

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITÉCNICA SUPERIOR DE GANDIA

Máster en Postproducción Digital

---



UNIVERSIDAD  
POLITECNICA  
DE VALENCIA



ESCUELA POLITÉCNICA  
SUPERIOR DE GANDIA

# “ EL GRAFISMO EN LOS FESTIVALES DE ANIMACIÓN ”

*TRABAJO FINAL DE MASTER*

Autor/a:

**Paula Moreno Martínez**

Tutor/a:

**Beatriz Herráiz Zornoza**

**GANDIA, 2016**



## ÍNDICE

RESUMEN.....	4
1. INTRODUCCIÓN.....	5
1.1. OBJETO DEL TRABAJO.....	5
1.2. OBJETIVOS.....	7
1.3. HIPÓTESIS.....	7
1.4. METODOLOGÍA Y DESCRIPCIÓN DE CAPÍTULOS.....	8
2. LOS TÍTULOS DE CRÉDITO.....	9
2.1. TIPOS DE TÍTULOS DE CRÉDITO.....	9
2.2. CRONOLOGÍA Y EVOLUCIÓN TÍTULOS DE CRÉDITO.....	12
2.2.1. LOS AUTORES.....	15
2.2.2. EL DISEÑO GRÁFICO Y LA ANIMACIÓN.....	18
2.2.3. EVOLUCIÓN DEL SOFTWARE.....	19
3. EL LENGUAJE DE LOS TÍTULOS DE CRÉDITO.....	25
3.1. SIMILITUDES Y DIFERENCIAS ENTRE LOS TÍTULOS DE CRÉDITO TRADICIONALES Y LOS TÍTULOS DE CRÉDITO DE LOS FESTIVALES.....	25
3.2. VALOR EXPRESIVO DE LOS TÍTULOS DE CRÉDITO.....	28
4. FESTIVALES DE ANIMACIÓN ANALIZADOS.....	31
4.1. ANIMAC LLEIDA.....	32
4.2. FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM D’ANNECY.....	35
4.3. OTTAWA INTERNATIONAL ANIMATION FESTIVAL.....	37
4.4. FITC. FUTURE, INNOVATION, TECHNOLOGY, CREATIVITY.....	40
4.5. F5 FESTIVAL.....	42
4.6. OFFF FESTIVAL.....	44
4.7. TOCA ME.....	47
4.8. ART FUTURA.....	48
4.9. CORTOONS ROMA/GANDÍA.....	51
5. SISTEMA DE ANÁLISIS CREADO.....	53
5.1. ANÁLISIS <i>OPENINGS</i> .....	55
6. CONCLUSIONES.....	69
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	71
8. BIBLIOGRAFÍA.....	72
9. TABLA DE ILUSTRACIONES.....	74

Leroi-Gourhan: “si hay un punto sobre el que tenemos ahora certidumbre es que el grafismo comienza, no con la representación ingenua de lo real, sino con lo abstracto”.

## RESUMEN

En el siguiente trabajo de investigación trato la evolución de los títulos de crédito cinematográficos y cómo su estilo narrativo ha influido en los *openings* de los principales festivales de animación y artes visuales del mundo.

Se pretende descubrir las claves de su estilo a través de las hipótesis que he creado debido a la repercusión que los títulos de crédito de las películas llevan teniendo desde hace más de cincuenta años y los cuales han influido también, en la forma de realizar y crear las *openings* de los festivales de animación, donde, de una forma breve y muy cuidada, se sintetiza todo lo que se va a mostrar en los días del festival.

A partir de los *openings* del Animac Lleida, Festival International du film d'animation d'Annecy, Cortoons Festival, Ottawa International Animation Festival, FITC Toronto, F5 Festival, OFFF Festival, Toca Me Workshops y Art Futura, crearé un modelo de análisis propio para identificar cada tipo de *opening* a lo largo de las diferentes ediciones de los festivales. Veremos así si se han seguido diferentes tendencias, modas o patrones a la hora de crear los *openings* durante años, para poder sostener la hipótesis inicial.

**PALABRAS CLAVE:** Animación, Festival, Grafismo, Evolución, *Motion Graphics*.

## ABSTRACT

The following research work studies the evolution and analysis of the openings of the most important animation and graphical arts festivals around the globe.

I have described and formulated a series of hypothesis that I have postulated due to the notoriety that film credits have had in the last 50 years.

The language of credit rolls has an informative narrative. Nevertheless, some of them have evolved in such a way that they present a classical narrative structure, with a presentation, a body and an ending; they act as a preface to the story that will be presented and introduce the viewer to what is going to take place during the actual film.

Starting from the openings from Animac Lleida, Festival International du film d'animation d'Annecy, Cortoons Festival, Ottawa International Animation Festival, FITC Toronto, F5 Festival, OFFF Festival, Toca Me Workshops and Art Futura, an analytical model will be created to identify each type of openings throughout the different editions of the festivals. It will be then possible to observe if different trends, styles or patterns have been followed when creating openings throughout the years, in order to support the initial hypothesis.

**KEY WORDS:** Animation, festival, Graphics, Evolution, Motion Graphics.

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1. OBJETO DEL TRABAJO

Este es un trabajo de final de máster (TFM) de carácter de investigación para el Máster de Postproducción Digital de la Universitat Politècnica de València, con sede en la Escuela Politécnica Superior de Gandía.

El objeto final de este trabajo es el de realizar un análisis comparativo de los *openings* de los más importantes festivales de animación y diseño del mundo, estudiando y basándome en los títulos de crédito clásicos: los cinematográficos y los televisivos. El interés por el tema de la animación me vino durante mis prácticas en la productora italiana *Seiperdue*<sup>1</sup> donde realizábamos trabajos de *Motion Graphics*. A partir de ahí, mi faceta como diseñadora, empezó a desarrollarse, puesto que encontré una tarea que me gustaba mucho y con la que me encontraba muy cómoda trabajando. También mis aportaciones fueron muy reconocidas en la productora por parte de mis jefes, y vi que fueron piezas fundamentales a la hora de crear los trabajos finales. Mis pequeñas creaciones daban lugar a animaciones mucho más complejas, y eso hacía que me sintiera orgullosa de mi trabajo.

Durante este curso en el Máster de Postproducción, he retomado esta faceta de diseñadora, con otros trabajos y bajo otras órdenes en un ámbito académico. Siempre me ha gustado la animación, y, pese a no tener mucha habilidad para dibujar, gracias al *software* que hemos usado durante este curso, he redescubierto mi pasión. Aún me queda mucho por aprender, pero sé por dónde quiero orientar mi carrera profesional. En las diferentes asignaturas de grafismo, empezamos a visualizar obras de artistas muy reconocidos a nivel internacional y captaron inmediatamente mi atención e interés. Es por ello que decidí orientar mi tesina hacia un tema que tenía muchos antecedentes comunes y similitudes formales y narrativas con los títulos de crédito cinematográficos, pero que carecían de trabajos de investigación propios. He de resaltar también, que en cuanto a recursos encontrados en la red he obtenido de todo: algunos festivales cuentan con canales propios donde muestran los *openings*, no obstante, ha habido otros que poseen vídeos en los cuales no se especifica qué es cada uno: si son *openings*, son resúmenes o si son vídeos para mostrar lo que han sido las diferentes jornadas del festival. Por ello he debido agudizar mi ingenio y mediante el visionado de cientos de vídeos ir pudiendo catalogar las diferentes piezas gráficas.

Gracias a Alessandro D'Urso, director del festival internacional de cortometrajes Cortoons y su confianza en mí para ayudarme con el evento, he aprendido mucho sobre los *Motion Graphics*, artistas, y la animación en sí. Y como podía tener información de primera mano sobre este festival de animación, decidí hacer el trabajo sobre este tema, no obstante, me ha costado más de lo que suponía, poder acceder a los organizadores y personalidades del mundo de los festivales de animación y diseño.

---

<sup>1</sup> Seiperdue es un estudio de creación de contenidos audiovisuales, situado en Bolonia, Italia. Fundado en 2010, la mayoría de su producción se basa en los contenidos de *Motion Graphics* y *Stop Motion*.

Este trabajo surge principalmente de la hipótesis de si ha habido, y sigue habiendo, patrones, modas y tendencias a la hora de crear los *openings* de los festivales que he seleccionado, ya que, en el mundo de los títulos de crédito cinematográficos, por todo lo que he estado investigando, he podido observar que sí se han ido siguiendo estas tendencias, gracias a las evoluciones de *software* existentes en el mercado, y gracias a las nuevas corrientes artísticas y estéticas que han ido surgiendo durante los últimos años. No obstante, la corriente que más se ha seguido desde los inicios de los títulos de crédito ha sido la que propuso desde un principio: que fueran una parte más de la película. Desde que Saul Bass tuviera la necesidad de captar la atención de los espectadores desde el minuto cero en la película de *Carmen Jones* (Otto Preminger. 1954), hasta las obras de las series nominadas en los premios Emmy 2016: *Narcos* (Chris Brancato, Eric Newman, y Carlo Bernard. 2015), *Jessica Jones* (Melissa Rosenberg. 2015), *The Man in the High Castle* (Frank Spotnitz. 2015), *The Night Manager* (Susanne Bier. 2016), y otros títulos de la pantalla grande como *The Watchmen* (Zack Snyder. 2009), *Seven* (David Fincher. 1995), *James Bond: Skyfall* (Sam Mendes.2012) o *Catch me if you can* (Steven Spielberg .2002), los títulos de crédito han sufrido una evolución estética y narrativa innegable, que ha servido para otros tipos de aperturas: los *openings*.

Los títulos de crédito, son una secuencia que aparecen tanto al principio como al final de los films donde se dan a conocer los nombres de los actores, personal técnico, productora, director etc. de dicho film. Desde que D. W. Griffith empezara a incluir en sus producciones el nombre de los actores, podemos hablar de la existencia de los títulos de crédito. No sería hasta los años 60 cuando los títulos de crédito alcanzasen su punto más álgido, gracias a las nuevas técnicas de rodaje que permitían resultados más potentes (1960 fue el año en el que empezaron los festivales de animación.)

Ya mucho antes, en las piezas realizadas por la productora *Pathè*, el logotipo y el título de la película aparecía al inicio o final del film.

Los títulos de crédito son considerados hoy en día un género más, y una secuencia más dentro de la película, ya que el cuidado y dedicación que muchos de estos conllevan actualmente, y su valor artístico, los hacen ser objeto de análisis. Muchos son los artistas que coinciden en la necesidad de que los premios Oscar concedan un galardón a estas piezas. De hecho, en los premios *Emmy*, ya existe un reconocimiento a la mejor cabecera de series, y en los premios *North by Northwest* que se realizan en Portland, también cuentan con una sección específica para estas piezas.

La investigación que he realizado sobre los *openings* ha sido muy poco estudiada por parte de otros autores. Me ha sido difícil encontrar textos que trataran sobre los *openings* de los festivales. Todos los textos que he podido consultar hablan sobre los títulos de crédito convencionales de los films, sobre el grafismo en diferentes ámbitos como son el arte, el cine, el mundo *web*, los *Motion Graphics*, la ilustración, el diseño gráfico y alguno sobre los festivales. Pero ningún texto de los que he buscado y consultado hace mención a la notoriedad que los *openings* están teniendo en los diferentes festivales de animación y de diseño. Es por ello que he tenido que nutrirme de diferentes disciplinas y de títulos de crédito cinematográficos para poder desarrollar mi trabajo, y a partir de ahí, crear una primera investigación.

Los textos en los que me he basado han sido, por tanto, muy diversos y de gran variedad de temáticas, puesto que he querido abordar el tema desde los máximos puntos de vista posibles. Desde textos que tratan sobre la evolución del *software*, hasta libros sobre lenguaje audiovisual, pasando por textos sobre diseño. También he consultado diferentes fuentes como páginas *web* contenedoras de vídeos, *webs* especializadas en diseño, en títulos de crédito, en festivales, webs de estudios de animación y en todo aquello que pudiera servirme de ayuda.

A través de, Animac Lleida, Festival International du film d'animation d'Annecy, Cortoons Festival, Ottawa International Animation Festival, FITC Toronto, F5 Festival, OFFF Festival, Toca Me y Art Futura, analizaremos y estudiaremos la evolución de los *openings* a lo largo de las diferentes ediciones, para poder responder a las hipótesis creadas.

Este trabajo, sin embargo, no pretende ser concluido con esta investigación, sino que, en los próximos años, me encantaría poder seguir investigando y profundizando más sobre el tema, poder contrastar y conseguir información de primera mano, poder visitar alguno de los festivales en el extranjero para tener una vivencia personal, y, por lo tanto, seguir indagando en este maravilloso y fantástico mundo de la animación y los *Motion Graphics*.

## 1.2. OBJETIVOS

Los objetivos de esta tesina son, los de analizar el lenguaje de los títulos de crédito cinematográficos para probar si han influido en los *openings* de los festivales. Una vez probado este hecho, analizaré los diferentes *openings* de los festivales de animación y de artes audiovisuales más influyentes del mundo para responder a las diferentes hipótesis planteadas.

## 1.3. HIPÓTESIS

Las hipótesis que he ido planteando a lo largo del trabajo son: ¿Se han seguido patrones a lo largo de los años para crear los *openings*?, ¿Ha influenciado la narración cinematográfica de los títulos de crédito del cine en las cortinillas de los festivales?, ¿La evolución del *software* ha hecho mejoras en los *openings* de los festivales?, En ellos ¿cuentan el estilo del festival o muestran parte de él como un *teaser*?, ¿Qué estilos predominan en cada época?

Tomando estas hipótesis como una parte del trabajo, el resto lo desarrollaré, explorando los inicios del grafismo audiovisual, el uso de éstos en los títulos de crédito, la influencia que ha tenido el diseño gráfico y la cinematografía en los *openings* de los festivales, cómo han ido evolucionando y en qué se asemejan y diferencian los nuevos de los iniciales.

#### 1.4. METODOLOGÍA Y DESCRIPCIÓN DE LOS CAPÍTULOS

A la hora de realizar mi trabajo, he tenido que investigar mucho sobre los antecedentes. El vastísimo mundo de los antecedentes donde encontramos desde las primeras composiciones y obras que aparecieron en la prehistoria, pasando por todas las épocas de la historia del arte, para poder comprender cómo empezó, evolucionó y se acabó convirtiéndose en lo que el grafismo audiovisual y las composiciones son hoy en día.

Es por ello que el marco histórico es esencial para poder entender la historia de los títulos de crédito, y con ellos el de los *openings* de los festivales. La mayoría de los artistas que empezaron con esto, vienen de otras doctrinas diferentes, ya que el diseño gráfico en sí, no existía.

He recurrido a bibliografía sobre tecnología digital para encontrar los inicios de la revolución tecnológica, sin la cual, hubiera sido imposible el desarrollo de *software* usados para la animación. Estos libros explican la guerra tecnológica entre las diferentes empresas de *software* y *hardware*, cómo se ha producido la evolución de las máquinas y los programas, y cómo cada vez se han ido introduciendo en el ámbito doméstico para ampliar el público profesional que a esto se dedica. También, gracias a la lectura de numerosos artículos relacionados con los títulos de crédito y los *openings*, sobre los festivales, sobre las formas de trabajar y diseñar que tienen los artistas, he ido trazando las líneas de investigación del trabajo, y conociendo un poco más las rutinas formas de creación que me pudieran servir para analizar y sacar adelante las hipótesis sobre los *openings* de los festivales seleccionados.

Debido a toda la indagación y lectura del material, la propuesta del TFM ha cambiado ligeramente, en lo que respecta a las líneas de investigación, los objetos a tratar, los festivales que he ido descubriendo y por supuesto, el plan de trabajo.

En los diferentes capítulos de este trabajo, haré una valoración sobre los diferentes tipos de títulos de crédito cinematográficos para poder entender mejor lo que son los *openings* de los festivales, ya que éstos sí han sido estudiados previamente más a fondo, y porque ambos son piezas breves que sirven como presentación a lo que se verá a continuación. Cómo se configuran, cuáles son sus funciones, la diversa tipología que existe. Una vez hayamos abordado los diferentes tipos de títulos de crédito que existen, pasamos a realizar una cronología sobre su nacimiento y primeras funciones, y cómo han ido evolucionando a lo largo de los años, qué obras han sido las más representativas, qué autores son los principales y pioneros en la creación de títulos de crédito y, cómo este tipo de presentaciones, ha influido

El diseño gráfico y la animación nos ocuparán otro subapartado, puesto que las animaciones no son concebidas sin el previo paso del diseño de lo que acabaremos mostrando. De cómo el diseño gráfico ha ido evolucionando, cuáles han sido las corrientes a lo largo de los años.

El último subapartado de este capítulo es el de la evolución del *software*, donde, hablo de la guerra tecnológica, sin la cual los avances en *hardware* y *software* que nos permiten realizar las animaciones digitales, hubieran sido imposibles. La importancia de este subapartado es vital, puesto que la animación no hubiera evolucionado tanto como para poder realizar nuevos filmes, y, por tanto, quizás, los festivales de animación estarían enfocados de otra forma, y los festivales de diseño y nuevas tecnologías y artes audiovisuales ni siquiera existirían.

En el capítulo del lenguaje de los títulos de crédito, está el apartado de diferencias y similitudes entre los títulos de crédito convencionales y los *openings* de los festivales, donde podremos ver, si se cumplen las mismas funciones y premisas para las que fueron creadas estas aperturas. Este capítulo se complementa con el apartado del valor expresivo de los títulos de crédito y de los *openings*, donde se analizará qué pretenden decir, sus funciones ante el espectador, cómo se crean y quiénes participan en ellos.

El siguiente capítulo es el que se centra en los festivales elegidos, donde hablaré de la historia, evolución y estilo de cada uno de ellos. Estos festivales son: Animac Lleida, Festival International du film d'animation d'Annecy, Cortoons Festival, Ottawa International Animation Festival, FITC Toronto, F5 Festival, OFFF Festival, Toca Me Workshops y Art Futura. También de las piezas seleccionadas para analizar, puesto que hay festivales que llevan cuarenta años realizándose, por lo que nos encontramos ante una gran cantidad de festivales, sobre los cuales realicé una selección para poder llevar a cabo mis hipótesis y contrastar los estilos. Este material seleccionado, será sometido a un sistema de análisis en el que: iconografía, color, ritmo, textura, motivos visuales, música y equilibrio, serán los factores para llevar a cabo la diferenciación y responder a las diferentes hipótesis.

## 2. LOS TÍTULOS DE CRÉDITO

### 2.1. TIPOS DE TÍTULOS DE CRÉDITO

Desde el inicio del cine, las productoras han querido siempre dar a conocer sus trabajos y estar a la cabeza de la industria. En el apartado de cronología, detallaremos más a fondo cómo fue la evolución de los títulos de crédito, no obstante, es bien sabido en el mundo audiovisual que el encargado de dar un nuevo sentido y oportunidad a los títulos de crédito fue Saul Bass<sup>2</sup>.

La innovación de Saul Bass parte del hecho de que el film empezaba ya con el primer fotograma, es decir, con el primer fotograma de los títulos de crédito. Así pues, para atraer a los espectadores hacía falta una nueva experiencia que les obligara a no perderse el inicio de la proyección a través de la creación de un producto visual, gráfico y sonoro que los preparara emocionalmente para aquello que iban a ver, para introducirlos ya en el ambiente y en las sensaciones que se crearían después del film. Con la misma finalidad se integraban los títulos de crédito con el resto de elementos promocionales. La propuesta de Bass triunfó, y según ha señalado Martin Scorsese en el prólogo del libro *Saul Bass: A life In Film & Design* (Jenifer Bass, 2011): “los títulos de crédito que Bass realizó, formaban parte de la película, por lo que mucha gente llegaba antes al cine para no perderse la pieza inicial” y, hoy por hoy, esta tendencia continúa, reafirmandose en el campo audiovisual y ha sido reconocido por directores, productores, diseñadores, historiadores y críticos.

---

<sup>2</sup> Saul Bass (Nueva York 1920- Los Ángeles 1996) fue un reconocido diseñador gráfico conocido por el diseño de algunas de las identidades corporativas más importantes de EE.UU., y por su importante trabajo en la industria cinematográfica gracias a la reinterpretación de los títulos de crédito de los films.

De los créditos de *Vértigo* (Alfred Hitchcock. 1958), *Charade* (Stanley Donen. 1953) o *Seven* (David Fincher. 1995), y otros tantos que diversas generaciones de diseñadores han ido aportando a lo largo de los años, resalta no tan solo la categoría artística de los diseños animados, que son ya propios del film, sino todo aquello que los títulos de crédito aportan a la obra cinematográfica, desde que empieza la proyección hasta que se acaba.

Según Josep Maria Rocamora (2002).

“En el sector de la producción el concepto de los títulos de crédito no suele entrar en el diseño de producción y, por tanto, no tiene presupuestos exclusivos, simplemente se ven como un simple trámite administrativo que se puede resolver técnicamente en la sala de postproducción. Tampoco los créditos se conciben conjuntamente con los diferentes elementos de promoción, para ello ya existen los *teasers*.” No obstante, gracias a la repercusión que éstos han tenido a lo largo de los años, los títulos de crédito se han ido incluyendo como una parte más del film.

La dedicación de los historiadores y críticos de cine al estudio de los títulos de crédito es escasa y muy centrada en los títulos y rótulos del cine mudo y en la figura de Saul Bass. Geroges Sadoul menciona el nombre de éste como renovador de las técnicas de animación de los años 50 y 60, aplicadas a la creación de cortinillas, mientras que Román Gubern lo califica de “excelente” como “animador especializado en el diseño de portadas cinematográficas”.

La autora Nicole de Mourgues (1994) afirma que:

“los títulos de crédito están constituidos por: la marca de fábrica, de la productora y/o distribuidora, el título y los créditos propiamente dichos. Solos o en conjunto, estos tres elementos realizan las funciones de: identificación, información y la acreditación, y una última más opcional: la preparación emocional del espectador.”

Existen diversas tipologías basadas en la ubicación en el film: al principio, después de un prólogo corto, formando parte del mismo prólogo, distribuido a lo largo del film, entre el principio y el final, o sólo al final. Respecto a la articulación interna, los textos constituyen la base material de los créditos y precisan de un código gráfico: la tipografía.

Sus componentes expresivos son: el alfabeto, el estilo de fuente, la familia, la medida, el color y la textura. Gracias a las numerosas variaciones existe un amplísimo abanico de posibilidades expresivas, potenciadas por las artes gráficas y el diseño gráfico. Entre los recursos, ordenados de menor a mayor presencia visual y complejidad: el punto, la línea, el plano, la trama, la textura, la figura, la forma y el color. Entre las técnicas, el dibujo, la ilustración y la fotografía.

Estos recursos y técnicas tipográficas y gráficas, están situadas en un marco espacial y temporal del film. Precisan de iluminación, encuadre y fondo que le permita establecer la relación grafismo/grafismo, una organización compositiva, una decisión entorno a la oposición estático/movimiento, una banda sonora y un montaje encargados de la articulación espacial y temporal. Esta unión entre lenguaje cinematográfico y lenguaje del diseño lo convierte en una situación única, con un amplio campo de recursos expresivos y soluciones estéticas por explorar y formular.

Los códigos tecnológicos constituyen otro elemento importante de articulación del film. La posibilidad de utilizar determinados soportes y sistemas de proyección, o determinadas técnicas de animación y de efectos especiales, condiciona los planteamientos expresivos y estéticos, abriendo las puertas a la experimentación y a la innovación. Desde el momento en que, por diversas razones, la industria del cine decide impulsar el diseño gráfico nos encontramos con que los títulos de crédito adquieren gran importancia y autonomía. Los títulos de crédito pueden tener un estilo muy neutro, como ocurría en el cine clásico, pero siempre deben tender a construir un ambiente perfecto para la película o programa que preceden.

Antes del auge del diseño en el mundo del cine ya se podían distinguir los títulos de crédito de una película de terror, del oeste o de cine negro, mediante algunas tipografías características o algunos recursos estereotipados. Estas convenciones eran perfectamente asumidas por el espectador. Las relaciones entre los créditos y la película también pueden ser formal, plástica o sonora, y más o menos convencional.

Respecto a la narración de los títulos de crédito, existen casos en los que ésta es completamente original y se conecta con la narración principal de forma simbólica, ya sea por el lugar de la acción, los personajes, algún objeto, el estilo plástico etc.

Los títulos son una obra adherida al producto audiovisual principal pero tan autónoma como los carteles publicitarios y otros productos del marketing publicitario. Hay que considerar a los títulos de crédito como parte de un producto que se presenta como unitario.

El autor Fernando Labaig (2007) sostiene que:

“Se han desarrollado estrategias para minimizar su impacto como la inserción de los títulos dentro de la acción de las primeras secuencias o con el denominado *teaser*, rompiendo la idea de los títulos como marco de la película ya que por pura integración en la propia película o por su inserción posterior al comienzo de la narración los títulos pierden esa cualidad.

