

TFG

CINEPHIC: APROXIMACIÓN A UN ESTILO GRÁFICO PERSONAL EN EL DISEÑO DE CARTELES CINEMATOGRAFICOS A TRAVÉS DEL ESTUDIO DE REFERENTES.

Presentado por Neiba Bibiloni Tejada

Tutor: David Roldán Garrote

Facultat de Belles Arts de Sant Carles

Grado en Bellas Artes

Curso 2019-2020



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

RESUMEN

El presente trabajo de fin de grado se trata de una propuesta de diseño gráfico de cartelería cinematográfica en la que se ha trabajado mediante el estudio e interpretación de las soluciones visuales de tres referentes con estilos muy característicos, y diferentes entre sí, para obtener un abanico más amplio de recursos gráficos que poder utilizar a la hora de crear nuestros propios carteles, intentando de esta manera, acercarnos a un lenguaje más personal. Se han realizado reinterpretaciones de títulos ya existentes empleando el estilo de cada uno de los artistas para lograr una comprensión más alta de sus metodologías, y posteriormente, se han creado una serie de carteles utilizando nuestro propio criterio, seleccionando aquellas soluciones que nos han parecido más interesantes, o que tras probarlas, nos han parecido óptimas para el resultado. Finalmente se ha diseñado un pequeño portafolio recopilatorio con todos los carteles que se han realizado.

PALABRAS CLAVE

Diseño gráfico, cartel cinematográfico, referente artístico, estilo gráfico, Saul Bass.

ABSTRACT

The present final project of the degree consists on a proposal about graphic design of cinema posters in which we've worked through the study and interpretation of visual solutions of three models with very characteristic styles and different between each other, in order to obtain a wider variety of graphic resources that can be used to create our own posters, with the aim of get closer to a more personal language. It has been made reinterpretations of films that already exist using each artist style to achieve a higher comprehension of their methodologies, and then, a series of posters have been created using our own criteria, choosing the solutions that we founded more interesting, or after test them, we founded that were optimal to the result. Finally we've designed a little compitation portfolio with every poster that has been designed.

KEY WORDS

Graphic design, cinema poster, artistic model, graphic style, Saul Bass.

AGRADECIMIENTOS

A David Roldán por confiarme su tutela en este proyecto, acompañarme durante el camino y ayudarme siempre que ha podido, sin olvidar la rapidez y el compromiso que ha tenido conmigo todo este tiempo.

A Carlos Coves, ex alumno de la facultad, que ha sido todo un ejemplo estos dos últimos años, y me ha ayudado a ver la rama que más me gustaba de esta carrera.

A mi madre, por ayudarme siempre en todo, por sacarme adelante y hacer posible que pueda entregar este trabajo de fin de grado.

Y a mis compañeras más cercanas de la carrera, con las que además de buenos momentos, nos hemos aportado conocimientos y ayuda en otras modalidades a lo largo de estos cuatro años.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA.....	5
3. EL CARTEL CINEMATOGRAFICO.....	7
3.1. El uso del referente visual.....	8
3.1.1. <i>El referente en la práctica artística.....</i>	<i>9</i>
3.1.2. <i>Análisis, interpretación y creación.....</i>	<i>9</i>
3.2. Referentes y su análisis.....	11
3.2.1. <i>Saul Bass.....</i>	<i>12</i>
3.2.2. <i>Philip Gips.....</i>	<i>16</i>
3.2.3. <i>John Alvin.....</i>	<i>20</i>
4. BÚSQUEDA DEL ESTILO PERSONAL A TRAVÉS DE LA REINTERPRETACIÓN.....	25
4.1. Reinterpretación de carteles utilizando el estilo de los referentes.....	25
4.1.1. <i>Estilo Bass.....</i>	<i>26</i>
4.1.2. <i>Estilo Gips.....</i>	<i>28</i>
4.1.3. <i>Estilo Alvin.....</i>	<i>30</i>
4.2. Creación propia en base a los recursos estudiados.....	32
5. RESULTADOS.....	36
6. CONCLUSIONES.....	42
7. REFERENCIAS.....	43
8. ANEXOS.....	47
8.1. Carteles no mostrados.....	47
8.2. Portafolio.....	49

1. INTRODUCCIÓN

De la necesidad de aprender más recursos en diseño gráfico y el querer acercarnos a un lenguaje más personal, surge este proyecto de búsqueda y análisis de los recursos gráficos característicos, en el área del diseño de carteles cinematográficos, de tres artistas muy conocidos: Saul Bass, Philip Gips y John Alvin. Escogidos por sus diferentes estilos, cada artista nos ha aportado un número de soluciones visuales y estilísticas.

Para comprender las bases de nuestro estudio se han explicado tres conceptos importantes en base al aprendizaje con referentes: el análisis, la interpretación y la creación.

La parte más compleja del proyecto ha sido analizar bien tres carteles (los más emblemáticos) de cada diseñador y sacar una conclusión de los recursos de cada artista para, posteriormente, tener una lista de elementos con los que contar a la hora de realizar un diseño propio. Para el análisis se ha tenido en cuenta el contexto histórico y las tendencias del momento de cada cartel.

Tras este paso, se ha procedido a reinterpretar un número de carteles (utilizando títulos ya existentes), con los recursos de cada artista (sin mezclarlos) para lograr comprender su estética. Finalmente, se han creado una serie de carteles propios, también de títulos ya existentes (puesto que nuestro objetivo principal es la estética, no tanto el contenido) aplicando los recursos, de los tres artistas, que funcionasen mejor con la estética a la que queríamos acercarnos, utilizando a parte recursos ya conocidos, para conseguir un estilo un poco más personal.

A raíz de los conocimientos adquiridos previamente en diseño gráfico, obtenidos a lo largo de estos cuatro años de carrera, y de este proyecto de búsqueda de nuevos recursos que poder utilizar, se ha intentado lograr un camino más personal en las soluciones visuales en tanto al diseño de los carteles cinematográficos, sin cerrarle la puerta a otros tipos de diseño gráfico.

Finalmente se han reunido todos los carteles en un pequeño portafolio.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El objetivo principal de este proyecto es la realización de un estilo creativo propio de diseño gráfico aplicado a la creación de carteles de cine a partir del estudio y análisis de tres grandes creadores del género.

A su vez, nuestro segundo gran objetivo es crear una serie de carteles cinematográficos en base a los recursos estudiados para la aproximación al deseado estilo personal.

Así mismo, el trabajo cuenta con un objetivo específico:

- Ampliar los recursos compositivos a la hora de crear carteles cinematográficos con el análisis estilístico de tres referentes, aplicando lo aprendido a una serie de carteles según los recursos de cada artista por separado.

Con respecto a los objetivos fundamentales, se ha pretendido aplicar los conocimientos adquiridos en base a lo estudiado para seleccionar los recursos que nos han parecido estilísticamente más interesantes y aplicarlos en el diseño de carteles cinematográficos (de títulos existentes) para conseguir el acercamiento a un estilo de diseño gráfico más personal. Para estos objetivos también se ha tenido en cuenta lo aprendido en composición y recursos a lo largo de la carrera, ya que hemos buscado ampliarlos, sin dejar de lado los aprendidos. Además, se ha utilizado una visión personal en cuanto a gustos, pero también los conocimientos necesarios de acuerdo con los principios del diseño.

En cuanto al objetivo específico, se han fraccionado los recursos comunes en tres carteles de cada artista. Para llegar a ello se ha fundamentado con el estudio de su bibliografía, sus maestros, el contexto histórico para entender la situación temporal que vivían, y las tendencias del momento en cuanto al diseño gráfico, sacando conclusiones de qué corriente o corrientes estilísticas seguían. Para entender la estética de cada artista se han analizado las categorías de los recursos gráficos estudiados a lo largo de la carrera para cada cartel, tales como el cromatismo o la composición y, posteriormente se han generado varias reinterpretaciones de otros títulos con el estilo de nuestros artistas.

Objetivos secundarios:

- Categorizar los recursos obtenidos
- Experimentar las posibles combinaciones de los recursos
- Escoger los recursos más adecuados para lo que podría ser un estilo más nuestro

La metodología empleada para abordar este proyecto ha seguido unas pautas de investigación, análisis y ejecución para lograr nuestro objetivo de crear una serie de carteles que respondan a una serie de estrategias definidas por los recursos seleccionados y que persigan la misma estética.

Para lograrlo, en primer lugar se ha procedido a explicar el porqué de utilizar referentes como base de nuestro estudio, ya que son fundamentales en nuestra aproximación al resultado deseado.

Con la explicación ya fundamentada, se ha estudiado cada uno de los referentes por separado, atendiendo a sus contextos y, más importante, el análisis de tres de sus obras. Poniendo en común los recursos que se repiten en las tres obras.



Fig. 1. À La Conquête Du Pôle Nord. Georges Méliès.



Fig. 2. Fotograma de los créditos de *The man with the golden arm*. Saul Bass.



Fig. 3. *The Grand Budapest Hotel*. Annie Atkins

Una vez analizados los tres referentes, se han reinterpretado una serie de carteles imitando el estilo de cada artista. Utilizando títulos ya existentes y los recursos analizados en cada cartel.

Posteriormente se han puesto en común los recursos y se han categorizado con el propósito de ordenarlos y tener una lista clara de nuevas soluciones visuales.

Finalmente se ha procedido a crear carteles y un portafolio recopilatorio, sin imitar a nadie, para poner en práctica nuestro ojo de diseñadora y nuestra capacidad de creación. Este paso también se ha realizado haciendo uso de títulos ya existentes, ya que nuestro objetivo se basa en la composición y los recursos, por lo que no importa si ya existe un cartel de dicha película.

3. EL CARTEL CINEMATOGRAFICO

El cartel es “una comunicación impresa utilizada para promocionar, anunciar o publicitar algo”.¹

A finales del siglo XIX, tras la invención del cinematógrafo (1895), se iniciaba paralelamente el diseño gráfico como actividad profesional reconocida. Tanto el cine como el diseño fueron impulsados en cuanto a formas de expresión y lugares de significación por la conveniencia e innovación que suponían.

Además del cartel (Fig. 1), hay otras maneras de unir el cine y el diseño, como son los conocidos créditos (finales o iniciales) de algunos diseñadores, como es el caso de Saul Bass (Fig. 2), algunas ilustraciones o animaciones, el tráiler o el avance de una película, etc. No obstante, si en el tráiler predomina aquello más cinematográfico (planos, fotografía, etc.), el cartel consiste en elaboraciones gráficas con un asunto central: el relato de la película.

Cabe decir que el cartel cinematográfico ofrece una compleja variedad de composiciones, entre ellas podemos destacar que mientras muchos carteles están basados en cubrir necesidades básicas para su promoción y publicidad, y que por lo tanto se alejan de la calidad gráfica y una estética a remarcar, hay un amplio abanico en el cine que requiere más estética visual (además de la visión comercial), como en el caso de las películas de Wes Anderson (Fig. 3), conocido por su estética, y para ello acuden a un buen personal cualificado, ya sean agencias, fotógrafos, diseñadores, ilustradores, etc. Por lo que esta industria favorece aquello que puede llegar al sector deseado y la cantidad de espectadores que quieren lograr (la taquilla), con lo que, en ocasiones, se recurre a una imagen icónica, normalmente fotográfica (bien por un tema conocido, o por la presencia de grandes actores/actrices del momento) y una

1 AMBROSE, G.; HARRIS, P. (2010). *Diccionario visual de tipografía*. Barcelona, España: Index Book, S.L.

estética más simple y efectiva.

Por otra parte, también hay películas menos comerciales cuyo cartel destaca su personalidad diferenciada en el mundo del cine, la complejidad de su argumento o su expresividad en la elaboración.

“En los últimos años, muchos diseñadores e ilustradores abordan propuestas personales, más cercanas al modo en que el arte se presenta en sociedad, que a las funciones tradicionales del diseño y, al mismo tiempo, cada vez más obras de arte utilizan recursos gráficos y fotográficos comunes al diseño, incluida la tipografía”²

Esta cita de Carrere, indica que los diseñadores van tomando un camino cada vez más propio, consiguiendo estilos más únicos, aunque recogiendo los recursos que nos viene dejando el diseño gráfico.

3.1. EL USO DEL REFERENTE VISUAL

Según la Real Academia Española, la palabra *referente* se refiere a un “término modélico de referencia”³, es decir, una palabra que utilizamos para denominar un “arquetipo o punto de referencia para imitarlo o reproducirlo” o “una persona u objeto que copia el artista”.

Aunque decir que el artista copia, es ponerle mucha restricción, por lo que es más correcto decir que emplea un objeto o material al que dedica su estudio como inspiración o punto de partida antes de crear su propia interpretación.

Así pues, un referente o modelo es cuando se señala a una persona u obra que por sus virtudes o puntos fuertes inspiran al artista a tomarlas como ejemplo. Hemos de decir que no solamente existen los referentes artísticos, pues en la vida diaria misma tenemos modelos de referencia por todas partes, desde nuestros padres, hasta Malala Yousafzai, todo un ejemplo como mujer, o el mismo Ghandi.

2 CARRERE, A. (2013). El cartel cinematográfico: creación y convención. En FORRIOLS, R. (coor.). *Filmográfica: Volver* (pp. 8-21). Valencia: UPV.

3 REAL ACADEMIA ESPAÑOLA *Op. cit.*, [CONSULTA: 05-06-2020] Recuperado de <https://dle.rae.es/referente?m=form>

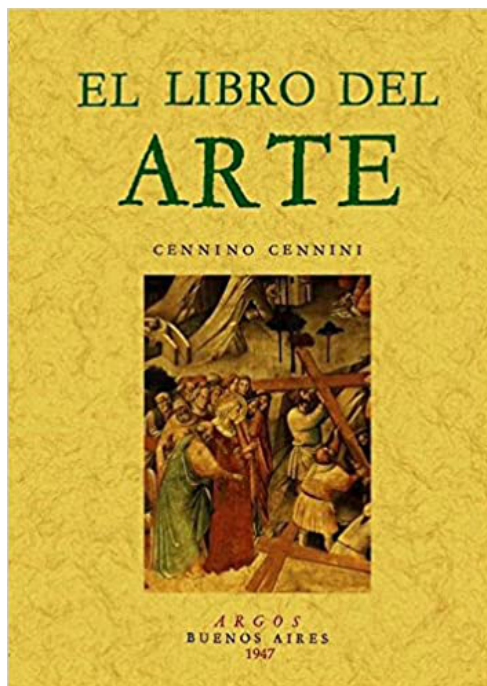


Fig. 4. *El libro del arte*. Cennino Cennini.

3.1.1. Referente en la práctica artística

Según la doctora Patricia Escario, el 97% de los estudiantes de dibujo, hacen uso de los referentes para la realización de sus obras.⁴ Dado que el departamento de diseño comprende dentro del de dibujo en esta facultad, este dato es importante, pues significa que los alumnos necesitan empaparse de información para llegar a una buena creación propia.

Esta enseñanza la recibimos desde primero de carrera. Recuerdo que el profesor Eduard Ibáñez (profesor de dibujo) nos dijo una vez que debemos leer mucho, recoger información de muchos artistas, sean o no de nuestro agrado. Debemos llenar nuestro cerebro de información para poder seleccionar aquellos recursos que queremos utilizar, aquellos que no, e incluso ser capaces de innovar.

Como acabamos de ver, los referentes son una parte muy importante en la trayectoria de un artista, o de la misma vida. Es por ello que, en nuestro estudio, analizaremos tres artistas (totalmente diferentes a primera vista) del diseño gráfico cinematográfico, para poder tener un poco más de conocimiento sobre las posibilidades que tenemos a la hora de crear cartelería cinematográfica, y así además, ampliar un poco nuestros recursos gráficos.

3.1.2. Análisis, interpretación y creación.

En el mundo del arte, para poder llegar a la creación propia, conforme a las palabras del profesor Ibáñez, debemos tener muchos conocimientos previos para lograr una amplia variedad de recursos y emplearlos del modo que mejor convenga a nuestras obras, ya sea por estética o por gusto propio. Es por ello que estos tres conceptos: *análisis*, *interpretación* y *creación*, son fundamentales en nuestra búsqueda de un estilo más personal. Como ahora veremos, marcan tres grandes pasos en la adquisición de nuevos conocimientos sobre el estilo de un artista o referente.

