las siluetas más reconocibles de la pequeña pantalla que aparece sentada de forma elegante, como controlándolo todo, para terminar lanzándose por la ventana de un rascacielos con imágenes publicitarias incrustadas al estilo de *Goldfinger*.

La agencia responsable de los créditos de *Mad Man* fue *Imaginary Forces*, que tras la marcha de Kyle Cooper continuó desarrollando importantísimos trabajos en el mundo del grafismo audiovisual. Es la responsable de los títulos de series como *The Pacific Rubicon* o *Broadwalk Empire*, la cuál será objeto de un estudio más exhaustivo.

En definitiva, el camino que se ha trazado en los títulos de crédito de las series, parece que tendrá un recorrido largo, y lo que se está consolidando es la importancia y el reconocimiento que cada vez más le otorgan los espectadores, considerándolo una parte indivisible y primordial de la serie, teniéndola como referencia para identificarla y hablar de ella.

4. ANÁLISIS DE UN CASO PRÁCTICO

4.1 BROADWALK EMPIRE

La sangre es más espesa que el whisky

Enoch “Nucky” Thompson

Ficha técnica

Director: *Martin Scorsese (Pilot)*

Co-Executive Producer: *Gene Kelly Co-Producer: Steve Turner.*

Designed & Produced by *Imaginary Forces*

Directors: *Karin Fong, Michelle Dougherty*

Designers: *Karin Fong, Lauren Hartstone, Michelle Dougherty*

Music: *Brian Jonestown Massacre*

Broadwalk Empire es una serie de Terence Winter y Martin Scorsese realizada para la HBO. Ambientada en Atlantic City lanza una mirada a los años 20, en plena ley seca; un estudio minucioso sobre la forja de una nación cuyas bases se asientan en la corrupción generalizada, las ambiciones desmedidas y mucha sangre derramada. En “*Boardwalk Empire*” el poder es el único objetivo y los pecados que se puedan cometer en su nombre se esconden debajo de la alfombra.

Nominada a los premios Emmy como mejor secuencia de títulos de crédito, los diseñadores Karin Fong y Michelle Dougherty, de la agencia *Imaginary Forces*²⁷, nos deleitan con una pieza extremadamente cuidada a nivel estético y todo ello al ritmo de la música de Brian Jonestown Massacre.

La secuencia nos presenta al personaje principal de la serie, el gobernador de Atlantic City, la figura más poderosa y criminal, un gánster que controla todo lo que acontece en la ciudad. Sin embargo, a medida que avanza la serie, vamos conociendo matices de su personalidad, como la soledad cuando se ve traicionado por la gente más cercana a él y cómo resurge de las adversidades. Todo esto queda perfectamente plasmado en unos títulos de crédito llenos de analogías y simbolismos que enmarcan una época, una historia y un personaje

La secuencia de títulos dura 1’33” y consta de 47 planos y la podemos dividir en dos partes perfectamente delimitadas por la música. La primera corresponde a los primeros 22 planos, y en ellos se nos presenta el escenario de la playa y a “Nucky”.

²⁷ www.imaginaryforces.com



En los primeros planos de la arena, el agua del mar nos oculta y nos enseña los primeros nombres, con una tipografía de palo seco perfectamente sincronizada con el ir y venir del mar, en un movimiento marcado por los acordes de la música. En los siguientes, una figura cuidadosamente vestida camina de espaldas y por el centro del encuadre dirigiéndose al mar. Vemos un plano de sus zapatos impolutos, y como la figura contempla impassible las olas rompiendo contra las piedras mientras las nubes en el cielo van acelerando su movimiento, como si una gran tormenta se acercara.

Comienza a ahondar en su descripción física y en la clase social a la que pertenece, haciendo especial hincapié en lo que le importa su aspecto. Pitillera de oro, uñas cuidadas, clavel en la solapa, un tipo elegantemente vestido, con pulcritud. A través de las secuencias podemos entrever su carácter tranquilo que se hace patente en la manera en la que se fuma un cigarro sin moverse, mientras las olas y las nubes van embraveciéndose acompañadas por una música que va tomando cuerpo y que cada vez adquiere más importancia.

Un plano detalle de la mirada fría del protagonista nos muestra, lo que será el *leit motiv* de la serie, unas botellas flotando en el mar, en clara alusión a la Ley seca, que se van multiplicando plano tras plano.