Los créditos pueden utilizar todo tipo de materiales de partida: imágenes fijas o en movimiento, fotográficas o de animación, abstractas o figurativas, locuciones, ruidos y música de cualquier procedencia, bien sean materiales creados específicamente para ese trabajo, materiales sacados de la propia película, o provenientes de archivo. Respecto a esta amplitud de posibilidades existe una peculiaridad: se pueden utilizar todos estos materiales, pero la información específica que deben transmitir los créditos, la lista de nombres y funciones, siempre, o casi siempre, se realiza visualmente mediante la escritura y no mediante la voz.”

Labaig nos habla de cómo se han desarrollado diversas técnicas para mimetizar los títulos de crédito con el conjunto del film. También de cómo, a partir del uso de diferentes materiales y recursos, los títulos de crédito se van componiendo. Podríamos decir que la técnica para su creación es muy amplia y mixta: desde animaciones exclusivas para el film, como técnicas mixtas y de collage donde se usan materiales de archivo, muy parecido a como se hacen algunos videoclips.

La función básica de los títulos de crédito es informativa, pero también actúan como resumen, transmiten emociones al espectador, incluso a veces sirven como prólogo o para estructurar una

secuencia anterior a la primera escena. Lo que es innegable, es que forman parte del todo, es decir, de la película. El primer fotograma, que suele ser el de los títulos de crédito, es vital para construir una atmósfera que prepare al espectador, y lo enganche a la trama desde el inicio, introduciéndole en el ambiente y sensaciones que nos remitirá el argumento.

Tras esta diferenciación de los diferentes tipos de títulos de crédito de cine, nos queda incluir el estudio de este trabajo que son los *openings* o cortinillas de los festivales de animación y de los festivales de artes visuales que he seleccionado. Éstos se encuentran dentro de otro género, y, actualmente, conservan en común con los títulos de crédito el carácter introductorio, la belleza estética, la función de preparar al espectador ante lo que viene y la identificación, pero estas líneas de investigación la desarrollaremos más adelante.

## 2.2. CRONOLOGÍA Y EVOLUCIÓN DE LOS TÍTULOS DE CRÉDITO

En los inicios del cine, la identificación de la película y su productora era (y sigue siendo) una necesidad industrial y comercial. La productora establece el primer contacto entre el film y el espectador, anunciándole que la película empieza e indicándole su origen industrial. A menudo, toma la forma del logotipo, o utiliza las iniciales para evitar el fraude, la falsificación o las copias no autorizadas.

Es por tanto que, se distribuía estratégicamente al principio, al final, en cada intertítulo, o a lo largo de toda la película o en el mismo decorado. Años más tarde, el director de cine estadounidense David Wark Griffith<sup>3</sup> introduce en *El nacimiento de una Nación*. (D.W. Griffith. 1915) su nombre cinco veces de diferentes formas, como productor y guionista. A partir de los años 20 se reduce la presencia escrita de las productoras, las cuales se limitan a mencionar sus nombres, con el uso de imágenes emblemáticas, logotipos distintivos y atractivos que ayudaran al reconocimiento y a la identificación por parte del espectador.

La distribución de los créditos varía según las épocas, los países o el tipo de producción. Existe, para cada país, una legislación que impone unas normas jerárquicas en la aparición de diferentes títulos de crédito, que se reflejan en cada caso, en los contratos firmados antes del rodaje, y unos usos y costumbres, que permiten diferentes fórmulas según el tipo de producción.

A partir de las primeras propuestas de Bass, se habla de los títulos de crédito como cortometraje, como película dentro de otra película, como pieza artística con valor propio. Ahora bien, si es cierto que un espectador puede contemplar y disfrutar de la visualización de una o diversas de estas piezas, desde el punto de vista de sus funciones comunicativas, no tienen sentido unos

---

<sup>3</sup> D.W.Griffith (Kentucky 1875-Hollywood 1948) fue un director cinematográfico considerado el creador del modelo de montaje invisible, fue considerado padre del cine moderno. Introdujo, entre otros recursos, los planos cortos, los paisajísticos de larga duración y los *fade-in* y *fade-out*, así como los rodajes realizados en lugares diferentes y su adecuada combinación para crear sensación de simultaneidad.

títulos de crédito fuera del contexto del film con el cual están relacionados y del cual forman parte.

El autor Ramón Carmona (2010) sitúa:

“A los títulos de crédito dentro de los códigos gráficos. Estos, junto con otros códigos visuales y los códigos tecnológicos, sonoros y sintácticos, forman parte de la articulación del film como tal, a partir de las convenciones establecidas a lo largo de la historia del cine. Los códigos gráficos, concretamente, articulan los signos gráficos o de expresión verbal, articulándose con otros recursos visuales y/o sonoros que les otorgue un explícito papel significante, introduciendo el que será el tema del film o inscribiendo un punto de vista desde el cual leer aquello que se desarrollará. Los créditos ofrecen una expresión unitaria, asimilable narrativamente a una secuencia, la cual incluye todo el fragmento del film en el que aparecen.”

En los últimos años la utilización de las tecnologías digitales ha transformado los procedimientos industriales, en las diferentes fases de producción de una película, sobre todo en la fase de montaje y postproducción. El predominio de las técnicas de edición *off-line* y no lineal o la mejora cuantitativa o cualitativa en el tratamiento de los efectos visuales son innovaciones tecnológicas que han propiciado una mayor compenetración entre las tareas digitales del ámbito del diseño gráfico.

Desde el punto de vista de la comunicación, un uso adecuado de estos recursos tiene que tener en cuenta aspectos como la legibilidad o la adecuación al significado, además de saber combinar entre los usos convencionales y las propuestas más singulares o innovadoras y creativas, para suscitar interés por parte del espectador gracias al valor estético dado.

La evolución de los títulos de crédito no se puede separar de la historia de las transformaciones tecnológicas, expresivas, estéticas o industriales que han permitido al cine desarrollarse y consolidarse como espectáculo y como un fuerte medio de comunicación social y de expresión artística.

Las etapas por las que han pasado los títulos de crédito a lo largo de la historia del cine, han sido:

- Cine mudo: Los primeros films carecen de títulos de crédito o sólo muestran el título de la producción y la marca. Ni siquiera el nombre de los actores aparecía puesto que el cine no tenía mucha popularidad entre el público, y, por tanto, los actores, no eran personajes famosos. En los títulos e intertítulos de la época, se dejaba ver la influencia de la estética de la corriente modernista: tipografía con formas redondeadas y ornamentadas, cenefas de líneas onduladas y ornamentos con motivos florales. Los programas de mano y los carteles eran los que llevaban la mayoría de la información del film y muchos eran impresos en color. Incorporan la misma estética que los títulos, pero no guardaban mucha relación en su aspecto con los créditos.

Conforme el cine va tomando popularidad y prestigio, se hace necesario mostrar el nombre de los intérpretes, por lo que los títulos e intertítulos son cada vez más elaborados y completos gráficamente.

En el film *El gabinete del doctor Caligari* (Robert Wiene. 1919), podemos apreciar que el expresionismo está presente en la iluminación, la composición de imágenes, en los

decorados, en los créditos y en los intertítulos. La tipografía y elementos ornamentales de línea alargada y contornos angulados, como forma de incisiones (tal y como se trabaja la técnica de la xilografía<sup>4</sup>), y el contraste tonal entre todos estos elementos, introducen perfectamente la temática y la atmósfera de la historia.

Al mismo tiempo en los créditos de films de otros géneros se desarrollan propuestas imaginativas realizadas por artistas plásticos, que incorporan dibujos relacionados con los personajes, escenas de imagen real, o letras de diferentes tamaños para reforzar el cambio en la acción: en *The Kid Brother* (Harold Lloyd. 1927) las letras se hacen más pequeñas cuando los personajes se alejan unos de los otros. Las técnicas usadas para realizar este tipo de propuestas provienen del campo de la animación y efectos especiales (Méliès, Chomón, Blackton, Disney).

-Cine sonoro años 30 y 40: Disminución en el uso de los intertítulos a favor de los créditos que ganan importancia, facilitando mayor información y reforzando su vertiente expresiva, gracias a la introducción de la banda sonora. Gracias a la tipología de géneros cinematográficos, se van asumiendo ciertas convenciones que determinan el estilo tipográfico.

Directores como Hitchcock, Renoir, Welles y Ford, que han crecido con el cine mudo, realizan su aportación innovadora y más elaborada de los títulos de crédito.

-La competencia entre cine y televisión (años 50 y 60): A partir de los años cincuenta empieza la dura competencia entre el nuevo medio doméstico y el séptimo arte. En esta lucha, la televisión acabará ganando terreno al cine. Por ello, en la industria del cine deciden crear una contra al empezar a proyectar los films sobre pantallas gigantes, nuevos formatos panorámicos, mejor reproducción de color, superproducciones del *star system* decorados espectaculares y mejorando la estética de carteles y títulos de crédito.

Este tipo de mejoras no se hizo esperar en la televisión y en varias cadenas empiezan a fichar a creativos, diseñadores, gráficos, ilustradores, publicistas, fotógrafos y técnicos de dibujos animados que, en definitiva, hagan más atractivo el medio.

A raíz de la gran popularidad que los títulos de crédito toman gracias a artistas como Saul Bass o Pablo Ferro, surgen grandes empresas en Hollywood como *Pacific Title y Art Studio*. Otros trabajos son realizados por pequeñas empresas o diseñadores independientes. La *nouvelle vague* en Europa también se preocupa por mantener ciertos aspectos estéticos en los títulos de crédito, y en Inglaterra con la fama de los *Beatles* y el auge del *pop-art*, este tipo de animación se puede ver tanto por televisión como en cine.

-Cambios estéticos y tecnológicos (años 70 y 80): Después de quizás, abusar demasiado del *pop-art*, en los 70 se vuelve a una estética más clásica; tipografías sencillas y fondos neutros.

A principios de los ochenta, los avances tecnológicos y los nuevos cambios estéticos, se vuelve a recuperar cierta apariencia *pop*. Formas delirantes cercanas al surrealismo.

El otro gran cambio viene dado por los efectos especiales por ordenador. Los títulos de

---

<sup>4</sup> Impresión tipográfica que se hace con planchas de madera grabadas en relieve.

la *Guerra de las galaxias* (George Lucas. 1977) creados por Dan Perri, los han hecho emblemáticos gracias al tratamiento de la tipografía en profundidad dentro del espacio.

-La era digital (años 90): Esta década se presenta como innovadora y fructífera en el diseño y realización de los títulos. Los diseñadores como Ferro y Bass se han adaptado a las nuevas tecnologías, pudiendo reinventarse.

Como en los primeros años del cine no existía el sonido y los títulos de crédito necesariamente debían ser escritos, cuando llegó el sonoro los encargados de aquella labor no encontraron ninguna razón para cambiar su forma de trabajo. Si fuera una voz la que nos fuera diciendo todos y cada uno de los nombres, el resultado sería mucho más largo y pesado. Además, la voz humana tiene un efecto de llamada de atención mayor sobre la imagen, que no se corresponde con la importancia que se le da a la mayoría de los créditos.

Según Fernando Labaig (2007):

“Los títulos son esencialmente una información escrita que se acerca tanto como la guía telefónica al grado cero de expresividad.

Existan o no esas connotaciones de la información misma que se transmite y sean deseables o indeseables, el diseñador de los títulos deberá asumirlas como una condición de partida para su trabajo. El diseñador no funciona en relación al contenido del mensaje que debe emitir sino en relación a la obra a la que acompaña. Esta disociación entre el contenido informativo y los objetos expresivos es una característica del diseño de títulos que, aunque pueda parecer algo peculiar, no es demasiado infrecuente en el mundo del diseño gráfico.

La tipografía por si misma tiene una posibilidad muy limitada en su aspecto visual de modificar su significado informativo y, si lo hace, es con una gran ambigüedad. Un caso posible sería el del texto en clara contradicción con el tipo de letra. Pero estos juegos resultan bastante difíciles y limitados porque hay pocos tipos de letra con codificaciones lo suficientemente evidentes.

El autor puede crear unos cortometrajes que, a modo de comentario, introducción, publicidad u otra cosa sin término definido pueden tener un elevado valor plástico, narrativo o simbólico relacionado de manera más o menos estrecha con la obra audiovisual a la que nacen unidos.”

### 2.2.1. LOS AUTORES

El diseñador, es ese especialista en transmitir de la manera más eficaz una información, tiene la misión de transmitir una información que no interesa ni al que la recibe ni al que la emite. Los diseñadores de títulos actúan bajo las órdenes del director y del productor, pero con la particularidad de que, al tratarse solo de un fragmento corto y muy preciso de la película, sólo

pueden intervenir el compositor musical, el director artístico, el montador y técnicos de efectos especiales y de postproducción.

Muchos de los diseñadores que vamos a tratar ahora mismo, vienen de carreras que no eran el cine: diseñadores, ilustradores y publicistas. No obstante, gracias a que muchos de los directores de cine quisieron dar un inicio más espectacular a sus obras, las grandes productoras y estudios de Hollywood, empezaron a contratar a estos profesionales que ya eran reconocidos en su campo. Y fue la mejor idea que pudieron tener.

- Saul Bass: Cuando hablamos de títulos de créditos Saul Bass es el diseñador que más fama tiene. Demostró que los primeros minutos de una película tienen una gran importancia ya que son los que dan la primera impresión. Los títulos de créditos ya no tienen como único interés el de informar sobre los nombres del equipo artístico y técnico sino, que son una premisa a la película. La carrera de Bass en el diseño de títulos de créditos se extiende de 1954 a 1995. Saul Bass revoluciona los títulos de créditos, les da una dimensión artística y creativa creando unos cortometrajes que forman parte de la película. Bass pone de relieve la temática visual y dramática del film, o el carácter de los personajes. La clave del trabajo de Bass está en su capacidad de encontrar el detalle que puede condensar la película. La tendencia con la que él trabajaba era muy gráfica: dominación de las líneas y formas que rompen con los cánones establecidos en ese momento. Con el paso del tiempo, las secuencias creadas por Saul Bass se diversifican y el autor explora otras vías: deja los elementos gráficos para integrar recursos como fotografías, animaciones, o secuencias filmadas. En los títulos de créditos iniciales que Bass creaba para un film, imaginaba el qué podía haber pasado antes de grabar las primeras tomas. A esto lo llamaba "*the time before*".

Se estrenó con el encargo de títulos de la película *Carmen Jones* (Otto Preminger. 1954), en los que tenía que realizar los fondos, donde ya impuso su abstracto estilo. Esto fue su primera innovación en los títulos de crédito. Después utilizó por primera vez un fondo dinámico en *El hombre del brazo de oro* (Otto Preminger. 1955), y más tarde evolucionaría hacia composiciones figurativas, pero conceptualmente abstractas y cargadas de contenidos. También hay que destacar el papel que dio a la música: comprendió la capacidad emocional de la música unida a la imagen convirtiéndolas en una unidad total. Con todos estos elementos Saul Bass creó obras de arte que prodigiosas y estilizadas metáforas y síntesis que abren las películas como en *Vértigo* (Alfred Hitchcock. 1983), *Psicosis* (Alfred Hitchcock. 1960), *Anatomía de un asesino*, (Otto Preminger. 1959) o *West Side Story* (Jerome Robbins, Robert Wise. 1961).

- Pablo Ferro: Nacido en Cuba en el 1953. Emigró a Estados Unidos y estudió en Escuela de Arte y diseño. Entre sus trabajos, destacan los títulos y secuencias gráficas para docenas de películas ganadoras de premios, como *Dr. Strangelove* (Stanley Kubrick. 1964), *La Naranja mecánica* (Stanley Kubrick. 1971), *El caso de Thomas Crown* (Norman Jewison. 1968), *Men in Black* (Barry Sonnenfel. 1997) y *El indomable Will Hunting* (Gus Van Sant. 1997), entre otros. Pablo Ferro convierte el spot televisivo en un género creativo, iniciando así una larga trayectoria en el ámbito de la publicidad, diseño y dirección de títulos de crédito y de tráilers. Actualmente reside en Los Ángeles desde donde dirige y diseña, muchas veces junto a su hermano Allen Ferro. Entre los

galardones con los que ha sido premiado por su extensa y exitosa carrera encontramos el Premio de Diseño Chrysler, el Art Directors Club de salón de la fama y la medalla de AIGA<sup>5</sup>.

- Juan Gatti: Nació en Buenos Aires en 1950. Se afincó en Madrid como diseñador gráfico desde los años ochenta, y ha trabajado para prestigiosas marcas, revistas, libros y portadas de discos. En 1985 abrió su propio estudio en Madrid. Empezó grabando vídeo-clips para Miguel Bosé, Alaska y Mecano. Por aquella época conoció a Pedro Almodóvar, al que le diseñó los títulos de crédito desde el film *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (Pedro Almodóvar. 1988), hasta *La mala educación* (Pedro Almodóvar. 2004). Actualmente y pese a sus más de 60 años, sigue estando en la vanguardia del diseño. También ha trabajado para otros nombres del mundo del cine como Álex de la Iglesia diseñando el cartel promocional de la película *La Comunidad* (2000), John Malkovich y Fernando Trueba. En el año 2004 recibió el premio Nacional del Diseño en Barcelona, y en 2009 con la Medalla de Oro en Bellas Artes.

- Kyle Cooper: Nacido en 1962 en Massachusetts, se doctoró en diseño por la Universidad de Yale. Tras trabajar en el prestigioso estudio R/Greenberg, en 1996 funda Imaginary Forces, creando más de cien títulos de crédito como director, diseñador o creativo. También ha trabajado en publicidad, televisión y cine. Entre sus más famosos trabajos en la industria del cine están *Nueva Juventud* (Kyle Cooper. 2001) como director. Entre sus títulos de crédito más reconocidos, ha realizado más de 150, se encuentran *El increíble Hulk* (Louis Leterrier. 2008), *Seven* (David Fincher. 1995), *The Walking Dead* (Frank Darabont. 2010). A diferencia de Bass, Cooper tiene un estilo más desenfadado y analógico. Si en la época de Bass lo que se pretendía era crear los títulos de crédito con las mejores innovaciones tecnológicas, Cooper, crea cada título de crédito de una forma diferente, incluso a veces sin usar los *softwares* más avanzados. Cooper se sumerge en el guion e historia de la película y extrae su simbología más representativa para crear los créditos. Otro aspecto que le diferencia de Bass es que cada una de sus obras tiene un estilo diferente, ya no hay un solo estilo definido, como ocurría con Bass, hecho que le hizo diferenciarse del resto.

- Maurice Binder: Nació en Nueva York en 1925. Recibió clases de dibujo y tras estudiar ingeniería ingresó en la Arts Students League. Después fue aprendiz en los grandes almacenes Macy's donde aprendió el arte del diseño gráfico y terminó siendo el director artístico. En los años 40 empezó a trabajar para la National Screen Service<sup>6</sup>, donde pasó a diseñar campañas enteras para la Columbia Pictures como *Gilda* (Charles Vidor. 1946) y *La Dama de Shanghai* (Orson Welles. 1947).

Se acabó convirtiendo en director de arte de publicidad de la Columbia Pictures. Realizó su primera secuencia de créditos en la película *The James Dean Story* (Robert Altman y George W. George. 1957) e *Indiscreta* (Stanley Donen. 1958). Ya en los 60 emigró a Londres, donde inició la era pop del diseño gráfico. Allí realizó los títulos de crédito de *Dr. No* (Terence Young. 1963), consagrando así el inicio y el emblema más conocido del agente 007, el *gun barrel*<sup>7</sup>. Su trabajo con los títulos de crédito de James Bond acaba con *Licencia para matar* (John Glen. 1989), exceptuando los dos títulos que realizó Robert Brownjohn. Empezó con un diseño de puntos

---

<sup>5</sup> American Institute of Graphics Arts

<sup>6</sup> Empresa encargada de las campañas publicitarias en el cine

<sup>7</sup> Gun barrel: Se le denomina al tipo de animación que siempre se usa en las películas de James Bond en la que un círculo, que es el cañón de una pistola, nos dejaba ver como el personaje se acercaba al centro, se giraba y disparaba al círculo, llenando toda la pantalla de sangre que caía poco a poco desde la parte superior del cuadro

muy moderno para la época. Siempre fue un artista muy interesado en las nuevas tecnologías, por lo que usó efectos sencillos como las animaciones y la cámara lenta. Con las películas de James Bond se convirtió en un personaje legendario dentro del mundo cinematográfico por ser un gran diseñador gráfico y por sus innovaciones en los títulos de crédito, como el usar siluetas de mujeres desnudas mezcladas con efectos especiales, convirtiéndose en un símbolo de todas las películas del agente 007.

- Robert Brownjohn: Diseñador gráfico nacido en 1925 en Estados Unidos y falleció en 1970 en Londres. Fue muy reconocido por la mezcla que hacía con las formas del diseño gráfico y la cultura pop. En sus trabajos de títulos de crédito, manipulaba la tipografía de tal forma, que le daba a la palabra un grado muy emocional. Es conocido por los títulos de crédito de *James Bond Desde Rusia con amor* (Terence Young. 1964) y *Goldfinger* (Guy Hamilton. 1964). Su fama con los títulos de crédito le viene al continuar usando el *gun barrel* de Binder, ampliándolo a secuencias llenas de imágenes sugerentes sobre las que se proyectaba o incrustaba la tipografía. A lo largo de su carrera profesional, redefinió el diseño gráfico para hacerlo más conceptual. Sus proyectos son un claro ejemplo de su diseño, donde se puede apreciar su preferencia por las imágenes ordinarias y personales.

Tras analizar y exponer la carrera de los principales artistas en títulos de crédito, podemos observar que la iniciación y posterior especialización en el diseño de títulos se da tras una larga trayectoria en el campo del diseño, publicidad y la comunicación audiovisual. Es por ello que se necesita un amplio e interdisciplinario bagaje en el mundo audiovisual. Podemos ver como en la época en las que muchos de los autores iniciaron, el ingresar en el mundo del cine era algo más fácil que hoy en día: bastaba con tener talento y conocer a la gente justa. En el caso de Cooper, por ejemplo, tuvo que tener un bagaje académico más amplio que el resto de autores, llegando a ser Doctor por la Universidad de Yale. También, es el autor que más se diferencia del resto, quizás por ser más contemporáneo y haber nacido en una época donde dominaban otras tendencias estéticas.

### 2.2.2. EL DISEÑO GRÁFICO Y LA ANIMACIÓN

El diseño gráfico es una profesión cuya actividad consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados. Esta actividad ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas. También se conoce con el nombre de diseño en comunicación visual, diseño de comunicación visual o diseño visual, cuando la publicidad ha mejorado sus medios y las artes aplicadas han encontrado una salida comercial. El diseño gráfico da viabilidad a la integración de diferentes ramas profesionales que siempre han sido independientes, demostrando así cómo se pueden integrar una serie de profesiones que antes permanecían separadas, como son la de ilustrador, la de publicista, la de diseñador y la de informático. Para el diseñador americano Milton Glaser<sup>8</sup> existe una diferencia entre arte y diseño gráfico:

---

<sup>8</sup> Milton Glaser nació en Nueva York en 1929. Ha sido muy reconocido por sus diseños para libros y discos. Suyo es el logotipo más utilizado de la historia "I ♥ NY".

“En el diseño hay un cuerpo dado de información que debe comunicarse para que el público la experimente. Este es el objeto primario en la mayoría de las actividades de diseño. Por otra parte, la función esencial del arte es cambiar e intensificar la percepción de la realidad por cada persona.”

Los modelos de representación del diseño gráfico están sujetos a modas, y como tales, las modas tienden a limitarse a ciclos breves y cambiantes, al igual que las circunstancias socio-históricas que se dan. La peculiaridad de los actuales productos de diseño ya no reside tanto en el hecho de que recurran a estereotipos locales, sino a la globalidad de sus planteamientos, que reciclan influencias del pasado y las dotan de un particular sentido. El sentido que le demos a la representación creada, será siempre relacionado con el tipo de trabajo que estemos poniendo en práctica, y del diseño que tengamos que crear, si éste va a ser inanimado o animado.

Las animaciones, que están muy ligadas con el diseño gráfico, se fundamentan en el principio de persistencia retiniana. Un elemento estático, sea éste un dibujo, un muñeco o una imagen computerizada, es combinado con otros de una forma coherente, creándose de forma un fenómeno de persistencia de la visión, el ojo humano capta el proceso como un movimiento real. Cada fotograma ha de corresponder a un movimiento de animación distinto, y ese proceso ha de ser fiel a unos tiempos determinados, para dar consistencia y credibilidad a la ilusión de movimiento cuando, por ejemplo, la serie de planos es proyectada a veinticuatro imágenes por segundo.

Como nos explica Guzmán Urrero (2007): “La animación por ordenador tiene un resultado a medio camino entre el dibujo animado y el muñeco flexible, pues no deja de ser la ilusoria puesta en movimiento de ilustraciones a las que se dota de tridimensionalidad”.