3.1.2.1. Análisis

“Hoy día, imitación significa más o menos lo mismo que copiar”⁵

Según *El libro del arte* de Cennino Cennini, la referencia del natural no debe ser la única para un aprendiz, también han de contemplarse los grandes maestros. Así pues, se plantea lo siguiente (Fig. 4):

4 ESCARIO, P. (2017). *El uso de los referentes visuales en el aprendizaje de la pintura en los grados en bellas artes. Contexto español*. (Tesis doctoral). Universidad Miguel Hernández de Elche, Altea.

5 Wladislaw Tatarkiewicz citado por ESCARIO, P. *Íbid.*

“[...] ocúpate en adelante de copiar y calcar las mejores cosas que halles de mano de grandes maestros. Y si es en un lugar donde haya obras de muchos de ellos, mejor para ti. Mas yo te aconsejo esto: ten en cuenta de elegir siempre lo mejor y más famoso; y así, de día en día, contra natura será que no adquieras de cerca algo de su manera y de su estilo”.⁶

Nosotros tenemos en cuenta sus palabras en cuanto a tener en cuenta como fundamento principal a grandes referentes del diseño cinematográfico, aún así, este estilo de copia mimética estaba enfocada al mundo de la pintura fundamentalmente, puesto que se buscaba aprender la técnica más allá de la apariencia. En nuestro caso, es más importante saber qué recursos emplean nuestros referentes, ya que no nos interesa copiar algo que han hecho ellos, pues hay muchas maneras de imitar un recurso con los medios digitales de hoy en día, por lo que no vamos a copiar sus obras, sino aplicar los recursos que vemos en el siguiente paso. Así que nuestro primer paso será analizar al detalle los recursos y características compositivas de un número de obras por cada artista.

3.1.2.2. Interpretación

Según el diccionario de la Real Academia Española, el término “interpretación” significa “acción y efecto de interpretar”⁷

En cuanto a la estética de una obra, este término tiene un papel importante, pues el espectador puede hacer su interpretación de lo que el cuadro representa, o bien puede significar que (en nuestro caso) el artista toma dicha obra como referencia, para hacer su propia interpretación pictórica.

Desde el punto de vista pictórico, la interpretación se ve como la posibilidad de recrear una obra de referente, de muchas maneras distintas.

Aquí entra nuestro interés para la creación de este proyecto, ya que hemos decidido aplicar al pie de la letra el estilo de los autores escogidos para este estudio. Por lo que decimos que realizamos una interpretación de su estilo (cómo creemos que tal diseñador habría llevado a cabo el cartel de la película que nosotros hemos escogido, en base a lo aprendido sobre su *modus operandi*). Esto es, a su vez, una reinterpretación del cartel original de la película escogida, para darle un aspecto que no es el de su artista original.

Con lo cual, tenemos dos maneras de interpretación: por una parte, reinterpretar un cartel ya hecho, y por otra, hacer esa reinterpretación en base a la estética aprendida de cada uno de los tres autores. Por lo que nosotros vamos a aplicar este segundo método creando una serie de carteles (cuatro

⁶ Cennino Cennini citado por ESCARIO, P. *Íbid.*

⁷ REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Op. cit.*, [CONSULTA: 15-06-2020] Recuperado de: <https://dle.rae.es/interpretaci%C3%B3n?m=form>

carteles por autor) diseñándolos con los recursos estudiados, sin mezclarlos. Y así, posteriormente, llegar al tercer paso: la creación.

3.1.2.3. Creación

“Obra de ingenio, de arte o artesanía muy laboriosa, o que revela una gran inventiva”⁸

Así como hemos visto que el análisis es una única solución desde un punto de vista ya dado, y la interpretación ofrece varias versiones de una misma obra, la creación o invención se aleja más del referente cuanto más invención propia es. Con esto queremos decir que de cuánta más capacidad de inventiva disponemos, más propia es la obra que estamos creando. Para llegar a este punto, habremos tenido que pasar por el análisis para saber qué recursos tenemos, y por la interpretación para tener la capacidad de empezar a realizar cambios en dichos recursos. Así, finalmente, nos acercaremos más a la inventiva propia para crear obras más personales y con un estilo un poco más definido.

3.2. REFERENTES Y ANÁLISIS

En este apartado, de gran relevancia en el proyecto, vamos a estudiar el estilo de los tres referentes escogidos para nuestra ampliación de conocimientos sobre el diseño gráfico de la cartelería del cine, por lo que es el primero de los tres pasos planteados: el análisis.

Para ello, vamos a explicar un poco de su bibliografía y el contexto o corriente artística del momento, para tener una ligera idea de sus tendencias. Posteriormente estudiaremos los mismos puntos estilísticos en cada autor: Cromatismo (tipología cromática, dominancia del color, color subordinado y acento); composición y dirección visual; dinamismo (movimiento o estático); recurso o técnica concreta; tipografía; distribución de los títulos y créditos en el espacio. Y en caso de tener imágenes, cuál es su tratamiento.

⁸ REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Op cit.*, [CONSULTA: 15-06-2020] Recuperado de: <https://dle.rae.es/creaci%C3%B3n?m=form>

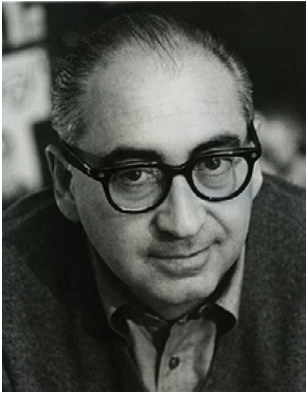
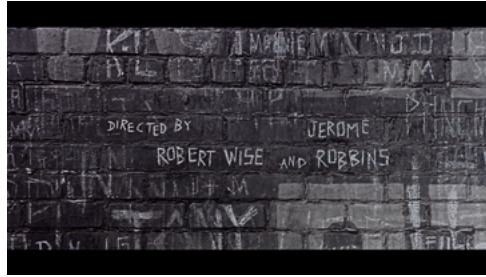
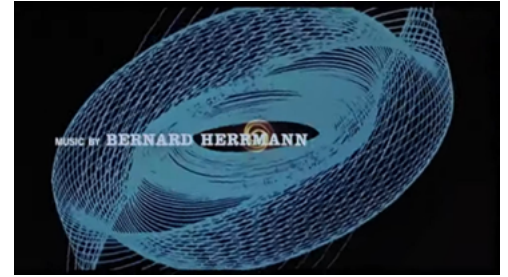
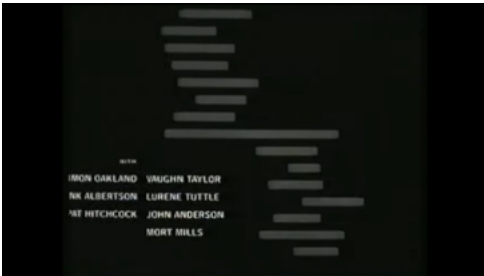


Fig. 5. Saul Bass. Fotografía.

Fig. 6. Fotograma de los créditos de *West Side Story*. Saul Bass.Fig. 7. Fotograma de los créditos de *Vertigo* Saul Bass.Fig. 8. Fotograma de los créditos de *Psicosis*. Saul Bass.Fig. 9. *Saint Joan*. Saul Bass.Fig. 10. *The Shining*. Saul Bass.

3.2.1. Saul Bass

“Bass es uno de los mejores ejemplos de un diseñador moderno de mediados del siglo pasado que, de alguna manera tuvo la capacidad de destacar en muchos campos”⁹

Nuestra primera elección es uno de los diseñadores de cartelería más estudiados en el mundo del diseño gráfico. Escogido por su particular estilo, este artista lleva a otro nivel la simplificación de las formas y la metáfora visual de éstas, además de su particular uso de los colores brillantes y la particularidad de los recortes, entre otras cosas.

Saul Bass (Fig. 5) nació el 8 de mayo de 1920 en Nueva York. Fue criado por Aaron y Pauline (née Feldman), siempre tuvo afecto y apoyo, pues cuando empezó a interesarse por el arte de joven, sus padres siempre le apoyaron. De joven se preguntó si su amor por lo visual y el trabajo manual venía de su padre, pues dibujaba flores y pájaros y se aficionó a los recortes. También era amante de los deportes, especialmente del baloncesto. Le gustaban las películas de ciencia ficción y arqueología, y se pasaba horas mirando las colecciones de los museos “Metropolitan Museum of Art” y “Museum of Natural History”.

El artista siguió clases nocturnas en la “Art Students League” de Manhattan en 1936, antes de ejercer su primer trabajo serio en una pequeña firma de publicidad. Tras varios empleos, trabajó en la Thompson Company, una prestigiosa agencia publicitaria de Nueva York. En esta época conoció a la estrella de la Bauhaus György Kepes, ya que se apuntó a su curso en el “Brooklyn College”, donde conoció el movimiento del diseño gráfico. Esto marcó su interés por el diseño gráfico y el cine.

En 1952 decidió abrir su propia empresa y contrató a Elaine Makatura como ayudante. En 1961 se casaron y trabajaron juntos desde entonces.

Bass falleció en 1996, en Los Ángeles.

A lo largo de los años, su obra es probablemente, la más vista por el público que la de cualquier otro diseñador gráfico. Conocido por sus proyectos de identidades corporativas, fueron sus créditos en secuencias de cine (*Vertigo* (Fig. 6), *West Side Story* (Fig. 7), *Psicosis* (Fig. 8), etc.) y sus memorables carteles (como el de *Saint Joan* (Fig. 9) o *The Shining* (Fig. 10), etc.) los que lo lanzaron al estrellato del diseño gráfico.

⁹ SEDDON, T. (2015). *El diseño gráfico del siglo XX. Una retrospectiva de los estilos gráficos y los nombres clave del diseño*. Barcelona, España: Promopress.



Fig. 11. Cartel gráfico para la UNESCO (United Nations, Educational, Scientific and Cultural Organization). Max Huber.



Fig. 12. *The man with the golden arm*. Saul Bass.

3.2.1.1. Contexto de Saul Bass en el diseño gráfico

En cuanto a contexto estilístico, venimos de la Bauhaus, una escuela de arte y diseño abierta en 1919 por Walter Gropius, con el objetivo de proporcionar un enfoque más fresco tras la primera guerra mundial. El característico estilo de esta escuela son las formas geométricas y económicas (cuadradas, triangulares y circulares básicas), las fuentes de palo seco y los colores primarios.

En la década de los 50, la del Rock and Roll, fue la época en que la televisión empezaba a ser el entretenimiento favorito de E.E.U.U y otros países de occidente. El diseño gráfico adoptó el materialismo y el estilo tipográfico internacional (Fig. 11) (surgido en Suiza y Alemania principalmente). Este estilo predominó en muchas áreas del diseño durante veinte años, desde principios de los 50 a finales de los 60. Su estilo se marca por las maquetaciones asimétricas, construidas en una cuadrícula elaborada matemáticamente, un enfoque claro y sin adornos en la presentación de los contenidos, tipografías sans serif de palo seco, textos abanderados a la izquierda, y el predominio de la fotografía ante la ilustración.

Como veremos enseguida, Saul Bass seguía más bien las corrientes de la Bauhaus que el estilo tipográfico internacional, aunque es cierto que tiene rasgos de éste, como los textos abanderados a la izquierda, la tipografía de palo seco Sans Serif (solo en créditos a tamaño pequeño), y la asimetría de las composiciones.

3.2.1.2. Análisis de tres obras de Saul Bass

Las obras seleccionadas han sido las tres más famosas del artista: *The man with a golden arm* (1954); *Anatomy of a murder* (1959); *'Vertigo'* (1961).

The man with the golden arm (Fig. 12).

En primer lugar, este cartel está a color. Dentro de este análisis cromático, señalamos el negro como color dominante, en el rectángulo superior derecho, en el central izquierdo y en los dos que forman una intersección en el centro, el superior de estos dos, tiene una desembocadura con forma de brazo. El acento de éste cartel es el título en dorado, y los colores subordinados son el lavanda y el azul.

En cuanto a composición, vemos que es central, ya que el punto de atención lo forman el fondo blanco del cartel, el título y el brazo negro. Éste está rodeado por una serie de rectángulos simples, dispuestos de manera que parece una especie de laberinto al ojo, que nos conduce al brace central. Aunque es cierto que podemos observar una pequeña diagonal en el centro, que va desde el extremo superior izquierdo del rectángulo azul, pasando por



Fig. 13. *Anatomy of a murder*. Saul Bass.

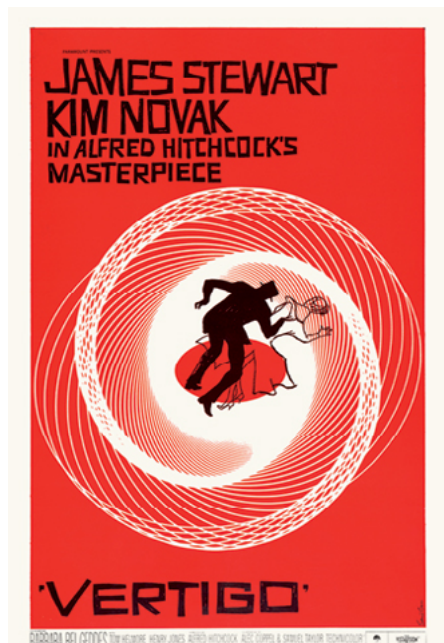


Fig. 14. *'Vertigo'*. Saul Bass.

la mano del brazo, llegando a la esquina inferior formada por la intersección de los dos recuadros negros.

Podemos apreciar la técnica que Bass utilizaba en todos sus carteles más famosos, los recortables. Ésta se aprecia aquí en las formas geométricas, en el brazo (para dar forma al centro argumentativo de la película), y sobretodo en el texto del título y de los tres nombres de la parte superior. Pues Saul Bass no utilizaba tipografía para los títulos, sino que creaba las letras con recortes.

El dinamismo es estático, aunque da la impresión de que el brazo está descendiendo lentamente.

En cuanto a la tipografía, como ya hemos dicho, los nombres remarcables y el título los hacía él, aún así, se aprecia una tipografía para los pequeños créditos inferiores, situados ocupando el ancho del cartel. Se trata de una tipografía de palo seco, una Sans Serif. Y para finalizar, en este caso, el tamaño de texto más grande (aunque hay poca diferencia con el de los nombres) es el del título, siguiéndole los nombres, y terminando con los créditos inferiores en un tamaño muy pequeño.

Anatomy of a murder (Fig. 13).

En primer lugar, este cartel es a color. Tiene dos tonalidades de naranja: en la parte superior uno con más pigmento amarillo, el de abajo con más pigmento rojo. El color dominante es el negro del cuerpo humano que vemos en el centro del rectángulo superior. Los dos naranjas son colores subordinados, y el acento lo tiene el texto del título, en el mismo naranja que el fondo.

Siguiendo con la composición, tenemos dos grandes bloques, el superior en el rectángulo más naranja, y el inferior en el rectángulo más rojizo. Podemos decir que hay una pequeña diagonal que va de la parte izquierda inferior a la superior derecha. Además, Bass juega con las diagonales en el caso del texto del título, recorriendo el cuerpo en negro, aportando dinamismo.

El dinamismo es estático, ya que el cuerpo parece la figura que suele dibujar la policía tras un asesinato para determinar la posición del cadáver en el espacio.

De nuevo, la técnica de los recortables está presente tanto en los rectángulos como en el cuerpo (una vez más, representando a los personajes) y las letras del título y el nombre del director "Otto Preminger's". Aunque en esta ocasión, tenemos dos tipografías: por un lado, los nombres de los actores, abanderados a la izquierda, en lo que parece ser una sans serif de palo seco. Mientras que, en la parte inferior, abanderado a la derecha, encontramos un actor extra, en una tipografía con remates, con más floritura.

'Vertigo' (Fig. 14).

En primer lugar, este es uno de los carteles más emblemáticos de Saul Bass, ha sido estudiado y analizado hasta la saciedad, aunque para nuestro

proyecto, seguiremos la misma línea de análisis que llevamos, ya que nuestro interés se centra en la parte de los recursos estilísticos.

