

**DE SAUL BASS AL
FESTIVAL OFFF:
LA EVOLUCIÓN DE LOS
TÍTULOS DE CRÉDITO EN
EL CINE Y LA TELEVISIÓN**

TFM 2015/16

Santiago Ramírez
Dirigido por Geles Mit

Facultad de Bellas Artes. UPV



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS
MÀSTER EN PRODUCCIÓ ARTÍSTICA

TFM (Trabajo Final de Máster. Tipología 4)

**DE SAUL BASS AL FESTIVAL OFFF: LA EVOLUCIÓN DE LOS
TÍTULOS DE CRÉDITO EN EL CINE Y LA TELEVISIÓN**

**FROM SAUL BASS TO THE FESTIVAL OFFF: THE EVOLUTION OF THE
TITLE SEQUENCE IN FILM AND TELEVISION**

**DE SAUL BASS AL FESTIVAL OFFF: L'EVOLUCIÓ DELS
TÍTOLS DE CRÈDIT EN EL CINE I LA TELEVISIÓ**

Alumno:
Santiago Ramírez Garrido

Tutor Académico:
Geles Mit

Valencia, Julio, 2016



Obra protegida bajo licencia Creative Commons, 2016. Santiago Ramírez Garrido



RESUMEN:

El presente trabajo está dedicado al estudio del diseño audiovisual en los títulos de crédito. Partiendo de la caracterización de su evolución histórica en el cine y en la televisión, se realiza el análisis del concepto y la técnica de esta particular forma de expresión creativa. Este proyecto se propone también, indagar sobre la presencia renovada de los títulos de crédito en determinados festivales digitales recientes, en especial el Festival OFFF, que ha contribuido a la experimentación creativa de los títulos de crédito en un nuevo contexto comunicativo, donde internet sirve de plataforma creativa y colaborativa para los jóvenes creadores contemporáneos. Los creadores que en la actualidad desarrollan su actividad en publicidad y en televisión constituyen el presente de la historia del diseño audiovisual como herederos legítimos de autores como Saul Bass, Maurice Binder, Pablo Ferro y Kyle Cooper. El presente trabajo tiene dos objetivos fundamentales. El primero consiste en la realización de un proyecto expositivo titulado *Opening Credits* que muestra una selección de los autores y obras más representativos del diseño audiovisual aplicado a los títulos de crédito. En segundo lugar, la realización de una pieza audiovisual inédita titulada *With Titles* cuya propositio consiste en dar visibilidad a la mencionada exposición. Para ello se tendrán en cuenta aspectos estéticos, narrativos y tecnológicos, prestando especial atención a la experimentación con la tipografía, la técnica de *motion graphics* y el tratamiento digital del video y la fotografía.

ABSTRACT:

This work is dedicated to the study of audiovisual design in the title sequence. Based on the characterization of its history in film and television development, analysis of the concept and technique of this particular form of creative expression is performed. This project is also proposed, to investigate the renewed presence of the credits in some recent digital festivals, especially the OFFF Festival, which has contributed to creative experimentation of the title sequence in a new communicative context where Internet serves to creative and collaborative platform for young contemporary artists. The creators that currently are active in advertising and television are present in the history of audiovisual design as legitimate heirs of authors like Saul Bass, Maurice Binder, Pablo Ferro and Kyle Cooper. This paper has two main objectives. The first is the realization of an exhibition project titled *Opening Credits*, showing a selection of authors and most representative works of audiovisual design applied to the title sequence. Second, the creation of an unpublished audiovisual piece titled *With Titles* whose functionality aims to give visibility to the aforementioned exposure. For this aesthetic, narrative and technological aspects are taken into account, with particular attention to experimenting with typography, motion graphics technique and digital processing of video and photography.

PALABRAS CLAVE:

diseño en movimiento, cine, televisión, videoarte, tipografía, animación, gráfica audiovisual, títulos de crédito, diseño gráfico, arte digital

KEYWORDS:

motion design, cinema, tv, art video, typography, animation, motion graphics, title sequence, graphic design, digital art

AGRADECIMIENTOS:

Este trabajo no hubiera sido posible sin el apoyo de mi tutora Geles Mit, gracias por multiplicar mi energía, gracias a Eulalia Adelantado por su apoyo y su gran dedicación y empeño en la metodología del proyecto, a mis amigos y familia que me han acompañado durante todo el proceso dándome ánimo, y por supuesto al gran Saul Bass por enseñarme lo importante de valorar las cosas bellas y sencillas. Y por último y más importante a mi padre por darme fuerzas, apoyo y amor todo el tiempo y enseñarme que todo es posible si uno se esfuerza. Gracias.

ÍNDICE

PARTE I: CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN ARTÍSTICA

1. INTRODUCCIÓN:

| | |
|---|----|
| 1.1 Justificación e interés del tema | 11 |
| 1.2 Descripción del objeto de estudio | 12 |
| 1.3 Objetivos del trabajo y metodología | 12 |

2. LOS TÍTULOS DE CRÉDITO: APROXIMACIÓN, TIPOLOGÍAS Y FORMATO

| | |
|---|----|
| 2.1 Cronograma | 14 |
| 2.2 El origen de los títulos de crédito | 15 |
| 2.3 El avance de la técnica como factor clave | 16 |
| 2.4 Del cine mudo al sonoro | 18 |
| 2.5 Función | 23 |
| 2.6 Estética | 25 |
| 2.7 Formato | 27 |

3. ANÁLISIS DE REFERENTES SOBRE TÍTULOS DE CRÉDITO AUDIOVISUALES

| | |
|---|----|
| 3.1 Saul Bass y el comienzo de un arte | 29 |
| 3.2 Las destrezas gráficas del padre de la MTV, Pablo Ferro | 34 |
| 3.3 Explorando lo videográfico con Maurice Binder | 36 |
| 3.4 El cambio de paradigma con Kyle Cooper y Seven | 40 |
| 3.5 Las series de televisión y su identidad gráfica | 42 |
| 3.6 Nuevos estudios, la batalla por el primer puesto | 43 |
| 3.7 Los festivales digitales: panorama actual | 54 |

4. CASO DE ESTUDIO: EL FESTIVAL OFFF

| | |
|--|----|
| 4.1 Internet como lanzadera de artistas | 56 |
| 4.2 Un nuevo formato artístico | 56 |
| 4.3 Análisis de las piezas más relevantes del festival | 57 |

PARTE II: PRODUCCIÓN ARTÍSTICA

5. PROYECTO EXPOSITIVO *OPENING CREDITS* EN EL MUVIM

| | |
|------------------------------|----|
| 5.1 Argumento | 63 |
| 5.2 Selección de Obras | 64 |
| 5.3 Criterios de Montaje | 70 |
| 5.4 Imagen y simulaciones 3D | 74 |

6. REALIZACIÓN DE *WITH TITLES*, PIEZA AUDIOVISUAL

| | |
|--|----|
| 6.1 Ideación | 86 |
| 6.2 Descripción técnica y tecnológica de la obra | 87 |
| 6.3 Reflexión sobre el proceso de trabajo | 88 |
| 6.4 Presentación y análisis del arte final | 89 |

7. CONCLUSIONES

97

8. BIBLIOGRAFÍA/FUENTES

99

9. LISTA DE IMÁGENES

102

PARTE I: CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN ARTÍSTICA

1 INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación e interés del tema:

Hoy en día los títulos de crédito audiovisuales suponen un formato digno de estudio dada su repercusión dentro de la historia del diseño, son piezas independientes que trabajan numerosas estéticas artísticas y que con la evolución de la técnica han adquirido gran reconocimiento a todos los niveles. Gracias a internet son el arma de expresión artística de muchos diseñadores al ser trabajos con mucha visibilidad y de corta duración en el que poder experimentar todos los recursos inimaginables, llegando a convertirse en un formato artístico propio de gran relevancia en cuanto al diseño, la tipografía la animación y el video.

Estas disciplinas son las que hemos venido desarrollando en las diferentes asignaturas del Máster en Producción Artística y las que nos han llevado a descubrir este apasionante entorno donde experimentar con diferentes aptitudes artísticas y tecnológicas. A priori, debemos determinar el formato, su tipología y estéticas para entender las posibilidades de este tipo de piezas de diseño audiovisual. Además de realizar un breve repaso por la historia de los títulos de crédito (a partir de ahora se citaran como TC) para la ejecución del trabajo práctico.