La relación que podemos extraer entre el diseño gráfico y la animación es que ambas han desembocado en lo que se llama hoy en día *Motion Graphics*, es decir, el movimiento de los gráficos. A través de diseños en 3D en diversos programas digitales como el Cinema 4D o el *After Effects*, hacen posible esta simbiosis entre ambos, y que, nuestros diseños puedan tomar vida para crear una composición animada. No obstante, la animación viene dada desde mucho antes de que existiera la era digital, y los ilustradores también hacían animaciones con sus dibujos. La evolución por tanto de los dibujos, y posteriormente los diseños digitales en piezas animadas, era inevitable, puesto que el afán del ser humano por darle movimiento a todo aquello que es inerte, ha sido una premisa a lo largo de los años.

### 2.2.3. EVOLUCIÓN DEL SOFTWARE

Gracias a la incursión de la informática, los modelos de producción de imágenes han creado diversas relaciones estéticas, comunicativas y tecnológicas. El uso del *hardware* ha dado pie a que los creadores de finales de siglo XX, creen imágenes a partir de programas cada vez más sofisticados. Artes y técnicas creativas como son la pintura, el cine y el vídeo, con sus debidas particularidades, se han podido conectar, creando una técnica de generación de imágenes.

Pero, sin duda, va a ser el desarrollo tecnológico el que imponga unas pautas laborales que dominarán un amplio sector de la creatividad iconográfica y audiovisual.

Alain Renaud (1990): “Después de las cifras, las letras y los sonidos, las nuevas tecnologías asaltan irresistiblemente, progresivamente, todos los lugares de la imagen (pintura, fotografía, cine, vídeo y TV); objeto de investigaciones puntuales y de demostraciones prestigiosas pero excepcionales, la producción de imágenes numéricas (análisis y síntesis de las imágenes y sus nuevos soportes de almacenamiento y canales numéricos de difusión) alcanzan hoy la edad socio-industrial: salen del laboratorio y parecen capaces, no sólo de proponer nuevos utensilios para la producción y la comunicación audiovisual existente, sino también de generar socialmente, con la generalización y el afinamiento del dispositivo original que las crea –la máquina numérica, el ordenador gráfico- las condiciones de un cambio radical de las prácticas, de los conceptos y de los puntos de apoyo culturales más estables”.

Los cambios tecnológicos han incidido de forma capital en las posibilidades expresivas del creador contemporáneo. Han invertido totalmente el proceso de creación.

Las nuevas aportaciones tecnológicas han dejado de lado la necesidad del tiempo en los procesos creativos, es decir, la elaboración de imágenes y el valor de la composición como camino ideal para el desarrollo de la imaginación creadora, se ha visto descuidado. El mundo del diseño de imágenes a través del ordenador, no está en contradicción con las leyes clásicas artísticas. En todo caso, han expandido las posibilidades técnicas para que surja un nuevo campo expresivo. Las múltiples posibilidades de reproducción, que hoy en día colman los mercados y el transmitir a los ciudadanos las posibilidades que el mundo de la tecnología informática, es lo que creará un nuevo negocio cultural, el negocio del multimedia.

El término *computer graphics* surge en 1960 y es debido a William Fetter, ingeniero en la compañía *Boeing*. Otro concepto, el de interactividad, es aplicado por Ivan Sutherland a las funciones del ordenador “TX-2”, elaborado en el MIT. En 1961 aparece la primera animación por ordenador *Two gyro gravity-gradient altitude control system* realizada por E.E. Zajek con un ordenador *IBM 7094* y un grabador *Stromberg-Carlson 4020*. La finalidad de esta animación es astronómica y pronto será habitual este recurso para el cálculo orbital de la trayectoria de satélites.

En 1963 aparece un sistema de dibujo por ordenador *sketchpad* donde es necesario el uso del lápiz óptico. Ivan Sutherland, hermano del creador del lápiz óptico, defiende con éxito su tesis doctoral sobre este sistema, que pronto será puesto en marcha por la industria gracias a sus posibilidades en el campo del diseño. Muchas son las compañías que empiezan a invertir en el campo de los gráficos por ordenador. Asociándose a IBM, la General Motors consigue el sistema DAC/1 (Designed Augmented by Computer), luego mejorado en la consola “IBM 2250” (1964). La compañía Digital Equipment presenta en 1968 el terminal gráfico “338”. En la misma época, se implanta el programa Demand, fundamental para el progreso de sistemas de diseño y animación computerizada. Los principales impulsores del programa de desarrollo son las empresas IBM, Lockheed, McDonnell, TRW, Rockwell y Rolls.

En 1966 la *Association for computer Machinery* (ACM) forma un grupo dedicado a los gráficos por ordenador, el *Special Interst Group y Graphics* (SIGGRAPH), cuyo primer congreso se celebra en Boulder, Colorado, en 1969. En los años siguientes, los encuentros del SIGGRAPH servirán como referencia de los avances en infografía a nivel internacional.

El primer lenguaje de animación en dos dimensiones, “Beflix” es creado por Ken Knowlton, quien los diseña durante la segunda mitad de los sesenta en los laboratorios Bell. En 1970 Knowlton

idea el sistema EXPLOR (Explicitly Provided 2D Patterns Local Neighbourhood Operations and Randomness), esencial para las primeras animaciones por ordenador.

Por su parte Ivan Sutherland continúa con su labor en la infografía. Junto a David Evans crea en 1969 la empresa Evans&Sutherland con el propósito de diseñar y fabricar simuladores de vuelo.

Los principales técnicos en diseño y animación por ordenador del momento colaborarán con Sutherland y también se incorporarán a los grupos de investigación de centros como las Universidades de Utah, Cornell y Chapel Hill, y también al Media Lab del MIT. En gran medida, sus hallazgos conservan una completa vigencia en la actualidad.

Pese a que el diseño industrial y gráfico por ordenador ya es posible en los 60, estas utilidades gráficas aún no son accesibles para la mayoría de los ciudadanos. Aún debe surgir la informática de consumo doméstico para que un usuario común pueda crear imágenes en su pantalla particular. El primer ordenador destinado al gran público es el "Altair 8800" (1974), pero los ordenadores clave en este proceso aún no son una realidad. En abril de 1976 Steven P. Jobs y Stephen G. Wozniak fundan la empresa Apple, con sede en Palo Alto California. Jobs es un buen conocedor del mundo del vídeo-juego y los diseños por ordenador pues ha trabajado en la empresa Atari durante su primer año de existencia. Su principal producto es el "Apple I", un pc que han diseñado en el garaje de su casa. A ese prototipo lo sucede el "Apple II", que puede ser conectado directamente a la televisión. En dura competencia con el "IBM PC" 1981, la computadora personal de Apple va ganando adeptos en el creciente mercado de la informática. Sin embargo, el IBM PC incorpora un novedoso sistema operativo, el MS-DOS 1.0, capaz de coordinar todas las aplicaciones y recursos del ordenador. Con su implantación, también se impone una nueva industria de enorme repercusión: la de los vídeo-juegos, uno de los puntuales más notorios de la imagen de síntesis. Curiosamente, algunos de los juegos informáticos de mayor éxito serán derivaciones de los simuladores de vuelo.

El ratón, un utensilio esencial en la informática, surge en 1983, incorporado a un original ordenador "LISA". Es comercializado en 1984 para *Macintosh*, cuyo uso gracias a un cómodo sistema gráfico, es posible sin que sea necesario tener conocimientos de programación.

La buena acogida de *Macintosh* es el factor decisivo para que el entorno "MS-DOS" creen una versión más desarrollada de éste, *Microsoft Windows*. A partir de noviembre del 1985, los usuarios de *Windows* pueden disfrutar en su ordenador personal de un sistema de ventanas e iconos muy semejantes al diseñado por Apple.

Las versiones 2.0 (1987), 3.0 (1990), 3.1 (1992) y 3.11 (1994) mejoran las posibilidades de *Windows* y, de hecho, acaban generalizándose entre los usuarios por sus posibilidades de navegación y memoria. Son además fundamentales para el avance del diseño gráfico, pues incorporan utilidades que permiten dibujar y colorear.

Por otro lado, el uso de sistemas de almacenaje como el CD-ROM, mejoran las cualidades memorísticas de los PC, hasta entonces limitados a los discos magnéticos. Con el CD-ROM, el entorno multimedia se convierte en una realidad que hará posible ordenar y almacenar escritos mediante programas hipertextuales, reunir imágenes y sonidos, y, principalmente, relacionarse con todo ello de forma interactiva. En el terreno infográfico, la mejora de las posibilidades a la hora de almacenar información es básica, pues la memoria es la baza gracias a la cual será posible, por ejemplo, crear animaciones por ordenador.

El diseño e ilustración de las páginas web no es posible sin la imagen de síntesis, por lo que internet ha acabado convirtiéndose en un almacén de fotografías digitalizadas, vídeos informatizados, animaciones e iconos diseñados por softwares específicos.

Todo este proceso acumulativo de varios años, es básico para comprender las características esenciales de la cibercultura y su repercusión plástica más importante: la infografía.

Como apunta Miguel de Aguilera (1990):

“la infografía constituye, en consecuencia, una instancia de nuevo cuño que media entre el mundo exterior –compuesto por elementos naturales, pero también por otros artificiales, insertos en las esferas de la cultura y de la civilización desplegadas por cada sociedad- y la percepción y conocimiento que de él logra el hombre. De aquí que diversos autores, en número creciente, se haya interrogado respecto de la propuesta de realidad que brinda esta flamante instancia mediadora, o, en otras palabras, respecto al papel que puede desempeñar en la construcción social de la realidad.

Resulta cuanto menos sorprendente que los avances en la captación de imágenes hayan ido variando nuestra percepción de la realidad artística de forma tan intensa a lo largo del presente siglo, sobre todo si comparamos ese proceso con etapas históricas anteriores.”

En 1895 se descubren los rayos X, perfeccionados gracias a la tecnología en prácticas como la termografía, la ecografía, la gammagrafía, la resonancia magnética nuclear y la tomografía axial computerizada. Pese a tratarse de avances de carácter científico, todas esas prácticas han quedado incorporadas al imaginario visual contemporáneo, mostrando nuevas capas de la realidad que, por otro lado, también han sido aprovechadas por los artistas contemporáneos especializados en la imagen de síntesis.

En 1951 Ivan Moscovich crea mediante un ordenador un espacio de curvas denominado *Pendulum Harmonograph*, que es una proyección digital de una serie de problemas matemáticos. Siguiendo una parecida propuesta, Ben F. Lapovsky presenta sus Abstracciones Electrónicas en 1952.

En 1968 se organiza en Londres la primera exposición de creadores de imágenes sintéticas. Con el nombre de *Cybernetic Serendipity*. El evento es una demostración de las potencialidades de esa ciencia que Norbert Wiener había bautizado con el nombre de cibernética en 1950. Sin embargo, por contaminación léxica, ese término comienza a ser utilizado a nivel popular para reconocer todo aquello que rodea al mundo informático.

Uno de los elementos distintivos del arte cibernético es la posibilidad de interactuar con sus formas. El artista Nam June Paik así lo entiende, e inaugura una muestra de sus imágenes interactivas en 1968. A medida que los programas de dibujo y diseño mejoran sus prestaciones, los artistas cultivan otras fórmulas, cada vez más arriesgadas. Sin embargo, al menos en esta primera edad del fenómeno, todo ello ni pasa de ser una curiosidad, escasamente considerada.

Respecto a los inicios de los eventos relacionados con el mundo cibernético dentro de nuestras fronteras, en abril de 1968 Colegio de Arquitectos de Valencia exposición sobre grafismo electrónico “Antes del arte. Experiencias ópticas, perceptivas, estructurales.”

En la UCLA<sup>9</sup>, John Whitney y J. Citron, programan el CAMP (Computer Assisted Production System), un sistema analógico que da lugar a una serie de cortometrajes de animación experimental: *Per-mu-ta-tions* 1967, *Matrix* 1970, *Matrix II* 1971, *Matrix III* 1972.

Por estas mismas fechas, F.J. Honey, uno de los principales representantes de la *Computer Image Corporation* (CIC) propone un nuevo sistema, *el Scanimate*, sucedido luego por el “Caesar”. En un sentido práctico, Honey es el inventor del fondo de estrellas y los diseños geométricos que aparecen en el film 2001: *Odisea en el espacio*.

Entre los programadores de animación más importantes de los años setenta, figura Larry Cuba, responsable de algunas secuencias digitales de *La guerra de las galaxias* (George Lucas. 1977), como aquellas que aparecen en las pantallas de las astronaves rebeldes, indicando el trayecto a seguir para destruir la Estrella de la Muerte.

Admirado por el surrealista Dalí, otro creador de animaciones es Charles Csuri, inventor de un sistema de animación en tiempo real, con el cual desarrolla el cortometraje “Real time” 1970. Mejorando este sistema e incorporando la tridimensionalidad, Csuri patenta el ANIMA<sup>10</sup>.

Con la popularización de estos sistemas en la industria audiovisual se asegura el comercio de la animación informática. En 1976 aparece en EEUU la primera empresa dedicada a este tema, la Information International Inc. Uno de sus primeros contratos de colaboración con Hollywood será la creación de un doble virtual del actor Peter Fonda en la película *Mundo Futuro*, 1976, de Richard T. Heffron.

Otro acontecimiento en este campo de la animación por ordenador tiene lugar en 1978, cuando Dick Lundin rueda el film *The Works*, un proyecto inacabado que, pese a ello, inaugura la época moderna de la infografía. A partir de ese hito, la carrera por el mayor realismo es imparable.

En 1979 aparece el sistema ANTTTS (Animated Things Throug Space), capaz de movilizar diseños e ilustraciones a los cuales se dota de tridimensionalidad. Ese mismo año inaugura su sección de animación digital la compañía de efectos especiales Robert Abel & Associates, fundada en 1971. También en 1979 Quantel, una importante firma de microelectrónica, comercializa un conjunto de utilidades de extraordinario interés para los animadores de la nueva generación, compuesto por el editor infográfico “Harry”, el programa de pintura “Paintbox”, y el manipulador de imágenes “Encore” y el simulador de efectos “3D Mirage”. Novedades como estas se basan en un sistema de especificación geométrica, a partir del cual permiten crear o modificar formas, proporcionales texturas, iluminarlas e integrarlas en escenarios computerizados. Demostrativos de esas posibilidades son los films “Locker” 1981, de Michael Chrichton y “Tron” 1982 de Steven Lisberger. Este largometraje, presenta tales complicaciones en el terreno de la animación infográfica que han de colaborar cuatro empresas contratadas por Disney: Digital Effects, MAGI, Triple I y Robert Abel & Associates. A partir de los diseños del dibujante francés Moebius, especialistas de esas compañías diseñan unos complejos trucajes que abren un nuevo campo de posibilidades a la animación digital.

Como apunta Roger Cabezas (1990): “el progresivo abaratamiento del hardware y el gran desarrollo producido en el software, así como la producción de imágenes para visualización, han puesto al alcance de todo el mundo la posibilidad de crea y animar imágenes sintéticas. Aunque es evidente que no solo los equipos son necesarios para hacer animación, gran cantidad de

---

<sup>9</sup> Siglas Universidad de California en los Ángeles

<sup>10</sup> ANIMA es un nuevo programa de lenguaje de gráficos

gente se ha tirado al ruedo y ha adquirido este tipo de ordenadores. Con ellos, se está produciendo en estos momentos un porcentaje increíblemente superior de imágenes sintéticas que hace dos años, aunque de calidad gráfica, comunicativa y creativa más discutible. Por tanto, no sólo se han de tener herramientas y equipos adecuados, sino que también se ha de tener imaginación y capacidades suficientes para utilizarlos”.

Industrial Light & Magic (ILM), fundada en 1979 por George Lucas, cuenta con un destacado grupo de investigadores del NYTI<sup>11</sup>. Suyos son los efectos especiales de películas como *Abyss* (James Cameron. 1989), *Terminator II* (James Cameron. 1991), *Parque Jurásico* (Steven Spielberg. 1993) y *Forrest Gump* (Robert Zemeckis. 1993). En todas ellas el avance de la simulación por ordenador es tan notable que, en todos los sentidos, revolucionan la producción cinematográfica. En los años siguientes será posible sustituir decorados, maquillajes e incluso efectos físicos con el recurso de las animaciones por ordenador, lográndose una sorprendente verosimilitud de las formas y texturas.

En el campo del cine de dibujos animados, retocar o crear las imágenes mediante la síntesis infográfica es cada vez más fácil y espectacular. Lo demuestran compañías como Walt Disney o Pixar. Ambas retoman la experiencia con *Bichos* (John Lasseter. 1998), uno de los principales pioneros en este terreno. El dibujo animado convencional también se beneficia de los aportes informáticos, gracias a los cuales resulta posible desarrollar los intercalados, incluir sombreados y colorear cada plano de la animación. En películas como *La Sirenita* (Ron Clements y John Musker. 1989) y *La bella y la bestia* (Gary Trousdale y Kirk Wise. 1991) la presencia de los recursos digitales es constante. Respecto a esto, el nuevo camino que toma la industria de la animación, parece indicar un mestizaje de técnicas, pero no una sustitución definitiva del dibujo clásico por la imagen sintética.

Las animaciones por ordenador son ya un recurso imprescindible en el diseño de carátulas de programas y películas publicitarias. Los programadores han descubierto un campo de experimentación inesperado en el vídeo-clip, formato que permite la extravagancia visual y, por tanto, el delirio digital. Incluso los efectos de cambio de apariencia, antes más comunes en la televisión, sobre todo en producciones de género fantástico, empiezan a ser frecuentes en series alejadas de la ciencia ficción.

Pese a que la animación digital se ha hecho familiar, todavía es posible la sorpresa y el descubrimiento. No puede considerarse cerrado el trayecto de la infografía, y menos aún en el medio cinematográfico. Así lo acreditan las impactantes creaciones virtuales que aparecen en el film *The Matrix* (Lilly y Lana Wachowski. 1999).

Es por tanto impensable hablar de la evolución de la animación, sin poder entender y echar mano de la revolución tecnológica, y de cómo, desde las animaciones más básicas en los primeros años virtuales, hasta los más novedosos y complejos programas y aplicaciones que hacen posible que podamos ver y crear productos inimaginables hace unos años.

---

<sup>11</sup> Instituto de Tecnología de Nueva York

### 3. EL LENGUAJE DE LOS TÍTULOS DE CRÉDITO

#### 3.1. DIFERENCIAS Y SIMILITUDES ENTRE LOS TÍTULOS DE CRÉDITO TRADICIONALES Y LOS *OPENINGS* DE LOS FESTIVALES

Los títulos de crédito iniciales, como hemos ido viendo en los apartados anteriores, han estado presentes en una gran cantidad de películas para informar a los espectadores sobre el equipo técnico y artístico del cual se componía. Éstos podrían ser llamados títulos de crédito primitivos, los que se mostraban hasta la irrupción de Maurice Binder y Saul Bass, quien los elevó a la categoría de obra de arte y una parte más del filme. Dentro de esta época, entrarían los títulos de crédito de las primeras obras cinematográficas del cine mudo, donde aparecía el título de la película, la marca registrada y el copyright. La finalidad de los títulos de crédito era la de exhibir de la forma más repetitiva y elegante el logotipo del estudio. La tipografía elegida para este cartel estaba más en sintonía con la moda de la época que con la temática de la película.

Para Binder las imágenes junto con la música jugaban un papel muy importante en los títulos de crédito, y por ello supo utilizar las posibilidades emocionales que la imagen creaba junto con la música para que formara una parte imprescindible de los títulos de crédito. Música e imagen eran una unidad total donde se preparaba psicológicamente al espectador para lo que iba a suceder en el film.

Binder convirtió los títulos de crédito en una pequeña narración cargada de un gran número de metáforas para contar la historia que estaba introduciendo.

Un importante ejemplo del método de diseño de Binder lo observamos en el *gun barrel* de las películas de James Bond que, pese al paso del tiempo, es un elemento indispensable dentro de la introducción de esta saga. De hecho, si nos ponemos a analizar los *gun barrels* de las secuencias de créditos, desde la primera *Dr. No* (Terence Young. 1962), hasta *Casino Royale* (Martin Campbell. 2006), lo que más ha evolucionado ha sido la música. Con el paso de los años, diferentes diseñadores han sido los encargados de realizar y reinventar el *gun barrel* en las diferentes películas de *James Bond*. En lo que respecta a la escena, la animación poco cambió en esos años. Durante más de 40 años, la esencia y marca de *James Bond* fue la de los círculos que se iban moviendo horizontalmente por la pantalla, hasta que en uno de ellos aparecía 007 que disparaba a cámara y embadurnaba la pantalla con sangre. Más tarde se añadió el que uno de esos puntos se moviera hacia una parte del cuadro y nos mostrara la primera imagen de la escena. Ya lo que venía a continuación, eran los títulos de crédito propiamente dichos, donde se anunciaba el equipo que había intervenido en el film. Y estos títulos de crédito, desde el inicio hasta la última entrega, han sido una referencia y unas obras maestras que, a través de la famosa pistola del agente, siluetas y rostros de mujeres, escenas de acción y los famosos naipes, han ayudado a identificar y a reforzar la imagen y personalidad de *James Bond*.

A partir de los años 60 y del papel de Saul Bass como creador de créditos, vemos cómo se nos muestra la información técnica y artística, pero de una manera más creativa y en sintonía con el film. Unos títulos de crédito que beben de las fuentes de la publicidad, y que no dejan indiferentes a nadie. A través de animaciones se muestra toda esta información. Esta época dorada de los títulos de crédito, se podría llamar la etapa moderna.

En los años 70 y 80 los cambios estéticos y tecnológicos hacen mella en los títulos de crédito. No obstante, se vuelve a una estética con tipografías sencillas y fondos neutros, o se van superponiendo a la primera escena del film, *Alien* (Ridley Scott. 1979), *Saturday fever night* (John Balham. 1977), *Star Wars* (George Lucas. 1977), *The Rocky horror picture show* (Jim Sharman. 1975), *Malas Calles* (Martin Scorsese. 1973), *Superman* (Richard Donner. 1978), *El jovencito Frankenstein* (Mel Brooks. 1974), *Manhattan* (Woody Allen. 1979), *La vida de Brian* (Terry Jones. 1979), *La naranja mecánica* (Stanley Kubrick. 1972), *El Padrino* (Francis Ford Coppola. 1972), *E.T.* (Steven Spielberg. 1982), *Regreso al futuro* (Robert Zemeckis. 1985), *Terminator* (James Cameron. 1984), *Los Goonies* (Richar Donner. 1985), *Indiana Jones* (Steven Spielberg. 1981) son algunos ejemplos de cómo en esta época se alternaba la última tecnología con los estilos más clásicos. Esta época la llamaríamos época pre-digital, ya que el inicio y uso de los efectos digitales y tecnológicos se hace cada vez más latente.

En la época de los 90, encontramos una forma más innovadora a la hora de realizar los títulos de crédito. Las nuevas tecnologías ya están en pleno auge, y los artistas se ayudan de ellas para crear tanto películas, como los títulos de crédito que cada vez más, nos cuentan una historia y se fusionan mejor con la película. *Seven* (David Fincher. 1995), *El Club de la Lucha* (David Fincher. 1999), *Matrix* (Lana y Lilly Wachosky. 1999), *Jurassic Park* (Steven Spielberg. 1993), *Pulp Fiction* (Quentin Tarantino. 1994), *El Sexto Sentido* (M. Night Symalan. 1999), *Amelie* (Jean-Pierre Jeunet. 2001), *Mission Imposible* (Bryan de Plama. 1996), *La lista de Schlinder* (Steven Spielberg. 1993), *American Beauty* (Sam Mendes. 1999), *Eduardo Manostijeras* (Tim Burton. 1990), *Toy Story* (John Lasseter. 1995), *Miedo y asco en las Vegas* (Terry Gilliam. 1998), *Pesadilla antes de navidad* (Henry Selick. 1993), *12 Monos* (Terry Gilliam. 1996), *Asesinos natos* (Oliver Stone. 1994), *Four Rooms* (Quentin Tarantino, Robert Rodríguez, Allison Anders, Alexandre rockwell. 1995), *Sleepy Hollow* (Tim Burton. 1999). Esta época es la que llamaremos la época de la era digital, puesto que, en la mayoría de los títulos de crédito se usan muchos de los avances tecnológicos. No hay que olvidar que la forma expresiva de cada título de crédito y la tecnología usada depende del autor: hoy en día hay quienes utilizan técnicas analógicas en plena época digital por motivos artísticos o temáticos.