En cuanto al color, de nuevo tenemos una composición formada por un color cálido, de la gama de los rojos/naranjas, el uso del negro y del blanco del papel. Por una parte, el color dominante es el blanco del centro, formando la emblemática espiral del cartel, por otra, el color subordinado sería el rojo y el acento sería el negro de la figura central.

La composición vuelve a ser central, con el elemento clave justo en el centro del cartel, aunque los nombres y el título están abanderados a la izquierda, por lo que el recorrido visual nos lleva de manera un tanto triangular de la izquierda superior de los créditos, a la parte derecha del centro, y terminando en el título en la parte inferior izquierdada. Una vez más los créditos más pequeños se sitúan ocupando el ancho del cartel en la parte inferior, en un tamaño considerablemente más pequeño.

Como siempre, volvemos a observar su característica técnica de los recortables y las formas gestuales (en el caso de las figuras humanas del centro), mientras que la espiral parece bastante matemática, en contraposición con el resto de figuras.

El dinamismo está totalmente en movimiento, ya que este cartel da la sensación de caída, debido a la posición de las figuras que parece que se tambaleen y de la espiral.

Finalmente la tipografía vuelve a ser recortada manualmente en el caso de los nombres y el título, y una tipografía de palo seco para los créditos inferiores, jugando con los tamaños para llenar el ancho del cartel.

3.2.1.3. Conclusión del estilo de Bass

Tras el análisis de estas tres obras, podemos concluir que los recursos más característicos de Bass son:

En primer lugar, el uso del color. Emplea mucho las tintas planas, rojos/naranjas como subordinados, el negro como acento, y el mismo blanco del papel para acompañar.

Sus composiciones son centrales, casi siempre localizamos el acento en el centro del cartel, aunque juega un poco con las diagonales.

El dinamismo de sus obras casi siempre es en movimiento, o la percepción de éste.

Utiliza los recortes en todas sus obras, sobre todo en los títulos y nombres de los artistas, en las figuras y en las formas geométricas simples (las cuales siempre aparecen en sus obras), casi siempre rectángulos, y los utiliza para representar los elementos clave del cartel o sus personajes/argumento. En el punto de la tipografía hecha a mano, también con recortes cabe destacar que:

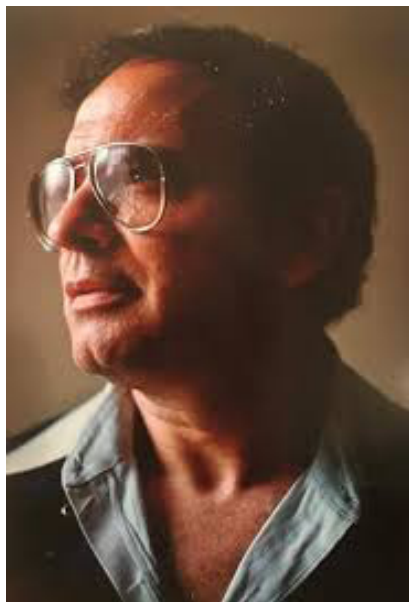


Fig. 15. Philip Gips. Fotografía.



Fig. 16. Steve Frankfurt. Fotografía.



Fig. 17. ESPN. Philip Gips.

“ [...] los caracteres tienen una gráfica elemental recortable, que de manera sorprendente equilibran la individualidad de la letra hecha a mano con la solidez funcional de las fuentes tipográficas”¹⁰

Por último, en cuanto a los textos, sí que hace uso de una tipografía (normalmente de tipo Sans Serif, de palo seco) para los créditos más pequeños situados en la parte inferior del cartel, ocupando todo el ancho. Mientras que los nombres de los actores (cuando son grandes actores) suelen ir abanderados a la izquierda y con un tamaño bastante superior, similar al del título, el cual suele estar centrado o en la parte inferior del cartel.

3.2.2. Philip Gips

“In the imagery he devised to promote *Alien*, *Rosemary's Baby* and other movies, he strove to capture their essence without giving too much away”.¹¹

[En las imágenes que ideó para promocionar *Alien*, *Rosemary's Baby* y otras películas, se esforzó por capturar su esencia sin revelar demasiado]

Nuestro segundo artista, escogido por sus composiciones fotográficas y su gran trabajo en la transmisión de emociones con sus carteles, fue un artista gráfico que creó muchos carteles de películas celebres como las que estudiaremos a continuación, insinuando el terror que éstas tenían que transmitir, sin revelar nada de las tramas.

Philip Gips (Fig. 15) nació el 28 de marzo de 1931 en Nueva York. Se graduó en la *Cooper Union* y la *Yale School of Art and Architecture*, donde empezó a trabajar con nuestro primer artista estudiado, Saul Bass. Mientras estudiaba en Yale también conoció a Lou Klein, con quién más tarde se convirtieron en los directores de arte de *Monocle*, una revista de sátira política.

Tras graduarse, Gips tuvo varios trabajos. Fundó una empresa de publicidad con Klein, una de tantas en las que se involucró, incluida una de las más importantes, la *Gips Balkind*, a la cual se unió como socio Steve Frankfurt (Fig. 16), 20 años después de su creación. A causa de que Frankfurt y Gips trabajaron estrechamente en la creación de los carteles, resulta complicado determinar quién hizo qué exactamente. Frankfurt murió en 2012.

Además de las emblemáticas creaciones de carteles de Gips, también trabajó haciendo algunas portadas de álbumes, informes anuales, letreros y logotipos corporativos, como el que ESPN utiliza desde 1985 (Fig. 17).

Philip Gips murió el 3 de octubre de 2019, a sus 88 años.

¹⁰ CARRERE, A. *Op. cit.*

¹¹ SANDOMIR, R. (2019). Philip Gips, Creator of Celebrated Film Posters, Dies at 88. *The New York Times*. Recuperado de <https://www.nytimes.com/>



Fig. 18. *Banana*. Andy Warhol.

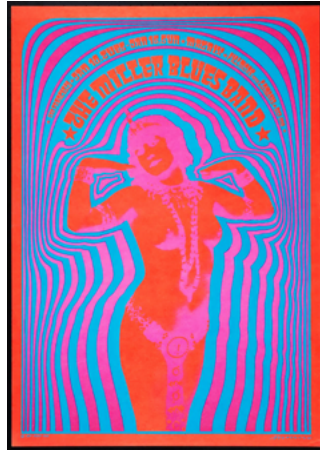


Fig. 19. *The Miller Blues Band*. Victor Moscoso.



Fig. 20. Portada de la revista *Tatler*. Bridget Riley.

3.2.2.1. Contexto de Philip Gips en el diseño gráfico

Puesto que sus obras más famosas se encuentran entre finales de los años 60 y finales de los 70, su contexto sería el que comprende esa década.

La década de los 60 es probablemente la más importante en cuanto al progreso del desarrollo social, debido a que las nuevas generaciones estaban cansadas de imitar el estilo de vida y las aspiraciones de sus padres. Se dispusieron a liberarse del conservadurismo y el diseño gráfico tuvo un papel esencial para lanzar su mensaje al resto del mundo.

Durante estos años, los jóvenes, se convirtieron en la mayor revolución cultural en varias generaciones, y estalló la creatividad nunca vista en el mundo del diseño. Para estos jóvenes, el diseño gráfico era un medio de difundir su mensaje, por lo que los estilos de la década reflejan los valores del cambio cultural.

Como movimientos estaban el Arte Pop (Fig. 18), la Psicodelia (Fig. 19) y el *Optical Art* (Fig. 20)(aunque éste no duró mucho, pues no causó más interés que el de la novedad).

Paralelamente, aparecía la composición tipográfica “casera”, esto es gracias al sistema de fotocomposición desarrollado por varias empresas. Éstas filmaban los caracteres y se transferían por impresión en offset. Esto permitía que la gente hiciera sus propios tipos, aunque no siempre salían bien.

En la década de los 70, la conciencia social dio un paso adelante, con ejemplos como la primera ley de discriminación sexual y la ley de igualdad en salarios en 1975, o la retirada de las fuerzas de E.E.U.U. de Vietnam.

Para el diseño gráfico, esta década supuso un rápido desarrollo en tecnologías de diseño y composición tipográfica. La fotocomposición se perfeccionaba y la tecnología pudo extenderse a más gente cuando Compu-graphic empezó a producir máquinas más asequibles, que permitieron que los editores elevaran a un nivel más profesional sus tipografías.

Como tendencias, tenemos (Fig. 21) la tipografía posmodernista y la *new wave*, y el punk (fig. 22) . Aún así, la aparición de estos movimientos no significa la desaparición del estilo internacional, éste se sigue utilizando ampliamente junto con otros estilos del siglo XX. No obstante, a partir del Arte Pop y la Psicodelia, se produjo un aumento del uso de la ilustración por encima de

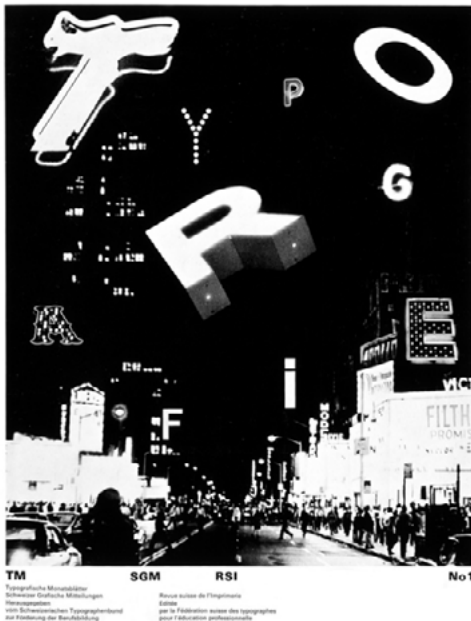


Fig. 21. Portada de la revista *Typografische Monatsblätter*. Dan Friedman.



Fig. 22. Portada del álbum “*God Save the Queen*”. Jamie Reid.



Fig. 23. *Rosemary's baby*. Philip Gips.

la fotografía, y una elección de tipografías más libre, aunque con la maquetación limpia y organizada de décadas anteriores.

Como enseguida veremos, Philip Gips seguía poco las nuevas corrientes, más bien funcionaba con el estilo internacional, y utilizando el fotomontaje.

3.2.2.2. *Aanálisis de tres obras de Philip Gips*

“Firmemente, guiados por la estructura del todo, tratamos después de localizar los rasgos principales y de explorar su dominio sobre los detalles dependientes. Poco a poco la riqueza de toda obra se revela y encaja su sitio [...]”¹²

Las obras seleccionadas han sido las tres más famosas del artista: *Rosemary's baby* (1968); *Emmanuelle*(1974); *Alien* (1979).

Rosemary's baby (Fig. 23).

Simbólicamente, este cartel es muy potente, ya que simplemente con el rostro inánime de la mujer, como recostada, ignorando el hecho de que hay un bebé abandonado en un lugar rocoso y desierto, junto con esa tonalidad verdosa que provoca incomodidad y misterio, genera una sensación de miedo e incertidumbre. El cartel no necesita nada más, pues podemos ver como los créditos y el títulos están en la parte inferior del cartel, fuera de la imagen.

Centrándonos en lo estilístico y los recursos, en primer lugar, el cartel está a color, monocromático en un verde esmeralda. Por lo que el subordinado, en este caso, sería el negro de la montaña con el carrito del bebé.

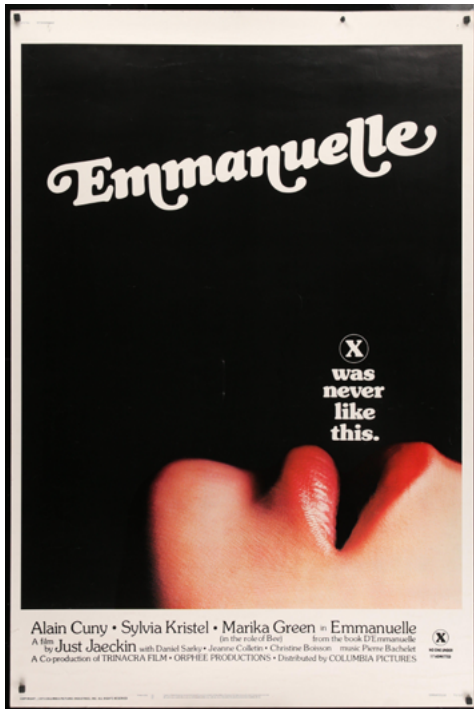
Está claro que en cuanto a la composición, vertical y centralizada, el punto de atención más grande lo forman el carrito de bebé y el rostro de la mujer. Le siguen los créditos en la parte central inferior, colocados por orden de importancia: el nombre de la productora (muy pequeño); el nombre de la actriz principal; el nombre del director; el título de la película; el nombre del co-protagonista, y seguidamente, también centrados, los créditos de la película, con el tamaño más pequeño.

El movimiento es estático, ya que el carrito esta quieto y la mujer está como inerte.

Como técnica apreciamos el fotomontaje, haciendo la cabeza muy grande en comparación con el paisaje.

Finalmente, en cuanto a la tipografía utilizada, es una tipografía de palo seco, con diferentes grosores: los más *bold* para los nombres importantes como la actriz principal y el título de la película. El segundo, el *regular*, para el director, y el más *light* para el resto de los créditos.

12 ARHEIM, R. (2006). *Arte y percepción visual*. Madrid, España: Alianza Editorial S.A.

Fig. 24. *Emmanuelle*. Philip Gips.

Emmanuelle (Fig. 24).

Cromáticamente, el color dominante es el negro del fondo, seguidamente el color subordinado es el color rosado de la cara y los labios de color coral insinuados por la esquina inferior derecha, y el acento serían las letras en blanco.

La composición está compensada, aunque no centralizada completamente. Por un lado tenemos el título, colocado de manera diagonal hacia la esquina superior derecha para compensar el siguiente elemento, la frase del cartel y el rostro. Con la frase nos dirigimos hacia la boca, el punto clave del cartel, ya que sugiere de manera no explícita una imagen bastante provocativa y sensual. Finalmente tenemos, fuera de la imagen (de nuevo) los créditos.

La composición es dinámica y parece que estemos en movimiento, parece que la boca esté a punto de comerse la frase.

Podemos ver como utiliza la fotografía como recurso base, junto con el título en una tipografía que se asemeja mucho a la *Cooper Black*, aunque observamos que otro recurso que ha utilizado es que la primera “m”, la “n” y la primera “l” tienen patas más alargadas, dándole una apariencia única.

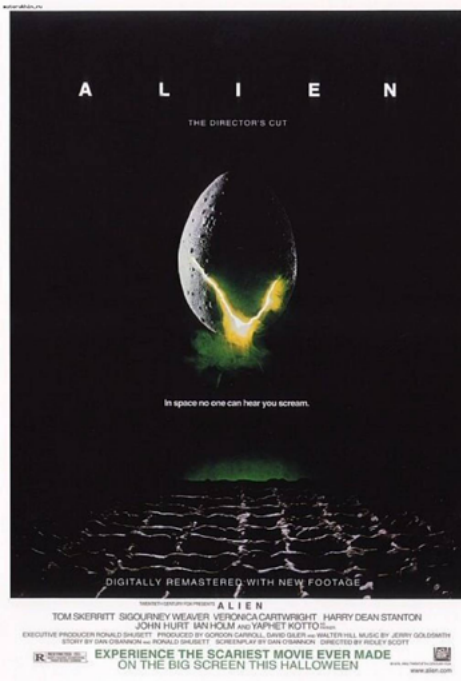
Finalizando con la tipografía, utiliza la misma con letras de tipo grueso para el título y la frase del cartel, mientras que para los créditos (dispuestos en lo ancho del cartel, dejando un recuadro para la calificación de mayores de 17, y colocados variando los tamaños y dejando algunas calles espaciadas) es otra un tanto, con pequeños remates con apófinges muy ligeramente curvos, casi imperceptibles, y con un grosor medio en los nombres, y más fino en los créditos pequeños.

Alien (Fig. 25).

