

ÍNDICE

1. Introducción

<i>1.1. Justificación e interés del tema elegido</i>	003
<i>1.2. El Estado del Arte</i>	009
<i>1.3. Hipótesis de la Investigación</i>	016
<i>1.4. Objetivos de la investigación y delimitación del objeto de estudio</i>	017
<i>1.5. Metodología y Técnicas de análisis</i>	018
<i>1.6. Estructura de la investigación</i>	019

PARTE I

Sobre el contexto del autor y los indicios de la innovación

2. Saul Bass: diseñando la publicidad, diseñando para el cine

<i>2.1 Introducción</i>	027
<i>2.2. La formación académica de Bass</i>	028
<i>2.2.1. Gyorgy Kepes, las Vanguardias, la Bauhaus y el diseño contemporáneo</i>	030
<i>2.3. Los primeros pasos en publicidad para el cine y su desencanto</i>	032
<i>2.4. El desembarco en Hollywood: volviendo a la publicidad para el cine.</i>	036
<i>2.5. Las Conferencias de Aspen y la reflexión teórica sobre el diseño a nivel internacional.</i>	040
<i>2.6. La Marca Bass: su concepto de diseño para publicitar las películas</i>	042

3. La Mirada de Saul Bass

<i>3.1. El concepto de secuencia de títulos de crédito de apertura como metáfora visual del film</i>	053
3.1.1. <i>La secuencia de títulos de crédito de apertura como Marca-Película</i>	054
3.1.2. <i>La secuencia de títulos de crédito de apertura: ese (lapso de) tiempo previo a (y fuera de) los límites de lo relatado por el film</i>	058
3.1.3. <i>La secuencia de títulos de crédito de apertura como preludio simbólico de lo narrado en el film</i>	063
<i>3.2. Unas primeras conclusiones: de la Marca-Película a la Marca-Bass como concepto contemporáneo de las secuencia de títulos de crédito de apertura</i>	074

PARTE II

Sobre nuestra metodología, la técnica de análisis y su marco teórico

4. Fundamentación teórica y conceptual

<i>4.1. Introducción</i>	081
<i>4.2. Acerca de nuestro enfoque conceptual</i>	082
<i>4.3. Planteando el problema</i>	083
<i>4.4. Sobre la construcción dramática, el lugar donde seguir el rastro de las metáforas: fundamentos</i>	086
<i>4.5. La estructura del guion como un necesario elemento para el análisis</i>	087
<i>4.6. Los puntos de giro y el clímax</i>	092
<i>4.7. El conflicto</i>	094
<i>4.8. La trama y la subtrama</i>	095

5. Metodología y técnica de análisis:

5.1. Descripción de la técnica	105
5.2. La sinopsis (como punto de referencia de lo que trata la película)	109
5.3. El esqueleto del relato: las escenas, armazón del acontecer (lo que sucede)	110
5.4. Segunda fase: la búsqueda de la trama principal y la trama secundaria	113
5.4.1. La visualización de los actos y las 8 secuencias de Frank Daniel	114
5.4.1.1. El paradigma de Frank Daniel	115
5.5. Tercera fase: La revelación de la estructura invisible	122
5.6. Cuarta fase: La segmentación analítica de los títulos de crédito	124
5.7. Sobre las interpretaciones de los motivos visuales de las la secuencia de títulos de crédito de 'Vertigo'	126
5.7.1. Los instrumentos documentales: lo que otros han dicho al respecto	128

PARTE III

El paradigma de la innovación: los ecos del film en los títulos de *Vertigo*. Nuestras conclusiones.

6. El caso particular de *Vertigo*:

6.1. Introducción	133
6.1.1. ¿Por qué hemos elegido 'Vertigo'?	135
6.2. Análisis de la estructura narrativa de 'Vertigo'	142
6.2.1. El esqueleto del relato	142
6.2.2. Aplicación de nuestro modelo de análisis	157
6.2.2.1. La estructura de ocho secuencias narrativas de Frank Daniel y los actos	158

6.3. Análisis de la secuencia de títulos de crédito como metáfora del universo narrativo de 'Vertigo'	176
6.3.1. Descripción de la iconografía	178
6.3.2. Análisis de la secuencia de títulos de crédito como metáfora del relato	184
6.3.3. La fragmentación de la mente de Judy	184
6.3.4. Las Espirales de Bass	190
6.3.5. Análisis de los motivos visuales "Como símbolos y metáforas icónicas"	195
6.4. Análisis de la música (que apoya al concepto de la trama)	210
6.4.1. Análisis de los motivos musicales	211
6.4.2. Análisis de la estructura musical en relación al film	218
6.4.2.1. Motivos visuales de la secuencia de títulos de crédito y leitmotiv	225
6.5. Unas conclusiones iniciales	227
7. Conclusiones finales	229
7.1. Los objetivos que nos marcamos	231
8. Bibliografía	235
9. Anexos	249