En los años 2000 que llegan hasta el día de hoy, hemos podido ver cómo esta revolución digital ha ido más allá, y ha podido crear auténticas obras de arte. Historias que nos narran mientras nos dan la información técnica y artística, partes de la película como nunca antes se había hecho. A través de complejas animaciones y efectos especiales, mucho 3D, ritmo casi siempre veloz, sobre todo cuando el film es de acción, ya que así ya aceleras al espectador, colores que van en sintonía con las tonalidades de la película. En muchas se nos presenta a los personajes, muchas veces hacen una interpelación al espectador explicando su historia. *Snatch, credos y diamantes* (Guy Ritchie. 2001), *Requiem for a dream* (Darren Aronofsky. 2000), *Atrápame si puedes* (Steven Spielberg. 2002), *El señor de la guerra* (Andrew Niccol. 2005), *Machete* (Robert Rodriguez, Ethan Maniquis, 2010), *Watchmen*, (Zack Snyder. 2009), *Zombieland* (Ruben Fleischer. 2009), *Deadpool* (Tim Miller, 2016), *Sherlock Holmes* (Guy Ritchie. 2009), *Sin City* (Frank Miller, Robert Rodríguez, Quentin Tarantino. 2005), *Segunda piel*, (Gerardo Vera. 2000), *Balada triste de trompeta* (Álex de la Iglesia. 2011), *La Comunidad*, (Álex de la Iglesia. 2000), *La mala educación* (Pedro Almodóvar. 2004), serían algunos de los ejemplos de esta época.

Respecto a las series de televisión, los títulos de crédito o cabeceras, también nos han servido de presentación sobre lo que veremos a continuación. Nos informan sobre el reparto principalmente, y crean la atmósfera sobre la temática de la serie, si es de intriga, de humor, una sitcom, de terror... Los diseñadores han sabido muy bien adaptarse y preanunciar el estilo.

Hay series que tienen la misma cabecera durante años, o que la van adaptando según la temporada. En *Los Simpson* (Matt Groening), el gag inicial es siempre el mismo hasta que todos los personajes llegan al sofá, donde cada vez ocurre un desenlace diferente. En *American Horror Story* (Ryan Murphy y Brad Falchuck. 2011), cada temporada, que es de una temática diferente, aunque el reparto sea el mismo, se ha creado una cabecera acorde a la temporada, con la misma canción adaptada al hilo argumental. O la célebre *Doctor Who* (1963), en 50 años de serie, ha ido adaptando los títulos de crédito a las innovaciones tecnológicas y a los sonidos más modernos, pero siempre siguiendo una estructura similar.

En lo que concierne a los festivales de animación y artes audiovisuales, es lógico que éstos hayan tomado como referencia las estructuras de los títulos de crédito para crear los *openings*.

En ellos, se promociona el contenido del festival, los artistas principales, el emplazamiento y los días que se llevará a cabo. Estamos ante una función informativa también, como los créditos tradicionales, pero con otro estilo más desenfadado y con aires de alegría. No obstante, hay mucha diferencia entre los *openings* más recientes y los de inicio, entre los que promocionan un festival de animación y los que patrocinan un festival de diseño y artes audiovisuales. Partamos de que el target, no suele ser el mismo: los festivales de animación están también enfocados al público infantil, y es por ello que intentan crear una historia, con un personaje, que puede llegar a ser la mascota oficial del festival, a diferencia con los festivales de diseño audiovisual, donde el público infantil no es contemplado, y se suele orientar toda la programación a especialistas del gremio y en general, un público adulto. Es por ello que se usan muchas formas psicodélicas o sin formas definidas, que creen esa ilusión más futurista y sensorial a través de las últimas técnicas e innovaciones tecnológicas.

No debemos olvidarnos de que muchos festivales de animación crean un *opening* con la información del festival, y otro *opening* con la información de los patrocinadores, a quienes, muchos festivales, dan gran importancia.

Vemos por lo tanto que, las diferencias entre los títulos de crédito clásicos y los *openings* de los festivales, no difieren tanto en cuanto a que cumplen una función informativa, la de presentarnos a todo el equipo técnico y artístico, y la de preparación al espectador a lo que se va a desarrollar en el film o en el festival, y también la de narración de una historia para darnos esa información: en los *openings*, casi siempre un personaje es el protagonista de la animación, y paralelamente a su historia, se nos va informando sobre los ponentes del festival, los días o el emplazamiento. En algunos títulos de crédito también he podido extraer alguna historia que nos pone como un prólogo, en antecedentes con el film, como en los de *Watchmen* (Zack Snyder. 2009), *El señor de la Guerra* (Andrew Niccol. 2005). Respecto a la característica estética, vemos que ambos tienen un estilo muy cuidado y atrayente. Unos quieren captar la atención del público ante la inmediatez del film, los otros, sirven para promover la venta de entradas y captar al mayor público posible, pero de una forma más previa. Los *openings*, muchas veces son los teasers que se proyectan semanas antes del inicio del festival, por lo tanto, el público ya es

conocedor de cuál será la cabecera que aparecerá cada vez que se proyecte una sección del festival, y cómo serán las cortinillas para separar los contenidos (muchas veces se hace una versión más corta del *opening* inicial).

### 3.2. VALOR EXPRESIVO DE LOS TÍTULOS DE CRÉDITO

Para preparar al espectador emocionalmente ante el ambiente y las sensaciones que verá en el film, debemos crear un concepto narrativo y estético que le sea atractivo y le involucre en la historia desde el primer fotograma. Las opciones para ello pueden ir desde el uso de un diseño básicamente de tipografía, con una animación de la posición y duración de los diversos títulos de crédito, como una reducción conceptual temática y estética del film, gracias al uso de recursos gráficos, sonoros y visuales, y, de forma más reciente, tecnológicos.

Los conjuntos de los elementos de comunicación gráfica presentes en los medios audiovisuales se identifican como gráfica audiovisual o gráficos en movimiento. Se trata de una terminología en constante crecimiento y definición, con el desarrollo de una profesión especializada pero diversificada por los diferentes medios en los que se inserta, donde se utiliza metodologías de diseño similares, pero con procedimientos de trabajo adaptados a cada medio.

Los títulos de crédito se han convertido por méritos propios en género cinematográfico particular. Se trata de pequeñas obras que en poco tiempo nos muestran una introducción a la trama narrativa y nos informan de todas (o las más renombradas) personas que han trabajado en ese film, de una forma creativa, con tipografías y *Motion Graphics* que van al son de la banda sonora, predisponiendo así al espectador.

El papel del diseñador gráfico ya no solo se limita a la creación del cartel y a la publicidad del film: la industria cinematográfica ha encontrado un buen filón en la creación de los títulos de crédito, que suscitan mayor interés por parte del espectador. El conocimiento profundo por parte de los diseñadores gráficos de la tipografía, también ha sido crucial en el auge de esta profesión. Durante las últimas décadas, los títulos de crédito se planteaban al final de la postproducción, dando más importancia a la imagen que al texto, sin aprovechar las relaciones creativas entre ambos. Simplemente se superponía el texto sobre la imagen en los créditos iniciales, con una larga lista de nombres sobre un fondo monocromático, y con una difícil legibilidad debido a su minúsculo tamaño y su alta velocidad.

Actualmente, la dotación narrativa que se les ha dado, está haciendo que se preste mayor atención al contenido, forma y elaboración de los mismos.

Gracias a este renovado uso de la tipografía, donde aparece animada, se convierte en la protagonista de la historia junto a la imagen: transmite emociones relacionadas con el argumento de la película y no solo se limita al mero hecho informativo. La tipografía adquiere características humanas y de personificación gracias a la animación.

Según Roberto Gamonal Arroyo (2012), a la hora de crear los títulos de crédito, el equipo multidisciplinar se apoya de:

- Diseño: Diseñadores gráficos que son los encargados de comunicar mediante la tipografía, la forma, la imagen y el color.
- Música y sonido: El creador de la banda sonora es imprescindible a la hora de crear los títulos de crédito, puesto que, deberá crear algo en sintonía con el resto del film y algo que, al ser lo primero que va a ver el espectador, capte de forma automática su interés.
- Animación e integración visual: Para dar vida a las imágenes y la tipografía es necesario un animador, y para montar las diferentes secuencias de los títulos de crédito, necesitaremos a un editor.

Continúa con las diferentes fases a la hora de crear los títulos de crédito, que para el autor son:

- Definición del mensaje: El equipo deberá reunirse con el director para ver qué se muestra tanto al principio como al final del film, ya que los títulos de crédito, suponen una síntesis de los que el director quiere transmitir a lo largo del film.
- Análisis: Selección de las ideas transmitidas por el director para elaborar un briefing o guía de trabajo.
- Conceptualización: Se inicia con la transformación de las propuestas conceptuales en imágenes y sonidos. Una vez elegido el mensaje, se procede a establecer la división del trabajo según disciplinas.
- Recopilación o creación del material: El diseñador gráfico empieza con el estudio de fuentes, el color y las imágenes que va a utilizar. El compositor empieza a crear la música que acompañará a las imágenes. Y el realizador audiovisual determinará si se necesita rodar escenas específicas.
- Desarrollo: Con los anteriormente mencionado se da forma visual y sonora al concepto a transmitir. Aunque lo importante de esta fase es crear un *storyboard*.
- Presentación de propuesta estática: El director dará o no el visto bueno al *storyboard*.
- Animación: La propuesta estática debe tomar vida, y por ello se disponen a animar las imágenes fijas y la tipografía creadas anteriormente.
- Estudios de efectos especiales y transiciones: La sucesión de imágenes necesita una fase de montaje y de postproducción.
- Integración del sonido: Se introducen los efectos deseados y el tema musical compuesto adrede para los TC.
- Sincronización: Se procede a ajustar la tipografía y las imágenes con el sonido.
- Presentación de la propuesta animada: Ya con todos los elementos bien integrados, el director verá el resultado final, juzgando su cumple las expectativas planteadas desde un inicio.

Según la autora Elena Fuenmayor (1996) respecto a la tipografía:

“La tipografía en el diseño gráfico es una parte fundamental para entender la creación de diseños. Actualmente, gracias al desarrollo informático, se está alterando de forma importante el proceso técnico y creativo de la tipografía. Se ha adquirido una nueva dinámica en este ámbito por la relativa simplicidad con la que podemos acceder, modificar y reproducir estos signos. Hay una extensa oferta tipográfica hoy en día.

Diferenciamos cuatro tipos de elementos que conformarían una composición:

Los tipográficos, los ilustrativos, los que sirven de complemento a los dos anteriores (filetes, corondeles...) y los decorativos.”

Respecto a los *openings* de los festivales, adquieren también una función de presentación y preparación a los espectadores y asistentes al festival. En muchos de estos *openings*, aparecen

los nombres de los ponentes, y/o la tipología de obras y arte que veremos en el festival, con una elaborada animación. Es una función meramente informativa y estética de carácter repetitivo, puesto que cuando una persona decide asistir a un festival de animación (o de cualquier índole) es porque está interesado en los contenidos que allí se mostrarán. Esto también ocurre con un film, aunque a veces, nos dejamos guiar por los consejos que otras personas nos dan sobre ellos, y nos interesamos solamente por la temática de la película, sin interesarnos quiénes actuarán o quién ha sido el director de ella. Una vez la estamos visualizando, vemos, en los títulos de crédito cuál es el reparto y quienes han trabajado en ella. Esta teoría es, no obstante, aplicable a cuando la película nos sale gratuita, ya que, debido al encarecimiento de las entradas, antes de ver el film, nos informamos y aseguramos de que ésta sea de nuestro agrado.

En los festivales ocurre exactamente lo mismo: debido al desplazamiento que deberás realizar a la sede del festival, el pago por la entrada y toda la manutención que este implica, los asistentes se aseguran previamente de que allí encontrarán una experiencia que les sea útil.

Muchas veces los mismos *openings* que se han utilizado para abrir los festivales, son los mismos que se han utilizado para publicitarlo en la red o en los medios de comunicación. Esto es debido al elevado coste que supone realizar un festival, y, al menos en España, con poca ayuda por parte de las instituciones, y también por reforzar la esencia y mensaje del festival. Mediante los mismos motivos, colores, personajes si los hay y estética, el espectador asocia, como si de una marca comercial se tratase, esos aspectos a esa edición del festival o al festival en sí. Es, por tanto, una obra audiovisual encargada de reforzar el mensaje, estilo y esencia de cada festival, donde abriremos boca para lo que nos espera en los próximos días.

En una entrevista realizada a Carles Porta en la revista “Con A de Animación” (VV.AA. 2016) en la cual se trata su función en el festival Animac Lleida, nos habla de sus tareas como diseñador de toda la gráfica del festival, en la segunda edición del festival, en el año 1997, donde se cambió el nombre de CINEMÀGIC, por el de Animac. Según cita Porta (2016):

“los carteles de festivales de cine de aquella época eran muy aburridos, todos hacían referencia al soporte. Bobinas de 35 mm con una cola de película cruzando el cielo azul, plagado de banderas multicolores de los diferentes países. Ninguna emoción verdadera. Nada sobre la riqueza de imágenes que nos proporciona el cine”.

Las funciones de Porta han ido variando con el tiempo: en los primeros años, su trabajo abarcaba las cortinillas, cartel, catálogo, montaje o las mismas ambientaciones de los espacios del festival.

Sus cortinillas para ANIMAC recorren un largo camino, priorizando siempre la innovación y experimentación para aportar nuevas soluciones gráficas y narrativas, sin olvidar su sello de autor, que reúne fantasía, aventura, emoción, frescura y riesgo, en un mágico cóctel a todo color. Porta tiene que

“aportar una poderosa y sugerente imagen, optimizando recursos, además de componer una pieza animada que sirva tanto de cabecera de festival, como de spot publicitario para Internet y televisión”.

Las cabeceras de ANIMAC, representan la esencia misma del festival. Un proyecto con identidad propia, que traspasa fronteras, y cuya imagen gráfica otorgó a Porta el premio el premio Jules Genet en 1999, del festival Annecy.

Todo surge de una imagen, a veces del propio cartel donde Porta busca la ambigüedad y fuerza suficientes que permitan al espectador llenarla de significado, que “pueda imaginar un antes y un después para esta película imaginaria de la que solo conocemos un fotograma”.

A lo largo de 20 años de festival, observamos la evolución técnica que la animación ha vivido, desde el *handmade* hasta el 2D y 3D. Sus cortinillas para ANIMAC recorren un largo camino, priorizando siempre la innovación y experimentación para aportar nuevas soluciones gráficas y

narrativas, sin olvidar su sello de autor, que reúne fantasía, aventura, emoción, frescura y riesgo. Junto a la imagen, el diseño sonoro de Josep María Baldomà recrea la atmósfera perfecta para estas cortinillas que cada año nos invitan a participar en el festival.

#### 4. FESTIVALES DE ANIMACIÓN

La razón por la cual he elegido estos festivales de animación, ha sido por su relevancia mundial, por los valores que transmiten, por su historia y gran número de ediciones, por su facilidad para acceder a la información sobre ellos, y por los recursos encontrados en la red, ya que no todos los festivales cuelgan sus cortinillas, y, por tanto, el objeto de este trabajo habría sido inútil e imposible.

He estado investigando sobre un gran número de festivales a nivel mundial y, por ello, decidí también incluir los festivales de diseño y nuevas tecnologías ya que, en el tema que nos atañe, que son los *openings*, había un material muy sustancioso y con muchas posibilidades de análisis en la tarea que nos atañe.

##### 4.1. ANIMAC, FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE ANIMACIÓN DE CATALUÑA

Animac es un festival de cine de animación, organizado y producido por el Ayuntamiento de Lleida y la Generalitat de Catalunya, que se celebra la última semana de febrero en la localidad de Lleida y reúne las mejores producciones de animación internacional. No es un festival competitivo, sólo de exhibición. Nació en el año 1996, como celebración del 100 aniversario del cine y con el objetivo de promocionar y dar a conocer la animación audiovisual y ser un punto de encuentro entre los profesionales del sector.

En aquel año, apareció con otro nombre, Cinemagic 96, Festival Internacional de Cine de Animación, bajo la dirección de Eladi Martos y Jordi Artigas. Al año siguiente, ya toma finalmente el nombre de Animac, Festival Internacional de Cine de Animación. En 2006 se le añade "de Cataluña", con lo que actualmente el nombre oficial es Animac, Festival Internacional de Cine de Animación de Cataluña.

A lo largo de 20 años, Animac ha consolidado su carácter independiente y artístico, convirtiéndose en uno de los eventos audiovisuales más importantes de España y con gran relevancia a nivel internacional. Animac es una muestra rigurosa, dinámica y acogedora, que continúa mejorándose año tras año, atrayendo nuevos públicos y a todos aquellos enamorados de la animación. Animac es una muestra no competitiva dirigida a aquellos artistas que usan la animación como instrumento para su expresión personal y profesional. Yendo más allá de los límites de la narrativa tradicional, buscan artistas que hagan trabajos independientes y no comerciales que tengan fuerza y lleven su expresividad al límite. Animac también es un lugar de encuentro para los artistas, un lugar donde formar ideas y donde se establecen relaciones entre las diferentes disciplinas artísticas.

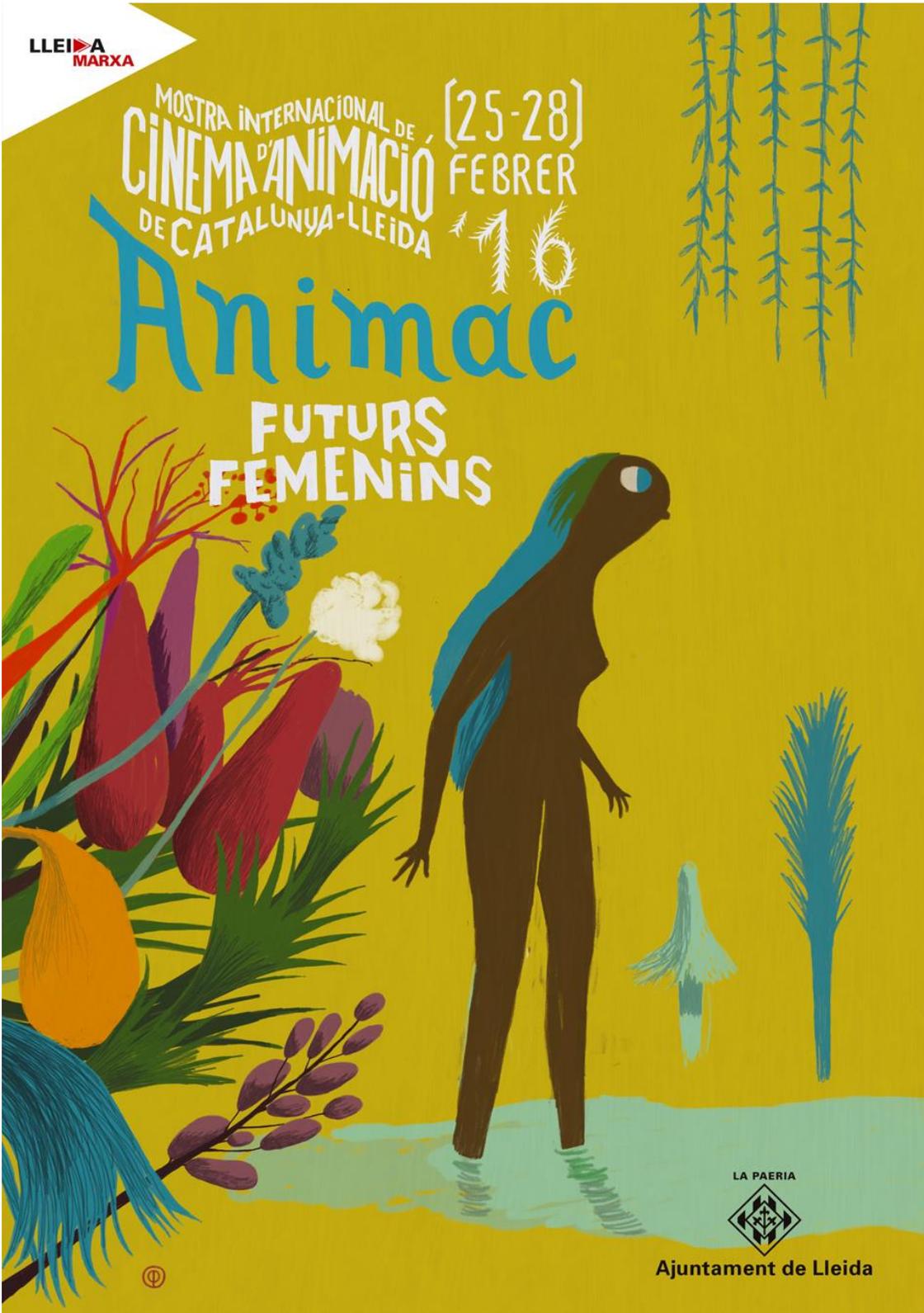
Al ser un evento centrado en los artistas y creadores, Animac está muy bien considerado en el mundo de la animación. Este hecho ayuda a Animac a estar muy bien posicionado en el presente. La gran visibilidad internacional de Animac les ha permitido salir y desarrollar proyectos en sitios, como Corea del Sur, China, Taiwán, India, Alemania, Hungría, Kosovo, Escocia, Italia, Brasil, Colombia... De esta forma, Animac ha creado una fuerte y red internacional que implica a animadores y otros profesionales, antiguos participantes en la muestra, el público fiel, etc. Éstos son los reclamos de Animac, que, sientan las bases para la creación de un nuevo acontecimiento año tras año, siempre más ambiciosos y eficiente.

Dentro del equipo que compone y trabaja para que este festival sea posible, encontramos a los siguientes profesionales y personalidades, de los cuales, Carles Porta, ha creado el logotipo del festival que podemos ver en la ilustración 1, y el cartel de esta edición y de las anteriores, en las ilustraciones 2 y 3.

- Organiza y dirige: Concejalía de Políticas a favor de la Creatividad, la Cultura, la Educación y los Deportes del Ayuntamiento de Lleida. Con la colaboración de la Generalitat de Catalunya
- Dirección: Carolina López Caballero
- Coordinación y producción: Concejalía de Cultura
- Imagen y dirección de arte: Carles Porta
- Prensa: Concejalía de Políticas a favor de la Creatividad, la Cultura, la Educación y los Deportes del Ayuntamiento de Lleida.
- Community Manager y redacción de contenidos: Adrià Carande
- Coordinación catálogo: Concejalía de Políticas a favor de la Creatividad, la Cultura, la Educación y los Deportes del Ayuntamiento de Lleida.
- Maquetación de elementos gráficos: Latipo
- Programación e implementación web: Semic / Acces
- Subtítulos: Savinen Traducciones
- Traducciones e interpretación: Mariam Chaïb y Concejalía de Cultura
- Coordinación espacio Animacrea: Concejalía de Cultura y CactuSoup
- Producción técnica: Concejalía de Cultura y Nouvelle-Vague
- Coordinación invitados: Carol Berga
- Coordinación pedagógica: Concejalía de Políticas a favor de la Creatividad, la Cultura, la Educación y los Deportes del Ayuntamiento de Lleida.
- Equipos y proyecciones: Nouvelle-Vague, Sounder's, Stagelab y Migue S. Monfort
- Cabecera Animac: Carles Porta, Migue S. Monfort y Josep M<sup>a</sup> Baldomà
- Making of Animac: Octavi Espuga
- Fotografía: David del Val



*Il·lustración 1 Logotipo blanco y negro Animac Lleida*



Il·lustració 2 Cartel promocional Animac 2016 "Futurs femenins" por Carles Porta

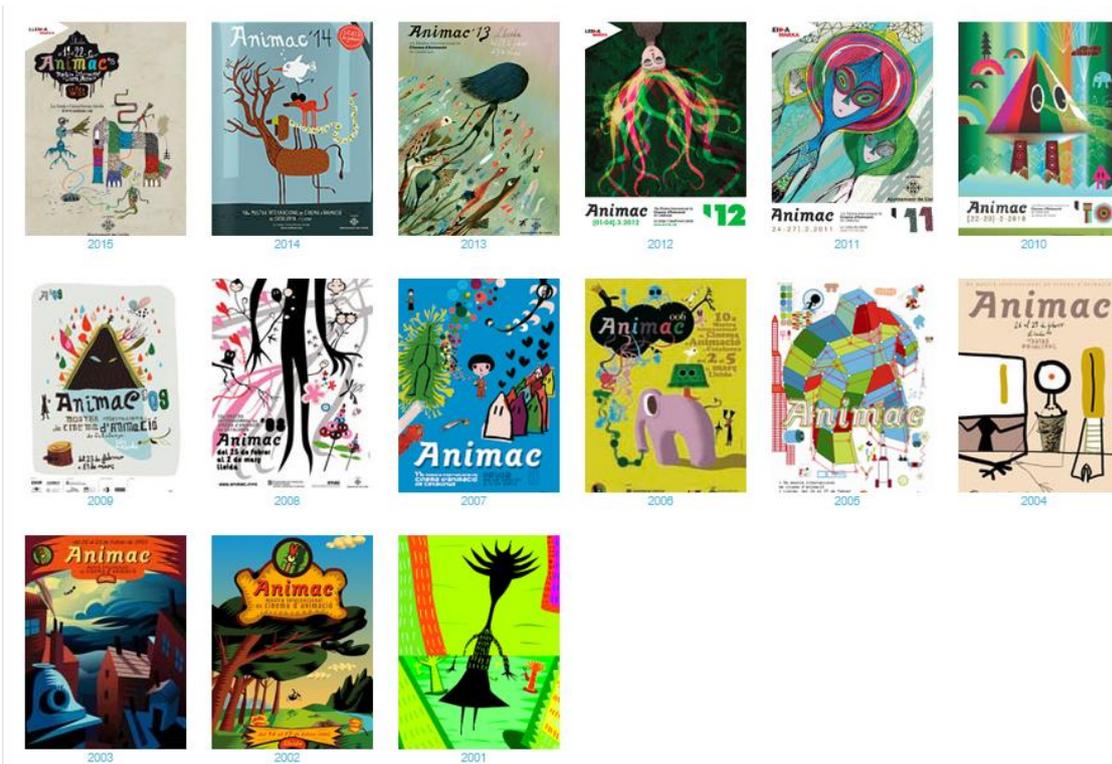


Ilustración 3 Carteles promocionales ediciones 2001 a 2015 diseñados por Carles Porta

#### 4.2. FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE ANIMACIÓN DE ANNECY (FIFA)

El Festival Internacional de Cine de Animación de Annecy (en francés *Festival International du Film d'Animation d'Annecy*, FIFA), creado en 1960, tiene lugar al principio del mes de junio en la ciudad de Annecy (Francia). Organizado por le CITIA (Cité de l'image en moviment) y por numerosos patrocinios. Su director es Patrick Eveno Aunque en sus comienzos era un festival bienal, pasó a ser anual en 1998.