El cartel de esta película es el más famoso que tiene este artista, ya sea por la potencia simbólica o por su exquisita estética.

Empezamos señalando que una vez más, ha hecho uso de las tonalidades verdosas para centrar la atención. Por supuesto, el color subordinado es el negro, ya que acompaña perfectamente al acento: el brillo amarillento del líquido viscoso que vemos salir del huevo de alien roto, y del verde de los vapores. Además, tenemos (a parte de la tipografía) el brillo en tonos más blanquecinos de esa especie de red en la parte inferior de la imagen.

Siguiendo con la composición, ésta es totalmente centralizada. En orden tenemos el título de la película, con el *tracking* muy holgado, para separar las letras de la palabra “ALIEN”, colocada en la parte superior central del poster, seguidamente tenemos una frase en un tamaño mucho más pequeño. Seguidamente vemos el huevo eclosionando, otra frase centrada, más imagen, otra frase y, finalmente, los créditos (de nuevo, fuera de imagen). Por lo que se trata de una composición vertical.

Fig. 25. *Alien*. Philip Gips.

El movimiento es bastante estático, aunque al mirar al huevo, parece que la lava siga saliendo y por, tanto, da sensación de movimiento.

En cuanto a la tipografía, se trata de una del tipo de palo seco, es la misma para todos los textos del cartel. En cuanto a la disposición de éstos, vemos como ha ido intercalando texto e imagen, y ha jugado con el tamaño y la opacidad, para destacar unos más que otros. Así lo primero que vemos es el título, y después nuestros ojos inmediatamente leen "*In space no one can hear you scream*". Finalmente los créditos están de nuevo en la parte inferior, de manera externa a la imagen, centrados y con un juego de tamaños para destacar lo más importante, dejando los logotipos de las patrocinadoras a los laterales.

Como último detalle, podemos ver que ha resaltado con color verde la frase final del cartel, donde dice que es la experiencia más escalofriante.

3.2.2.3. Conclusión del estilo de Gips

Tras el análisis de estas tres obras, podemos concluir que los recursos más característicos de Gips son:

En primer lugar, el uso de un solo color y en composición con un negro dominante y el blanco del papel.

En cuanto a su composición, suelen ser centralizadas. La imagen suele ser su elemento principal, acompañado por el título y alguna frase para llamar la atención. Además, deja los títulos de crédito fuera de la imagen, en la parte inferior central del cartel.

La sensación de movimiento varía según el cartel, dependiendo de la trama utiliza composiciones más estáticas o más dinámicas, según convenga, aunque analizando varios carteles más podemos observar el predominio de lo dinámico.

En cuanto a las técnicas particulares, el fotomontaje es clave en sus composiciones, además de crear una especie de polaroid visual con el recuadro blanco que deja alrededor de la imagen.

Finalmente, la tipografía que predomina es la de palo seco, aunque en el cartel de *Emmanuelle* vemos una tipografía con remates.

3.2.3. John Alvin

"Creating the promise of a great experience"¹³

[Creando la promesa de una gran experiencia]

¹³ John Alvin Art. [CONSULTA: 15-06-2020]. Disponible en <https://johnalvinart.com/about-john-alvin/>



Fig. 26. John Alvin. Fotografía.

Fig. 27. *Beauty and the Beast*. John Alvin.Fig. 28. *Arachnophobia*. John Alvin.

Así es como describe su carrera como diseñador e ilustrador nuestro tercer y último artista. Escogido por su estética más comercial y por su renombre, es un artista del diseño gráfico que trabaja con grandes directores de cine y compañías muy importantes como Disney. Por lo que su estilo nos aporta lo que más vendemos por el momento, dándonos las tendencias publicitarias más comunes en los tiempos que corren.

John Alvin (Fig. 26), nacido el 24 de noviembre de 1948 en Massachusetts, EE.UU. era diseñador e ilustrador principal de la industria del entretenimiento. Diseñando carteles que serían reconocidos por todo el mundo, ha creado carteles que han sido galardonados, como el de *Beauty and the Beast* (Fig. 27), *Arachnophobia* (Fig. 28), *Blade Runner* (Fig. 29), y muchos ejemplos más. De hecho, su cartel de *The Phantom of the Paradise* (Fig. 30).

Su arte tiene una identidad muy fuerte con las películas, tanto que también se utilizaron para el relanzamiento de películas y las portadas de los vídeos. Este artista pertenece a una lista de artistas de carteles de cine cuyas obras se han convertido en la rica y colorida historia visual de Hollywood.

Alvin murió en 2008, tras la celebración de *Star Wars* en 2007, y alcanzar la cima de su éxito.

3.2.3.1. Contexto de John Alvin en el diseño gráfico

Aunque nuestro tercer artista siguió diseñando hasta su prematura muerte en 2008, hemos escogido tres obras de mitad de los años 80 a principios de los 90.

En los años ochenta hubo un cambio muy grande con el avance de la tecnología, a su vez que un periodo muy significativo en cuanto a altibajos económicos.

“Al principio de los ochenta la tecnología digital aún parecía un sueño imposible e inasequible, pero a principios de los noventa muchos diseñadores se vieron delante de un ordenador en vez de ante un tablero de dibujo”¹⁴

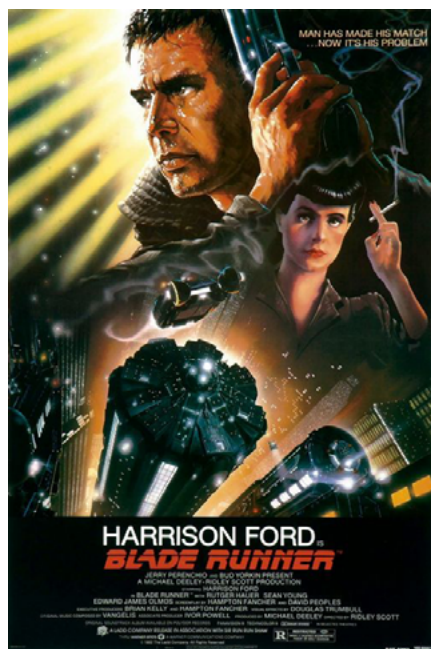
Fig. 29. *Blade Runner*. John Alvin.Fig. 30. *Phantom of the Paradise*. John Alvin.



Fig. 31. *Stallone Cobra*. John Alvin.

Los años 80 fueron un avance impresionante en el área tecnológica, como ya hemos dicho. Con la llegada de los videojuegos, el videocassete VHS, un nuevo período de exploración espacial gracias a las lanzaderas de Estados Unidos y, sobretudo para los diseñadores, la presentación del Apple Macintosh. Por lo que, a mitad de los 80, Apple, Adobe y Aldus proporcionaron a los diseñadores gráficos un método de trabajo que no hubiera sido posible sin sus novedosas tecnologías.

También fue la década en que las revistas que hablaban de estilo subieron a la cima. Revistas que ofrecían un contenido de calidad en cuanto a diseño gráfico en todas sus páginas.

La década de los 90 se convirtió en un hito histórico gracias a internet y el multiculturalismo. La expansión de la cultura popular exigió un lenguaje gráfico nuevo que se pudiera moldear con facilidad, adaptarse con rapidez y transmitirse con eficacia a través de las nuevas plataformas mediáticas.

Esta década marcó el punto en que la influencia del capitalismo y la cultura consumista entraron en una etapa de crecimiento de veinte años que desembocó en una de las peores recesiones a escala global desde la gran depresión de los años treinta. Aún así, las oportunidades que brindó la nueva tecnología ayudaron a crear un tipo de diseñador gráfico que se parecía a sus predecesores de la segunda mitad del siglo XX.

Esta influencia se difundió a lo largo de los noventa y se inspiró en elementos visuales de la ciencia ficción y los videojuegos. Además, sobre los cimientos que pusieron Wolfgang Weingart y April Greiman se construyó una estética digital distintiva y firme.

A finales del siglo XX, muchos diseñadores buscaban métodos para combinar lo manual con lo digital. Lo cual ha hecho que el diseño gráfico haya logrado seguir un camino estético que incluya la tecnología y las técnicas antiguas.

3.2.3.2. Análisis de tres obras de John Alvin

Las obras seleccionadas han sido *Stallone Cobra* (1986); *Rain Man* (1988); *Batman Returns* (1992).

Stallone Cobra (Fig. 31).

En primer lugar, este cartel está a color. Dentro del análisis cromático señalamos el rojo como color dominante, en el fondo en una especie de degradado, y en el texto central del título de la película. Vemos que hay un acento cromático en la parte superior, en el blanco del cartel, al igual que la frase de debajo del título. Además, tenemos otro pequeño acento en el azul del reflejo de las gafas, acompañado por los brillos (también del mismo azul) en la ropa y la parte inferior del cartel. Por último, vemos un gris más bien claro para los créditos de la parte inferior.



Fig. 32. *Rain Man*. John Alvin.

En cuanto a la composición, vemos que es una composición muy vertical, centralizada. El ojo nos conduce por esa línea casi dibujable que forman los textos y el personaje protagonista. Además, vemos una clara diagonal desde el brazo izquierdo hasta la esquina superior derecha del cartel. Para finalizar, destacamos que los créditos están situados en la parte inferior central del cartel, destacando el nombre del actor y el título por encima de los demás, aunque no demasiado.

Como técnica, es claramente apreciable la mezcla de ilustración y fotografía.

En cuanto al movimiento, diríamos que no hay, aunque parece que Stallone esté ligeramente caminando, por lo que no es del todo estático.

Siguiendo con la tipografía, se ha utilizado sobre todo el tipo de palo seco, en una versión redonda para las frases en color blanco, y en la versión condensada para los créditos. Por otro lado, ha utilizado una tipografía bastante gruesa, condensada y con remates para el título, dándole ese aspecto fiero y tosco propio de las películas de acción.

Rain Man (Fig. 32).

Empezando por el cromatismo, este cartel es a color. Concretamente es una fotografía, con una saturación baja, y unas tonalidades bastante frías y suaves, como el gris de la carretera o los pantalones, el verde del césped o el ocre de la chaqueta de Hoffman. Por otra parte, vemos que la tipografía está en color blanco, para resaltar mejor sobre los fondos que tiene la imagen, aunque los créditos vuelven a estar en color gris. Terminando con el color, Cruise lleva una chaqueta y mochila oscuras, en contraposición con su compañero, lo que aporta contraste, además, apreciamos tres líneas compositivas de color rojo, en los nombres de los actores y debajo del director.

Continuando con la composición, vuelve a ser vertical y centralizada, con la diferencia de que se ha utilizado un triángulo visual en lugar de una sola línea. Este triángulo nos lleva desde las esquinas superiores (pasando por los actores) hasta la señalización, por parte de sus piernas, del título central inferior. Finalmente, vemos como todo conduce hacia el título y, posteriormente, a los créditos pequeños, de nuevo centrados en la parte inferior.

En este cartel no tenemos mezcla de ilustración, se trata de una fotografía con los actores principales y textos para dar la información necesaria sobre la película.

Los personajes están en movimiento, por lo que el dinamismo no es estático.

Esta vez, la tipografía es la misma para todos los textos, con diferentes grosores, pero la misma tipografía con remates. Finalmente, podemos destacar que se ha manipulado el *tracking* en los nombres de los actores, en "Dustin" y en "Tom".



Fig. 33. *Batman Returns*. John Alvin.

Batman Returns (Fig. 33).

Este último cartel es un poco más complejo en cuanto al cromatismo. Vemos claramente que el color dominante es el negro del fondo del cartel, el subordinado es el azul de los reflejos y el humo, y el blanco de los textos es el acento. Ahora bien, en las caras de los tres personajes protagonistas, vemos un degradado en la saturación: mientras Batman tiene una tez saturada más normal, Catwoman a penas tiene rastros de lo que parece una tez rosada en la parte inferior de la mandíbula, contrastado con el rojo de los labios, y por último, el villano “El Pingüino” está totalmente desaturado, solo vemos blanco y negro, con reflejos en azul. Los créditos, de nuevo en gris, esta vez con subtono azul.

En cuanto a la composición, volvemos a la línea visual y la centralización vertical. Tenemos, en primer lugar, los nombres de los protagonistas, colocados en horizontal, en la parte superior, ocupando prácticamente todo el ancho, dejando unos ligeros márgenes a cada lado. A continuación, los tres personajes, colocados en una especie de tótem, donde claramente la cabeza de Batman es ligeramente más grande que la de los demás. Seguimos hacia abajo donde topamos con el título, el cual nos dirige hacia los créditos, que pasan un poco desapercibidos en contraste con esa fecha en un blanco más luminoso que el gris azulado de éstos. Finalmente, tenemos pingüinos a cada lado del título, que aportan estabilidad a la composición, al reforzar la horizontalidad inferior para compensar la de los nombres superiores.

Se vuelve a tratar de tres fotografías, aunque podría apreciarse un toque ilustrativo.

Mientras Batman está inmóbil, Catwoman está en posición de ataque, y Pingüino está estático también, por lo que no hay mucho movimiento.

Finalmente, la tipografía vuelve a ser la misma para todo el cartel, también con remates y esta vez en un grosor mayor y apófiges claramente redondeados. Utiliza el cambio de tamaño en lugar del cambio de tipografía.

3.2.3.3. Conclusión del estilo de Alvin

Tras el análisis de estas tres obras, podemos concluir que los recursos característicos de Alvin son:

En primer lugar, el uso de la fotografía a color. Emplea sobretodo fotografías de los personajes en fondos de un solo color, aunque llevan alguna especie de degradado o subtono. Utiliza el color blanco generalmente para sus textos, aunque en alguna ocasión utiliza el rojo para el título o dar algún detalle. Además, utiliza el gris de manera habitual para los créditos inferiores.

Sus composiciones son muy verticales, en ocasiones podemos observar diagonales o alguna forma triangular, pero por lo general la información suele estar colocada en el centro del cartel. Los nombres son colocados en la

parte superior del cartel cuando son de un reclamo muy famoso o en la parte de los créditos (encima del título también se ha visto en otros carteles), destacando su tamaño un poco por encima de los demás. Finalmente, coloca siempre los créditos finales en la parte inferior central del cartel, sin llegar a ocupar todo el ancho.

Aunque es cierto que hace uso de la ilustración, por lo general vemos fotografía, sobretodo del protagonista o los protagonistas, con edición.

Sus composiciones, son estáticas pero con el personaje realizando algún ligero movimiento, por lo que quita la sensación de rigidez.

Por último, en cuanto a la tipografía, hace uso de las tipografías con remates, y juega más con los grosores y los tamaños, en lugar de utilizar muchas tipografías en el mismo cartel. Suele utilizar una, dos como mucho, a no ser que la composición pida una distinción más clara de alguno de los textos.

4. BÚSQUEDA DEL ESTILO PERSONAL A TRAVÉS DE LA REINTERPRETACIÓN

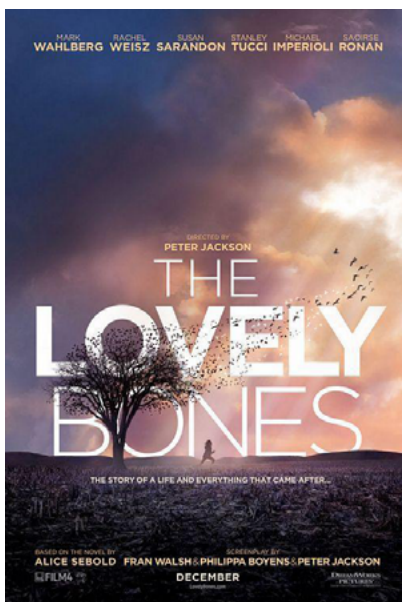
Una vez realizada la parte de investigación y análisis de nuestros referentes, se ha procedido a realizar el segundo y el tercero de los tres pasos planteados para acercarnos un poco más a lo que podría ser nuestro propio estilo gráfico.