Determinar una buena selección de referentes dentro de este ámbito no es una tarea fácil ya que a lo largo de la historia del diseño, artistas clave han trabajado diseñando TC de manera muy satisfactoria y han contribuido al desarrollo tanto técnico como conceptual de este tipo de piezas, que han llegado a convertirse en verdaderos hitos dentro del mundo del diseño audiovisual, dada su innovación, destreza y seducción en la forma de expresarse.

Tanto en el ámbito artístico como en el comercial, la calidad de estos trabajos suele destacar por el estilo propio de los autores, en el arte suele darse de una manera más experimental con trabajos que destacan en los recursos técnicos y conceptuales, obras que venían siendo observadas por los diseñadores de productos comerciales de la época y que les sirven de inspiración y referente para sus piezas en cine, televisión o publicidad.

1.2 Objetivo del trabajo:

El presente trabajo final de Máster tiene como objetivo general, la investigación estética y técnica acerca de los TC en el cine y la televisión desde sus orígenes, analizando los hitos más representativos y los autores que han marcado las tendencias gráficas de esos periodos. Así como los nuevos estudios de diseño surgidos a finales de la década de los noventa. Y el papel que los TC han desempeñado en la visibilidad de determinados festivales artísticos. Estos festivales, surgidos muy recientemente albergan numerosas piezas de interés y marcan un nuevo paradigma artístico digno de estudio.

En su parte práctica, este proyecto tiene dos objetivos específicos:

- 1) La realización de un proyecto expositivo titulado *Opening Credits* que muestra una selección de los autores y obras más representativos del diseño audiovisual aplicado a los TC.
- 2) La producción una pieza audiovisual inédita titulada *With Titles*, cuya funcionalidad consiste en dar visibilidad a la mencionada exposición. Para ello se han tenido en cuenta aspectos estéticos, narrativos y tecnológicos, prestando especial atención a la experimentación con la tipografía, *motion graphics*, y el tratamiento digital del video y la fotografía.

1.3 Metodología

Desde el punto de vista metodológico este Trabajo fin de Máster aborda en la primera parte, patrones de búsqueda bibliográfica especializada en distintas fuentes: libros, artículos científicos y otras publicaciones como tesis doctorales y otros trabajos académicos desarrollados sobre los TC. Estas búsquedas nos han permitido trazar un itinerario alrededor de la historia de los TC y realizar un análisis de los referentes de nuestro proyecto.

En la segunda parte, dedicada a la producción artística inédita se han utilizado distintas estrategias metodológicas. Para la realización del proyecto expositivo *Opening Credits* se han utilizado las fases relativas al proceso de realización de una exposición de carácter divulgativo. Por otra parte, para la realización de la pieza audiovisual *With Titles*, se ha recurrido metodológicamente a las tres fases que tradicionalmente caracterizan la producción audiovisual: preproducción, producción y postproducción.

2. LOS TÍTULOS DE CRÉDITO: APROXIMACIÓN, TIPOLOGÍAS Y FORMATO

2.1 Cronograma

Nuestra investigación aborda el análisis de ciertos hitos relevantes en la evolución de los TC. desde sus primeros inicios. Para ello el siguiente cronograma establece esa evolución histórica del formato que servirá de contexto para nuestro trabajo práctico.

- 1860 – 1920 Orígenes, intertítulos, Melies y sus avances técnicos
- 1920 – 1940 Del cine mudo al sonoro. Arte experimental
- 1950 – 1960 Otra forma de crear con Saul Bass y Pablo Ferro
- 1960 – 1980 Maurice Binder y el entorno artístico
- 1990 – 2010 Kyle Cooper y Seven y el inicio de las series de televisión
- 2010 – Hoy Internet y las nuevas plataformas digitales. Festival OFFF

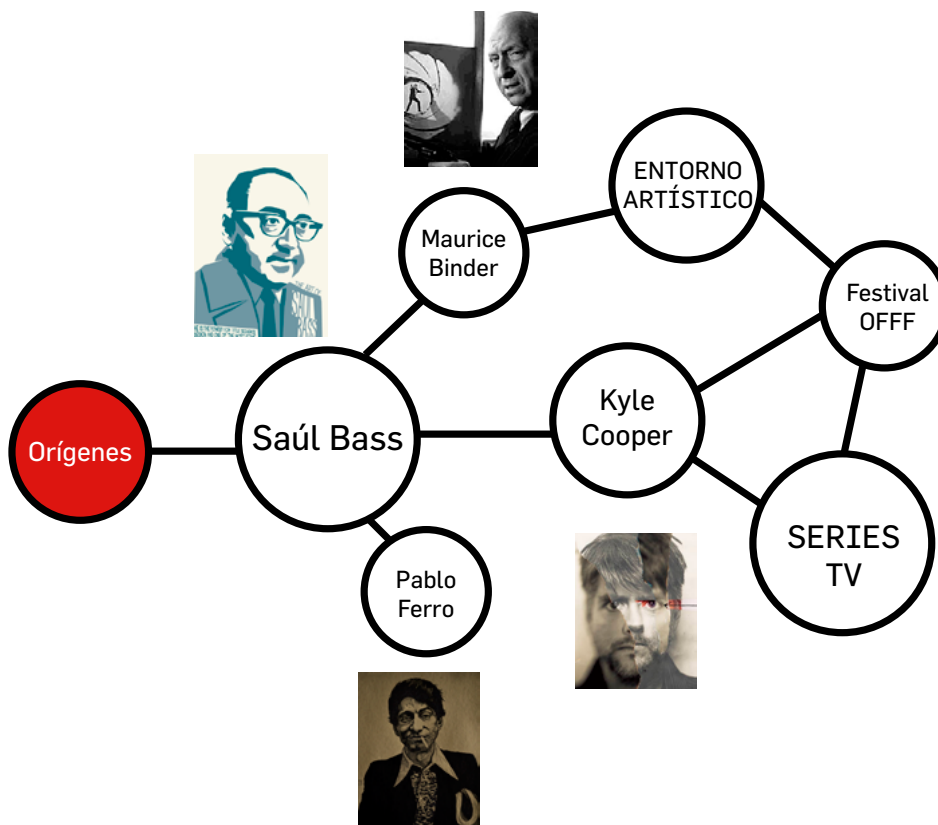


Fig.1 - Gráfico del proceso de investigación.



Fig.2 - Cartel para Fritz Lang: *Metrópolis* (1927).

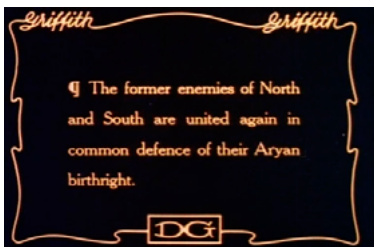


Fig.3 - Intertítulo para D.W. Griffith: *Intolerance* (1916).

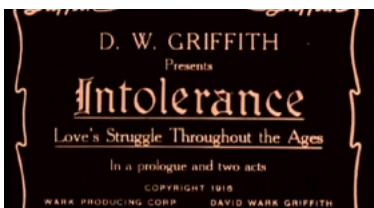


Fig.4 - TC para D.W. Griffith: *Intolerance* (1916).

2.2 El origen de los títulos de crédito

Desde finales del siglo XIX con el invento del cinematógrafo el diseño gráfico ha estado ligado siempre a este formato como soporte de publicidad ya fuera con carteles, affiches, o intertítulos.

El cine mudo necesitaba algún recurso para la comprensión de sus obras y nacieron los intertítulos, composiciones de texto que acompañaban la película intercalados entre la trama para mostrar los diálogos, además jugaban con el color y la tipografía de los títulos para marcar énfasis y mostrar estados de ánimo de los personajes. Contrariamente a lo que pensaban los puristas del cine de la época como F.W. Murnau (1888-1931) que rechazaban los intertítulos al defender que la imagen debía hablar por sí misma. "El arte visual debe, por su misma naturaleza, narrar una historia completa únicamente por medio de imágenes; la película ideal no precisa títulos."¹ Dibujantes anónimos de los propios estudios cinematográficos se encargaban de rotular los textos de las películas en dónde solían aparecer; la productora, el título, director y la palabra "Fin" para cerrar.