A partir del plano 23 se produce un giro, un cambio en el que la música se convierte en la protagonista. Hasta este momento, escuchábamos unos acordes que acompañaban a las imágenes, marcaban las entradas y los cambios de plano. A partir de ahora el ritmo se vuelve mucho más trepidante, un sonido mucho más fuerte, que junto con la botella que rompe contra el muelle, anuncia el principio de la tormenta. Las botellas se amontonan en el agua y en la arena, el día se ha convertido en noche, y Nucky permanece impassible, fumando, contemplándolo todo ajeno al espectáculo al que está asistiendo, pero el agua con las botellas llega a sus pies, cubriendo los zapatos, manchándolos, aunque él ni se inmuta.

Plano 23 al 47





En los cuatro planos finales que vemos abajo, la tormenta pasa, la música se corta con un acorde para continuar, Nucky sigue ahí, el agua se retira de sus zapatos y aparecen completamente limpios, se da la vuelta y vemos al fondo la silueta de la ciudad. El personaje camina hacia ella justo por el centro del encuadre como en los primeros planos cuando se dirigía hacia el mar, marcando su figura un resplandor que hay en el centro de la ciudad. Es en este momento cuando se nos muestra el título de la serie. Éste es el colofón a unos rótulos que han ido apareciendo perfectamente integrados, como si no estuvieran, pero siempre colocados en el encuadre en un lugar al que diriges la mirada, de ahí que en cada plano aparezcan en un sitio diferente.



La pieza está grabada en acción real (o live action), aunque cuenta con integración 3D, todo ello con un elaborado proceso de tratamiento de imagen y de postproducción, integrando a la perfección los elementos, como los planos del personaje con la tormenta o las nubes acelerándose.

La duración de los planos suele ir acorde con la música aunque en algunos se rompe el ritmo, utilizando planos de duración más cortos, como los de la pitillera. Cuando la música se acelera, la duración de los planos de las botellas se reduce y sin embargo se recrea en los que

aparece Nucky contemplándolo todo, se ralentizan o aceleran con la finalidad de aumentar la tensión dramática.

La tipográfica es sencilla y formal, a excepción de la que muestra el título de la serie que adquiere una estética de la época y un tamaño muy diferente al resto de créditos que pretenden pasar prácticamente desapercibidos. La fuente utilizada es la Impact Regular en color blanco, muy similar a la familia de la tipografía helvética.

Como hemos dicho anteriormente, en los primeros planos está perfectamente integrada en la imagen tanto a nivel cromático como en el movimiento. Los títulos ya están en la imagen, en el plano, en la arena, y es la llegada y la retirada del mar la que nos los muestra y nos los oculta. En la mayoría de ocasiones está ya en pantalla cuando se realiza el cambio de plano, se aparece a la vez que el resto de elementos, es decir no es algo independiente sino que forma parte de todo lo que nos están mostrando. Sólo en tres ocasiones aparece unos instantes después a través de un fundido que pasa prácticamente desapercibido.

Estamos ante una secuencia de títulos con unas imágenes que simbolizan a la perfección el desarrollo narrativo de la serie y la evolución de su personaje principal. Si analizamos los títulos de crédito en relación con ella podemos establecer una serie de analogías y de imágenes que se muestran como metáforas de la trama y su personaje.

En primer lugar tenemos a Nucky, el capó de Atlantic City, un hombre frío, que no se inmuta ante nada, un gánster con las manos manchadas de sangre, aunque durante la serie tardaremos en verle cometer algún delito con sus propias manos. Estas características del personaje se nos muestran en los créditos a través de los siguientes elementos e imágenes:

- el agua no le llega, no le mancha, al igual que la sangre de los delitos, otros los comenten por él y por eso son otros a los que persigue la ley. Sin embargo, al igual que en la serie, llega el punto de inflexión donde todo le alcanza, y se mancha, el agua le cubre los zapatos.

- el horizonte del mar, al que el personaje mira, nos muestra a un hombre solitario, que mira hacia el infinito como esperando algo que va ocurrir. Y lo que ocurre es:

- la tormenta, que llega al final de la primera temporada con las traiciones de sus principales colaboradores, incluso los de su propia sangre. Nucky pierde el control de todo, sin embargo, saldrá ileso y todo volverá a ser como antes o eso esperamos que ocurra en las siguientes temporadas viendo los últimos planos. En ellos se nos muestra lo siguiente:

- los zapatos terminan limpios después de que el agua les alcance, como si nada hubiera pasado y volviendo a la ciudad de la que es el dueño. Como dice su diseñador **Karyn Fong** en la entrevista para *Art of the Title*, *un hombre mira hacia el mar y ve su destino, con calma mirando como el caos entra. Nucky la clase de persona que, cueste lo que cueste está inmerso, pero intacto en medio de la tormenta. Por eso sus pies no están empapados al final.*²⁸

Por otro lado existe otro elemento en los títulos de crédito que enmarca la historia y a su vez, sirve como símbolo de lo que en Atlantic City sucedía. Este elemento son las botellas en el mar.