4.1. REINTERPRETACIÓN DE CARTELES UTILIZANDO EL ESTILO DE LOS REFERENTES

El segundo paso en nuestro proyecto ha sido la reinterpretación de una serie de carteles por cada referente, aplicando los conocimientos aprendidos sobre cada uno, de manera que, alejándonos un poco más de la copia, entramos en lo que sería nuestra interpretación de su estilo, creando carteles que se asemejan a los suyos, sin llegar a ser una imitación. Para ello hemos utilizado títulos ya existentes puesto que nuestro interés radica en las soluciones visuales, como bien hemos ido aclarando a lo largo del proyecto. Además, los títulos se han escogido en base a nuestro gusto personal, pues son películas que desde nuestro punto de vista tienen algo que nos ha motivado a potenciar la creatividad necesaria para este proyecto.

Si bien hemos creado cuatro carteles cinematográficos por cada referente, vamos a proceder a analizar y explicar el proceso de los dos que mejor representan el estilo de nuestros autores. El resto de carteles se podrán ver posteriormente en el Anexo.

Los carteles han sido creados con las herramientas *Photoshop* e *Illustrator*. Por lo que nos situamos en un entorno digital, y un formato A3.

Fig. 34. *The Apartment*. Póster original.Fig. 35. *Memento*. Póster original.Fig. 36. *Moulin Rouge*. Póster original.Fig. 37. *The Lovely Bones*. Póster original.Fig. 38. *Moulin Rouge*. Neiba Bibiloni.

4.1.1. Estilo Bass.

Aunque es cierto que Saul Bass utilizaba técnicas manuales, nosotros nos hemos adaptado a la tecnología de nuestra época, por tanto, lo que hemos hecho para acercarnos visualmente a su estética, ha sido simular los recortables, con formas más parecidas a lo manual, aplicar texturas y utilizar tipografías que se acerquen más a lo orgánico, alejándonos de ese aspecto perfeccionista que nos aporta lo digital.

Para interpretar el estilo de Bass hemos realizado las reinterpretaciones compositivas de los carteles de: *The Apartment* (1960) (Fig. 34), *Memento* (2000) (Fig. 35), *Moulin Rouge* (2001) (Fig. 36) y *The Lovely Bones* (2009) (Fig. 37).

Moulin Rouge (Fig. 38).

Esta película es un musical sobre el amor imposible de una bailarina de cabaret llamada "Satine" y un escritor llamado "Christian" en busca de una nueva vida.

Anteriormente hemos estudiado que Saul Bass utiliza formas y figuras geométricas para representar gráficamente el argumento o personajes de sus carteles, por lo que nuestro principal concepto de este cartel son los diamantes en la parte central, representando a nuestros dos protagonistas, con la lágrima de sangre como símbolo de la tragedia. Además, siguiendo el estilo compositivo de nuestro artista, hemos colocado los diamantes en la parte central del cartel, un poco más cerca de la parte superior.

Siguiendo con el cromatismo, hemos escogido un rojo bastante saturado, dentro de la gama de colores cálidos, como color subordinado. Seguido por el negro en los textos y el diamante izquierdo, y el blanco como acento en el diamante derecho inclinado.

En cuanto a la técnica manual, primero hemos añadido ruido y hemos destramado el fondo para acercarnos a la textura del papel. También hemos simulado el efecto de los recortes quitándole la perfección de las líneas digitales, con diferentes herramientas de Illustrator. Además, le hemos dado

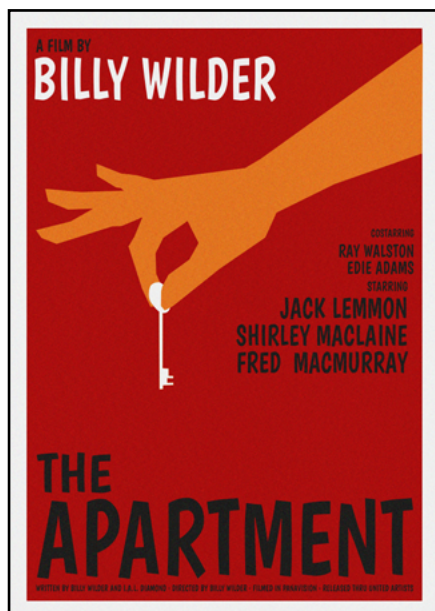


Fig. 39. *The Apartment*. Neiba Bibiloni.

diferentes perspectivas a ambos diamantes, para aportar ese dinamismo propio de Bass.

Siguiendo con la tipografía, aunque se ha utilizado la tipografía *Special Elite*, hemos modificado el tamaño, rotación y altura de algunas letras para simular ese efecto manual tan característico.

Finalmente, los créditos están colocados en la parte inferior del cartel, ocupando prácticamente todo el ancho, y con la misma tipografía que para el título.

The Apartment (Fig. 39).

Esta película es una comedia de los años 60 protagonizada por dos estrellas del momento: Shirley MacLaine y Jack Lemmon, y dirigida por un grande del cine clásico: Billy Wilder.

Su argumento es, principalmente, que un hombre que vive en Nueva York tiene un apartamento muy bien situado para él solo. Es su carácter despreocupado y su buena fe los que le arrastran a cederle el apartamento a sus jefes, de la oficina donde trabaja, para que lleven a sus “amigas”.

Compositivamente, este cartel funciona muy bien en cuanto a las direcciones que se le han dado. Empezando por el nombre del director en la parte superior izquierda, siguiendo con la diagonal que construyen el brazo extendido y los créditos centrales de la parte derecha, y finalmente con la vertical que crea la llave indicándonos el título, por lo que hay mucho dinamismo en el cartel, al igual que en los de Bass. Además, si nos fijamos en los tres dedos, nos apuntan hacia el director, por lo que está todo relacionado.

En cuanto al cromatismo, se ha utilizado un rojo menos brillante como color dominante, y un naranja como subordinado. También se ha utilizado el blanco como acento en la llave y en el nombre del director, y se ha reservado el negro para el resto de textos.

De vuelta con la técnica manual, se ha creado el brazo de manera muy geométrica y con un solo color plano para dar esa sensación de recortes, además en la llave es claramente apreciable como no es una forma perfecta, sobretodo si nos fijamos en la parte ovalada.

Finalizando con la tipografía, se ha utilizado *Bogaloo*, para, una vez más, dar la sensación de algo más manual. Se ha jugado con los tamaños para dar más importancia a unos textos que a otros, como el título, o los nombres de los protagonistas.

Fig. 40. *Gone Girl*. Póster original.Fig. 41. *Fifty Shades of Grey*. Póster original.Fig. 42. *A Quiet Place*. Póster original.Fig. 43. *Brightburn*. Póster original.Fig. 44. *A Quiet Place*. Neiba Bibiloni.

Tras estas interpretaciones de su estilo, se ha llegado a la conclusión de que los recursos nuevos que hemos aprendido de Bass son:

- Uso de tintas planas (colores saturados, fuertes)
- Uso del blanco del papel como acento visual
- Uso del negro como color subordinado en los textos
- Composiciones muy dinámicas, con la figura, o figuras principales en el centro
- Técnica: recortes (o la simulación de un aspecto más manual)
- Uso de las figuras geométricas para dar forma a las figuras principales o al fondo del cartel
- Tipografía hecha a mano con los recortes
- Tipografías de palo seco en otros casos

4.1.2. Estilo Gips.

Dado que Gips utiliza el fotomontaje en la mayoría de sus obras, para acercarnos a su visión artística, hemos tratado las imágenes de manera que creamos nuestros propios y únicos fotomontajes para cada póster.

Para interpretar el estilo de Gips hemos realizado las reinterpretaciones compositivas de los carteles de: *Gone Girl* (2014) (Fig. 40), *Fifty Shades of Grey* (2015) (Fig. 41), *A Quiet Place* (2018) (Fig. 42) y *Brightburn* (2019) (Fig. 43).

Nuevamente vamos a proceder a explicar los dos carteles que más se han asemejado al estilo de nuestro artista en estudio.

A Quiet Place (Fig. 44).

Ésta es una película de terror que trata sobre la vida de una familia tras la tragedia que sufre el planeta cuando unas extrañas criaturas devoran a parte de la humanidad y hace que el resto tenga que vivir en silencio para que no

Fig. 45. Fotograma del trailer de *A Quiet Place*.

Fig. 46. Fotomontaje para el cartel.

les puedan dar caza.

Empezando por el fotomontaje, se ha extraído un fotograma del trailer de la película (Fig. 45) para utilizarlo como elemento clave: los arañazos de la pared. Tras un proceso de edición (manipulando los niveles, las curvas y los contrastes) en el cual hemos extraído e integrado el arañazo en un fondo verdoso muy oscuro (Fig. 46), se ha procedido a componer el cartel y sus textos.

Lo primero ha sido crear el marco tipo *polaroid*, característico de Gips. Dentro de este marco se han colocado los créditos y una frase de reclamo para los espectadores, dejando el logo de la productora en la parte derecha del recuadro.

Dentro de la imagen, recolocada para centrarla en el espacio, se han colocado, el título de la película en la parte superior central, junto con la primera frase que describa la sensación de terror (“silence will save your life”), y en la parte inferior central la segunda frase (“if they hear you, they hunt you”).

En cuanto a la tipografía se ha utilizado *Centaur* para el título de la película, una tipografía con remates, y para el resto de textos, una tipografía de palo seco, *Century Gothic*, como seña al estilo internacional.

Cromáticamente el blanco es el color más llamativo de la parte superior central del cartel, aunque el acento cromático es el ocre del centro de la imagen. El color dominante es el verde oscuro y el subordinado el verde claro. Además, los créditos inferiores están en negro, aunque la frase de reclamo está en un tono verdoso similar al del centro de la imagen, al igual que las frases en el interior de la imagen.

Brightburn (Fig. 47).

Esta película es un *thriller* de terror que cuenta una historia muy similar a la de la conocida película *Superman*, con la diferencia de ser la versión macabra de lo cómo sería el conocido niño con poderes si en lugar de seguir una moralidad muy fuerte, siguiera sus instintos y utilizase sus poderes para alcanzar la superioridad y temeridad que éstos le proporcionan.

Nuevamente, la realización de este cartel se ha comenzado por la creación del fotomontaje. Se han cogido dos imágenes (en internet) de una sesión fotográfica para la película: el niño protagonista mostrando su cara (Fig. 48), y el niño con su máscara de villano (Fig. 49). Se han editado de tal manera que han sido combinadas para mostrar ambas caras en una misma imagen (con

Fig. 47. *Brightburn*. Neiba Bibiloni.

Fig. 48. Fotografía del protagonista.

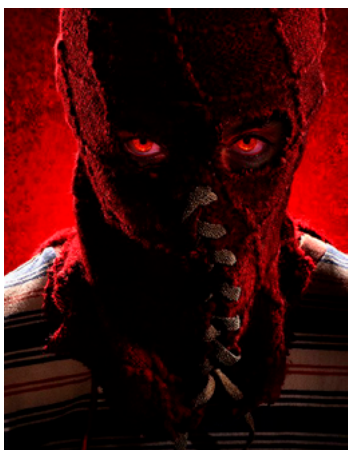


Fig. 49. Fotografía del protagonista.



Fig. 50. *Todo sobre mi madre*. Póster original.



Fig. 52. *If I stay*. Póster original.

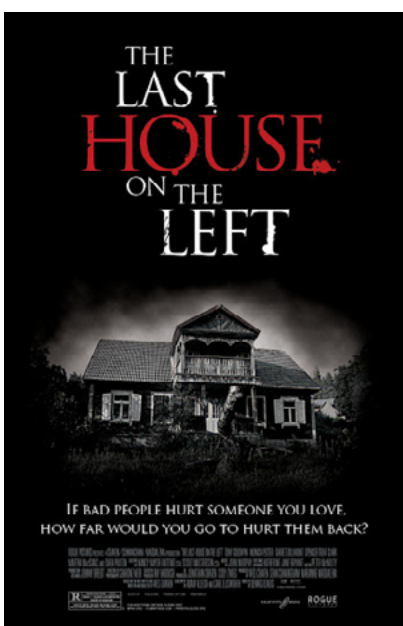


Fig. 53. *The last house on the left*. Póster original.



Fig. 51. *The Pursuit of Happiness* Póster original.

máscaras de capa, niveles, brillo y contraste, saturación, etc.), además se ha modificado el fondo de la imagen para crear un contraste de color rojo muy potente, para dar esa sensación de caos y destrucción.

Una vez realizado el fotomontaje en, se ha procedido a la composición del cartel. De nuevo se ha creado un marco blanco de tipo *polaroid* aunque en esta ocasión se han introducido en él todos los textos del cartel, dejando que el impacto de la imagen no esté alterado por la presencia de otros elementos. Por lo que la composición está dividida en dos elementos, por una parte la imagen y por la otra el texto.

En cuanto al texto, se han utilizado dos tipografías: *Coolvetica Book* para los textos destacados (el nombre del actor y el título de la película) e *Identikal Sans* para el resto de los textos. Se puede ver como la resolución de esta parte ha sido muy sencilla visualmente, todo el texto está centrado en el recuadro blanco, dejando protagonismo a los que lo requieren y homogeneizando el resto de créditos. Nuevamente se ha colocado el logotipo de la productora en el lateral.

Tras estas interpretaciones de su estilo, se ha llegado a la conclusión de que los recursos nuevos que hemos aprendido de Gips son:

- Uso del fotomontaje como elemento principal
- Un color dominante en el fotomontaje
- Marcos para las imágenes (sobretudo de tipo *polaroid*)
- Tipografías de palo seco
- Cuadros de texto (sobretudo créditos) centrados en la parte inferior del cartel

4.1.3. Estilo Alvin.

Para la interpretación del estilo de nuestro último referente, hemos tenido la visión más comercial del momento, tratándose de utilizar a los protagonistas como principal recurso en el cartel.

Para interpretar el estilo de Gips hemos realizado las reinterpretaciones compositivas de los carteles de: *Todo sobre mi madre* (1999) (Fig. 50), *The Pursuit of Happiness* (2006) (Fig. 51), *If I stay* (2014) (Fig. 52) y *The last house on the left* (2009) (Fig. 53).



Fig. 54. *The Pursuit of Happiness*. Neiba Bibiloni.



Fig. 55. Fotografía para la película *The Pursuit of Happiness*.



Fig. 56. *If I stay*. Neiba Bibiloni.



Fig. 57. Fotograma de la película *If I stay*.

Procedemos a explicar los dos carteles que más se han asemejado al estilo de nuestro último referente.

The Pursuit of Happiness (Fig. 54).

Esta película trata la real historia de un padre que pertenece a la clase obrera de Nueva York, que trata de encontrar un buen trabajo y remontar en la vida para darle lo mejor a su hijo. Esta trama enseña lo duro que es no tener dinero y tener que pasar por las situaciones más duras, además con un hijo a cargo.

Para la realización de este cartel se ha comenzado con la edición de la fotografía (Fig.55) (sacada de una sesión fotográfica para la película en internet). Se ha creado más escenario en el suelo y la pared superior para su encaje en nuestro formato A3, además de retocar las tonalidades, los niveles y las curvas para darle un aspecto más cálido y con un subtono más rojizo.

Siguiendo con la composición, se ha hecho en base a la verticalidad centralizada que hemos estudiado, colocando al personaje en el centro y los textos tal como lo haría nuestro autor, con el nombre del protagonista en la parte superior del cartel (al haber solamente un nombre lo hemos colocado en el centro), y en la parte inferior central, el título de la película y los créditos en un tamaño más pequeño, ocupando más espacio del ancho del cartel, con el logotipo de la productora en el lateral derecho.

En cuanto a los colores, se ha utilizado un rojo brillante en el título para destacar más sobre la imagen, y un rojo más oscuro para los créditos inferiores.

Finalmente, la única tipografía que se ha empleado para todos los textos ha sido *Libre Calson Text*, jugando con los tamaños, y utilizando dos grosores: uno para el texto, y otro para el resto de textos.

If I stay (Fig. 56).

Esta película trata sobre una adolescente que ha sufrido un accidente de coche, su familia y ella se debaten entre la vida y la muerte y tras una serie de acontecimientos debe escoger si decide quedarse en la tierra o descansar en paz.