D.W. Griffith (1875-1948) fue con *Intolerance* (1918) el primero en mostrar el elenco de sus películas con rótulos y ahí nació el concepto de *Star System*, al otorgar mucha notoriedad a sus actores haciéndolos muy conocidos y deseados por el público. Además de ser la primera película en la que los títulos formaban parte de la trama al intercalarse con la imagen para determinar situación y temporalidad.

En 1920 el sonido entró en escena y los TC fueron adquiriendo más notoriedad hasta el punto de llegar a convertirse en el *Popcorn Time*, momento en el que las masas de gente aprovechan en el cine para comprar palomitas, dando por hecho que los títulos de crédito solo le interesan a los que hacen las películas. Esto provocó que Otto Preminger con su película *The Man with the Golden Arm* (1955) utilizara pegatinas con la frase "Pull Curtain Before Titles!" para avisar a los proyeccionistas de que el contenido de los títulos de crédito era de vital importancia.

En esta etapa la música solía acompañar a los créditos orquestada para generar emociones acerca del contenido de la película, diferentes recursos que nos explican la evolución de este formato, en el que la técnica siempre fue el factor de cambio constante.

1. LOTTE. H. EISNER: *Murnau*, University of California Press. 1973 p. 85

2.3 El avance de la técnica como factor clave

Georges Méliès (1861-1938) fue el pionero de los efectos especiales en la pantalla y precursor de muchas de las técnicas que se utilizan actualmente para el gráfismo audiovisual, con varios trabajos publicitarios y películas como *The India Rubber Head* (1901) y *Le Voyage dans la lune* (1902), donde demostró su apodo de mago, al mostrarnos una serie de trucajes visuales de lo más ingeniosos. En otoño de 1896 gracias a un error en una de sus filmaciones descubre el truco de sustitución *stop trick*² y la posibilidad de manipular el tiempo y el espacio en sus obras, hecho que le anima a seguir experimentando con todo tipo de trucos, como la doble exposición, el fundido o el *stop motion*³ entre otros. Estos hallazgos se utilizaron posteriormente para animar rótulos gracias a la destreza de Pacific Title and Art Studio, que se encargaron de la mayoría de las producciones de la época, este tipo de efectos se utilizaban en películas de género (terror, suspense, cine negro...) como *King Kong* (1933) donde se integraban mediante la técnica de Melies de imágenes fantasma, hojas cayendo lentamente por el rótulo para crear más dramatismo al arranque de la película así como en otras producciones en las que los rótulos emiten destellos de luz que generan una atmosfera de expectación muy llamativa para la época.

En el ámbito del arte también destacaron los trabajos de Marcel Duchamp (1887-1968) artista dadaísta que creó efectos únicos con diseños en movimiento, espirales y multitud de trucajes ópticos creando efectos tridimensionales gestálgicos. Su trabajo más conocido en este formato sería para su film *Anemic Cinema* (1926) con la colaboración del fotógrafo Man Ray (1890-1976).

Normalmente el campo artístico permitía a muchos de sus autores experimentar con nuevas técnicas de animación, efectos, etc., que más tarde fueron utilizados en grandes producciones. Sin esta labor de experimentación, los títulos de crédito se habrían quedado estancados durante años, con soluciones gráficas estándar que tan sólo cumplían una función informativa y nada conceptual.



Fig.5 - TC de RKO Radio Pictures: *King Kong* (1933).



Fig.6 - Georges Méliès: *Le Voyage dans la Lune* (1902).



Fig.7 - Georges Méliès: *The India Rubber Head* (1901).

2. *Stop Trick*: Ocurre cuando se filma un objeto y, mientras la cámara está apagada, el objeto se coloca fuera de la vista de la cámara y entonces se vuelve a encender. Al ver la película, al espectador le parece que el objeto desaparece

3. *Stop Motion*: Técnica de animación que consiste en aparentar el movimiento de objetos estáticos por medio de una serie de imágenes fijas sucesivas.



Fig.8 - Rótulo de la película Howard Hawks: *The Thing* (1951).

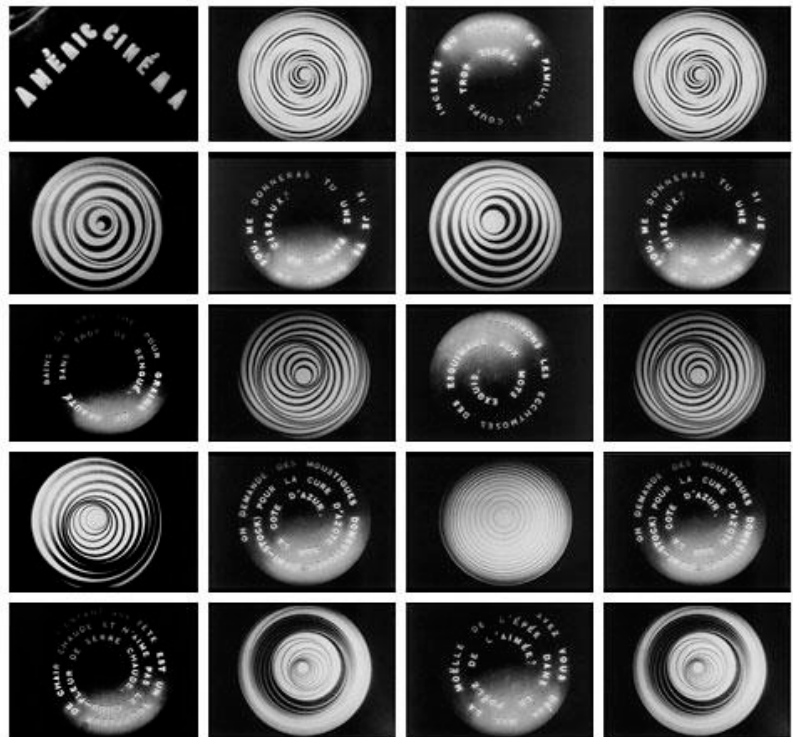


Fig.9 - Marcel Duchamp: *Anémic Cinéma* (1926).

Estos fueron los únicos avances hasta después de la segunda guerra mundial, tras un periodo de austeridad tanto en el cine como en el mundo en general, las letras blancas sobre fondo negro se convirtieron en el patrón de la época tan sólo cambiando las tipografías dependiendo del género del que trataba su trama. Se mantuvieron durante mucho tiempo por culpa de la técnica ya que para los rotulistas que trabajaban manualmente les resultaba muy complicado trabajar sobre el celuloide con pincel de manera tan reducida, por lo que las tipografías eran muy limitadas. Según comenta Fernando Labaig:

“Los créditos de las obras de ficción son un elemento extradiegético, es decir, ajeno al mundo ficcional de la historia que se nos va a contar, de hecho nos está revelando que hay un grupo de personas que ha creado esa ficción. Pero existe una obligada relación, por vaga que sea, entre los títulos y la narración a la que pertenecen, éstos deben plegarse, aunque sea muy ligeramente, al estilo de la historia que se nos va a contar. Antes del auge del diseño en el mundo del cine ya se podían distinguir los títulos de crédito de una película de terror, del oeste o de cine negro, mediante algunas tipografías características o algunos recursos estereotipados.”⁴

Así la diferenciación entre películas muchas veces se debía exclusivamente el estilo de letra que se escogía, generando así un código sobre los géneros: dónde las familias victorianas solían ser películas de terror, las de estilo circense clásico se usaban para los westerns, las góticas para películas de temática nazi o militares, letras de comic para las comedias, dependiendo del origen de la acción del film solían usar tipografías adaptadas, por ejemplo: “Rusia” con letras cirílicas, o “China” con letras asiáticas, letras arabescas, etc.

2.4 Del cine mudo al sonoro

No fue hasta *The Jazz Singer* (Alan Crosland, 1929) cuando gracias a la impresora óptica que conseguía integrar títulos, transiciones y otra serie de efectos en el negativo se integraron los rótulos en las imágenes del filme. En los años 30 la televisión aprieta fuerte y es fuente de multitud de innovaciones en el campo de la animación y el grafismo en movimiento, experimentaciones que no tardan en llegar al celuloide.

4. LABAIG, FERNANDO. “Acerca de los títulos de crédito.” *paperback n° 4*. ISSN 1885-8007. 2006. <http://www.paperback.es/articulos/labaig/creditos.pdf>



Fig.10 - Born to Kill (1947).