²⁸ Fong, Karyn, 2010, Diseñador de los títulos de crédito. Entrevista para Art of the Title.

Por un lado muestran el lugar por donde llegaba el contrabando de alcohol a la ciudad, y por otro son la razón por la que se cometen numerosos asesinatos. Esto lo vemos reflejado en las botellas que se rompen violentamente contra el muelle, llenando el mar y amontonándose en la arena. Un mar y una arena, llenos de cadáveres y sangre en la lucha por dominar un negocio y una ciudad.

Concluyendo el análisis, hemos podido constatar que los títulos de crédito de *Broadwalk Empire* son un claro ejemplo de que no sólo cumplen la función de informar sobre quién ha participado en la realización de la serie sino que son una parte indispensable de la narración, son la parte de un todo, como veremos en el apartado de las conclusiones.

5. CONCLUSIONES

Después de este amplio recorrido por todos los aspectos que forman parte del grafismo audiovisual en general, y de los títulos de crédito en particular, podemos afirmar que estamos ante un arte cada vez más utilizado y más completo. Un arte que gracias a las nuevas tecnologías, en constante evolución, va perfeccionándose y desarrollando nuevos lenguajes de expresión, acorde a las estéticas e influencias del momento.

Vemos como está presente en la publicidad, en los videoclips, en las cadenas de televisión como marca propia y distintiva y en numerosos festivales, cada vez más reconocidos por el gran público. Y como no, en el cine y en las series de televisión.

Hemos podido constatar cómo el grafismo audiovisual integra todos los elementos propios del diseño gráfico con los que pertenecen al mundo audiovisual. Tipografías, imágenes, infografía, sonidos y movimientos se unen y se conjugan en la creación de unas piezas que cada vez cuentan con más adeptos.

En cuanto a nuestra hipótesis de partida, hemos verificado la influencia que ha tenido el cine en el desarrollo narrativo y estético de la televisión, y hemos descubierto que este camino tiene una doble dirección, ya que el cine también ha estado influenciado y ha aprovechado los avances que en este campo se iban produciendo. Cuando el cine anda falto de ideas, ahí está la televisión.

Y esto se extiende a los títulos de crédito. Aunque la televisión siguió los pasos que se iniciaban en el cine con Saul Bass, ha evolucionando hasta un punto que las piezas que vemos actualmente son realmente cine pero hecho para la pequeña pantalla. Series que han alcanzado una gran calidad y han conseguido enganchar y convencer a un público más que numeroso. Y parte de ella, son los títulos de crédito, que aun sin tener significado propio, y depender de la narración a la que introducen, han conseguido ser reconocidos por ellos mismos, y en ocasiones, ser más importantes para el público que la propia serie.

¿Pero qué tienen estas partículas narrativas para que la gente ya no se las quiera perder y hayamos empezado a concienciarnos que la historia empieza con ellas?

Después de visionar y analizar minuciosamente diferentes créditos, es evidente que, ya no son una mera presentación de los actores y de la gente que ha participado en la realización de la serie, sino que nos aportan información importantísima sobre la narración. Los personajes se presentan prácticamente con sus fobias y sus filias, con imágenes cargadas de simbolismo en muchas ocasiones. Otras nos muestran escenarios, nos sitúan en los espacios en los que pasará todo, porque son una parte importantísima de la trama. Sea como fuera, son las introducciones perfectas para que el espectador se ponga en situación y prepare todos sus sentidos para el espectáculo que está a punto de comenzar. De esta conclusión, podemos extraer otra, el cambio en el modo de recepción. Ya no podemos esperar a la semana siguiente, ni al estreno de otra temporada, necesitamos consumir la serie, saber qué va a pasar, si se cumplen nuestras expectativas o no y, mucho menos, podemos soportar un corte para publicidad, de ahí que cada vez se consuman más series desde un disco duro.

También considero verificada la idea de que los títulos de crédito de las series, a pesar de ser unas partículas narrativas breves y efímeras en el tiempo, necesitan de su repetición. Tenemos que verlas antes de cada capítulo, porque iremos descubriendo su significado, a medida que vaya avanzando la trama. Así es como una secuencia de rutinas mañaneras termina por darnos a conocer a uno de los más sádicos asesinos, o como veremos a Nucky Thompsom afectado por la tormenta y mancharse los zapatos impolutos, para salir airoso como si nada.

Sin duda estamos ante una época dorada para las series y sus títulos de crédito, y el futuro que se augura parece estar repleto de calidad.