De nuevo se ha realizado primero la edición de la fotografía principal para crear el cartel. Hemos seleccionado un fotograma de la película con la protagonista (Fig. 57). Tras un proceso de edición en el cual se ha distorsionado

el fondo para eliminar la apariencia de las letras que hay tras la chica, darle ese aspecto en movimiento, editar los niveles y el brillo para reflejar esa idea del más allá llamándola, y encuadrando bien a la protagonista en el formato A3 (creando una pequeña diagonal visual, al igual que con el cartel estudiado anteriormente de *Stallone Cobra*), se ha procedido a componer el resto de piezas del cartel.

En cuanto a los textos, se ha utilizado el color blanco en todos y un azul muy claro para el título, para destacarlo un poco más sobre el resto de textos. La tipografía empleada ha sido *Minion Variable Concept* para el título, y *Georgia Pro* para el resto de textos.

Finalizando con la distribución de estos textos, esta vez lo que hemos colocado en la parte superior ha sido la frase clave para describir la trama, y su nombre está situado sobre el título. Además, los créditos se han vuelto a colocar en la parte inferior central, esta vez dejando los logos en la parte inferior para seguir con esa verticalidad centralizada.

Tras estas interpretaciones de su estilo, se ha llegado a la conclusión de que los recursos nuevos que hemos aprendido de Gips son:

- Uso de la fotografía de uno o dos protagonistas como elemento principal
- Uso de una o, en ocasiones, dos tipografías, normalmente con remates
- Uso del blanco en los textos; gris claro en los créditos y un solo color diferente, en ocasiones, para el título
- Verticalidad centralizada
- Diagonales visuales con la postura del personaje
- Colocación del título, generalmente, en la parte inferior, sobre los créditos

4.2. CREACIÓN PROPIA EN BASE A LOS RECURSOS ESTUDIADOS

Una vez que ya tenemos los conocimientos y recursos necesarios, se ha procedido a seleccionar esos elementos que más nos han interesado para crear nuestros propios carteles cinematográficos.

Del artista Saul Bass, nos ha gustado la idea de lo manual para darle forma a la figura protagonista, su colocación central y del uso de los colores planos y llamativos, como los rojos o los naranjas.

Del artista Philip Gips nos ha llamado la atención el encuadre de la obra en un marco, además del uso del fotomontaje para las figuras centrales, y la tipografía de palo seco.

Finalmente, del artista John Alvin, nos ha gustado la verticalidad centralizada de sus obras, además de la colocación de los títulos de crédito.



Fig. 58. *Charlie's Angels*. Póster original.



Fig. 59. Boceto de cartel para *Charlie's Angels*. Neiba Bibiloni.



Fig. 60. Recorte de figuras para el cartel de *Charlie's Angels*.

Este apartado trata de mostrar los diferentes caminos que ha tenido el diseño de cada cartel antes de ser el definitivo, viendo así los diferentes recursos que se han probado para cada uno de ellos.

Para nuestras obras finales se han utilizado títulos ya existentes como venimos haciendo a lo largo del trabajo. Estos títulos son: *Charlie's Angels* (2000); *8 Mile* (2002) y *Daredevil* (2003); *50 first dates* (2004); *Lucy* (2014); Aunque solo vamos a explicar el proceso de 3 de los carteles, basándonos en los que han tenido un resultado más interesante.

Charlie's Angels (Fig. 58)

En primer lugar, nos ha interesado juntar dos ideas de nuestros referentes para las figuras centrales. Hemos unido el recurso de Gips de utilizar el fotomontaje, con la utilización de formas manuales de Bass, dándole nuestra visión a ambas técnicas. Por lo que hemos creado un fotomontaje y lo hemos contorneado con trazados de un color llamativo para que no se vea tan claramente que se trata de una fotografía, y a su vez parezca una ilustración.

En segundo lugar, siguiendo los estilos de Bass y Gips, hemos querido utilizar el recurso de los colores planos y la enmarcación del cartel.

Finalmente, la colocación nos gustaba de manera central y en una línea visual, al igual que Alvin.

Con estas ideas claras, se ha procedido a crear un boceto aplicandólas (Fig. 59). Explicando un poco el boceto, esta película tiene tres protagonistas, dos caucásicas y una asiática la trama principal es el espionaje, por lo que se han utilizado dos armas típicas: una pistola dorada (típica de Estados Unidos) y un *shuriken* (utilizado por los asiáticos de manera estereotipada), componiendo así la idea de la pose del póster original.

Con Photoshop, se ha recortado la imagen de una pistola dorada, y del *shuriken*, procurando que las imágenes quedasen bien definidas y limpias, además de retocar la luz y los colores para darle más aspecto de ilustración (Fig. 60).

Después, en *Illustrator* se ha colocado el marco y el fondo, y se han creado los trazados sobre las imágenes para darle ese aspecto manual y de ilustración.

Finalmente se han colocado los textos siguiendo los principios de composición de Alvin, con las normas compositivas que hemos aprendido en la carrera, como la proximidad, el ajuste del *tracking*, el ajuste de los interlineados de las frases, los tamaños, etc. Además, se ha colocado el logo de la productora en los créditos pequeños.

Para estos textos se ha utilizado la tipografía *Impact* en el título y los nombres de las protagonistas, y *Agency FB* para los créditos.

Como se puede ver, este cartel fue bastante acertado desde un principio

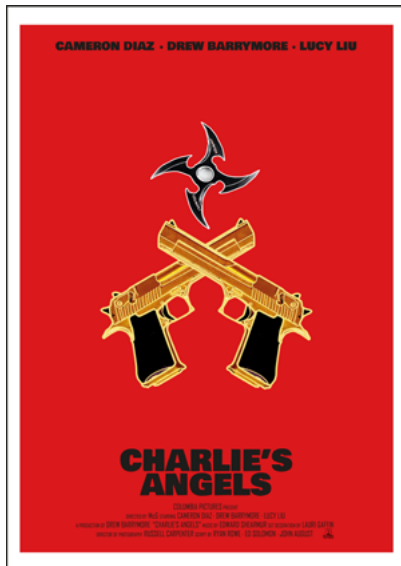


Fig. 61. *Charlie's Angels*. Cartel descartado. Neiba Bibiloni.

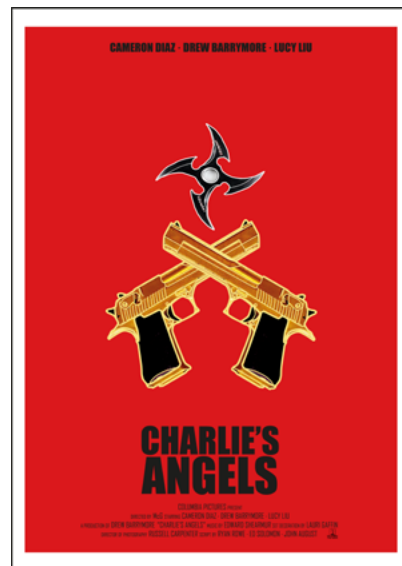


Fig. 62. *Charlie's Angels*. Neiba Bibiloni.

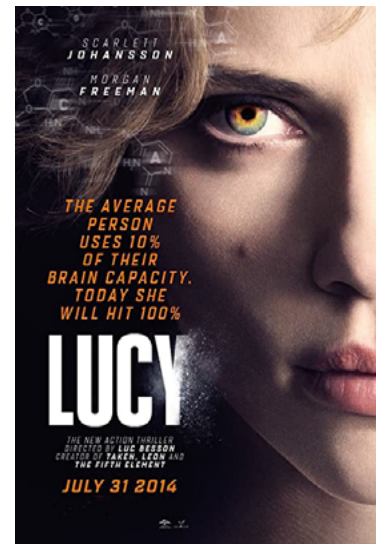


Fig. 63. *Lucy*. Póster original.

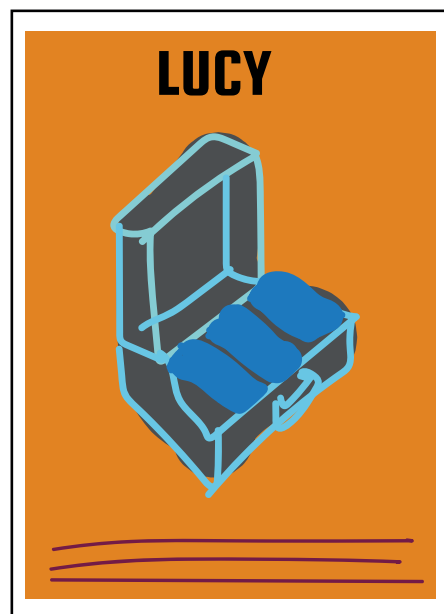


Fig. 64. Boceto de cartel para *Lucy*. Neiba Bibiloni.

por lo que a penas tiene diferencia con el resultado final (sí lo tiene en cuanto a los acabados y la pulcritud, ya que al fin y al cabo lo primero era solo un boceto). Cabe destacar el cambio de tipografía de *Bowlby One SC* (Fig 61) a la *Impact*, el cambio se ha realizado por temas de estética, pues visualmente ha sido mejor opción que la original (Fig. 62).

Lucy (Fig. 63).

A raíz de los dos primeros carteles, hemos querido seguir la misma línea compositiva, realizando pequeños cambios como colores, elementos fotográficos o tipografía, incluso la colocación de los títulos, pero homogeneizando la apariencia y unificando el estilo de todos los carteles, es por ello que para el cartel de la película *Lucy* hemos realizado algo similar al cartel anterior.

Primero hemos creado un boceto de nuestra idea (Fig. 64). Ya que la película trata sobre una mujer que recibe un alto contenido de un tipo de droga que aumenta la capacidad cerebral, nuestro elemento ha sido el maletín con la droga.

El proceso de la imagen ha sido el mismo que el del cartel anterior, aunque esta vez hemos tenido que crear un fotomontaje, ya que no disponíamos de ninguna foto del maletín en la perspectiva que necesitábamos, por lo que hemos cogido una foto de un maletín cualquiera y una foto nítida de las drogas. Utilizando el retoque de perspectiva y uniendo las texturas con correcciones de color y luces, se ha conseguido un maletín bastante creíble (Fig 65, Fig. 66, Fig. 67).

En *Illustrator* se ha colocado el marco y el cuadro del color del boceto,



Fig. 65. Fotografía de un maletín.



Fig. 66. Fotografía de la droga.



Fig. 67. Fotomontaje.

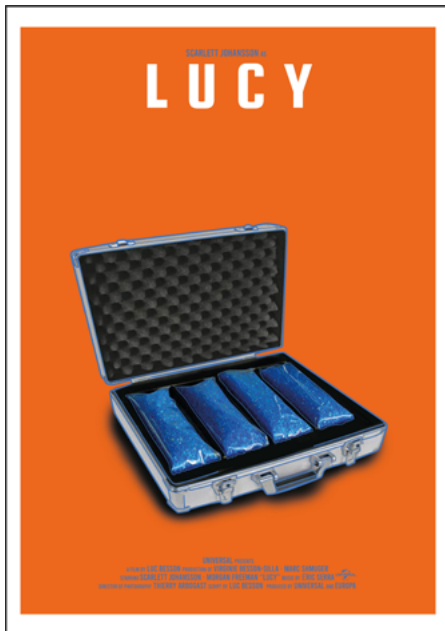


Fig. 68. *Lucy*. Cartel descartado. Neiba Bibiloni.



Fig. 69. *Lucy*. Neiba Bibiloni.



Fig. 70. *Daredevil*. Póster original.



Fig. 71. Fotografía para el cartel de *Daredevil*.



Fig. 72. Fotografía para el cartel de *Daredevil*.



Fig. 73. Fotomontaje para el cartel de *Daredevil*.

colocando el maletín en el centro con el tamaño adecuado. Se han trazado las líneas siguiendo el estilo de los otros carteles, esta vez de un azul eléctrico similar al de la droga.

Tras colocar el elemento principal y el fondo, se han colocado los textos utilizando la tipografía *Bebas* para el nombre de la protagonista y los créditos, y la *Squada One* para el título. Se ha ajustado el *tracking* del título para darle más aire a la palabra “LUCY”, y en los créditos se ha ajustado el interlineado.

Además, se han dejado los textos pequeños en el mismo azul de las líneas del maletín, y el título en blanco para que destaque más. Esta vez se ha colocado el título en la parte superior.

Finalmente, tras analizar el resultado (Fig. 68), el naranja del fondo hacía ilegibles los créditos, por lo que se ha cambiado a un negro más potente, haciendo que los azules destaquen mucho más (Fig. 69).

Daredevil (Fig. 70).

Para este cartel no se han realizado bocetos, la idea estaba bastante clara desde el principio.

Esta película de superhéroes y villanos, trata sobre el diablo de la noche, un justiciero caracterizado por su máscara de demonio y su bastón multitusos, tanto para utilizarlo de día, siendo Matt Murdock, de bastón para su ceguera, como por la noche cuando se transforma en el *Daredevil*, utilizándolo como arma.

Siguiendo la misma línea de los demás carteles, hemos escogido dos fotografías como elementos principales del cartel (Fig. 71, Fig. 72), la máscara del superhéroe y su bastón. En *Photoshop* se han aislado y recortado, además de adaptar las luces para su utilización en el cartel (Fig. 73).

Una vez se han obtenido las imágenes deseadas, se ha pasado a *Illustrator* y una vez más hemos colocado el marco blanco y un cuadro de color, esta vez negro, por la oscuridad de la noche.

Tras colocar los elementos (la máscara en el frente y el bastón en la parte

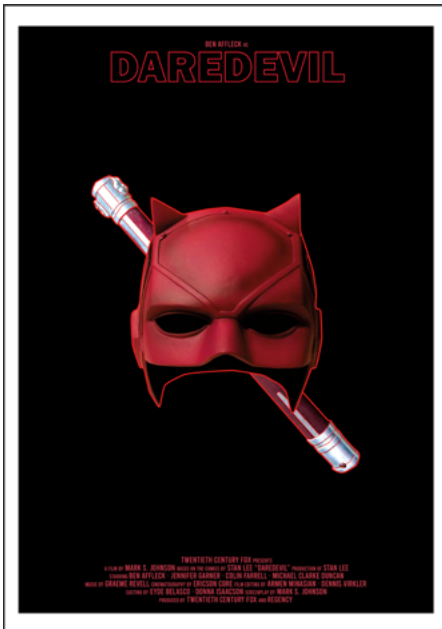


Fig. 74. *Daredevil*. Cartel descartado. Neiba Bibiloni.



Fig. 75. *Daredevil*. Neiba Bibiloni.

trasera), se ha procedido a trazar las líneas, proceso que hemos determinado como nuestro sello personal. Después de probar varios colores para éstas, nos hemos decantado por el rojo, ya que la máscara es muy potente como imagen, así que no hemos querido robarle mucho protagonismo pero sí incluir nuestro sello, por lo que la máscara simplemente está contorneada, mientras que el bastón sí está igual que las demás composiciones.

Para el título hemos colocado una tipografía de palo seco: *Franklin Gothic Heavy*, aunque esta vez hemos quitado el relleno y le hemos dado el mismo rojo de las líneas al trazado. Además, hemos utilizado la *Bebas* de nuevo para los créditos y el nombre del protagonista sobre el título.

La colocación compositiva ha seguido el mismo patrón que los demás, la línea vertical, y esta vez hemos vuelto a dejar el título en la parte superior.

Este parecía el cartel finalizado (Fig. 74) pero tras darle una vuelta hemos probado a cambiar el negro del fondo por un gris claro, y ha resultado que la máscara destacaba mucho más, por lo que ese cambio nos ha gustado, como consecuencia de ello, se ha tenido que cambiar la tipografía del título, puesto que no terminaba de favorecer la nueva estética, así que finalmente se ha cambiado por la *Book Antigua*, poniendo el trazado invisible y el color del mismo rojo, y ajustando el *tracking* una vez más.

Finalmente el cartel es un poco diferente de la idea principal (Fig. 75).

5. RESULTADOS

En este apartado mostramos los resultados de nuestros cinco carteles de creación propia. Como se puede ver, nuestro estilo mezcla bastante bien la estética de los tres artistas estudiados:

Por una parte, el simbolismo y la figuración de los elementos principales nos recuerda a los carteles de Bass. Habiendo empleado, además, el recurso de los trazados sobre los fotomontajes, para darle un aspecto menos fotográfico, acercándonos más a la ilustración.