Fig.11 - The Brides of Dracula (1960).



Fig.12 - The Maltese Falcon (1941).



Fig.13 - The Road to Hong Kong (1962).



Fig.14 - Winchester 73 (1950).



Fig.15 - The Cabinet of Dr. Caligari (1920).



Fig.16 - The Flame and the Arrow (1950).

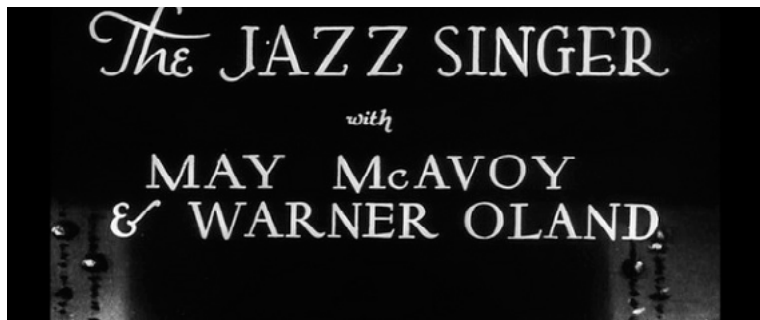


Fig.17 - The Jazz Singer (1947).

Charles Chaplin (1889-1977) en *City Lights* (1931) hace una gran demostración de la técnica de superposición de imágenes sin la ayuda de una computadora, tan sólo a través de procesos ópticos en el negativo. Este es uno de los primeros ejemplos en utilizar esta técnica y al mismo tiempo en transmitir un gran nivel de simplicidad y simbolismo. Es una secuencia que se compone de cuatro planos en los que vemos al empezar el nombre del film y su director, la siguiente es un comentario sobre la película a modo de eslogan; a continuación, los nombres del elenco y parte del equipo técnico que funde a negro y por último aparece un rótulo con el título de la película con luces y edificios de fondo. Un modo de desarrollar la secuencia de créditos de manera sencilla y muy impactante visualmente.

Otro avance en esta técnica fue la introducida para la película *The Women* (1939) dirigida por George Cukor (1899-1983) en la que se incluyó la primera secuencia de créditos en la que el elenco principal aparecía en imágenes de la película de fondo con sus nombres en rótulos sobreimpresos. Poco a poco se iban aplicando los desarrollos tecnológicos del diseño en movimiento y se iban generando nuevas secuencias que se basaban fundamentalmente en los artificios antes que en el concepto de la película.

El cortometraje de animación *Spook Sport* (1940) de Mary Ellen Bute (1906-1983) es un claro ejemplo de la complicidad entre cine y arte de la época, al realizar toda la parte gráfica del film, Norman McLaren (1914-1987), artista muy reconocido por sus experimentaciones con la animación en pantalla pintada directamente sobre el propio negativo. La secuencia de créditos del corto es algo a tener en cuenta ya que ofrece las claves para que el público comprenda una obra abstracta de animación con su juego de colores sobre diferentes palabras de los rótulos de inicio, creando un énfasis diferente para cada una, como bien afirmaba en sus entrevistas el artista; "no es el arte de dibujos que se mueven si no de movimientos que se dibujan."⁵

Estos fueron algunos de los ejemplos más destacados en la década de los cuarenta por su innovación tecnológica y algo conceptual. No es hasta la década de los 50 cuando este fenómeno gráfico da un salto de calidad gracias a diferentes autores que consiguieron labrarse un nombre en la historia del cine, del diseño y del arte, gracias a sus innovadores TC. Son los referentes básicos en la realización de este proyecto que marcan una pauta de estilo y técnica esenciales.

5. MARTÍN NÚÑEZ, MARTA. *La (re)construcción de la (hiper)realidad: usos de la animación infográfica en el spot publicitario en el contexto de la hibridación de medios*. p.70. Tesis doctoral. UJI Castellón, 2009



Fig.18 - *City Lights* (1931).



Fig.19 - *City Lights* (1931).



Fig.20 - *City Lights* (1931).



Fig.21 - *The Women* (1939).



Fig.22 - *The Women* (1939).



Fig.23 - Norman McLaren: *Spook Sport* (1940).

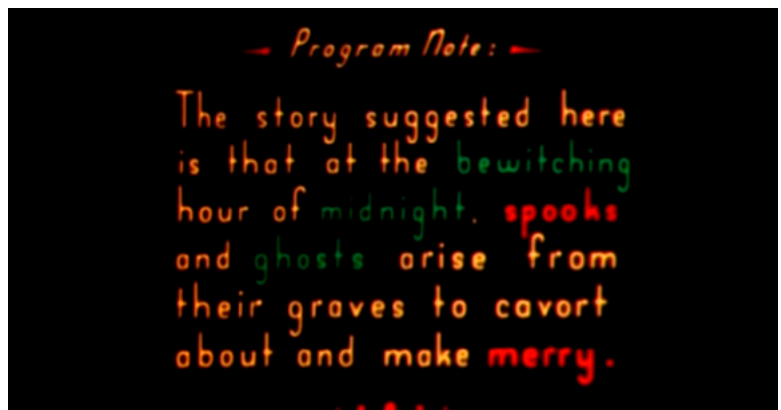


Fig.24 - Norman McLaren: *Spook Sport* (1940).

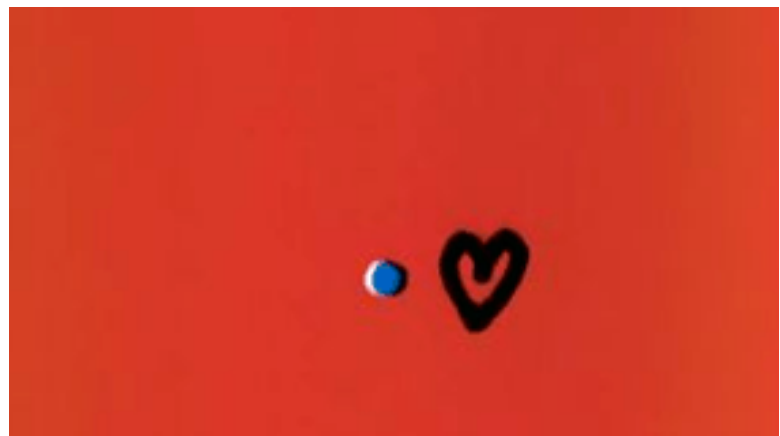


Fig.25 - Norman McLaren: *Boogie-Doodle* (1940).

Los TC en su origen aparecen como el envoltorio de una película, dónde se mostraban los nombres del elenco y el equipo técnico para su posterior visionado. Con el paso del tiempo fuerza toman una mayor presencia y llegan a formar parte de la película, Llegando una pieza imprescindible para determinar el tono de lo que se va a visionar. Hoy en día se usan para todo tipo de formatos audiovisuales desde series y programas de tv, documentales, spots, etc., aunque actualmente están alcanzando mucha notoriedad con su uso en festivales digitales difundidos por internet, donde se reúnen artistas de todo el mundo para colaborar y mostrar sus creaciones en el ámbito de la gráfica audiovisual.

Para comenzar a hablar de la tipología de los TC, habría que concretar que en este estudio le otorgamos más importancia a los títulos de inicio que a los de cierre al determinar después de un amplio estudio el mayor interés suscitado por este modelo introductorio. Tal y como justifica Roberto Gamonal:

“La secuencia de títulos inicial suele ser más creativa y se realiza mediante la perfecta sincronización animada de todos los elementos tipográficos, visuales y sonoros con la finalidad de crear un ambiente de predisposición en el espectador”⁶

En una primera aproximación es necesario destacar tres elementos que adquieren importancia a la hora de transmitir el mensaje determinado: la tipografía, la imagen y el sonido. Básicamente un TC se compone de estos elementos para transmitir su mensaje, aunque suele haber multitud de opciones que diferencian las diferentes piezas, para ello definimos tres tipologías que vamos a concretar para el posterior análisis de las piezas de los referentes seleccionados. Por función, por estética y por formato.

6. ROBERTO GAMONAL ARROYO: Tecnologías Audiovisuales en la Era Digital: *Los títulos de crédito de series en la pequeña pantalla*. Madrid 2013. Editorial Fragua, pp.245-262.