El festival es una competición entre películas de animación de técnicas diversas: dibujos animados, papeles recortados, yeso de modelado, etc. clasificadas en distintas categorías:

- largometrajes
- cortometrajes
- películas de encargo (producidas para ser emitidas en la televisión o con fines publicitarios)
- películas de estudiantes
- películas producidas para Internet (desde 2002).

Durante toda la duración del festival, además de las películas participantes que se proyectan en distintos cines de la ciudad, tiene lugar una proyección nocturna al aire libre sobre el *Pâquier*, en el centro de la ciudad, frente al lago y a las montañas. Según el tema del festival, se proyectan películas clásicas o modernas en pantalla gigante.

Desde 1960, el Festival Internacional de Cine de Animación de Annecy presenta al público y a los profesionales las mejores películas de animación. A la obra con más talento se le galardona con el prestigioso "Crystal".

Anney es a la película de animación lo que Cannes es al cine: una cita mundial e inevitable. Las películas de animación están en constante cambio, puesto que, sus creadores no sólo realizan dibujos animados, también utilizan diferentes técnicas como el teatro de sombras, arcilla, recortes de papel...

Evento tan profesional como popular, el Festival Internacional de Cine de Animación de Anney acoge cada año cerca de 115000 espectadores, selecciona alrededor de 230 películas, se proyectan más de 500 en sus 9 salas y sus 4 pantallas al aire libre, 26 premios en diferentes categorías, reconocimiento a las películas que captan la atención del jurado, y con unos 85 países representados. El cartel promocional es realizado cada año por un autor. El de esta edición lo realizó la ilustradora Michèle Lemieux, ilustración 4.

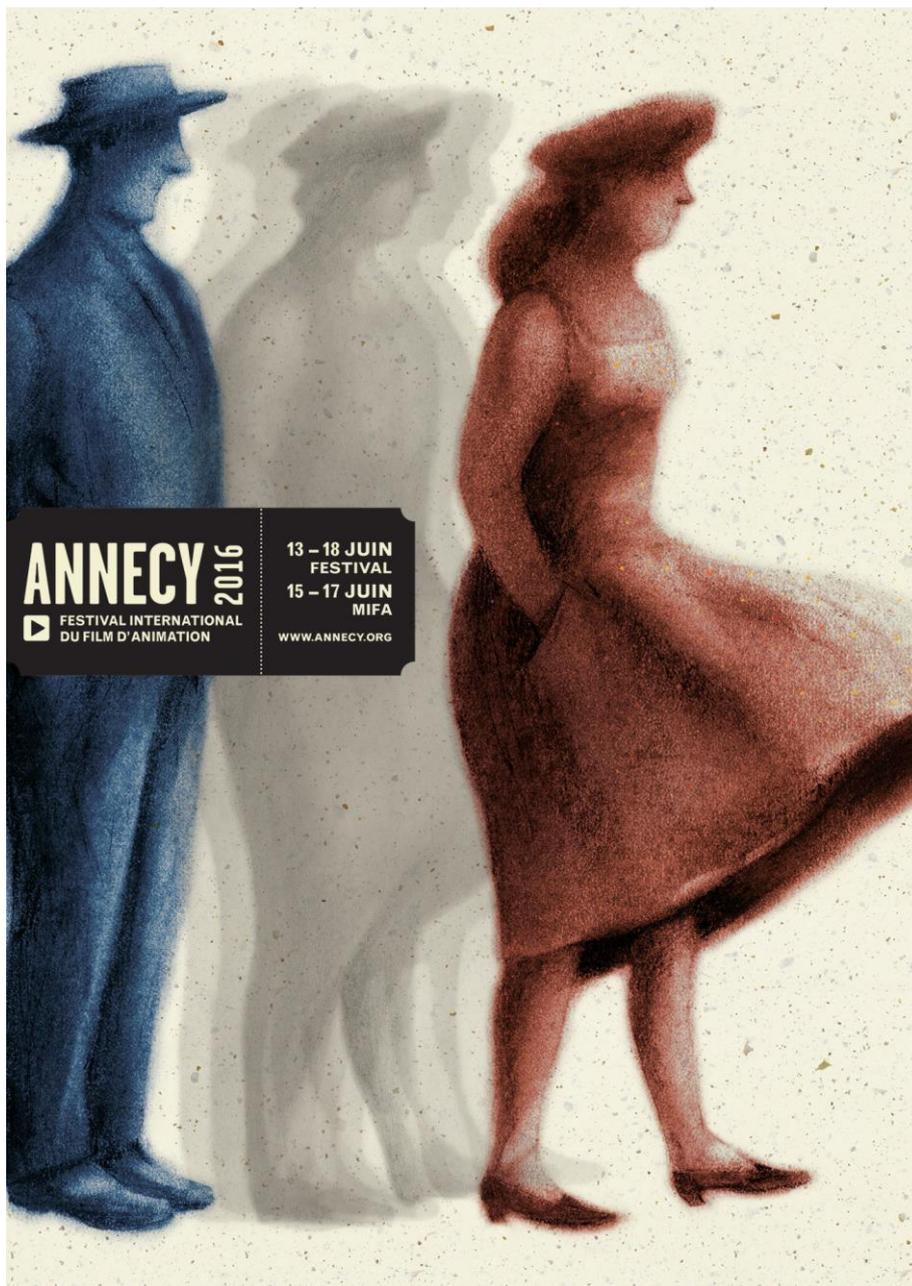


Ilustración 4 Cartel promocional Festival Anney 2016 creado por Michèle Lemieux

### 4.3. FESTIVAL INTERNACIONAL DE ANIMACIÓN DE OTTAWA (OIAF)

A partir del 21 de septiembre de 2016, en Ottawa se celebra uno de los festivales más vanguardista del mundo: películas, animación divertida, provocativa y reflexiva mientras se mezcla con muchas de las más célebres, estrellas, estudios y personajes de animación. Dibujos animados clásicos, experimentos, creaciones digitales fantásticas, efectos deslumbrantes, fuegos artificiales, técnicas, pensamiento que provoca observaciones, o pura diversión. Podemos encontrar actividades y películas para todo el mundo en el Festival Internacional de Animación de Ottawa (OIAF). Durante 40 años, la OIAF ha atraído cine y animación, los aficionados a los amantes del arte y directores de cine de todo el mundo. Usted no querrá perderse emocionante conjunto de proyecciones, talleres, paneles y partes que tienen lugar en el ByTowne Cine, Galería Nacional de Canadá, Arte de tenis, Centro de Santa Brígida de las Artes, y el Chateaus Laurier de este año.

Fundado en 1975 por el Instituto de Cine de Canadá y realizado por primera vez el 10 de agosto de 1975, el Festival Internacional de Animación de Ottawa es un lugar de encuentro para profesionales y aficionados de la animación, tanto de América del Norte, como del resto del mundo.

Muchos factores clave de la animación de Canadá se unieron para ayudar a los fundadores del festival Bill Kuhns, Frederik Manter, Prescott J. Wright, Frank Taylor y Kelly O'Brien, quienes fueron los encargados de crear este tipo de evento en toda América del Norte. El *National Film Board* de Canadá, Radio Canadá, la CBC y la Cinemateca Quebequense entre otros, fueron los que tuvieron las claves para la creación y construcción del que es ahora el mayor festival de animación de América del Norte.

La capital de Canadá fue elegida para albergar la primera edición del festival, puesto que, era el hogar de la innovadora animación de Norman McLaren, donde se habían instalado los primeros estudios de animación y donde se encuentra la antigua sede de la Junta Nacional de Cine.

Entre las actividades de la primera edición encontramos películas que competían y otras no, un foro para el seminario Future, una exposición de arte de la NFB, las retrospectivas de Oskar Fischinger, Raoul Barré y Fleischer Brothers, compilaciones de cine para niños, talleres de animación para jóvenes animadores y el estreno mundial de la primera película de animación del italiano Bruno Bozzetto "Allegro Non Troppo".

Los animadores de Picnic, que estuvieron presentes en la primera edición de 1976, se convirtieron en un punto culminante de cada festival. Chez Ani, los animadores de las cafeterías nocturnas fundadas por Co Hoedeman en el segundo festival de 1978, siguen ofreciendo a los participantes del festival un lugar para relajarse, reunirse y gestionar acuerdos.

Desde el principio, el OIAF ha hecho una llamada para las películas que compiten por los premios del festival. Teniendo en cuenta el creciente número de inscripciones recibidas en los últimos años, y la popularidad del festival, éste nunca se ha puesto en duda.

En la primera edición, con poco más de 400 películas en el festival, en el 2007 se batieron los récords con 2078 películas recibidas, el mayor número de registro de películas en un festival de animación hasta el momento.

De todos los trabajos recibidos, aproximadamente 100 films son seleccionados para competir entre todas las categorías. Las no seleccionadas para competición, también se proyectan para poder ser vistas entre los líderes de la industria. Otras 100 películas adicionales se muestran fuera de competición en diversos stands.

Las categorías siguen evolucionando con el fin de reflejar la naturaleza siempre cambiante de la animación. En los últimos años, el festival ha cambiado su enfoque en las categorías de premios, para reconocer el trabajo independiente y el trabajo comercial. En 2004 las categorías se ampliaron para incluir trabajos de animación de niños y adultos.

Fundado en los albores de la animación por ordenador, el festival continúa mostrando lo último en tecnología de la animación, sin dejar de lado la variedad que la animación tradicional nos brinda.

Desde el primer taller de animación generada por ordenador y dirigido por el científico del Consejo Superior de Investigaciones Científicas Nestor Burtnyk en 1976, la categoría de Nuevos Medios se ha ampliado hasta cuatro subcategorías en el 2004, manteniendo al festival en la cúpula de la vanguardia de la animación.

El OIAF, organizó su primera Conferencia de Animación Televisiva (TAC) en 2002, siendo una oportunidad para que los productores de animación canadiense e internacional, organismos de radiodifusión y compradores de la red, pudieran discutir sobre temas de la industria y hacer negocios.

Pese a las numerosas crisis que el país y la ciudad han ido sufriendo, el OIAF ha demostrado su capacidad de recuperación y mantenido su relevancia durante cuatro décadas. Hoy en día el festival se desarrolla proporcionando un debate muy necesario para realizadores, productores y aficionados a la animación que se reúnen para celebrar esta forma de arte única y diversa.

El Festival Internacional de Animación para Estudiantes (SAFO), introducido en 1997 y que tuvo lugar en años alternos a la OIAF, fue creado para proporcionar un lugar para los estudiantes de animación y animadores emergentes. Por primera vez se les proporcionó un lugar distinto para mostrar sus películas, discutir temas y conocer a otros jóvenes directores, docentes de la animación y representantes de la industria.

El OIAF pasó de ser un festival bienal a anual en el año 2005, y con este paso, el SAFO se incluyó como parte del festival original. El OIAF se compromete a garantizar a este grupo los beneficios de la exposición, a la vez de reconocer la creatividad y la originalidad de la obra. Los jóvenes animadores accedieron.

En 2006 el OIAF celebró su 30 aniversario con una serie de eventos muy especiales, no solo rindiendo homenaje al pasado, sino que consagró al festival de cara al futuro.

En los últimos diez años se ha visto al festival crecer tanto en número de asistentes como en la programación. Concursos de cortometrajes con más de 2000 participantes que se exhiben ante un público de más de 30000 personas.

En el 25 aniversario de la clásica película de Disney "La Sirenita", se hizo un visionado en la edición del OIAF 2014, con los directores originales de la cinta, Ron Clements y John Musker. La remasterización de este film ayudó a revivir la franquicia de Disney y marcó el final de la animación pintada en celuloide para marcar el camino hacia la era digital.

En el 2015, el estudio de Ottawa Artes Corte, acogió una exposición de arte y del trabajo del aclamado animador canadiense Michele Cournoyer, que mostró al mundo su cruda animación que aborda temas como la adicción, la sexualidad y el abuso.

En las ilustraciones 5 y 6 podemos ver el cartel de la edición de este año, y los carteles de las pasadas ediciones, respectivamente.



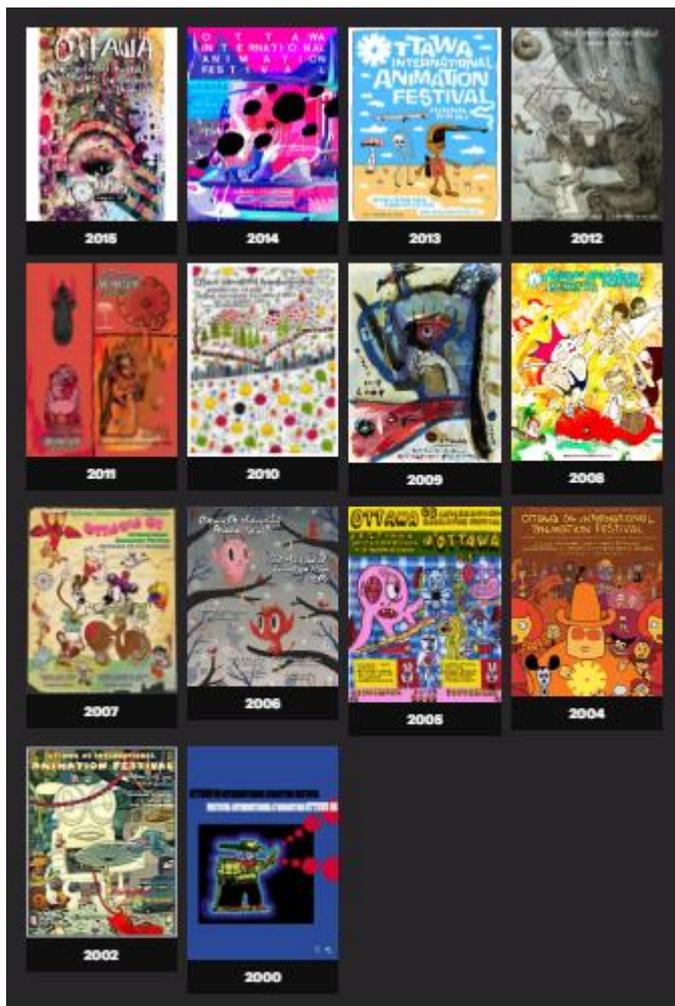


Ilustración 6 Carteles promocionales ediciones 2000 a 2015 del Festival Internacional de Animación de Ottawa (OIAF)

#### 4.4. FITC. FUTURO. INNOVACIÓN. TECNOLOGÍA. CREATIVIDAD.

FITC significa “Futuro. Innovación. Tecnología. La creatividad”. Cuatro palabras que capturan la esencia de lo que esta empresa y estos eventos tratan. Producen diseño y tecnología de diversos eventos en todo el mundo, que inspira, educa y crea retos a los asistentes. Desde 2002, FITC ha traído profesionales con gustos similares a Toronto, Ámsterdam, Tokio, San Francisco, Chicago, Seúl, Nueva York, Los Ángeles y muchas otras ciudades. Suele celebrarse a mitad de febrero en Ámsterdam, y a mitad de abril en Toronto. El festival está dirigido por Shawn Pucknell y tiene numerosos *sponsors* del mundo de la informática, tecnología y educación.

FITC se inicia con las presentaciones, que son sobre técnica y creatividad, y dirigidos por expertos seleccionados de todo el mundo que están dispuestos a compartir y encontrarse con el público. Para los eventos más grandes, a menudo hay varias salas para elegir, que incluyen contenidos que atienden a un público específico. En FITC se trata también la creación de redes. FITC ofrece una plataforma para las personas que comparten la pasión de conocer e interactuar, ya sea en las presentaciones, en el salón expositor o en uno de los partidos de la tarde.

Los creadores digitales de todo tipo diseñadores, desarrolladores, artistas gráficos en movimiento, artistas digitales y cualquier persona que cree contenidos en el espacio digital.

A lo largo de 15 años, en 6 países diferentes, 23 ciudades distintas, 109 eventos, 3056 presentaciones, 49000 asistentes, FITC se nos muestra como un festival puntero y muy innovador en todo el espectro del diseño digital. No es un festival en el que se lleve a concurso las piezas, sino que, más bien es de conferencias y muestras de los trabajos realizados.

En la ilustración 7, podemos observar el logotipo del festival, en la ilustración 8, el cartel promocional de la edición del 2016 de Toronto y en la ilustración 9 el cartel promocional de FITC Ámsterdam 2016.



*Ilustración 7 Logotipo de FITC*



*Ilustración 8 Cartel promocional para la edición de Toronto 2016*



Ilustración 9 Cartel promocional FITC para la edición de Ámsterdam 2016

#### 4.5. F5

F5 es un festival de creatividad, y exploración de la intersección entre diseño, arte y tecnología.

F5 reúne a los pensadores y emprendedores que están innovando en el campo y dando forma a un nuevo estándar en medios y diseño. Es un punto de encuentro imprescindible para personas con la mentalidad de poder crear un cambio duradero en el mundo del diseño y las nuevas tecnologías.

Fundado en la idea de que la verdadera visión y la inspiración duradera vienen de lugares inesperados, F5 fomenta artísticas colisiones de ideas muy novedosas y pioneras.

El festival de dos días reúne a los directores de cine, escritores, artistas digitales, diseñadores de juegos interactivos, artistas, *Motion graphers*, diseñadores gráficos, expertos en efectos visuales, músicos, visionarios de la industria y muchos más. En la ilustración 10 aparece el logotipo del festival con las fechas y sede de la edición del 2015. En las ilustraciones 11 y 12, dos ejemplos de los carteles promocionales.

F5 se basa en la creencia de que el verdadero cambio se produce cuando se mira fuera de su mundo y exploración de nuevos horizontes. Su filosofía:

No lucro: no hacen ningún tipo de ganancia puesto que carecen de patrocinadores, las entradas cuestan lo mínimo, no hay participación comercial entre el hoy y el mañana... Se trata de comunidad y creatividad.

Sí asistentes: Consideran a los asistentes como espíritus creativos encendidos. Una crema hecha de una cosecha de artistas, diseñadores y narradores en busca de alguna manera de conectarse entre sí. Son la esencia de F5.

Sí ponentes: Esto no es otra conferencia de diseño, es un encuentro entre grandes mentes: se trata de diversificar su perspectiva. Además de los mejores estudios y profesionales, se mezclan talentos y espacios que existen fuera de las zonas de confort: colisiones en los momentos de introspección e inspiración que se produce cuando chocan diferentes ideas.

Sí fiestas: Sí, hay un bar en un lugar. Sí, se reparten bebidas gratis. Sí, es una fiesta de cumpleaños

donde se formarán amistades, creando conexiones entre diversas ideas.

El equipo se compone por:

Carlos El Asmar: Fundador y productor ejecutivo

Justin Cone: Fundador/Encargado

Ventura Castro: Director

Kulani Jenkins: Productor

Ave Carrillo: Encargado

Noah Norman: Director técnico

Vincent Diga: Director de arte

Steffen Kuronen: Diseñador de Motion Graphics

Kurt Peloquin: Productor de instalaciones

Olney Atwell: Productor técnico

Dot Lung: Coordinador Social Media

Marc Nadal: Vídeo

Jhoel Delgado: Foto

Bernie Tipton & Janie Wilson: Coordinadores de voluntariado

Verónica Cabezas: Relaciones públicas

Anu Nagara: Directora de patrocinadores



APRIL 17-18, 2015  
NEW YORK CITY

*Ilustración 10 Logotipo del F5 y fecha de la edición de Nueva York*



Ilustración 11 Cartel promocional del F5 Nueva York 2015



Ilustración 12 Cartel promocional F5 Nueva York 2015

#### 4.6. OFFF

En 2001, el Festival OFFF se realizó por primera vez bajo el nombre de *flash en línea película-festiva*, organizado en Barcelona. Generalmente se celebra en mayo. Más de tres días donde artistas internacionales trabajan en el diseño gráfico, comunicación visual, arte digital, música electrónica e imagen en movimiento.

Un aspecto importante del festival es que llegan cientos de artistas de todo el mundo para el trabajo creativo, la experimentación y las discusiones sobre las últimas tendencias del mundo digital. El festival se creó tras la fusión de las áreas de la fotografía creativa y la música digital, siendo pionero en su campo.

En la forma de conferencias, talleres, instalaciones, sesiones de música experimental, demos, presentaciones multimedia y exposiciones, OFFF se presenta ante una audiencia internacional. El número de visitantes está en constante aumento. Durante 2003, sólo 5.000 visitantes fueron registrados, en 2004 ascendió a 30.000, y en 2005 se registraron 41.000 visitantes. Además de las presentaciones de los temas principales, como el diseño gráfico o la promoción y clips de televisión, el OFFF se caracteriza principalmente por conferencias y charlas de artistas.

El festival se lleva a cabo cada año gracias al patrocinio de diversas empresas como Diesel, Wacom, Eastpak o HP, y por diversas agencias y artistas *inoffensive* y *50 \ done*.

Desde 2005 para cada OFFF en cada una de las diferentes ciudades en las que se lleva a cabo, se crea una *opening*, en el que se refieren al tema del evento, la ciudad en la que se llevará a cabo, con el nombre de los artistas que participarán en él.

En ediciones pasadas, el público ha presenciado las conferencias de importantes artistas en el mundo de la cultura digital como, Stefan Sagmeister, Kyle Cooper, United Visual Artists, Perry Chen, Moment Factory, Joshua Davis, Daito Manabe o Jessica Walsh.

En la ilustración 13, podemos observar el logotipo del festival. En la ilustración 14, el cartel promocional del decimoquinto aniversario del OFFF. En la ilustración 15 el cartel promocional de la edición del 2014, y en la ilustración 16 el cartel promocional de la edición del año 2012.

Cada año el festival se ha realizado en una ciudad y bajo un lema diferente.

- 2001: Barcelona "Festival de Cine Online flash"
- 2002: Barcelona "Festival de Cine Online flash"
- 2003: Barcelona "¿Quién es su héroe?"
- 2004: Valencia "No soy un artista digital, soy ..."
- 2005: Barcelona "Las cosas que nunca existieron"
- 2006: Barcelona "seleccione OFFF y pulse inicio"
- 2006: "El amor Días Offf: The Great Rock and Roll Swindle"
- 2007: Nueva York "seleccionar Offf: ¡pulse Start!"
- 2007: Barcelona "Re: fresco"
- 2008: Lisboa "Un Wi-Fi, una red Wi-Fi, ¡mi reino por una red Wi-Fi!"
- 2009: Oeiras "Esto no está volando, esto está cayendo con estilo - caer con gracia @ OFFF"
- 2010: París "La nostalgia de un futuro pasado"
- 2011: Barcelona "Vamos a alimentar el futuro"
- 2012 Ciudad de México
- 2013 "Let's feed the future" Barcelona, Cincinnati
- 2014 "Turn you on" Barcelona
- 2015 Ciudad de México, Barcelona
- 2016 Ciudad de México, Barcelona



Ilustración 13 Logotipo del OFFF



Ilustración 14 Cartel promocional 15º Aniversario OFFF en Barcelona

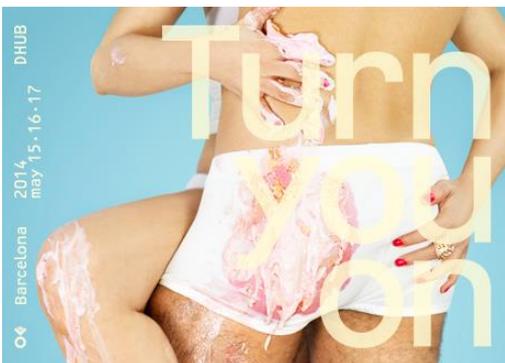


Ilustración 15 Cartel promocional Barcelona 2014



Ilustración 16 Cartel promocional Barcelona 2012

#### 4.7. TOCA ME

Desde el año 2003 en Múnich las conferencias basadas en diseño, han traído a algunos de los diseñadores más destacados de todo el mundo. Desde el principio, su objetivo ha sido el de organizar eventos para entretener e inspirar a sus clientes, mediante presentaciones de alta calidad en un lugar que invita a todos a reunirse con amigos y estar en contacto con caras nuevas para mantener una charla y compartir ideas.