Por otra parte, el uso de los colores planos sobre el fondo nos recuerda tanto a Bass, en los colores más vivos, como a Gips, en los tonos más neutrales, como el negro y el gris.

Siguiendo con el recurso del fotomontaje, es una técnica sacada principalmente de Gips, aunque Alvin también coloca figuras sacadas de su contexto fotográfico en algunas ocasiones, como hemos visto en *Stallone Cobra*.

En cuanto a la colocación de los elementos, nos hemos basado en la verticalidad de Alvin, colocando incluso los créditos de manera similar. Y en lo que respecta a la tipografía, si bien hemos jugado un poco tanto con las de palo seco como con las de remates, ha quedado establecido el uso del primer tipo para los créditos, y el otro para algún título. Por lo que generalmente ha predominado el uso del palo seco.

Finalmente aquí están los resultados de la creación propia, con una homogeneidad visible en cuanto a estilo y composición, y a su vez diferentes entre sí.



Fig. 76. *50 First dates*. Neiba Bibiloni.

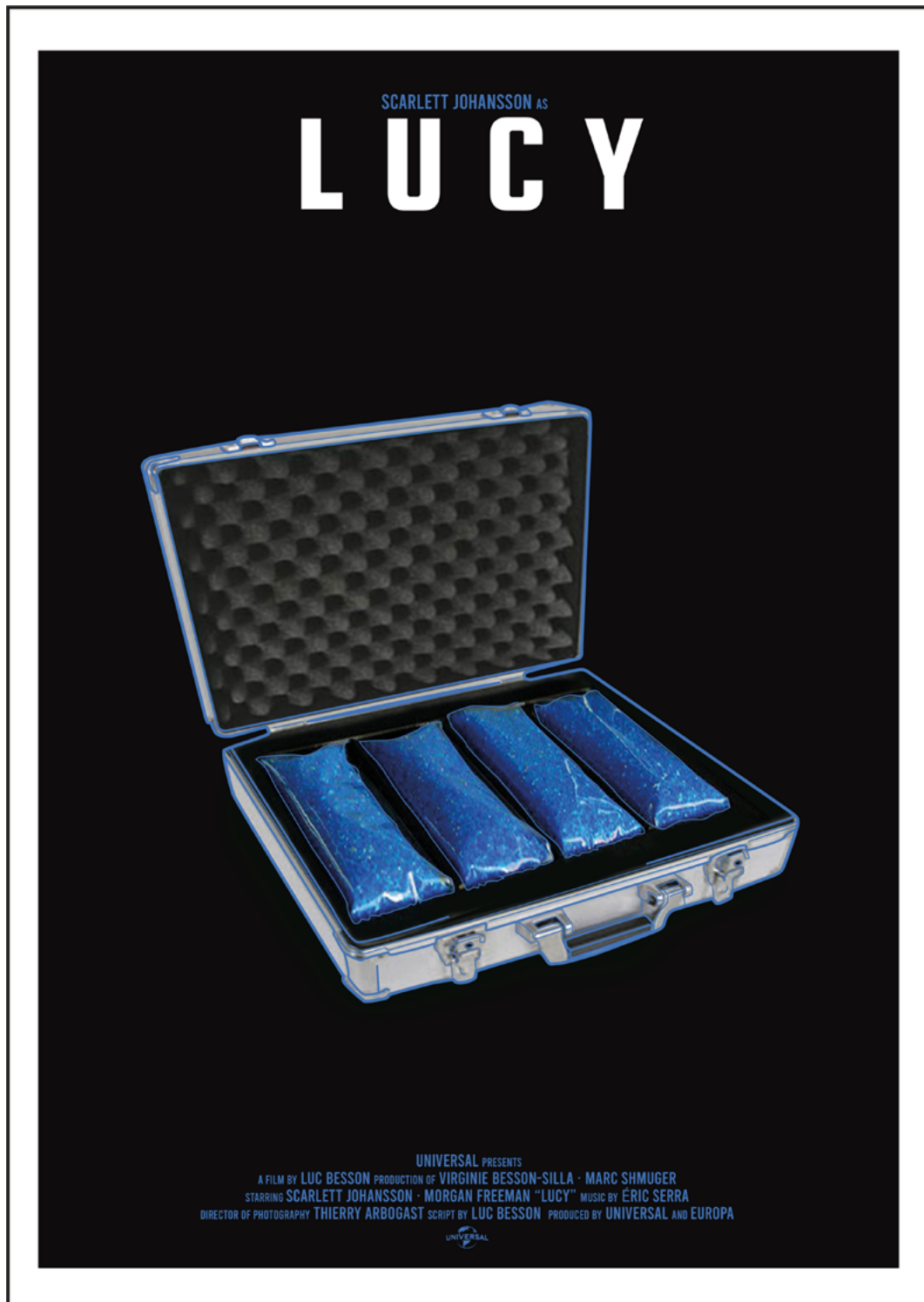


Fig. 69. *Lucy*. Neiba Bibiloni.

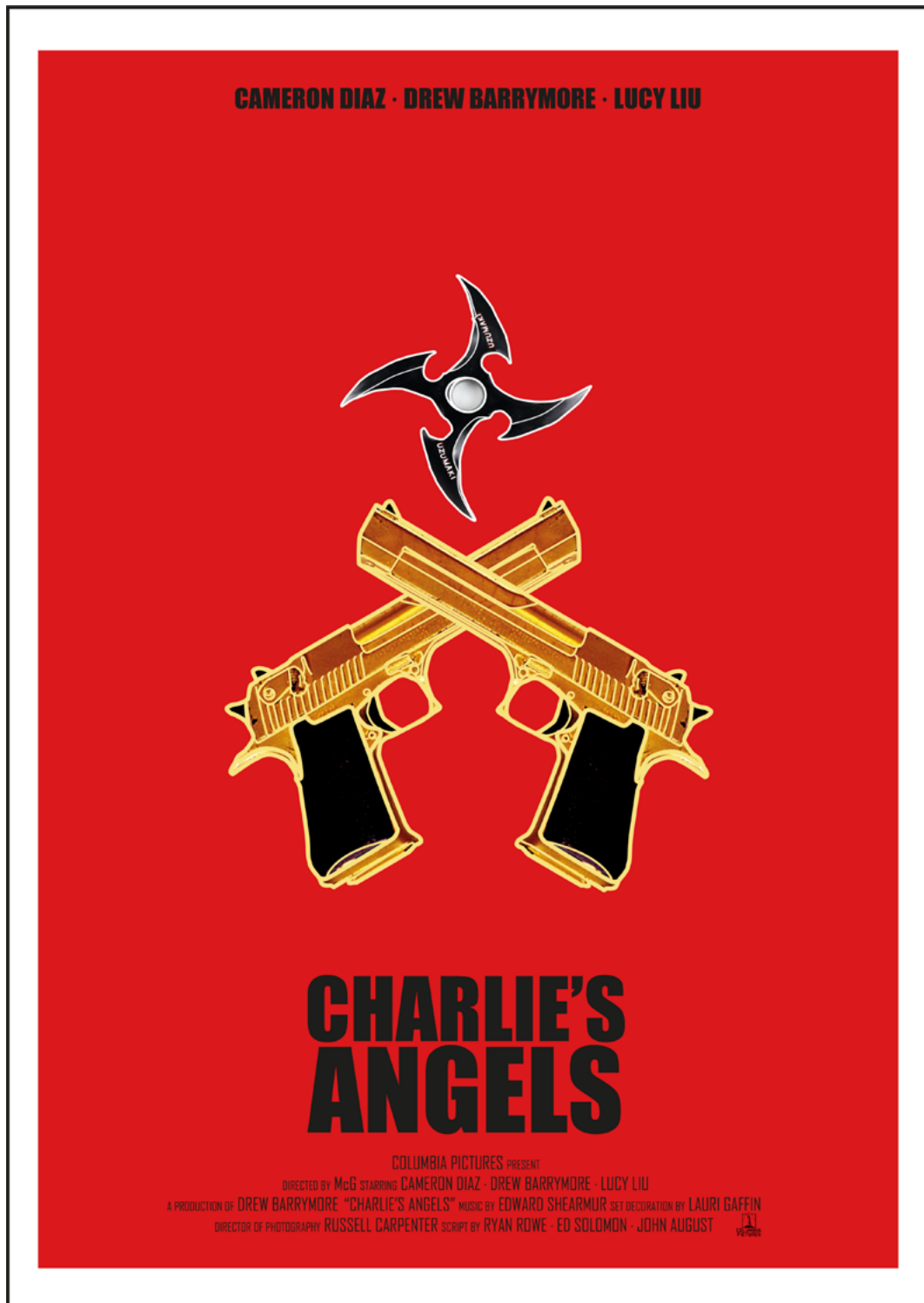


Fig. 62. *Charlie's Angels*. Neiba Bibiloni.

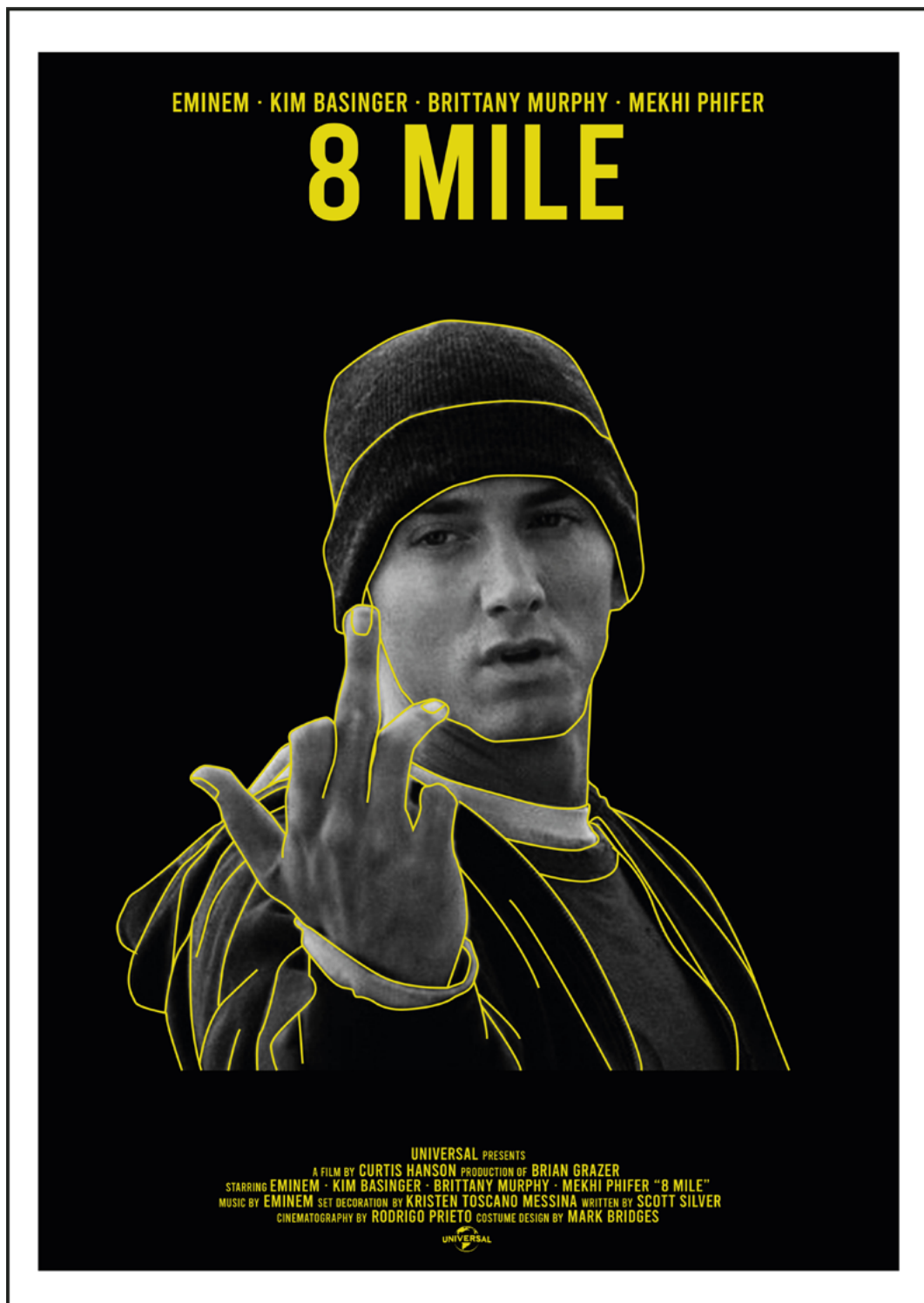


Fig. 77. *8 Mile*. Neiba Bibiloni.

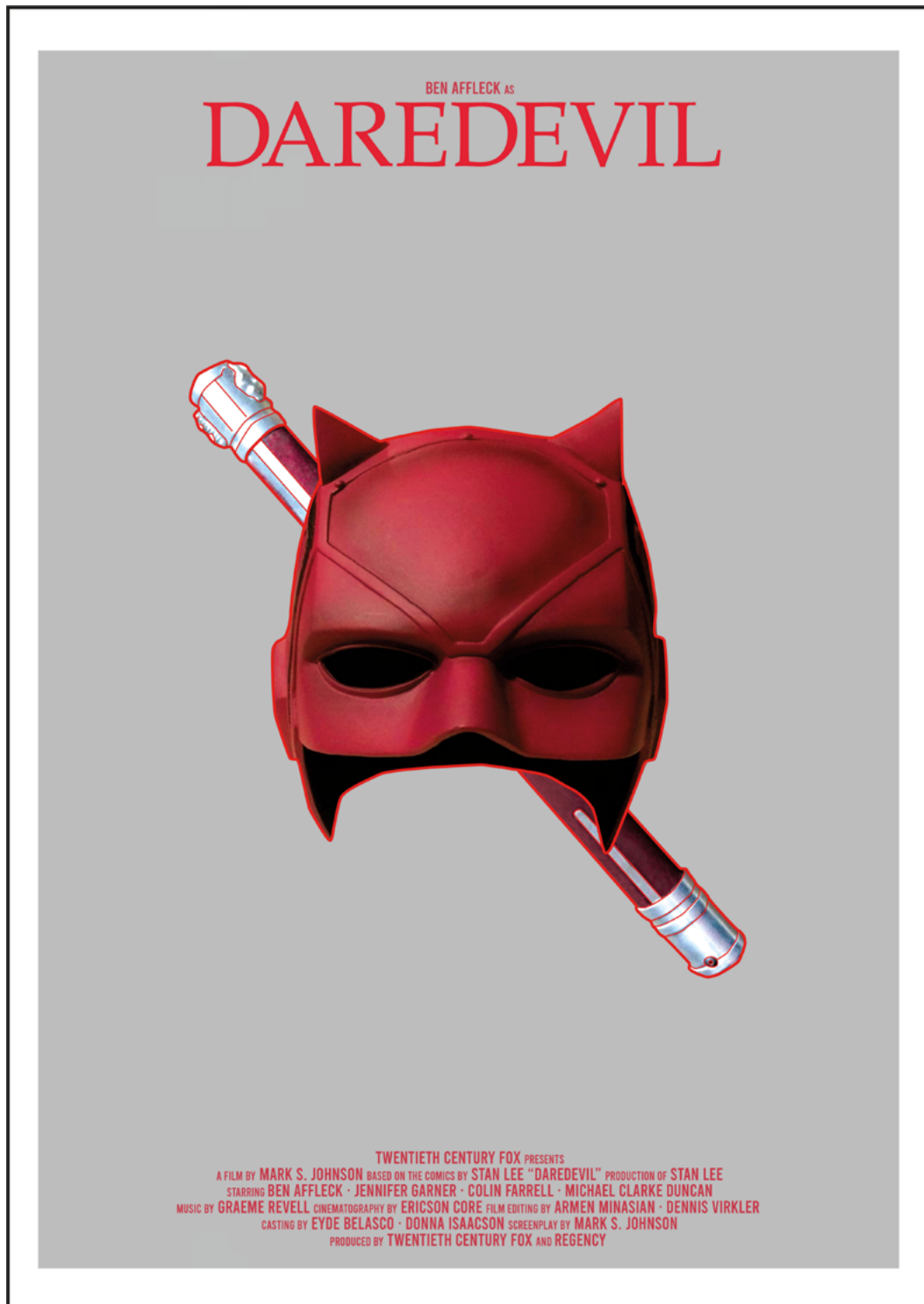


Fig. 75. *Daredevil*. Neiba Bibiloni.