2.5 Función

Es en la que actúan cuatro factores clave; la narrativa, que ayuda a introducir el relato o resumir la historia, como en el ejemplo de *Star Wars* (1977) dónde al arrancar la película se nos introduce en la trama con un rótulo corrido y una voz en off narrando la situación.

La persuasiva crea ambientación y magnetismo para atrapar al espectador como en el ejemplo de *The Forbidden Room* (2015), una pieza que hace un repaso de las técnicas primitivas del cine dotándola de una gran persuasión para atrapar al espectador.

La informativa, nos dice quiénes son los componentes del elenco y el equipo técnico, sin ningún tipo de relación con la trama excepto por las líneas estéticas utilizadas en los rótulos, como por ejemplo Woody Allen cumple esta función a la perfección en todas sus películas, creando en si una propia marca de su figura como director con este recurso.

Y por último, la identificativa, que genera valor en la propia marca tratándose de un contenedor gráfico para acompañar a la imagen de la película, como en *Grease* (1953) dónde personajes animados dan vida a los personajes a modo cómic, otorgando un tipo de estética introductoria que cierra el film de la misma manera.

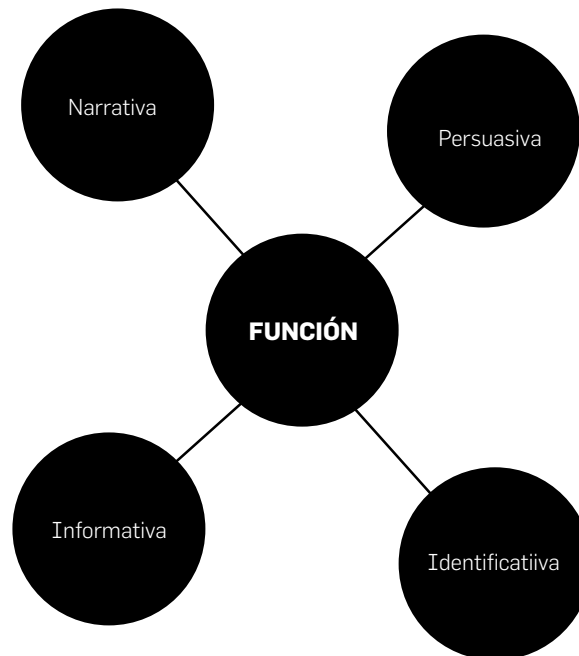


Fig.26 - Gráfico de las funciones en los TC.

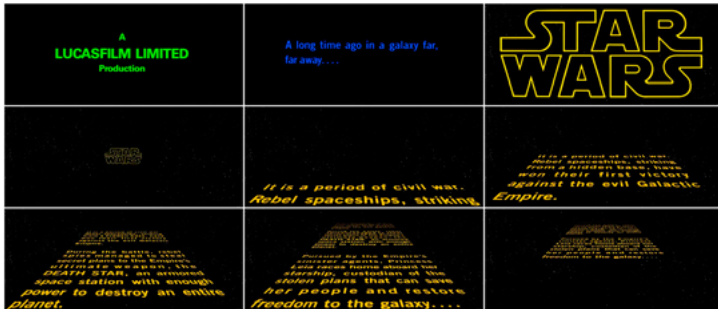


Fig.27 - TC para George Lucas: Star Wars (1977).



Fig.28 - TC para Guy Maddin, Evan Johnson: Forbidden Room (2015).



Fig.29 - Rotulos principales para films de Woody Allen (1977–2012).



Fig.30 - TC para Randal Kleiser: Grease (1978).

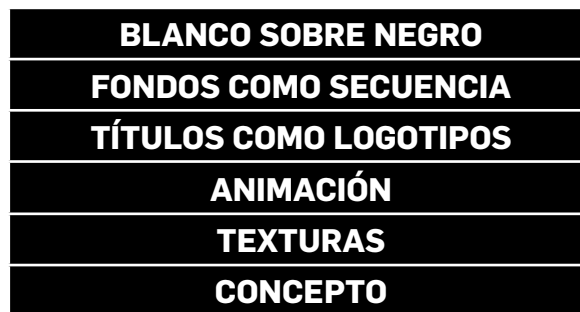
2.6 Estética

Esta tipología se puede definir por sus diferentes tratamientos gráficos. El primero, blanco sobre negro, imitando el estilo primitivo, del que muchos directores pensaron que era la forma correcta de mostrar sus films al no darle importancia a la secuencia de créditos.

También los fondos como secuencia, en los que parte del metraje de la película forma parte de la pieza de arranque o los títulos como logotipos que dotan de un gran valor de marca al producto, tratando una película como producto comercial que necesita de un logotipo para ser identificado.

Mediante la animación ya sea de personajes o de elementos gráficos, se transmite dinamismo y expectación en la pieza, generando soluciones gráficas de una manera más visual y directa.

Y para finalizar nos quedaría la más importante, el concepto, dónde por encima de todo se trabajan los conceptos de la trama dando soluciones gráficas muy acertadas, estilo muy recurrente en los grandes artistas de este género, desde recursos visuales, imágenes poéticas y un sinfín de formas de mostrar los conceptos de los encargos.



7. SOLANA, GEMA
Y BONEU, ANTONIO:
*Uncredited: diseño
gráfico y títulos de
crédito*. Index Book
Barcelona 2008.

Fig.31 -Tipología de títulos de crédito según Gema Solana y Antonio Boneu (2008).⁷



Fig.32 - Blanco sobre negro. Woody Allen: *Annie Hall* (1977).



Fig.33 - Títulos como logotipo. Steven Spielberg: *Jurassic Park* (1993).



Fig.34 - Animación. Steven Spielberg: *Catch Me If You Can* (2002).



Fig.35 - Texturas. Zack Snyder: *300* (2007).



Fig.36 - Concepto y fondos como secuencia. Tim Burton: *Beetlejuice* (1988).

2.7 Formato

En cuanto al formato podemos distinguir seis tipos que definen el contenido del mismo:

Informativos: Son los que se han utilizado a lo largo del tiempo para informar del elenco, el equipo técnico, y sus colaboradores.

Simbólicos: Los que se basan en conceptos abstractos con imágenes y música que evoque el estado del concepto. Se suelen utilizar símbolos o gráficos.

Expresivos: Los que muestran las acciones de los personajes de la trama, sus herramientas u objetos habituales.

Narrativos: Son los que te cuentan una historia en la propia secuencia de créditos, anticipando la trama o jugando con elementos de la misma para crear expectación.

Contextualizados: Los que sitúan la secuencia en el espacio de la trama, o en sus diferentes localizaciones

Tipográficos: Los que se basan en la tipografía para su mensaje, ya sea con animaciones, o cualquier distorsión gráfica. Transmitiendo sentimientos y emociones relacionados con el argumento de la película, más allá de lo puramente informativo

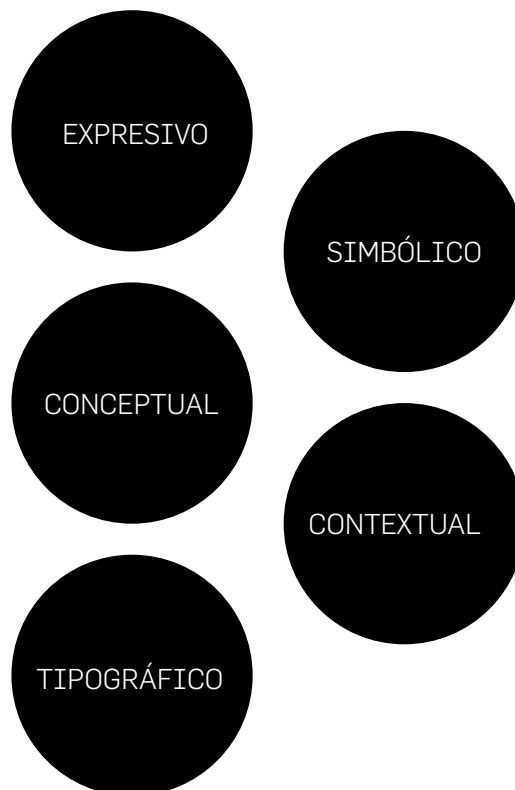


Fig.37 - Gráfico de los formatos en los TC.