Independientemente de si se trata de un evento más grande, como una conferencia de diseño, un taller o un *meetup* de redes sociales, siempre ponen todo su empeño para que cada evento sea especial.

Los participantes anteriores incluyen leyendas de diseño tales como Joshua Davis, Jessica Walsh, Pleix, Brosmind, Sougwen Chung, Brendan Dawes, Sr. Bingo, Eike König, ¡Hi-Res!, Signalnoise, Gmunk, Zach Lieberman, Lernert y Sander, 123Klan, Andreu Balius, Rob Chiu, Tomate, Sarah Illenberger, Castillo Hambriento, Sehnsucht, Golan Levin, Amit Pitaru, James Paterson, Hellicar & Lewis, Niko Stumpo, Evan Roth, Gavin Strange, Dvein y muchos más.

En la ilustración 17, aparece el logotipo del evento. En las ilustraciones 18 y 19, observamos los carteles promocionales de las ediciones de 2014 y 2017 respectivamente.

# TOCA ME.

*Ilustración 17 Logotipo Toca Me*



*Ilustración 18 Cartel promocional Toca Me 2014*



Ilustración 19 Cartel promocional Toca Me 2017

#### 4.8. ART FUTURA

Desde Enero de 1990, ArtFutura, el festival de Cultura y Creatividad Digital, explora los proyectos y las ideas más importantes surgidas en el panorama internacional del *new media*, el diseño de interacción, los videojuegos y la animación digital.

Sus actividades incluyen exposiciones, conferencias, talleres, instalaciones interactivas y actuaciones en directo.

Entre sus participantes de ediciones pasadas cabe destacar a William Gibson, Theo Jansen, Toshio Iwai, Laurie Anderson, Hiroshi Ishii, Paul Friedlander, Moebius, David Byrne, Masaya Matsura, Howard Rheingold, Timothy Learly, Tomato, Tetsuya Mizuguchi, Rebecca Allen, Ryota Kuwakubo, Mariscal, Orlan, Stelarc, Yoichiro Kawaguchi, Brian Eno, Karl Sims, Marcel.Í Antúnez, Arthur Kroker, Xení Jardín y muchos otros.

Así como organizaciones y compañías tales como Ars Electronica, Industrial Light & Magic, Weta Digital, Sony Pictures Imageworks, Digital Domain, Pixar, SAT Montreal, Blast Theory, UVA, Amorphic Robot Works o el Media Lab de Boston.

Por otra parte, su división GaleríaFutura promueve los aspectos expositivos de la nueva creatividad digital. Entre sus proyectos está la exposición "Máquinas y almas" presentada en el Museo Nacional Reina Sofía en el año 2008.

En la ilustración 20 observamos el logotipo del festival. En las ilustraciones 21 y 22, los carteles promocionales de las ediciones del 2006 y 2015 respectivamente.

A lo largo de estos años ArtFutura ha tratado de mostrar que a comienzos del nuevo milenio, arte y ciencia discurren más que nunca por caminos paralelos. Ya no es posible entender el arte desligado de los nuevos media, internet y la tecnología digital.

ArtFutura se ha desarrollado en numerosas ciudades de todo el mundo. Para este año 2016 las ciudades seleccionadas son Alicante, Bangkok, Barcelona, Bogotá, Buenos Aires, Granada, Ibiza, Lisboa, Londres, Madrid, México DF, Miami, Montevideo, Murcia, París, Punta del Este, Saint Brieuc, Santiago de Chile, Sao Paulo, Tenerife, Turín, Vitoria y Zaragoza. El programa audiovisual es el mismo en todas las ciudades e incluye las últimas aportaciones en el campo de la creatividad digital: realidad virtual, animación 3D, *Motion Graphics*, *time-lapse*, efectos especiales, virales, videoclips y mucho más. Las ofertas audiovisuales para este año son:

-El programa especial de inauguración: Una selección de lo más destacado e impactante del programa 2016.

-La realidad virtual: Un programa especial sobre el tema del año. La realidad virtual es un nuevo tejido comunicacional inmersivo, una extensión ciborg del colectivo humano y tendrá un impacto tan importante como anteriores revoluciones en la comunicación y la transmisión del conocimiento.

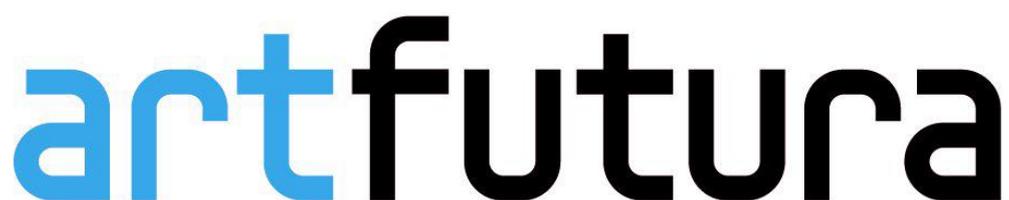
-3D Futura Show: Cada año incluye los trabajos internacionales de animación por ordenador más destacados y refleja la evolución tanto técnica como de contenidos de esta nueva forma de expresión creativa. Incluye trabajos de Studio Smack, James Cunningham, Seccovan, Tomer Eshed, Bose Collins, Camille Chaix, Hugo Jean, Juliette Jourdan, Marie Pillier y Kevin Roger entre otros.

-Futura Graphics: Animaciones digitales y más allá: cortos, virales, videoclips y otras obras en la búsqueda de nuevas estéticas y lenguajes. Con obras de Aardman Studios, Moth, Julius Horsthuis, Stéphane Aubier, Vincent Patar, Kris Merc y Hannes Knutsson.

-Artworks: Una nueva sección dedicada a las instalaciones new media y su reflejo en el formato de vídeo. Los nuevos sistemas de grabación y edición, cada vez más sofisticados, facilitan nuevas formas de documentar las obras y, en ocasiones, de ir más allá de la contemplación directa como experiencia. Los trabajos mostrados son de WOWInc, Théoriz, Sila Sveta Studio, Squidsoup, Daniel Canogar y otros.

-Feeding the web: Una nueva entrega de este programa dedicado a aquellos mensajes y obras audiovisuales producidos directamente para la *web*. Un nuevo tipo de material, pensado y realizado exclusivamente para ser visto online.

-Trailing the Games: Las intros son el punto de cruce entre la cultura de la interacción y el lenguaje cinematográfico. Y nos muestran las poderosas capacidades gráficas de estos nuevos medios.



artfutura

*Ilustración 20 Logotipo ArtFutura*



*Ilustración 21 Cartel promocional ArtFutura 2006*



*Ilustración 22 Cartel promocional ArtFutura 2015*

#### 4.9. CORTOONS ROMA/GANDÍA

Cortoons es un Festival internacional de cortos de animación, que se celebra los últimos cuatro días de abril, en la ciudad de Gandía.<sup>6</sup> Un lugar de encuentro, y de intercambio de experiencias, entre artistas emergentes y profesionales del sector, dentro de lo que supone un festival de productos de animación, de calidad y de prestigio internacional. Una experiencia única para conocer y profundizar en todos los géneros, estilos y técnicas de animación: del 3D al *Stop motion*, pasando por la plastilina, los *Puppets*, el *Cut-out*, el diseño animado, el *Pixelation* o VFX.

En estos 11 años se han presentado a concurso más de 1000 cortometrajes procedentes de 43 países del mundo.

Se han realizado numerosos seminarios y *workshops* sobre el empleo de los efectos especiales, las técnicas 2D, 3D, Flash y Stop-Motion. Encuentros con directores, animadores y productoras: desde el célebre animador independiente Bill Plympton, al premio Oscar, Anthony LaMolinara, a la Fundación Fellini.

En el programa de Cortoons, también se dedica tiempo a las retrospectivas de lo mejor de la cinematografía de animación de los más prestigiosos festivales internacionales, de las escuelas de más reconocido prestigio como la Ringling School, la Filmakademie Baden-Württemberg, y a los primeros experimentos de películas de animación de los años 20.

En la ilustración 23 podemos observar el logotipo para Cortoons 2016 creado por el estudio gandiense Formigo. En la ilustración 24, observamos el cartel promocional de la edición del 2010 en Roma, y en la ilustración 25, el cartel promocional y flyer de la edición del 2016.



Ilustración 23 Logotipo Cortoons Gandía creado por el Estudio Formigo



Ilustración 24 Cartel promocional Cortoons Roma 2010



Ilustración 25 Cartel y flyer promocional Cortoons 2016 Gandía

## 5. SISTEMA DE ANÁLISIS CREADO

El método de análisis que he creado para los *openings* de los festivales se basa, formalmente, en el análisis de la iconografía, el color, la textura, los motivos visuales, el ritmo, la música y el equilibrio. También mediante un resumen, analizaremos la narración, si la tiene, de la composición.

He elegido estas características al haber investigado mucho en libros de diseño donde se analizan los diferentes aspectos que componen cualquier diseño o animación. Creo que son las características primordiales, básicas y comunes a cualquier diseño, y que se pueden encontrar y analizar en toda composición a lo largo de los años.

No obstante, a continuación, expondré otros sistemas de análisis creados por varios autores, que me han ayudado a seleccionar los factores que me más me han interesado.

Según Rafael Gómez Alonso (2001), los fundamentos para analizar una imagen son:

-Ajuste: Se configura como la verdad válida por sí misma, y en este apartado se engloban las imágenes basadas en acontecimientos reales, por ejemplo, cualquier tipo de reportaje fotográfico o televisivo que muestre escenas de la realidad.

-Tipificación: Presenta el reflejo de la realidad mediante el uso de tipos comunes; es el caso de los dibujos animados que combina rasgos de seres reales con rasgos animales, de las caricaturas de personajes que aparecen en revistas satíricas y de las imágenes de cómics y series audiovisuales de ciencia ficción.

-Alienación: Indica el distanciamiento de la realidad mediante objetos o casos reales; por ejemplo, cuando se utiliza una imagen distinta al mensaje que se quiere comunicar. En este apartado intervienen las capacidades retóricas, simbólicas y connotativas que juegan un papel importante en la manipulación de la realidad social.

Las variables de una composición son:

-La escala: tipología de plano respecto a la proporcionalidad y tamaño.

-La forma: geométrica, orgánica (acomodada a los criterios compositivos que marcan el resto de elementos), curva, rectilínea, irregular, manuscrita, accidental o espontánea.

-La proporción: en comparación al resto de elementos que configuran el plano.

-El peso visual: punto de atención de una imagen.

-El contenido: expresividad de las imágenes y la configuración de las formas.

-El espacio: en función de su definición, naturaleza e identificación, y la percepción espacial se constituye en función de la ubicación de los objetos, de la distancia que exista entre ellos y de su movilidad: del marco de referencia de los objetos.

-El color: el predominio de los colores cálidos o fríos pueden representar viveza, fuerza, misterio o tenebrismo de una obra. A la combinación cromática realizada a base de diferentes tonos de un mismo color o compuesta por colores afines se le denomina armonía; si en cambio se combinan diferentes colores, mezclados indistintamente, se le denomina contraste.

-El volumen: hace referencia a la bidimensionalidad de los objetos.

-El movimiento: ritmo audiovisual y la narración de los relatos

y las líneas de lectura que marcan las estructuras de las escenas o del conjunto general de una determinada obra.

Atributos y efectos plásticos:

-La línea y el relleno: Conforman el conjunto de propiedades que caracterizan plásticamente a los objetos.

-El color: Es un atributo de la línea y el relleno, por lo tanto, se aplica sobre ambos de manera independiente.

-Fusión de elementos: Gracias a las sombras creadas con fusiones de color diferentes, podemos crear sensación de volumen.

-Máscaras y motivos: Las máscaras son unas composiciones delimitadas por un trazo cerrado. Las texturas/motivos, sirven para decorar el relleno o la línea de un objeto creando un efecto.

-El texto: Diferenciado del resto de objetos gráficos, goza de particularidades diversas, y está dotada de una capacidad expresiva diferente.

Para los autores como D.A. Dondis (2015) y Bruce Block (2008) los componentes visuales básicos:

-Espacio:

-Profundo (perspectiva). Movimiento de los objetos. Movimiento de la cámara. Difusión textural (la profundidad creada por las diferencias en materia de detalle textural). Difusión aérea (depende de las partículas suspendidas en el aire. Pérdida de detalle y textura, reducción de contraste tonal, cambia el color de los objetos).

-Plano, enfatiza la cualidad bidimensional de la pantalla plana. Planos frontales. Constancia de tamaño. Movimiento de los objetos y de la cámara. Difusión textural (sin textura parecen estar más alejados, contextura más cercanos. Para evitar esta profundidad, todos los objetos deben tener la misma cantidad de detalles texturales). Difusión aérea (dicha difusión debe ahogar todos los puntos de profundidad de la imagen).

-Limitado: Combinación entre espacio profundo y espacio plano.

-Ambiguo: Espectador no entiende el tamaño real o relaciones espaciales de los objetos en la imagen.

-Línea y forma

-Tono: Contraste/Afinidad. Intensidad lumínica de los objetos. Coincidencia (rango tonal nos devela al sujeto) y disparidad (rango tonal nos oscurece) del tono hacen referencia a la relación entre la organización tonal del plano y el sujeto principal del mismo.

-Color: Luz, sistemas de color, componentes básicos del color, contraste y afinidad, interacción cromática, esquemas cromáticos (planificación y combinación de colores que se van a utilizar)

-Movimiento:

-Real sólo se da en el mundo real. Casi todo lo que se mueve en nuestro entorno tridimensional.

-Aparente: Cuando se reemplaza un objeto estático por otro estático.

-Inducido: Un objeto en movimiento, le transmite su movimiento a un objeto estático cercano.

-Relativo: El desplazamiento de un objeto puede ser apreciado por el cambio de su posición relativa respecto a un segundo objeto estático.

-Simple y complejo: Simples son horizontal, vertical, diagonal o en círculos. Los complejos son los movimientos en una pantalla plana que aparenta ser en profundidad, al combinar diversos movimientos simples en un único objeto móvil.

-Ritmo: Lo vemos, lo oímos y lo sentimos.

- Alternancia: Sonido seguido de silencio. Entre sonidos graves y agudos. Entre volúmenes.

-Repetición

-Tempo: Proporción de alternancia y repetición.

El ritmo de los objetos en movimiento:

-Primario: Entrando y saliendo del encuadre, moviéndose por delante o detrás de otro objeto, moviéndose y deteniéndose, cambiando de dirección.

-Secundario: El movimiento de parte de un objeto que ya esté generando un ritmo primario.

Respecto a la narrativa de la imagen, según Isidro Moreno (2003), en la tipología del tiempo narrativo intervienen diversas nociones que son muy convenientes para el análisis:

- Tiempo referente: Conocido también como tiempo objetivo o cronológico, es aquel en el que han sucedido o pueden suceder los acontecimientos.
- Tiempo narrado o tiempo de la historia: Resulta de la operación rodaje-montaje. Es un tiempo recogido por la economía de la mente; un tiempo elíptico y convencional.
- Tiempo de la enunciación o tiempo del discurso: Por ser de naturaleza lingüística y retórica, afecta al modo de contar la historia y de convertirla en relato.
- Tiempo pragmático: Hace relación a la naturaleza comunicacional del acto narrativo, considerado en sus condiciones de producción y sobre todo de recepción. Es el tiempo de lectura, el tiempo variable que cada sujeto emplea en la decodificación del mensaje narrativo en razón de su doble competencia lingüística y textual. El tiempo pragmático es inversamente proporcional a la cultura del sujeto. El tiempo del relato es uno y el mismo para todos, pero el de la lectura varía en cada sujeto lector.
- Tiempo discontinuo: Aquel en el que se disimulan los vacíos y se vinculan los momentos significativos que representa la imagen. Es el significado de la imagen narrativa.
- Tiempo psicológico o tiempo interior: Depende de la conciencia individual en la que el tiempo se siente y se vivencia.
- Tiempo del relato: Equivale a la duración cronológica de la proyección, difusión o visionado normal de la obra narrativa.

## 5.1. ANÁLISIS OPENINGS

A la hora de realizar este análisis, utilizaremos los valores de:

- Iconografía: Disciplina encargada del estudio, descripción, análisis y la clasificación de las imágenes sobre personajes, temas o tradiciones, así como de su simbología y atributos. También puede denominarse como un tratado de imágenes que estudia, describe y analiza las imágenes en relación con su tema artístico.
- Ritmo: En cuanto al ritmo, nos referimos a la combinación armoniosa de todos los elementos que hay en la composición. Los movimientos que realizan, la consonancia

que llevan junto con la música y el resto de figuras, el montaje que se ha realizado en la sucesión de planos.

- Texturas: Se denomina así no sólo a la apariencia externa de los materiales. La textura es expresiva, significativa y transmite de por sí reacciones variables en el espectador. Al ser parte de la apariencia superficial, enriquece la expresividad de un plano.
- Motivos visuales: Es el elemento de una imagen o de la iconografía. Pueden y suelen repetirse muchas veces formando patrones. Se suelen usar para establecer un estado de ánimo. Adquieren un significado narrativo y simbólico que enriquecen la obra de la que forma parte.
- Música: La melodía que acompaña a la composición, si van complementadas, si el ritmo es el adecuado, si transmite lo que pretende la pieza, si los efectos de audio están bien colocados y ayudan a crearse la animación. La música es una pieza fundamental en cualquier obra audiovisual, y hoy en día imprescindible para transmitir emociones al público.
- Equilibrio: El equilibrio visual en una composición se consigue con una correcta proporción de los elementos que forma parte de ésta, compensando los pesos visuales de los mismos. Una composición se encuentra en equilibrio si los pesos de los distintos elementos que la forman se compensan entre sí. Este criterio se suele aplicar al diseño global. Se busca este equilibrio, aunque en alguna ocasión se busca un desequilibrio intencionado para conseguir determinados resultados en el diseño. El equilibrio es, no obstante, una apreciación subjetiva.
- Color: Y cuando hablamos de color, hablamos de la teoría del color y de cómo éstos vienen empleados en las diferentes composiciones. Es un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para conseguir el efecto deseado combinando colores de luz blanca, que se pueden producir combinando el rojo, el verde y el azul, mientras que combinando pigmentos cian, magenta y amarillo se produce el color negro. Dentro del color debemos distinguir ciertos valores como el matiz, la luminosidad, la saturación y la armonía existente entre todas las tonalidades.

#### OPENING ANIMAC LLEIDA 2002:

Dirección: Carles Porta

Animación: Carles Porta y Florence Henrard

Música: Les Violines

El *opening* nos muestra un paisaje campestre donde vemos la silueta de un caballero que va galopando con su caballo en lo que parece ser el paso del verano al otoño, con la caída de las hojas de los árboles, y del otoño al invierno, con la nieve, y a la noche. Mientras el personaje sigue avanzando, pasamos a la primavera, cuando el caballero salta por encima de un barranco. Cuando llega la primavera, a través de un zoom out, se nos muestra un paisaje de ensueño muy campestre que está situado encima del cartel de "Animac Lleida Mostra Internacional de Cinema d'Animació". El paisaje se tapa con la llegada de un círculo que contiene dentro al caballero, al cual ya le podemos ver más de cerca, y que se trata de la mascota/icono del festival. Alrededor de esta composición creada entre el título y el caballero, encontramos un fondo que es el universo, con unos satélites, planetas y una estrella de mar, que giran en torno a él.

- Iconografía: La iconografía que encontramos en la animación son las estaciones del año, las cuales el personaje va pasando para llegar finalmente a lo que simboliza el festival. No obstante, el festival es en febrero, época invernal. Nos encontramos frente a símbolos que representan la naturaleza: árboles, hojas, pájaros, monte, un caballero que galopa, situaciones meteorológicas propias del medio natural... Se nos remite a una

edición que nos remite a la naturaleza, y sobre la que suponemos que girará el festival. Los letreros informativos, aparecen al final, también con una tipografía animada y de diferentes tamaños y colores.

- Motivos visuales: Los motivos visuales que podemos encontrar son los relacionados con la naturaleza y con el espacio, que sumergen al espectador en la temática del festival.
- Equilibrio: La composición y animación mantiene el equilibrio constante. El personaje va de izquierda a derecha de la pantalla. Las animaciones de las estaciones, crean un equilibrio en la composición, yendo al principio de izquierda a derecha, las hojas de los árboles, y de derecha a izquierda la nieve. Cuando cruza el barranco la nieve cae desde el centro, en un barranco bastante simétrico. Los pájaros van de izquierda a derecha mientras está el barranco y unas nubes aparecen de derecha a izquierda cuando el zoom out se realiza mostrando el título del festival y los satélites y planetas. El título y el personaje están centrados en el cuadro. Una diapositiva cae de arriba abajo, tapando el cuadro y mostrando más información sobre el festival como las fechas y patrocinadores.
- Colores: El burdeos, negro y blanco son los colores que representan el otoño. Cuando llega el invierno, los colores fríos se apoderan de la composición para dar esa sensación de estación. Cuando llega la primavera, los colores más claros y las tonalidades de la naturaleza dan paso, y con el zoom out descubrimos la gran cantidad de tonalidades que hay en la composición, desde azules a verdes, amarillos, y rojos. De los azules que están alrededor pasamos a los colores más llamativos que se encuentran en el centro. La última diapositiva con fondo negro, nos muestra la información en diferentes colores que marcan un fuerte contraste para resaltar el texto y los logos.
- Textura: Debido a la baja calidad del vídeo, no se distinguen mucho las texturas, no obstante, mediante contrastes de color en algunos objetos, se puede crear esa sensación de diferencia.
- Ritmo: El ritmo de la composición es bastante acentuado: contrasta la tranquilidad y pausa del trote de caballero, con la rapidez con la que las estaciones se van sucediendo. El zoom out da mucho dinamismo a la pieza, y ayuda como transición para el texto informativo. Los satélites y planetas que giran en torno al texto dan también dinamismo a la diapositiva del texto, pero de una forma equilibrada para no desviar la atención. En la última diapositiva, al caer de arriba abajo aporta también ritmo, para ya remarcarnos la información de una forma pausada y más sobria.
- Música: La música escogida va muy en sintonía con la animación. Los violines lentos que sugieren el inicio del otoño, van acompañando al caballero en su galope. Los efectos de sonido están muy bien mezclados, emulando la caída de las hojas y el viento que las hace caer, la caída de la nieve. Con la aparición de los pájaros, que empiezan a pisar después de aparecer, con la llegada de la primavera. En la última diapositiva, se recrea un sonido como de movimiento en el vacío, dando así más credibilidad al ir y venir de los planetas y satélites.

## OPENING ANIMAC LLEIDA 2016

Grafismo y realización: Carles Porta

Recursos y supervisión técnica: Migue S. Monfort

Música: Josep Maria Baldomà

En el *opening* de la edición de este año "*Futurs femenins*", Carles Porta ha optado por un grafismo de corte surrealista y futurista. Diseños alargados que dan sensación de épocas futuras como en el film *Avatar* (James Cameron, 2009), donde los extraños seres azules que vivían en

otro planeta, eran seres mucho más altos que los humanos, y los espacios donde se desarrolla la película, son escenarios salvajes y tropicales, y con mucho contraste de color.

En esta animación podríamos decir que también una mujer astronauta llega a un planeta desconocido, en el que encuentra elementos extraños, una roca gigante que flota en el espacio, unos círculos de colores que flotan en el aire mientras suben, y a una mujer de otra especie humana, la cual también se sorprende de ver a la astronauta.