6. CONCLUSIONES

Tras este largo proceso de análisis, interpretación y creación de carteles cinematográficos, en el que hemos analizado al detalle obras de grandes diseñadores del mundo del cine, interpretado su estilo, y realizado carteles utilizando los recursos tanto de estos diseñadores como lo estudiado a lo largo de la carrera (procesos de edición, retoque fotográfico, uso de programas, y un largo etcétera), podemos decir que hemos contemplado una aproximación a lo que puede considerarse un estilo más personal. Finalmente hemos logrado seguir una estética bastante homogénea en todos nuestros carteles de creación propia, incluso creando recursos propios como la mezcla del fotomontaje y el trazado por encima, por lo que el objetivo principal del trabajo se ha cumplido.

Aunque este proceso nos ha ayudado mucho a conseguir una mirada más personal en el diseño, consideramos que nos queda un largo camino por delante, lleno de referentes (ya sean autores o imágenes que podamos ver en el día a día) y de posibilidades, que a lo largo de nuestra carrera como diseñadora gráfica, vamos a aplicar o rechazar, incluso posiblemente cambiando de opinión sobre algunos aspectos compositivos. Por lo que mientras que por un lado el objetivo principal se ha alcanzado, consideramos que este no es nuestro estilo final.

En cuanto al segundo objetivo, también hemos conseguido crear una serie de 5 carteles basados en los recursos de otros autores, además de utilizar recursos o decisiones estéticas de otras partes.

Finalmente, podemos concluir con que los objetivos de este trabajo se han cumplido de manera óptima.

Por otro lado, dando una visión más personal, la parte más interesante para nosotros ha sido la interpretación de otros artistas, ya que ha hecho que nos pongamos en su lugar e intentemos pensar como un gran diseñador. Además, el analizar sus estilos nos ha dado conocimiento de recursos que desconocíamos, por lo que nos ha abierto las puertas en la manera de cómo investigar a nuestros referentes, no centrándonos tanto en el contexto artístico general, sino en el suyo particular.

Finalmente decir que ha sido un placer realizar este trabajo, ya que el cine y el diseño son dos de mis grandes pasiones, por lo que mezclar dos ámbitos que le gustan tanto a un artista, creo que va más allá de un proyecto de fin de grado. Me ha permitido crecer en mi ojo de diseñadora, y disfrutar más a la hora de componer, con lo cual, este trabajo de fin de grado no solo es un en mi expediente, sino un comienzo en mi camino como diseñadora gráfica.

7. REFERENCIAS

- AMBROSE, G.; HARRIS, P. (2006). *Diccionario visual de diseño gráfico*. Barcelona, España: Index Box S.L.
- AMBROSE, G.; HARRIS, P. (2010). *Diccionario visual de tipografía*. Barcelona, España: Index Box S.L.
- ARHEIM, R. (2006). *Arte y percepción visual*. Madrid, España: Alianza Editorial S.A.
- CARRERE, A. (2013). El cartel cinematográfico: creación y convención. En Forriols, R. (coor.). *Filmográfica: Volver* (pp. 8-21). Valencia: UPV.
- CHIARA, B.; FRATTALLONE, S.; PERACCHI, S.; RAVASI, J. (2017). *Designverso. Saul Bass through the looking glass* (trabajo de fin de grado). Università Politecnico di Milano, Italia.
- ESCARIO, P. (2017). *El uso de los referentes visuales en el aprendizaje de la pintura en los grados en bellas artes. Contexto español*. (Tesis doctoral). Universidad Miguel Hernández de Elche, Altea.
- GAROZ, E. (2019). *Análisis formal, estético y publicitario del cartel cinematográfico de Studio Ghibli (1984 - 2014)* (trabajo de fin de grado). Universidad de Valladolid, Segovia, España.
- GUAYABERO, O. (10-10-2019). Philip Gips, cartelista de cine. *ESdesign* (Escuela Superior de Diseño de Barcelona), *Actualidad*. [CONSULTA: 08-05-2020]. Recuperado de <https://www.esdesignbarcelona.com/es/expertos-diseno/phillip-gips-cartelista-de-cine#>
- *John Alvin Art*. [CONSULTA: 15-06-2020]. Disponible en <https://johnalvinart.com/about-john-alvin/>
- LA REDACCIÓN. (11-10-2019). Adiós Philip Gips. *La tempestad*. [CONSULTA: 08-05-2020]. Recuperado de <https://www.latempestad.mx/philip-gips-grafica/>
- MARSH, G.; NOURMAN, T. (Ed.). (2005). *Film posters of the 70s*. Singapore: Evergreen.
- MARSH, G.; NOURMAN, T. (Ed.). (2005). *Film posters of the 80s*. Singapore: Evergreen.
- MARSH, G.; NOURMAN, T. (Ed.). (2006). *Film posters science fiction*. Singapore: Evergreen.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española*, 23.ª ed., [versión 23.3 en línea]. [CONSULTAS: 05-06-2020 Y 15-06-2020]. Disponible en <<https://dle.rae.es>>.
- SANDOMIR, R. (11-10-2019). Philip Gips, Creator of Celebrated Film Posters, Dies at 88. *The New York Times*. [CONSULTA: 06-05-2020]. Recuperado de <https://www.nytimes.com/2019/10/11/movies/philip-gips-dead.html>
- SEDDON, T. (2015). *El diseño gráfico del siglo XX. Una retrospectiva de los estilos gráficos y los nombres clave del diseño*. Barcelona, España: Promopress.
- WILLIAMS, R. (2015). *Diseño gráfico. Principios y tipografía*. Madrid, España: Ediciones Anaya Multimedia (Grupo Anaya S.A.).

ÍNDICE DE FIGURAS

Fig. 1. <i>À La Conquête Du Pôle Nord</i> . Georges Méliès	7
Fig. 2. Fotograma de los créditos de <i>The man with the golden arm</i> . Saul Bass.	7
Fig. 3. <i>The Grand Budapest Hotel</i> . Annie Atkins	7
Fig. 4. <i>El libro del arte</i> . Cennino Cennini.	4
Fig. 5. Saul Bass. Fotografía.	12
Fig. 6. Fotograma de los créditos de <i>West Side Story</i> . Saul Bass.	12
Fig. 7. Fotograma de los créditos de <i>Vertigo</i> Saul Bass.	12
Fig. 8. Fotograma de los créditos de <i>Psicosis</i> . Saul Bass.	12
Fig. 9. <i>Saint Joan</i> . Saul Bass.	12
Fig. 10. <i>The Shining</i> . Saul Bass.	12
Fig. 11. Cartel gráfico para la UNESCO (United Nations, Educational, Scientific and Cultural Organization). Max Huber.	13
Fig. 12. <i>The man with the golden arm</i> . Saul Bass.	13
Fig. 13. <i>Anathomy of a murder</i> . Saul Bass.	14
Fig. 14. ' <i>Vertigo</i> '. Saul Bass.	14
Fig. 15. Philip Gips. Fotografía.	16
Fig. 16. Steve Frankfurt. Fotografía.	16
Fig. 17. <i>ESPN</i> . Philip Gips.	16
Fig. 18. <i>Banana</i> . Andy Warhol.	17
Fig. 19. <i>The Miller Blues Band</i> . Victor Moscoso.	17
Fig. 20. Portada de la revista <i>Tatler</i> . Bridget Riley.	17
Fig. 21. Portada de la revista <i>Typografische Monatsblätter</i> . Dan Friedman.	17
Fig. 22. Portada del álbum " <i>God Save the Queen</i> ". Jamie Reid.	17
Fig. 23. <i>Rosemary's baby</i> . Philip Gips.	18
Fig. 24. <i>Emmanuelle</i> . Philip Gips.	19
Fig. 25. <i>Alien</i> . Philip Gips.	19
Fig. 26. John Alvin. Fotografía.	21
Fig. 27. <i>Beauty and the Beast</i> . John Alvin.	21
Fig. 28. <i>Arachnophobia</i> . John Alvin.	21
Fig. 29. <i>Blade Runner</i> . John Alvin.	21
Fig. 30. <i>Phantom of the Paradise</i> . John Alvin.	21
Fig. 31. <i>Stallone Cobra</i> . John Alvin.	22
Fig. 32. <i>Rain Man</i> . John Alvin.	23
Fig. 33. <i>Batman Returns</i> . John Alvin.	24
Fig. 34. <i>The Apartment</i> . Póster original.	26
Fig. 35. <i>Memento</i> . Póster original.	26
Fig. 36. <i>Moulin Rouge</i> . Póster original.	26
Fig. 37. <i>The Lovely Bones</i> . Póster original.	26
Fig. 38. <i>Moulin Rouge</i> . Neiba Bibiloni.	26

Fig. 39. <i>The Apartment</i> . Neiba Bibiloni.	27
Fig. 40. <i>Gone Girl</i> . Póster original.	28
Fig. 41. <i>Fifty Shades of Grey</i> . Póster original.	28
Fig. 42. <i>A Quiet Place</i> . Póster original.	28
Fig. 43. <i>Brightburn</i> . Póster original.	28
Fig. 44. <i>A Quiet Place</i> . Neiba Bibiloni.	28
Fig. 45. Fotograma del trailer de <i>A Quiet Place</i> .	29
Fig. 46. Fotomontaje para el cartel.	29
Fig. 47. <i>Brightburn</i> . Neiba Bibiloni.	29
Fig. 48. Fotografía del protagonista.	29
Fig. 49. Fotografía del protagonista.	29
Fig. 50. <i>Todo sobre mi madre</i> . Póster original.	30
Fig. 51. <i>The Pursuit of Happiness</i> Póster original.	30
Fig. 52. <i>If I stay</i> . Póster original.	30
Fig. 53. <i>The last house on the left</i> . Póster original.	30
Fig. 54. <i>The Pursuit of Happiness</i> . Neiba Bibiloni.	31
Fig. 55. Fotografía para la película <i>The Pursuit of Happiness</i> .	31
Fig. 56. <i>If I stay</i> . Neiba Bibiloni.	31
Fig. 57. Fotograma de la película <i>If I stay</i> .	31
Fig. 58. <i>Charlie's Angels</i> . Póster original.	33
Fig. 59. Boceto de cartel para <i>Charlie's Angels</i> . Neiba Bibiloni.	33
Fig. 60. Recorte de figuras para el cartel de <i>Charlie's Angels</i> .	33
Fig. 61. <i>Charlie's Angels</i> . Cartel descartado. Neiba Bibiloni.	34
Fig. 62. <i>Charlie's Angels</i> . Neiba Bibiloni.	34
Fig. 63. <i>Lucy</i> . Póster original.	34
Fig. 64. Boceto de cartel para <i>Lucy</i> . Neiba Bibiloni.	34
Fig. 65. Fotografía de un maletín.	34
Fig. 66. Fotografía de la droga.	34
Fig. 67. Fotomontaje.	34
Fig. 68. <i>Lucy</i> . Cartel descartado. Neiba Bibiloni.	35
Fig. 69. <i>Lucy</i> . Neiba Bibiloni.	35
Fig. 70. <i>Daredevil</i> . Póster original.	35
Fig. 71. Fotografía para el cartel de <i>Daredevil</i> .	35
Fig. 72. Fotografía para el cartel de <i>Daredevil</i> .	35
Fig. 73. Fotomontaje para el cartel de <i>Daredevil</i> .	35
Fig. 74. <i>Daredevil</i> . Cartel descartado. Neiba Bibiloni.	36
Fig. 75. <i>Daredevil</i> . Neiba Bibiloni.	36
Fig. 76. <i>50 First dates</i> . Neiba Bibiloni.	37
Fig. 77. <i>8 Mile</i> . Neiba Bibiloni.	40
Fig. 78. <i>The Lovely Bones</i> . Neiba Bibiloni.	47
Fig. 79. <i>Memento</i> . Neiba Bibiloni.	47
Fig. 80. <i>Fifty Shades of Grey</i> . Neiba Bibiloni.	48
Fig. 81. <i>Gone Girl</i> . Neiba Bibiloni.	48
Fig. 82. <i>Todo sobre mi madre</i> . Neiba Bibiloni.	48

Fig. 83. <i>The last house on the left</i> . Neiba Bibiloni.	48
Fig. 84. Portada del portafolio recopilatorio.	49
Fig. 85. Interior del portafolio recopilatorio, páginas 1 y 2.	49
Fig. 86. Interior del portafolio recopilatorio, páginas 3 y 4.	50
Fig. 87. Interior del portafolio recopilatorio, penúltima y última pág.	50
Fig. 88. Contraportada del portafolio.	50

8. ANEXOS

En este anexo mostramos los carteles citados que no han sido enseñados, además de un pequeño portafolio que recoge todos los diseños, tanto los de interpretación de estilo como los propios.

8.1. CARTELES NO MOSTRADOS

A continuación se muestran los carteles no mostrados con los estilos de:
 Saul Bass: *The Lovely Bones* y *Memento*.
 Philip Gips: *Fifty Shades of Grey* y *Gone Girl*.
 John Alvin: *Todo sobre mi madre* y *The last house on the left*.



Fig. 78. *The Lovely Bones*. Neiba Bibiloni.



Fig. 79. *Memento*. Neiba Bibiloni.

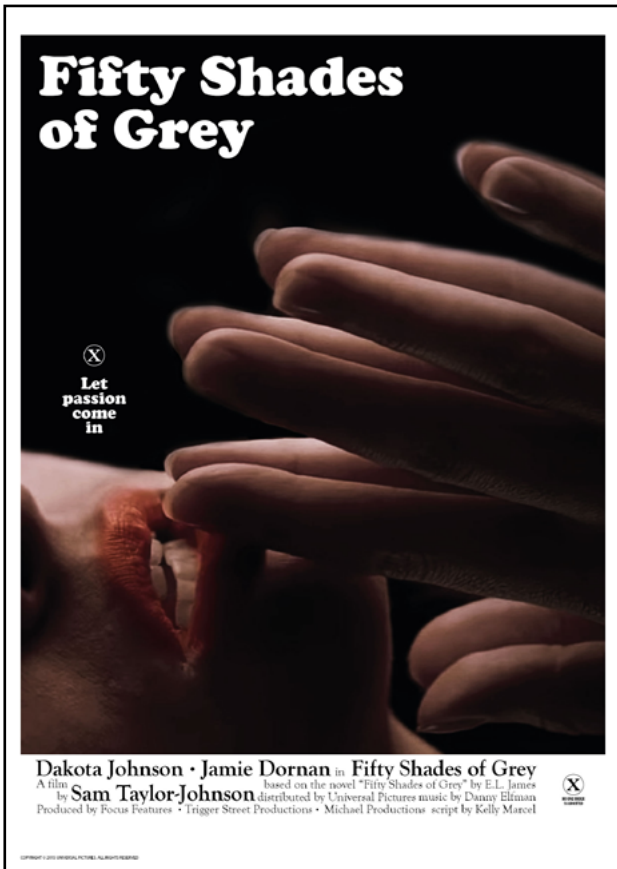


Fig. 80. *Fifty Shades of Grey*. Neiba Bibiloni.



Fig. 81. *Gone Girl*. Neiba Bibiloni.



Fig. 82. *Todo sobre mi madre*. Neiba Bibiloni.



Fig. 83. *The last house on the left*. Neiba Bibiloni.

8.2. PORTAFOLIO

Aquí se muestran algunos mock-ups del portfolio que hemos creado para recopilar las obras tanto de reinterpretación como las propias.



Fig. 84. Portada del portfolio recopilatorio.



Fig. 85. Interior del portfolio recopilatorio, pliego de páginas 1 y 2.



Fig. 86. Interior del portafolio recopilatorio, pliego de páginas 3 y 4.



Fig. 87. Interior del portafolio recopilatorio, pliego de penúltima y última páginas.



Fig. 88. Contraportada del portafolio.