3. ANÁLISIS DE REFERENTES SOBRE TÍTULOS DE CRÉDITO AUDIOVISUALES



Fig.38 - Logotipos diseñados por Saul Bass.

3.1 Saul Bass y el comienzo de un arte

En los años 50 cambió todo de forma radical gracias al padre de este arte, Saul Bass (1920-1996), diseñador gráfico de New York, que gracias a su forma de trabajar sencilla técnicamente pero conceptualmente compleja, adquiere una gran notoriedad con grandes marcas que le contratan para hacer sus logotipos.

Bass crea formas orgánicas sencillas con recortes de cartulina de manera muy artesanal pero plásticamente impecable, acompañados de trazos de pincel, y un uso de la tipografía tanto caligráfica como mecánica muy limpia, con estas técnicas Bass genera una serie de imágenes de gran impacto visual pero al mismo tiempo geométricas y sencillas que atrapan al espectador de la época, tal y como el expresa "I just want to make beautiful things, even if nobody cares"⁸

La manera de trabajar de Saul Bass es como bien lo explica el propio artista: "es la noción de tomar algo 'conocido', aun algo trillado, y tratarlo de tal manera que se transforma en una experiencia completamente fresca. Algo así como transformar lo común y corriente en extraordinario."⁹

Se trata de darle importancia a los encargos por encima de todo de una manera comunicativa y libre de cargas, centrándose esencialmente en el concepto creativo basado en la imagen. El uso de la retórica visual en sus trabajos hace de su obra algo de importante valor gráfico, ya que utiliza principios de las nuevas vanguardias de principios del siglo XX, con una base muy sólida en diseño gráfico.

No tardó en destacar por encima del resto de artistas con su trabajo para *The Man With The Golden Arm* (1955) dirigida por Otto Preminger (1905-1986) con una secuencia de créditos que se convirtió en un antes y un después en este tipo de arte al revolucionar por completo la industria con la base conceptual y gráfica de la pieza. Su idea de TC la resumiría como:

"Un título puede predisponer al público hacia un filme. Esa es su función en un sentido amplio. Dentro de este marco, hay varias maneras de conseguirlo. Una es resumir la película [...] dar con un resumen simbólico que transmita el humor, la actitud y el tono de la película. Otra crear un prólogo; o, quizás, coger una secuencia literal del tiempo anterior al comienzo del filme y lograr que lo estructure."¹⁰

El origen de las aportaciones de Saul Bass nos remiten a la escuela de la Bauhaus, durante sus últimos años de estudiante. Fue alumno de Gyorgy Kepes (1906-2001), artista que acababa de pasar cinco años como profesor de The New Bauhaus American School of Design, fundada en Chicago por Laszlo Moholy-Nagy (1895-1946) en 1937, que le transmitió con eficacia los nuevos lenguajes europeos.

"Y es que, si bien podemos rastrear en el trabajo de Saul Bass algunas de las propuestas de su maestro Gyorgy Kepes, como las intervenciones en arte cinético, el uso del color e incluso el sentido del humor que destilan algunas de sus obras, la influencia europea recibida a través de su tutor se deja entrever sobre todo en aquellos trabajos que, como éste, están marcados por un alto grado de conceptualismo y abstracción, basada en una síntesis de los mensajes visuales con los menores recursos gráficos posibles."¹¹

8. BASS, JENNIFER & KIRKHAM, PAT. *Saul Bass: A Life In Film And Design*. Laurence King edition. 2011.

9. BASS, JENNIFER & KIRKHAM, PAT. *Saul Bass: A Life In Film And Design*. Laurence King edition. 2011.

10. http://es.wikipedia.org/wiki/Saul_Bass [Consulta: 5 de octubre de 2015]

11. GÓMEZ LLORENTE, ANA MARÍA. "Saul Bass Y La Introducción Del Arte Europeo En El Diseño Gráfico Norteamericano." *NORBA, Revista de Arte*, ISSN 0213-2214, vol. XXXI (2011) / 133-148

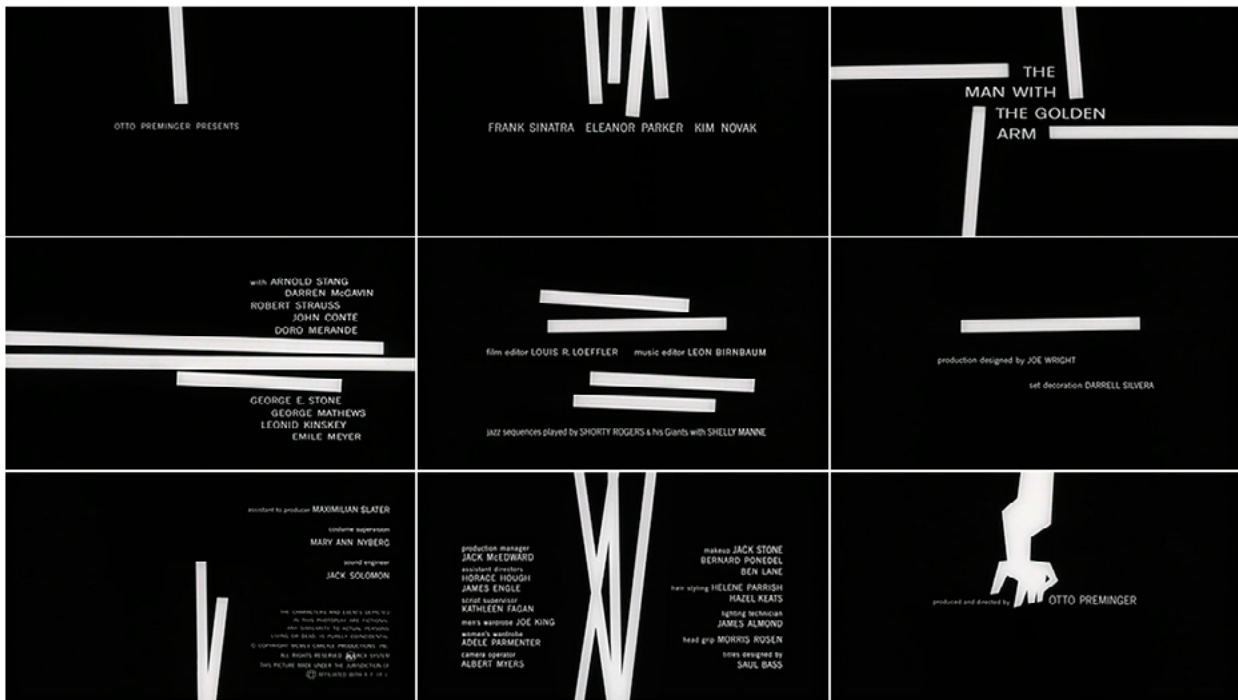


Fig.39 - Otto Preminger: *The man with the golden arm* (1954).

OTTO PREMINGER: *THE MAN WITH THE GOLDEN ARM* (1954) 1'50''

A través de un breve análisis de la pieza, contemplamos la simplicidad gráfica con la que Saul Bass nos dirige y cautiva hacia el tema de la película, el personaje es un drogadicto y las adicciones son el punto de partida del artista, según comentaba Bass:

"La película trata sobre la adicción a la heroína, y el símbolo del brazo, con su forma quebrada, expresa la existencia despedazada y desarticulada de un adicto."¹²

El uso de una imagen tan potente como el brazo provocó mucho escándalo por su alegoría a la drogadicción, este recurso surgió gracias a la obsesión que el artista tenía por la obra de Pablo Picasso, *Guernica*, en el que se muestran unos brazos en tensión con un parecido gráfico muy razonable. Como ha expresado Roberto Gamonal:

"Al ser una película en blanco y negro, Bass utiliza la fuerza del negativo. La secuencia comienza con unas simples barras blancas que se mueven por la pantalla, introduciendo los nombres del reparto, en una perfecta coreografía sincronizada con la excelente banda sonora de jazz realizada por Elmer Bernstein. Los ochenta segundos que dura esta secuencia concluyen con la confluencia de las barras blancas que se transforman en el icono visual que representa el film: el poderoso brazo de formas quebradas en color blanco sobre fondo negro."¹³

Sus títulos de crédito son iconográficos y conceptuales con animación básica al ritmo de la música, fondo negro y tipografías y elementos gráficos en blanco. La fuerza del negro atrapa al espectador al ritmo de la música, una obra maestra sin precedentes que revoluciona aún hoy en día el grafismo audiovisual.