6. BIBLIOGRAFIA

- ADAM, JEAN-MICHEL Y BONHOMME, MARC. La argumentación publicitaria. Retórica del elogio y de la persuasión. Cátedra Signo e Imagen. Madrid. 2000.
- ARFUCH, LEONOR, CHAVES, NORBERTO Y LEDESMA, MARÍA. (1997) Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos. Piidos, Estudios de comunicación.
- AUMONT, JACQUES (1997). El ojo interminable. Cine y pintura. Ed Paidos. Barcelona.
- BALLÓ, JORDI Y PÉREZ XAVIER (2005). Yo ya he estado aquí, ficciones de la repetición, Anagrama, Barcelona.
- BAÑUELOS, JACOB. (2006) Aplicación de la semiótica a los procesos del diseño. Instituto Tecnológico de Monterrey (México). UNED. Revista Signa 15
- BARTHES, ROLAND (1986). Lo obvio y lo obtuso. Imágenes gestos y voces. Paidos Comunicación.
- BORDWELL, DAVID Y THOMPSON, KRISTIN. El arte cinematográfico. Paidos Comunicación 68 Cine. 1993 Barcelona.
- BORT GUAL, IVÁN (2012). Nuevos paradigmas en los telones del relato audiovisual contemporáneo. Partículas narrativas de apertura y cierre de las series de televisión dramáticas norteamericanas contemporáneas. *Tesis doctoral Universitat Jaume I*.
- BORT GUAL, IVÁN (2010) Nuevos paradigmas teóricos en las partículas narrativas de apertura y cierre de las series de televisión dramáticas norteamericanas contemporáneas. II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social: la comunicación social, en estado crítico.
- CARRIÓN, JORGE (2011). Teleshakespeare, Errata Naturae.
- BUSTAMANTE, E. (2002). Comunicación y cultura en la era digital. Gedisa Barcelona.
- CANET, FERNANDO (2003). Narración cinematográfica. Editorial UPV
- CANO, P. (1999). Retórica de la televisión. Gedisa. Barcelona
- CASETTI, FRANCESCO. (1994). Teorías del cine. Cátedra. Madrid.
- CHION M. (1993). La audiovisión. Barcelona. Paidos.
- DONDIS, D. A. (1976) La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual. Gustavo Gili Diseño.
- ECO, UMBERTO. (1981). Tratado de semiótica general. Lumen. Barcelona.
- HERBERT SPENCER (1995). Pioneros de la Tipografía Moderna. Editorial G. Gili.
- HERVAS IVARS, CHRISTIAN (2002). El diseño gráfico en televisión. Técnica, Lenguaje y Arte. Ed Cátedra. Signo e imagen.
- HERRÁIZ, BEATRIZ (2009). Grafismo audiovisual: el lenguaje efímero. Recursos y estrategias. Tesis doctoral, Departamento de Escultura, Facultad de Bellas Artes de San Carlos, Universidad Politécnica Valencia.
- LABAIG, FERNANDO. Acerca de los títulos de crédito. Paperback nº4. (2007) ISSN 1885-8007
- LIPOVETSKY, G., (1992). El imperio de lo efímero. Anagrama. Barcelona
- MARTIN LAMBIE-NAIRN. Brand Identity for Television. With Knobs On. Ed. Phaidon 1997.

- MARZAL, JOSÉ JAVIER, GÓMEZ TARÍN, FRANCISCO JAVIER (2007) Metodologías de análisis del film. Edipo. Madrid
- MERRIT, DOUGLAS (1987). Grafismo electrónico en televisión: Del lápiz al píxel. Gustavo Gili. Barcelona
- MUNARI, BRUNO (2008). Diseño y comunicación visual. Contribución a una metodología didáctica. Gustavo Gil
- RAFOLS, RAFA. COLOMER, ANTONI (2003). Diseño audiovisual. Gustavo Gili Diseño.
- SEGER, LINDA (2000) Cómo crear personajes inolvidables. Ediciones Paidós Ibérica, S.A

- SOLANA, GEMA y BONEU, ANTONIO. (2007) Uncredited. Diseño gráfico y títulos de crédito. Index Book, S. L.

- WIEDEMANN, JULIUS (2004). Animation now. Anima Mundi. Taschen.

•
Webs consultadas.

www.motionographer.com
www.bluevertigo.com.ar/motion-graphics
www.titulosdecredito.org
www.watchthetitles.com
www.artofthetitle.com
www.saulbass.net
www.imaginaryforces.com
www.prologuefilms.com
www.d-kitchen.com
www.tomato.co.uk
<http://prologue.com>
<http://oldiestelevision.com/>