- Iconografía: La iconografía que encontramos en este vídeo es la relacionada con el espacio y con un viaje astral. También con un planeta que no es el mismo que el de la protagonista.
- Motivos visuales: Los motivos visuales son los relacionados con el espacio. Formas geométricas deformadas, círculos y líneas uniformes.
- Equilibrio: La composición está muy equilibrada. Desde el principio, cuando se nos presenta el viaje astral, la nave está en el centro de la composición. Un foco que va explorando el lugar, nos muestra de izquierda a derecha la parte superior del cuadro, donde podemos descubrir unas plantas que caen desde la parte superior y llegan a la mitad del cuadro. En la parte inferior del cuadro, nos aparece a modo de aviso, como en los films del espacio y futuristas, a través de dos corchetes que se abren, las fechas del festival. Encontramos una escena por tanto muy equilibrada donde el único elemento que rompe con ese equilibrio es la aparición del rótulo indicando las fechas, hecho de forma intencionada, puesto que es la información más importante a transmitir. En la siguiente escena, aparece el nombre del festival, con una tipografía estridente, que me recuerda al expresionismo alemán. El nombre aparece en la parte inferior izquierda mientras que la astronauta va descendiendo desde la parte superior derecha de forma diagonal. La línea diagonal. Cruza toda la pantalla, desde la aparición del rótulo en la parte inferior izquierda, hasta la astronauta que desciende desde la parte superior derecha, dejando al centro la gran pérdida hacia la que la astronauta se dirige. En la siguiente escena, encontramos a la astronauta en el centro de la composición mirando hacia la parte superior derecha, donde están los motivos circulares de colores. El peso de esta escena por tanto recae sobre la parte derecha del cuadro. En la siguiente escena, en el centro de la composición es donde encontramos al elemento más importante que es la mujer “alienígena” que, al escuchar un ruido, se levanta, dirigiendo el eje de la mirada hacia la parte derecha, mientras la cámara sigue con una panorámica vertical este movimiento. La mujer se queda en la parte izquierda dejando mucho aire por la parte derecha hacia donde ella está mirando. En la siguiente escena se descubre con un plano general es espacio y lo que ella miraba: a la astronauta, que se encuentra en la parte derecha, mirando también asombrada a la mujer “alienígena”. En el centro del cuadro aparece el nombre de la edición del festival “Futurs Femenins”, que cae unos centímetros hacia abajo dejando ver el nombre del festival y el año. A continuación, la pantalla pasa a negro para dejar en el centro el logotipo del patrocinador.
- Colores: Los colores que predominan en el viaje espacial son los cálidos y de variedad tonal oscura, puesto que en el espacio hay oscuridad, que contrastan con los colores más claros y de tonalidades más naturales de las plantas que el foco de la nave deja ver. En la escena de la roca, la variedad tonal sigue siendo cálida y oscura, sólo eclipsada por el rótulo del festival de cine que aparece en color blanco. En la siguiente escena, la de los círculos, son éstos los que crean el contraste en la composición, con una gran gama de colores más fríos. En la última escena, la del encuentro entre las dos mujeres, apreciamos una variedad tonal más lumínica: ya están en tierra y por tanto hay mayor luminosidad. Los colores amarillos, verdes y azules que son los propios de la naturaleza, contrastan con el color de piel de la “alienígena” que es de color marrón.

- Textura: Las texturas que nos da la composición es la de algo gaseoso que embadurna la composición. También da sensación de rugosidad, en los círculos que se mueven por toda la pantalla.
- Ritmo: El ritmo es muy pausado, dando esa sensación de poca gravedad espacial, que contrasta con la velocidad en la que aparecen los rótulos. No obstante, sí que hay elementos que tienen mayor ritmo y son los círculos de colores, que mediante una especie de *wiggle*<sup>12</sup>, van desplazándose de abajo arriba. Muchas también tienen un efecto de rotación en sí mismas. El otro movimiento más rápido, es el de la “alienígena” al descubrir a la astronauta, el cómo se levanta y la cámara le sigue. El ritmo que encontramos en la globalidad de la composición es puntual y más asociado a los títulos que a los elementos de la misma.
- Música: La música es de índole futurista, con mucha frecuencia baja que contrasta con pitidos de frecuencia más alta, para dar esa sensación futurista. La canción cambia cuando las dos mujeres están juntas. Conserva el aire futurista, pero tiene matices más animados.

#### OPENING PARTNERS FESTIVAL DU FILM D’ANIMATION D’ANNECY 1998

Realizado por: Studio Delphis (Annecy)

En el *opening* de los patrocinadores de la edición de 1998 del festival de Annecy, podemos ver otro viaje espacial de un ente que se asemeja a un cometa que pone dirección a la Tierra tras recorrer todo el sistema solar. Llega a nuestro planeta a la parte de los Pirineos, donde dejamos de lado la animación para centrarnos en imágenes reales. El cometa de color, va dejando manchas de pintura, donde aparecen los nombres de los patrocinadores. Llega a la ciudad de Annecy, y va dejando su estela de colores por todos sus rincones, convirtiendo en una ilustración aquello que rocía. Personas, casas, puentes, todos se van transformando en una ilustración.

- Iconografía: La iconografía que aparece es al principio la del espacio. Planetas, satélites. Cuando el cometa ya está en la Tierra, va haciendo un recorrido por sitios cercanos a Annecy, para indicarnos su proximidad al festival. La animación continúa con los lugares más emblemáticos de la ciudad: sus calles, sus puentes, sus edificios, sus gentes, para, finalmente, mostrarnos un plano cenital de la ciudad convertida en una ilustración.
- Motivos visuales: Los motivos visuales son los propios de la ciudad de Annecy, para ubicar al espectador.
- Equilibrio: La composición, va mostrando a los elementos y motivos en el centro, mientras que los nombres de los patrocinadores aparecen en los laterales, en las manchas que el cometa va dejando. Al ser todo material filmado, el cometa deja manchas de color creado por animación, de donde emergen los nombres de los patrocinadores, rompiendo el equilibrio del plano. Ya sea en el centro, en un lateral o en las partes inferiores o superiores, los nombres de los patrocinadores, rompen el equilibrio de la composición.
- Colores: Los colores del cometa, son de tonalidades muy fuertes, como ácidas, y son la escala cromática del arco iris. Crean un fuerte contraste con la oscuridad del espacio y con las tonalidades del producto filmado.
- Textura: La textura del cometa es viscosa, por ello va dejando manchas allí por donde pasa.

---

<sup>12</sup> Tipo de expresión de programas de animación en el elemento se mueve de forma aleatoria. Dependiendo de los valores que le demos puede ser un movimiento más agitado o más pausado.

- Ritmo: El ritmo del *opening*, es muy veloz, ya que el cometa es quien va marcando las pautas. Las imágenes grabadas son de un ritmo normal, y se ven alteradas por el paso del cometa que lleva una considerable velocidad.
- Música: La canción elegida es de tensión, con un ritmo normal y alegre. Se va alternando con los efectos de audio del paso del cometa y de las manchas que va dejando, donde se oyen las salpicaduras.

## OPENING FESTIVAL DU FILM D'ANIMATION D'ANNECY 2016

Producido por: Caribara Studio Annecy

Realizado por: Regis Vidal y Florian Thouret

Sonido: Ludovic Loy

Estudio 3D: Inthebox

En el *opening* de la edición de este año podemos ver una carrera realizada por 4 personajes por la ciudad de Annecy. Toda la pieza está creada por animación. Los personajes van montados en cámaras y otros dispositivos de ilusión óptica. La carrera es acuática por el río que cruza la ciudad de Annecy. Antes de llegar a la meta, un remolino de agua interrumpe la carrera, para el asombro de los personajes, y aparece el cartel del festival.

- Iconografía: La iconografía va combinando los elementos tecnológicos que lleva cada una de las cámaras, con elementos urbanos de la ciudad.
- Motivos visuales: Los motivos visuales son alegorías a una carrera (cascos, monos, tubos de escape) y los propios de una ciudad, en este caso de la ciudad de Annecy, como su característica arquitectura, sus floridas calles y el río. Al final, el cartel del festival aparece sobre un soporte que es una entrada de cine.
- Equilibrio: La composición es bastante caótica, debido al gran número de elementos que aparecen. Está muy recargada, no hay parte sin decorar. No obstante, todos los personajes aparecen al principio centrados, es la forma de presentarlos.
- Colores: Los colores de este vídeo son muy variados. Priman las tonalidades cálidas, que contrastan con las frías cuando la carrera va al río. No obstante, los personajes van de colores muy llamativos para dar notoriedad a lo largo de la animación.
- Textura: No se aprecian texturas que tengan que resaltarse. Solamente al principio en el mapa que aparece, podemos apreciar la textura del papel. También sombreados que dan relieve a los personajes.
- Ritmo: El ritmo es como el de una carrera. Inicio de tensión en el que se nos presenta a los personajes. Va pasando con veloces barridos de un personaje a otro, y cuando empieza la carrera, la velocidad es la esencia de la composición. Todos los personajes van de izquierda a derecha para alcanzar la meta. Se van poniendo trabas entre ellos hasta que el torbellino de agua les frena para dar lugar al cartel. El torbellino emerge velozmente del agua y va hacia arriba donde el letrero-entrada aparece de un resplandor.
- Música: La música es muy dinámica y cargada de efectos de audio propios de una carrera: tubos de escape, luces, motores, ruidos que emulan la velocidad, las voces robotizadas de la cuenta atrás. Y un silbido de un personaje al cual no vemos, que aparece de forma cíclica: al principio de la animación y al final cuando ya están los créditos.

## OPENING PATROCINADORES FESTIVAL INTERNACIONAL DE ANIMACIÓN DE OTTAWA 2015

Realizado: Dainty Productions. Inc.

Animación: Chris Dainty, Phil Lockerby, Lynn Scatched, Andrew Doris, Jamie Gallant.

Backgrounds: Fabian J. Cuevas

Música: Math Rosen

En este *opening* de los patrocinadores, se nos va enseñando la ciudad de Ottawa a través de una animación en 3D donde en diferentes soportes de la ciudad van apareciendo los nombres de los patrocinadores. Al inicio aparece el nombre del festival con sus fechas, a modo de videojuego de arcade. Muchos de ellos aparecen en carteles encima de los edificios y otros de ellos a través de animaciones. Al mismo tiempo, personajes de diversos diseños, van acompañando la animación bailando al ritmo de la música electrónica. De la ciudad pasamos a centrarnos en un personaje compuesto por una caja y unas largas piernas y brazos, que viste un sombrero que recuerda a un búfalo. De este personaje pasa a una escena donde el fondo es una animación de caleidoscopio, y en el centro aparecen los nombres de los patrocinadores. Del caleidoscopio pasamos a la ciudad otra vez, para continuar mostrando los carteles.

- Iconografía: La iconografía de la animación son las propias de una ciudad: altos edificios, cines, carteles en lo alto de las azoteas, fábricas. También los personajes que van apareciendo dando sensación de bullicio. El gorro de búfalo, lo portan todos los personajes aun siendo diferentes entre sí.
- Motivos visuales: Los motivos visuales son los propios de una ciudad. Cabe destacar que las ventanas también se usan mucho en esta animación. Diferentes focos de luz que van al ritmo de la música, y grafiti por las diferentes paredes de la ciudad.
- Equilibrio: La composición es muy dinámica y está muy repleta de elementos que van interactuando unos con otros. No obstante, está todo muy recargado y no hay apenas lugares sin algún elemento en la ciudad y en el caleidoscopio. Los letreros de los patrocinadores van apareciendo de forma ordenada tanto en el centro como en los laterales de la composición, siempre dentro de un recuadro o círculo para destacar su presencia. Cuando pasamos a la escena del personaje que baila, mientras que los patrocinios aparecen en el lateral izquierdo, el personaje baila en el derecho. A mitad de escena cambian de posición. A mi parecer, el personaje puede llamar más la atención que los textos, por lo tanto, desvía algo la presencia del patrocinio. Como transición a la escena del caleidoscopio, el personaje se retira por el lateral derecho dejando a los textos centrados y en un considerable tamaño. Mediante un fundido volvemos a la ciudad, desde una vista en picado y general, donde se ven todos los techos y tres vallas publicitarias donde siguen apareciendo más patrocinios. Las tres vallas forman un triángulo en la composición, que van cambiando al ritmo de la música y rodeados de un gran número de elementos animados.
- Colores: Los colores son de la gama cromática del magenta en su totalidad. Desde el inicio donde aparece el cartel del festival, hasta toda la ciudad, al baile del personaje, al caleidoscopio, todo presenta esta tonalidad y sus variantes más claras u oscuras. Otros elementos de colores más fríos sirven para marcar los límites de los elementos de la ciudad, delimitar los carteles o aparecen en los focos de las múltiples luces que hay por la animación.
- Textura: Las texturas que se pueden apreciar son el sombrero de búfalo, dando esa sensación de suavidad y compacidad, y el caleidoscopio, que nos recuerda a esas piezas como luminosas.
- Ritmo: El ritmo de la animación va fuertemente ligado a la música. Tanto los personajes como los cambios de patrocinadores se mueven por la base de la música. Estamos ante

un ritmo bastante fluido y armonioso. Se respeta mucho el poder leer los textos de los patrocinadores.

- Música: La música es una base de electrónica, similar al drum&bass, que le da el sentido a toda la animación. Con su ritmo van cambiando los carteles, se van moviendo los personajes, se suceden patrones de animación (los bordes de los edificios cuando se llega a cierto estribillo).

## OPENING FESTIVAL INTERNACIONAL DE ANIMACIÓN DE OTTAWA DE 1976

Director: André Théroux

Productor: Frederick Manter

Animación: André Théroux y Bill Speers

Animación por ordenador: Nestor Burtnyk y Marcelli Wein

Música: Jean Sauvageau

Cámara: Paul Webster

Este *opening* es de la primera edición del OIAF. Me he decantado por él pese a su brevedad, por ser uno de los primeros en aparecer, ya que el OIAF es de los festivales más veteranos de la industria y me parecía curioso analizar este tipo de animación analógica en contra del resto que contiene un marcado patrón digital. Creo que más bien que un *opening*, se trata de una ráfaga, no obstante, repito, quería pasar por el método de análisis esta pieza tan antigua. En la animación podemos ver continuamente al logotipo del festival, que es un búho, pasando de un lado a otro de la pantalla, pero sin mayor animación que la de posición, es decir, el búho sólo tiene animadas las alas y un momento en el que hace un guiño.

- Iconografía: La mascota del festival es el protagonista de la animación.
- Motivos visuales: La mascota del festival.
- Equilibrio: La composición está muy equilibrada. La animación va de izquierda a derecha de forma horizontal, por lo tanto, está muy centrada. No hay más elementos que nos desvíen la atención, sólo vemos a los búhos que salen de la izquierda y de la derecha para mezclarse en el centro. En la segunda escena el búho viene desde el fondo del cuadro, para pasar a un primer plano en el que guiña el ojo, para volver a ir hasta el fondo del plano y terminar como el principio, de ambos laterales salen filas búhos que se juntan en el centro.
- Colores: El fondo es negro y los colores son los de la silueta del búho, de diferentes colores de neón. Toda la tonalidad del arco iris neonalizada, en los contornos del búho.
- Textura: No hay ninguna textura en la animación.
- Ritmo: El ritmo es muy homogéneo, va siguiendo la música, sin cambios drásticos en la animación que se repite al principio y al final. El único momento diverso es cuando el búho emerge del fondo, pasa al primer plano, y se va al fondo de la pantalla otra vez, cambiando su escala poco a poco y dando sensación de lejanía. Al final se da la sensación de rapidez, pero es debido al cambio de la música que se acelera y da la sensación de aceleración en las figuras.
- Música: La música son sonidos electrónicos muy repetitivos y de frecuencias altas que se cambian al final de la animación, para pasar a un ritmo más rápido y dar esa sensación de mayor velocidad en la animación.

## FITC ÁMSTERDAM 2009

Director: Szann

3D: Jurriaan Hos y Stan Smulders

Edición: Szann

Tipografía: Bernie van Vliimen

Producción: Doet Bierna, Marjoleine van Ovoorde

Audio: Davy Maengkom

En estos *openings* podemos observar que ya no estamos ante un festival de animación. Estamos ante un evento vanguardista y relacionado con las tecnologías más innovadoras, donde el diseño digital será el que prime. Incluso podemos ver, como en la ficha del vídeo, nos aparece el encargado de la tipografía. Estamos ante un festival de diseño. En la animación aparecen tres elementos en 3D: una mujer, una vaca y una bicicleta que serán las que den el ritmo y el protagonismo a la animación. Mediante la aparición en plano de cada uno de estos elementos, se nos presenta a uno de los ponentes del festival, aparece el nombre del artista, siempre de la misma forma. No hay ningún elemento que sobresalga más que otro: el color azul, para las figuras, el negro para el fondo y el blanco luminoso como si fueran un tubo de luz, rodeado de polillas que se mueven a su alrededor, para los nombres de los artistas. El único elemento animado es el ojo de la vaca que sí se mueve observando y la rueda de la bicicleta. Al final de la animación, los tres elementos se van mezclando entre sí dando a lugar a figuras un tanto disparatadas. Me recuerda a aquel juego de la infancia en el que mezclabas cabeza, tronco y piernas de tres personas diferentes, solo que, en esta ocasión se mezcla una persona con un animal y con un objeto. Al final, a modo de cartel luminoso gigante, aparece el nombre del festival con la ciudad y el año.

- Iconografía: La iconografía son los tres elementos que he descrito antes: la mujer, la vaca y la bicicleta.
- Motivos visuales: Los motivos visuales son los mismos personajes. También catalogaría de motivo visual, las polillas que están alrededor de los nombres de los artistas, ya que emulan un elemento real.
- Equilibrio: Las composiciones están muy equilibradas, puesto que los elementos ocupan o el centro de la composición o los laterales, mezclándose con el nombre de los artistas. Cuando los elementos empiezan a desquebrajarse para hacer la mezcla entre ellos, lo hacen siempre desde el centro de la composición, al igual que las mezclas extrañas.
- Colores: Los tres colores utilizados son el azul pastel para los tres elementos, el negro para el fondo y el blanco para la tipografía, dando así un estilo elegante y sencillo. En la escena final cuando aparece el nombre del festival, se cambian los colores, ya que se cambia de escenario. Estamos en un estudio y el cartel aparece en luminoso combinado con el color rojo.
- Textura: La textura que se aprecia en los tres elementos es la de plasticidad.
- Ritmo: El ritmo comienza muy pausado, mientras se nos está presentando a los elementos. A través del movimiento rotatorio de la cámara y los zooms, se le da dinamismo a la animación. Las polillas, el ojo de la vaca y la rueda de la bici también aportan algo de ritmo. Cuando los elementos se fracturan, con el cambio del ritmo de la música, cambia también el ritmo de la animación y del montaje: jump cut, zooms muy rápidos y aparición veloz de los elementos. Combinación de los personajes ya fracturados, se hace muy rápida, ayudándose de los movimientos de cámara.
- Música: La música electrónica es muy homogénea al principio de la composición, cuando se nos está presentando a los personajes. Cuando estos empiezan a desmembrarse, se produce un cambio de ritmo con sonidos diferentes, y efectos de audio como el mugido

de la vaca. Los desmembramientos que se hacen van al ritmo de la música y de las notas que aparecen poco a poco. Son golpes que van muy en sintonía con la canción. Cuando se empiezan a mezclar entre sí los personajes, lo hacen con una música como de circo, que nos remite al significado de “cosas extraordinarias y al freak show “que se podían ver en los circos. Cuando llegamos a las últimas combinaciones de los personajes, la música incorpora como radiofrecuencias y sonidos tecnológicos, para acabar con unos golpes de tambor en la aparición del letrero del festival.

## FITC TOKIO 2016

Realización: Brendan Dawes.

Este *opening* realizado para la edición de Tokio de este año, es una composición muy minimalista. Con puntos que van conformando formas, parecidas a cadenas de ADN, a flores, a ondas algunas sin identificación clara, van apareciendo los nombres de los artistas. Siempre con la misma tipografía, muy sencilla. Con una voz en off de un hombre y unos pitidos, la animación va avanzando. La animación acaba con un sonido muy estridente, que nos señala el fin de la composición y la aparición del nombre del festival, la ciudad y el año.

- Iconografía: La iconografía son puntos de diversos colores.
- Motivos visuales: Los motivos visuales son las formas que estos puntos de colores van conformando a lo largo de la animación. Cadenas de ADN, flores, ondas de audio o formas aleatorias, conforman la composición.
- Equilibrio: Al ser tan minimalista, crea un equilibrio muy alto. Los puntos están siempre juntos, o creando las formas antes mencionadas, o siguen un patrón de movimiento. cuando no conforman nada reconocible. No obstante, siempre aparecen centradas o en algún lateral.
- Colores: Los colores son negro, rosa, blanco y gris. Colores que van alternándose entre el fondo, los círculos y los nombres de los artistas. Unos colores que se complementan muy bien entre sí.
- Textura: No hay ningún tipo de textura, es una animación plana en ese sentido.
- Ritmo: El ritmo es muy rápido, puesto que los puntos no paran de moverse o de forma aleatoria, o dando alguna forma. Los nombres de los artistas contrastan con ese dinamismo, puesto que aparecen por opacidad y no tienen animación.
- Música: La música son unos pitidos que se combinan con la voz en off del hombre. Al final para mostrarnos la llegada del título del festival, se rompe ese ritmo con un sonido estridente.

## OPENING F5 FESTIVAL 2009

Dirección y animación: Dvein

Musica: Antfood

La creación de este *opening* por el estudio barcelonés Dvein, nos deja también claro que estamos ante otro festival de diseño y audiovisuales. En la secuencia se muestran diferentes elementos como insectos, maquinas, arboles, animales, carne, sangre, molinos de viento, lupas, robots... Una gran variedad de elementos que no tienen relación entre sí, pero que, de una forma muy armoniosa, van creando el ritmo de la animación. Es una animación que también incorpora

material filmado. Los nombres de los artistas van apareciendo sin ningún tipo de animación espectacular, ni con una tipografía especial.

- Iconografía: La iconografía de esta secuencia es múltiple. Desde objetos inertes, hasta robots, pasando por animales (vivos y muertos), por máquinas de diversos tipos. Para mí simbolizan el amplio espectro que el mundo de la tecnología y el mundo terrenal tienen en común, por eso, se van combinando en diversas escenas. No obstante, según Dvein, preguntaron a cada uno de los invitados por algún objeto que les inspirara a la hora de trabajar o que tuvieran en sus estudios, y así surgió esta idea de animación.
- Motivos visuales: Los motivos visuales son o vivos o inertes.
- Equilibrio: La composición, mantiene el equilibrio continuamente, puesto que los elementos están siempre centrados o situados de forma precisa en la escena para no crear una sensación de recargado. Algunos de los elementos interactúan o van ligados a los nombres de los artistas.
- Colores: Los blancos, negros y grises dominan la composición que, a veces, se ve alterada por el rojo de la sangre o de la carne, dando así un equilibrio tonal sin elementos estridentes.
- Textura: Las texturas que podemos apreciar son múltiples, ya que mucho del material rodado, aparece en escena con mucho zoom, por lo que, al conocer esos elementos, asimilamos la textura que pueden tener.
- Ritmo: El ritmo es pausado. Va dependiendo de los movimientos que hagan los diferentes elementos o de los movimientos de cámara como la rotación o los zooms. El vídeo va muy ligado a la música, todo transmite tranquilidad y no hay ningún sobresalto en ninguna de las escenas.
- Música: La música es una mezcla electrónica con algún instrumento de viento que crea una atmosfera de tranquilidad y paz. Nos transmite el carácter ecléctico del festival.

#### OPENING F5 FESTIVAL 2011

Dirección y producción: Buck  
Director creativo: Orion Tait  
Productor ejecutivo: Anne Skopas  
Productor: Kitty Dillard  
Coordinador de producción: Billy Mack  
Etalonaje: Seth Ricart  
Audio: Antfood

Este opening es muy novedoso ya que se emitió en directo por primera vez en la presentación del festival, y ya que tiene la interacción del presentador con el personaje que aparece en él, intercambiándose luego entre ellos la pantalla por el escenario. A lo largo del vídeo aparecen cuatro formas diferentes de presentar a los artistas: la primera es la del piano eléctrico que con cada nota va creando una letra dejando ver al final el nombre completo del artista, mediante unas animaciones en Motion Graphics, con los nombres de los artistas adivinados por un grupo de niños, a través de unos rostros con mitad de un objeto como papel plateado y dorado, un ovillo de lana, o un mineral, que nombran a los artistas con la voz modulada. Con las dos marionetas cantando una canción, y con un hombre vestido con un traje de látex que toca una batería. Las cinco piezas se van alternando a lo largo del vídeo, para acabar con nuestros divertidos personajes.

- Iconografía: La iconografía es muy diferente en cada una de las piezas. En la primera aparecen las manos que tocan el piano y van conformando letras de una forma muy expresionista, para dejar ver el nombre del invitado. En la segunda, imágenes de diseño infantil (reforzado aún más por las voces de los niños), van descubriendo los nombres de otros artistas, en la tercera, las caras humanas partidas por la mitad se combinan con los ovillos de lana, el papel dorado o el mineral, conformando la otra parte de la cara. En la tercera que es la de la batería, cada nota explota un globo y deja ver una forma geométrica que acaba conformando el nombre del invitado. La siguiente que es la canción de las marionetas, a través de un escenario lleno de líneas y formas geométricas, van gritando y cantando los nombres de los artistas
- Motivos visuales: Los motivos visuales comunes a todas las secuencias, son las formas geométricas.
- Equilibrio: Las composiciones mantienen un buen equilibrio. En la de las caras, éstas se mantienen al centro de la composición, al igual que los nombres de los artistas. Otras veces los elementos se mantienen a un lado y al otro aparece el nombre del artista.
- Colores: Los colores son muy variados. En las composiciones de las marionetas, las caras y los *Motion Graphics* mandan las tonalidades pastel, mientras que en las del piano y la batería, predominan los negros y oscuros, que cambian a colores primarios en los textos.
- Textura: Las texturas se aprecian en las piezas filmadas y no en las animaciones. La suavidad de la tela de las marionetas y el ovillo de lana, con la frialdad de los instrumentos musicales, y la plasticidad del látex.
- Ritmo: El ritmo del *opening* es muy dinámico. Cada una de las partes lleva un ritmo muy semejante, que lo va conformando el movimiento o animación de los elementos.
- Música: Priman las voces humanas, alteradas con un modulador de la voz. Una base de rap suena mientras cantan las marionetas. Luego hay música diagética cuando el hombre de látex está tocando la batería, y las manos el piano: vemos de donde proviene el audio.