La colaboración entre Preminger y Bass continuó durante varios años con películas como *Saint Joan* (1957), *Buenos días, tristeza* (1958), *Anatomía de un asesinato* (1959), *Éxodo* (1960), *Tempestad sobre Washington* (1962), *El cardenal* (1963), *Primera victoria* (1965), *El rapto de Bunny Lake* (1965), *Extraña amistad* (1971), *Rosebud* (1974) y *El factor humano* (1980)

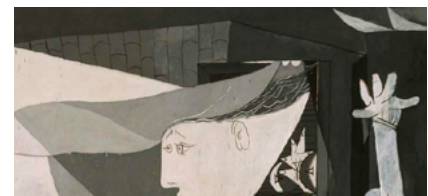


Fig.40 - Pablo Picasso: *Guernica* (1935).

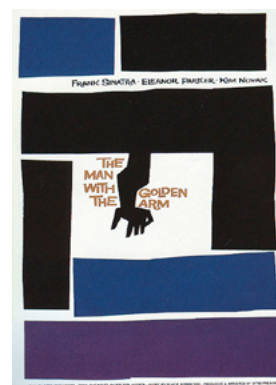


Fig.41 - Cartel para Otto Preminger: *The man with the golden arm* (1954).

12. SAUL BASS y STAN HART Documental *Bass on Titles*. 1977.

13. ROBERTO GAMONAL ARROYO: "Títulos de Crédito, píldoras creativas del Diseño Gráfico en el Cine." en Revista *Icono* nº 6. 2005.

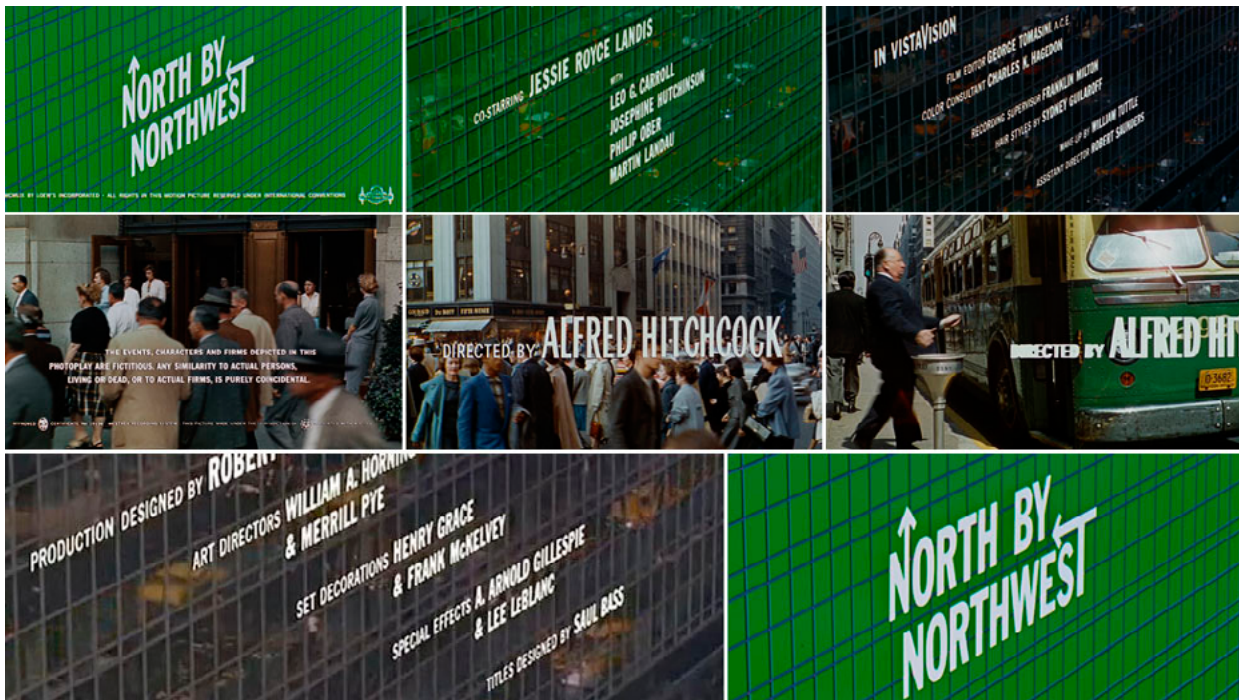


Fig.42 - Alfred Hitchcock: *North by northwest* (1959).

ALFRED HITCHCOCK: NORTH BY NORTHWEST (1959) 2'13"

La colaboración entre Saul Bass, Alfred Hitchcock y Bernard Herrman tan sólo duró tres años pero dejó un legado sin precedentes en la historia de los títulos de crédito. Por culpa de la escena de la ducha en *Psycho* (1960) en la que se disputaron la autoría durante muchos años, Saul Bass y Hitchcock dejaron de trabajar juntos.

Esta fue su primera colaboración, la secuencia comienza con la construcción animada de unas intersecciones en perspectiva, donde se van sumando los rótulos desde la base con un movimiento parecido al de un ascensor pues entran en escena mostrando toda la información del elenco respetando siempre la perspectiva.

Casi al final esas intersecciones se convierten en un edificio con sus ventanas, y un fundido nos muestra un contexto urbano con mucho bullicio de personas moviéndose al ritmo de la música, buscando un destino rápidamente ya sea en tren, taxi o incluso el propio director de la película Alfred Hitchcock a modo de guiño como solía hacer en todas sus obras, aparece en escena perdiendo el autobús en esta carrera frenética.

El ritmo frenético marca el tono de la secuencia, la tipografía de palo seco y en perspectiva nos recuerdan a las inclinaciones de la Bauhaus, además construye el título de la película como si de un logotipo se tratara, generando una secuencia formal y conceptual en el aspecto gráfico.

Son tres partes muy diferenciadas, una totalmente gráfica con los títulos superpuestos sobre el fondo de la cuadrícula, la segunda el fundido sobre la fachada reflectante, y el tercero el plano es frontal, la perspectiva se pierde, y se contemplan las masas de gente anónima por New York.

Esta progresión en la secuencia desde una abstracción gráfica fría hasta la propia realidad percibida, se refleja simbólicamente en la fachada del edificio con el reflejo de los coches, los viajes del protagonista, su identidad y su constante transformación a lo largo de la película.

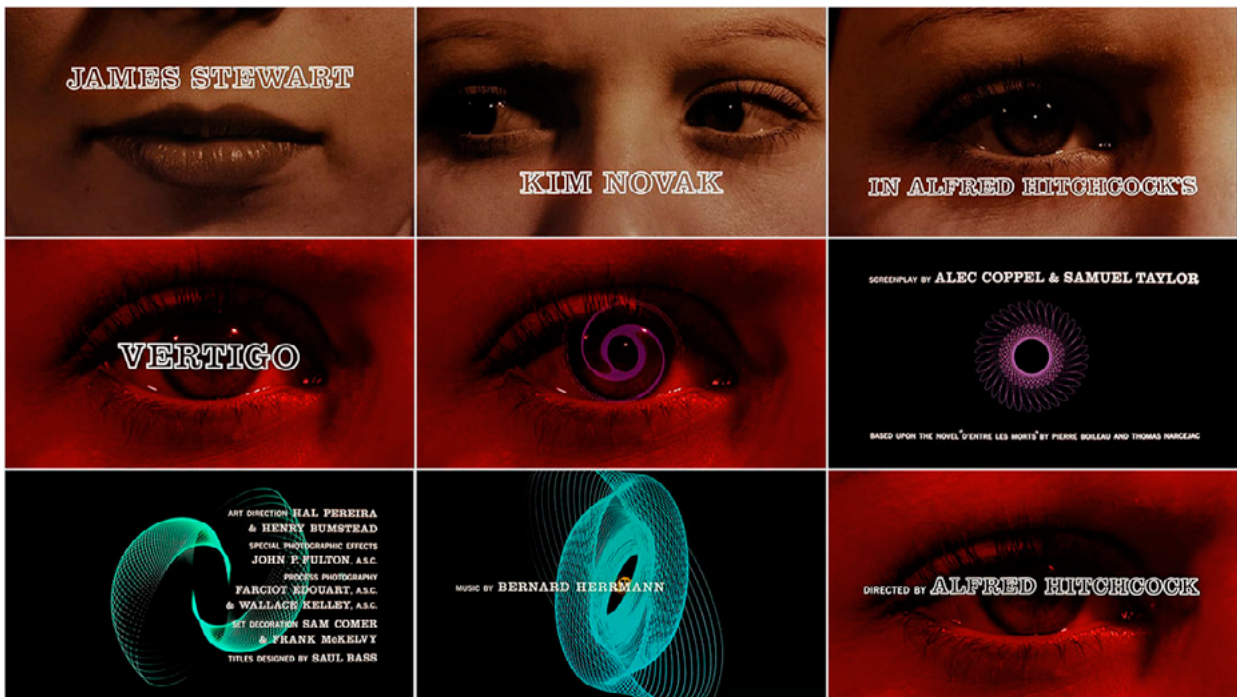


Fig.43 - Alfred Hitchcock: *Vértigo* (1960).