## OPENING OFFF BARCELONA 2016

Dirección: Gavin Strange y Merlin Crossingham  
 Motion Graphics: Gavin Strange y Ciaran Oconnor.  
 Diseño gráfico: Gavin Strange  
 Fotografía: Dan Pask  
 Cámara: Adam Cook  
 VFX: John Biggins y Paule Quinton  
 Etalonaje: Chris Lyons  
 Diseño audio: Resonate  
 Edición: Ben Craske  
 Producción: Sami Goddatd  
 Música: P.O.S.  
 Animación Stop-frame: Merlin Crossingham y Abbigale Austin

En este *opening* realizado para el OFFF de este año en Barcelona, podemos encontrar variedad de técnicas como grabación real, *stop-motion* y animación. En ella aparecen dos personas

trabajando en una oficina, cuando emerge un pequeño ser hecho con plastilina, que intenta interactuar con ellos. Como están en un ambiente serio y de trabajo, digas, que el muñeco se apodera de ellos para meterles en la dinámica del festival. La cabeza de los dos humanos es la cara del muñeco, una enorme cabeza azul. A través de un rap, se van dando a conocer todos los nombres de los invitados. Aquí quien tiene la mayor animación es la tipografía, que, pese a ser la misma en todos los nombres, tiene mucho movimiento y se va combinando con elementos geométricos. Al final, el muñeco vuelve a la mesa y las dos personas, que han dejado ya el ámbito del trabajo, para meterse en el del festival, le miran asombrados y contentos.

- Iconografía: La iconografía son los elementos de la oficina, sobria y nada animada, que contrastan con el colorido y dinámico mundo del festival.
- Motivos visuales: Las formas geométricas que se van sucediendo a lo largo del clip para acompañar las animaciones de los nombres de los invitados.
- Equilibrio: La composición está muy equilibrada. Los nombres de los artistas aparecen muy centrados y en buena posición para poder ser bien asimilados. Aparecen o entre las dos personas, o bordeándolas, o a su lado.
- Colores: Los colores que predominan en la oficina son los grises, que dan esa sensación de rutina. Cuando ya estamos metidos en el festival, los colores son muy animados y de tonalidades pastel.
- Textura: La textura que más se aprecia es la de la viscosidad de la plastilina de nuestro personaje animado.
- Ritmo: El ritmo de las secuencias es muy animado y rápido. La velocidad con la que los nombres van apareciendo, y las animaciones en la tipografía, dan fluidez a la secuencia. Acompañados por el baile de las personas y la música rap, todo queda muy bien hilado y sincronizado. Hay momentos de cámara lenta, cuando la canción cambia el ritmo.
- Música: La canción inicial, es muy apta para una sala de espera, es decir, para un ambiente aburrido y tranquilo. Con la canción rap, el registro cambia radicalmente ya que es muy veloz, por lo que aporta mucho dinamismo al *opening*. Los efectos de audio van acompañando a los movimientos de las animaciones.

## OPENING TOCA ME 2005

Director y diseñador: Timo Boese

Sonido: The Bow

Música: Richard Wagner. Ride of the Valkyries

He elegido este *opening* de Toca Me, porque hasta el momento no habíamos analizado ninguno del tipo de videojuego 3D. En él se nos representa la llegada de un convoy de helicópteros militares preparado para atacar. La cámara los va siguiendo y nos los muestra desde diferentes planos. Es muy semejante a *Apocalypse Now* (Francis Ford Coppola. 1979), por todo el colorido cálido y con sensación de incendio. Finalmente llegan a una base donde aparece el nombre de Toca Me y el año.

- Iconografía: La iconografía es la propia de una marcha militar con helicópteros.
- Motivos visuales: Los motivos visuales son los propios de los militares: cascos, metralletas, helicópteros de combate, chalecos, banderas.
- Equilibrio: La composición, pese a ser una animación, parece muy real. La tecnología que se emplea para hacer los videojuegos, cada vez crea elementos más reales. Los helicópteros van surcando el cielo de izquierda a derecha. O se nos muestra de lateral,

dejando ver a los militares, pero siempre quedando al centro de la composición. El mensaje que quieren transmitir es muy claro: andan buscando a algo importante.

- Colores: Los colores son todas tonalidades cálidas que dan sensación de calor y asfixia.
- Textura: Las texturas están muy bien conseguidas: las de la ropa de los militares y las de los paisajes que van atravesando los helicópteros como árboles y zonas de campo, se recrean muy bien gracias a la tecnología 3D.
- Ritmo: El ritmo es muy veloz: a la hora de atacar un lugar, es normal que los soldados se den rapidez. Es por ello que desde fuera de los helicópteros éstos pasen muy veloces y desde dentro se note el ambiente más pausado, y más en tensión.
- Música: La clásica canción de Wagner acompaña como nadie una misión militar. Todo ello acompañado de unos efectos de radio entre los soldados, y de movimiento de hojas, de ruido de motor y de los helicópteros que dan, aún más credibilidad a la animación.

### OPENING ART FUTURA 2013

Edición: Santi Fort

Producción: Art Futura

Música: Dvein

En esta pieza seleccionada, no corresponde a los tipos de openings que venimos viendo anteriormente. Se trata más bien de un resumen de los diversos trabajos de los artistas invitados al festival, en el que, mediante una canción creada expresamente para el video, se nos muestra una gran cantidad de trabajos de diversas disciplinas y fuentes. A través de un buen montaje, en consonancia con la melodía se crea un *teaser* muy estético y visual, pero que no me atañe en la investigación.

### OPENING CORTOONS ROMA 2013

Directora y animadora: Kseniya Simonova

He elegido este *opening* de Cortoons, porque me parece un tipo de animación muy original y que no había visto, ni conocía, hasta entonces. A través de la tipografía con la arena, nos da a conocer el nombre de una de las artistas y del festival. Crea el logotipo del festival exactamente igual a como es originalmente.

- Iconografía: La iconografía que hay aquí es la tipografía, puesto que no aparecen más elementos. También el logotipo del festival.
- Motivos visuales: La banda que envuelve al logotipo del festival, que le da un aire clásico.
- Equilibrio: La composición es de lo más equilibrada: un texto que se escribe de izquierda a derecha y que se mantiene centrado. Para el borrado del texto, la artista utiliza sus manos, y lo hace en el centro del cuadro. El logotipo al final también queda muy bien centrado.
- Colores: Los colores que hay son tonalidades de arena. Marrones, camel, son los colores que predominan en la composición donde otro elemento importante son las luces y las sombras.
- Textura: Las texturas son muy significativas, la textura real de la arena.

- Ritmo: El ritmo es muy natural, muy pausado y en consonancia con la música. Da la sensación de que esté escribiendo con un rotulador en vez de con arena, puesto que lo hace con mucha naturalidad.
- Música: La música del violín tan pausada y armoniosa acompaña perfectamente al texto y a la animación hasta el final.

## OPENING CORTOONS ROMA 2011

Autor: Notamax.

Esta animación es muy surrealista. Parece que emule las manchas que aparecían en el celuloide al inicio del cine, solo que aquí, van conformando figuras de animales, y geométricas, números, y otros elementos sin mucha dificultad de trazo. En ella a través de un garabato, vamos viendo más figuras que se van conformando a través de esa línea inicial.

- Iconografía: La iconografía es muy variada; desde animales, a huesos, a formas geométricas, pasando por números.
- Motivos visuales: Los motivos visuales son humanos, animales y de objeto.
- Equilibrio: La animación principal pasa en el centro por lo que encontramos un buen equilibrio en la composición. Luego los elementos que se desprenden del garabato central, van desapareciendo por lo laterales. Para al final dejarnos ver la información del festival.
- Colores: Los colores son el blanco y el negro, reforzando aún más mi teoría de manchas en el celuloide.
- Textura: No hay textura.
- Ritmo: El ritmo es muy rápido. La velocidad con la que el garabato va adquiriendo otras formas, nos deja una animación de lo más activa.
- Música: La música parece del estilo tribal, con tambores y sonidos extraños.

## 6. CONCLUSIONES

Después de realizar este trabajo tan arduo sobre los *openings* de los festivales de animación y diseño más importantes del momento, he de decir que he aprendido muchísimas cosas, me he enriquecido de múltiples autores, y he sido testigo de diversas obras audiovisuales que desconocía y me han fascinado.

He de decir que la relación que guardan con los títulos de crédito es la de informar y la de preparar al espectador emocionalmente, la cumple, aunque no de la misma forma, puesto que, en un festival, después de un *opening*, quizás no vaya una película, sino una conferencia, un *workshop*, o un debate.

En lo que respecta a las hipótesis planteadas, tras el visionado de numerosos *openings*, incluso de algunos festivales que no he mencionado en la memoria, he de decir que he llegado muchas conclusiones.

A la pregunta sobre si el *software* ha creado mejoras en la creación de *openings* y de animaciones en general es que sí. Tras la larga guerra informática explicada anteriormente, y la

posterior implantación, mejora y especialización de todos los programas de diseño y animación, hoy en día podemos crear y observar auténticas maravillas del audiovisual. Programas que emulan movimientos humanos y reales, texturas, cosas impensables hace apenas 80 años.

La tecnología del audiovisual está hoy al alcance de casi todo el mundo, y ya no es necesario tener un estudio en Hollywood para crear los efectos especiales más realistas.

En cuanto a si se han seguido patrones a la hora de realizar los *openings*, he de decir, que sí y no. Me explico: muchos de estos *openings*, el patrón que han seguido, por ejemplo, ha sido el de usar el mismo tipo de animación. Formas geométricas, motivos sin forma, animación 3D, texturas desagradables, montajes rápidos, secuencias surrealistas. Estos serían los patrones que he ido viendo que se han repetido en algunos de los diferentes festivales; no obstante, he de decir también, que muchos de estos *openings* están creados por los mismos estudios que pueden tener un estilo ya muy determinado que es el que les hace reconocibles. Otros también, utilizan la tecnología más vanguardista que existe, y si, esa tecnología, un año incorpora una novedad que permite crear un efecto determinado, los diseñadores y animadores, querrán emplearlo en sus obras. No estoy quitando mérito a nadie, puesto que todas las obras analizadas son verdaderas obras de arte, no obstante, sí que he visto que hay tipos de animación que se han usado mucho en diversos festivales, al igual que las mismas temáticas o estructuras narrativas. Y aquí es donde llegamos a otra de las hipótesis que es la de si los *openings* nos cuentan una historia, como hacen algunos de los títulos de crédito convencionales. Y de decir que he visto que muchos de los *openings* de los festivales de animación, emplean la temática del viaje, o del espacio, como algo muy socorrido. Está claro, que un viaje siempre nos da la posibilidad de crear algo más entretenido y de incorporar más elementos y personajes, pero ya pienso que es algo repetitivo.

En cuanto al viaje espacial, es normal que, al principio de los tiempos de la animación digital, se empleara para emular aquello más relacionado con la ciencia ficción y que nos es imposible filmar con una cámara, y mucho menos, manipular. Por lo tanto, podemos dilucidar, que sí que ha habido épocas en las que algunos estilos o temáticas han reinado más que otras. La animación tradicional, por ejemplo, al haber estado ahí siempre, a veces se deja de lado, sin embargo, muchos autores la rescatan para crear sus nuevas piezas.

En la última hipótesis pretendía responder a si en los *openings* se cuenta el estilo del festival y los autores que van a concurrir, o son más partidarios de mostrar parte de ellos, a modo de resumen. Y por lo que he podido observar, es que cada cosa tiene su nombre: los *openings* son las piezas creadas a propósito para la apertura del festival, con sus versiones más reducidas para las ráfagas entre corto y corto o para presentar secciones o conferenciantes. Luego tenemos los *teasers* que son los encargados de mostrarnos todo el material que se ha proyectado en los diferentes días de festival. Por último tenemos los *making of*, que nos relatan los días del festival, incluyendo imágenes de los asistentes y de los invitados.

Para concluir he de decir que dejo la investigación abierta a mayor recopilación de información de análisis, puesto que es un tema que se puede profundizar mucho. Al igual que sucedió con los títulos de crédito cinematográficos, que han dado para numerosos estudios y obras, los *opening* de los festivales, cada vez forman más parte de nuestro imaginario audiovisual y por ello, necesitan ser estudiados.

## 7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BASS JENNIFER, KIRKHAM PAT (2011) *SAUL BASS: A LIFE IN FILM & DESIGN*. EDITORIAL LAURENCE KING
- BLOCK, BRUCE A. (2008) *NARRATIVA VISUAL: CREACIÓN DE ESTRUCTURAS VISUALES PARA CINE, VÍDEO Y MEDIOS DIGITALES*. EDITORIAL OMEGA. BARCELONA.
- CARMONA, RAMÓN (2010) *CÓMO SE COMENTA UN TEXTO FÍLMICO*. ED. SIGNO E IMAGEN
- DE AGUILERA. MIGUEL (1990) *Infografía, comunicación humana y evolución social*. FUNDESCO. MADRID
- D. A. DONDIS. (2015) *LA SINTAXIS DE LA IMAGEN. INTRODUCCIÓN AL ALFABETO VISUAL*. BARCELONA. GG.
- FUENMAYOR, ELENA. (1996) *RATÓN, RATÓN... INTRODUCCIÓN AL DISEÑO GRÁFICO ASISTIDO POR ORDENADOR*. EDICIONES GG. BARCELONA.
- GAMONAL ARROYO, ROBERTO *TÍTULOS DE CRÉDITO. PÍLDORAS CREATIVAS DEL DISEÑO GRÁFICO EN EL CINE*. ICONO 14 Nº6 2005
- GÓMEZ ALONSO, RAFAEL (2001) *ANÁLISIS DE LA IMAGEN: ESTÉTICA AUDIOVISUAL*
- MOURGES, NICOLE (1994) *LE GÉNÉRIQUE DE FILM*. EDITORIAL MÉRIDIDIENS KLINCKSIECK
- LABAIG, FERNANDO. *Acerca de los títulos de crédito*. Paperback nº4. (2007) ISSN 1885-8007.
- RENAUD, ALAIN (1990) *COMPRENDER LA IMAGEN HOY. NUEVAS IMÁGENES, NUEVO RÉGIMEN DE LO VISIBLE, NUEVO IMAGINARIO*. VIDEOCULTURAS DE FIN DE SIGLO
- ROCAMORA, JOSEP MARIA *LOS TÍTULOS DE CRÉDITO: PRUDUCCIÓN, DISEÑO Y REALIZACIÓN*. JOSEP MARÍA ROCAMORA. TRÍPODOS NÚMERO 15, BARCELONA, 2003.
- ROCAMORA, JOSEP MARIA (2002) *Els títols de crèdit, entre la ignorància i la glòria*. TRÍPODOS: REVISTA DIGITAL DE COMUNICACIÓ, ISSN 1138-3305, Nº. 13, 2002, PAGES. 107-124. 2012
- URRERO, GUZMÁN. "THE CULT" (2007) *HISTORIA DEL CINE DE ANIMACIÓN*
- VV. AA (2016) *CON A DE ANIMACIÓN*. Nº6. ESPECIAL MOTION GRPAHIC. UPV

## 8. BIBLIOGRAFÍA

- AUÑÓN LÓPEZ, JUAN MANUEL, FERRI ARANDA, JOSÉ ANTONIO. (1999) *GRÁFICOS POR ORDENADOR*. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA. DEPARTAMENTO DE EXPRESIÓN GRÁFICA EN LA INGENIERÍA, VALENCIA: UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA.
- BOULLOSA GUERRERO, NICOLÁS. (2004) *PROYECTOS MULTIMEDIA. IMAGEN, SONIDO Y VÍDEO*
- COATES, KATHRYN Y ANDY ELLISON. (2014) *INTRODUCCIÓN AL DISEÑO DE INFORMACIÓN*. BARCELONA. PARAMÓN ARTS&DESIGN
- COMPANY, JUAN MIGUEL (1987) *EL TRAZO DE LA LETRA EN LA IMAGEN. TEXTO LITERARIO Y TEXTO FÍLMICO*. CÁTEDRA. MADRID
- FELDMAN, SIMÓN. (2001) *LA COMPOSICIÓN DE LA IMAGEN EN MOVIMIENTO*.
- GARCÍA FERNÁNDEZ, EMILIO. (2000) *HISTORIA GENERAL DE LA IMAGEN. PERSPECTIVAS DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL*
- GARDNER, BILL. (2014) *LOGO CREACIÓN. EL MISTERIO, LA MAGIA Y EL MÉTODO DETRÁS DEL DISEÑO. GRANDES LOGOS*. BARCELONA. PARRAMÓN ARTS&DESIGN.
- GAUTHIER, GUY. (1996) *VEINTE LECCIONES SOBRE IMAGEN Y SENTIDO*. CÁTEDRA.
- GLASSNER, ANDREW S. (1984) *COMPUTER GRAPHICS GUIDE*. ED. HOWARD W. SAMS & CO. INC. INDIANA.
- HERRÁIZ ZORNOZA, BEATRIZ (2015) *MÁS ALLÁ DE LOS TÍTULOS DE CRÉDITO: EL USO EXPRESIVO DE LA TIPOGRAFÍA EN EL CINE*.
- HERVÁS IVARS, CHRISTIAN (2002) *EL DISEÑO GRÁFICO EN TELEVISIÓN. TÉCNICA, LENGUAJE Y ARTE*. EDITORIAL CÁTEDRA. SONIDO E IMAGEN.
- LANKOW JASON, RITCHIE JOSH, CROOKS ROSS (2013) *INFOGRAFÍAS. EL PODER DEL STORY TELLING VISUAL*. BARCELONA. GESTIÓN 2000.
- LAS CLAVES DE LA INNOVACIÓN DE SAUL BASS EN LA SECUENCIA DE TÍTULOS DE CRÉDITO DE VÉRTIGO. REALIZADA POR: NIEVES ALCARAZ PAGÁN. DIRECTORA: DR. MARINA SEGARRA GARCÍA. DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL, DOCUMENTACIÓN E HISTORIA DEL ARTE. VALENCIA, ENERO DE 2016
- LEBORG, CHRISTIAN (2013) *GRAMÁTICA VISUAL*. BARCELONA. GG
- LÓPEZ LÓPEZ, ANNA MARÍA (2013) *CURSO DE DISEÑO GRÁFICO. FUNDAMENTOS Y TÉCNICAS*. MADRID. ESPACIO DE DISEÑO. ANAYA MULTIMEDIA
- LUPTON, ELLEN (2012) *INTUICIÓN, ACCIÓN, CREACIÓN. GRAPHIC DESIGN THINKING*. BARCELONA. GG. 2012

- MANOVICH, LEV (2005) *EL LENGUAJE DE LOS NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN*. EDITORIAL PAIDÓS. BARCELONA.
- MORENO, ISIDRO (2003). *NARRATIVA AUDIOVISUAL PUBLICITARIA*. EDITORIAL PAIDÓS.
- PÉREZ, JAVIER (2014) *AUTOPROMOCIONES TELEVISIVAS EN ESPAÑA*. NAVARRA. EUNSA
- RÀFOLS RAFAEL, COLOMER ANTONI (2015) *DISEÑO AUDIOVISUAL*. BARCELONA. GG
- SAMARA, TIMOTHY (2008) *LOS ELEMENTOS DEL DISEÑO. MANUAL DE ESTILO PARA DISEÑADORES GRÁFICOS*. BARCELONA. GG.
- VILCHES, LORENZO. (1997) *LA LECTURA DE LA IMAGEN: PRENSA, CINE, TELEVISIÓN*
- VIÑOLO-LOCUVICHE, SAMUEL, DURAN-CASTELLS, JAUME (OCTUBRE 2013) *ENTRE LO SINIESTRO Y LO SUBVERSIVO. CATEGORÍAS ESTÉTICAS DEL CINE DE ANIMACIÓN HÍBRIDO*.
- VV.AA. (1983) *COMPUTER GRAPHICS. THEORY AND APPLICATIONS*. ED. SPRINGER-VERLAG. TOKIO.
- WRIGHT, STEVE (2003) *EFFECTOS DIGITALES EN CINE Y VÍDEO*. ESCUELA DE CINE Y VÍDEO DE ANDOAIN.
- ZUNZUNEGUI, SANTOS (1998) *PENSAR LA IMAGEN*. EDITORIAL CÁTEDRA/UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO. MADRID.

#### ENLACES WEB:

[Wikipedia.com](http://Wikipedia.com)

[www.paperback.es/articulos/labaig/creditos.pdf](http://www.paperback.es/articulos/labaig/creditos.pdf)

[blancfestival.com/blanc2015/sobre-blanc/](http://blancfestival.com/blanc2015/sobre-blanc/)

[www.annecy.org](http://www.annecy.org)

[thecult.es/secciones/cine-clasico/historia-del-cine-de-animacion.html](http://thecult.es/secciones/cine-clasico/historia-del-cine-de-animacion.html)

[docs.google.com/file/d/0B\\_icFRPFaZY2SkhZQXpNNGRJdjQ/preview](https://docs.google.com/file/d/0B_icFRPFaZY2SkhZQXpNNGRJdjQ/preview)

[www.monografica.org/04/Art%C3%ADculo/6809](http://www.monografica.org/04/Art%C3%ADculo/6809)

[youtube.com](http://youtube.com)

[vimeo.com](http://vimeo.com)

<http://www.teccomstudies.com/numeros/revista-2/176-titulos-de-credito-diseno-en-movimiento-el-legado-de-maurice-binder-en-las-peliculas-de-james-bond?start=2>

<http://f5fest.com>

<http://www.toca-me.com/>  
<http://www.dvein.com/searches>  
<http://casaforte.blogspot.com.es/2007/03/just-beginning-art-of-film-titles.html>  
[http://www.toonsmaker.com/animacion\\_audiovisual/trabajo.html](http://www.toonsmaker.com/animacion_audiovisual/trabajo.html)  
<https://nwfilm.org/filmmaker-resources/>  
[artofthetitle.com](http://artofthetitle.com)  
<https://www.animationfestival.ca>  
<http://thecult.es/secciones/cine-clasico/historia-del-cine-de-animacion.html>  
<http://www.catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2013/kyle-cooper/>  
[Cortoons.es](http://Cortoons.es)  
[Fitc.ca](http://Fitc.ca)  
[Artfutura.org](http://Artfutura.org)  
[Offf.mx](http://Offf.mx)

## 9. TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Logotipo blanco y negro Animac Lleida.....	33
Ilustración 2 Cartel promocional Animac 2016 “Futurs femenins” por Carles Porta .....	34
Ilustración 3 Carteles promocionales ediciones 2001 a 2015 diseñados por Carles Porta.....	35
Ilustración 4 Cartel promocional Festival Annecy 2016 creado por Michèle Lemieux.....	36
Ilustración 5 Cartel promocional Festival Internacional de Animación de Ottawa (OIAF) y del 40 aniversario creado por Michael Zavacky “Zeke” .....	39
Ilustración 6 Carteles promocionales ediciones 2000 a 2015 del Festival Internacional de Animación de Ottawa (OIAF).....	40
Ilustración 7 Logotipo de FITC.....	41
Ilustración 8 Cartel promocional para la edición de Toronto 2016 .....	41
Ilustración 9 Cartel promocional FITC para la edición de Ámsterdam 2016.....	42
Ilustración 10 Logotipo del F5 y fecha de la edición de Nueva York.....	43
Ilustración 11 Cartel promocional del F5 Nueva York 2015.....	44
Ilustración 12 Cartel promocional F5 Nueva York 2015.....	44
Ilustración 13 Logotipo del OFFF.....	46
Ilustración 14 Cartel promocional 15º Aniversario OFFF en Barcelona .....	46
Ilustración 15 Cartel promocional Barcelona 2014      Ilustración 16 Cartel promocional Barcelona 2012.....	46
Ilustración 17 Logotipo Toca Me.....	47
Ilustración 18 Cartel promocional Toca Me 2014 .....	47

Ilustración 19 Cartel promocional Toca Me 2017 .....	48
Ilustración 20 Logotipo ArtFutura .....	49
Ilustración 21 Cartel promocional ArtFutura 2006 .....	50
Ilustración 22 Cartel promocional ArtFutura 2015 .....	50
Ilustración 23 Logotipo Cortoons Gandía creado por el Estudio Formigo .....	51
Ilustración 24 Cartel promocional Cortoons Roma 2010.....	52
Ilustración 25 Cartel y flyer promocional Cortoons 2016 Gandía .....	52