ALFRED HITCHCOCK: *VERTIGO* (1960) 2'01''

Puede considerarse una de las grandes obras maestras del género, junto con la música de Bernard Herrmann. Esta pieza nos traslada a una estética onírica que sirve de prelude de la historia. El uso del color rojo es una metáfora de los impulsos primarios y el subconsciente, así como las espirales girando sin cesar que transmiten el vértigo y la falta de control, la imagen de la protagonista nos anticipa la obsesión por su peinado en la propia trama y como se convierte en un elemento clave para el desenlace final.

La animación de las espirales que aparecen en los créditos fueron obra del animador y pionero en el uso de imágenes generadas por ordenador, John Whitney. Según muchos expertos son las espirales más atractivas que se han conseguido hasta el momento en el campo audiovisual.

Fueron todo un hito en la época porque desde el punto de vista conceptual marcaron un antes y un después en este formato. La complicidad de transmitir el trasfondo psicológico de una película con tanta carga patológica en una secuencia, nos llena de sensaciones de las que el propio protagonista experimenta y nos hace partícipes de esa sensación. Nos confronta al primer plano de un ojo femenino mientras la imagen se tiñe de rojo, forma muy directa de captar la atención y prevenir al espectador.

Todas las obsesiones y miedos del personaje protagonista que interpreta James Stewart están presentes metafóricamente en el contenido de esta secuencia.

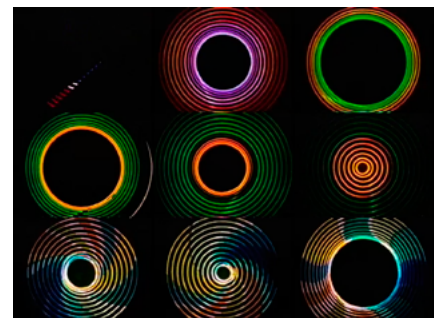


Fig.44 - John Whitney: *Catalog* (1961).

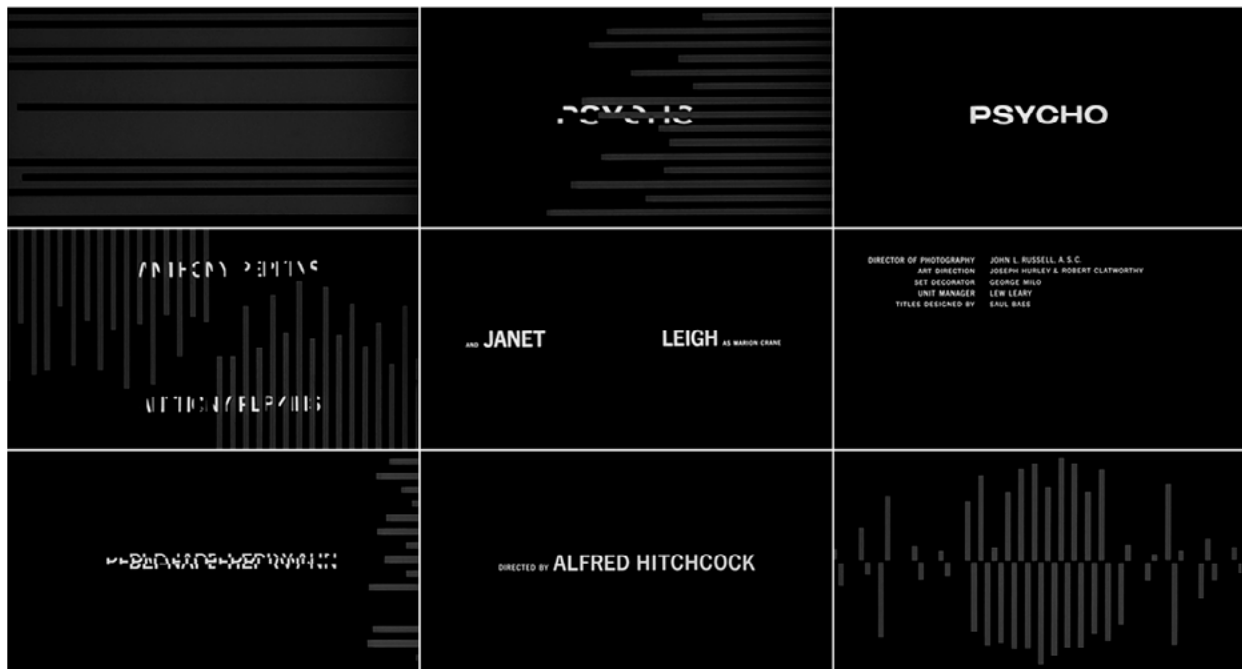


Fig.45 - Alfred Hitchcock: *Psycho* (1960).

ALFRED HITCHCOCK: *PSYCHO* (1960) 1'57''

La sencillez predomina en las piezas de Saul Bass, enfocándose en el concepto por encima de todo pues la solución más corta siempre era la más acertada. Entre el minimalismo y el modernismo la secuencia de *Psycho* utiliza unas barras blancas muy simples con letras sin serifa, acompañándose al ritmo de la música con una coreografía muy estudiada en la que nunca cortan ni rompen la formación. Cada elemento tiene una dirección, encendido, apagado, abajo, negro y blanco, restricciones que el propio Bass se autoimpone para generar el mayor efecto dramático en la secuencia. Se comentaba que esta secuencia estaba pensada originalmente para *Anatomy of a Murder* (1959) pero Otto Preminger la rechazó porque pensaba que su diseño era muy simple.¹⁴ Contraste y tensión se unen en esta secuencia, en la que la doble personalidad antagonista de Norman Bates ofrece el contraste y el *mcguffin*¹⁵ trae la tensión. Elementos que muestran al espectador todo lo que necesitan saber de la trama creando una tensión visual y una lectura muy directa que nos permite leer entre líneas. Como comenta Blanca Rego:

"Los títulos sugieren el tema y la atmósfera de la historia. Los nombres aparecen violentamente fragmentados, y la música de Bernard Herrmann sugiere vuelos frenéticos, gritos de pájaros y cuchillos afilados."¹⁶

El título de la película usa la tipografía "Venus Bold Extended", gracias a técnicas mecánicas en el negativo se consiguen las fragmentaciones y animaciones que vemos en la secuencia. El último rótulo en el que aparece el director se fragmenta varias veces en ambas direcciones y sale de la pantalla partido en dos, lo que se relaciona conceptualmente con la doble personalidad del protagonista. Para finalizar unas líneas grises en forma de *skyline* de rascacielos, metáfora que introduce la primera secuencia de la película donde aparecen varios planos de edificios. Según comenta Ivan Bort:

"Tras la revolución que Bass supuso en el campo de los títulos de crédito, quedó claro que nunca más iban a poder ser considerados simplemente como estériles retahílas de nombres y títulos y que, en efecto, podían conseguir y conseguían determinados objetivos narrativos mucho más allá. Esta nueva concepción surgía de combinar recursos narrativos y expresivos que hibridaban lo intelectual y lo emotivo, lo literario y lo visual."¹⁷

14. Véase REBELLO, STEPHEN: *Alfred Hitchcock and the Making of Psycho*. Dembner Books. 1990.

15. Es un elemento de suspense que hace que los personajes avancen en la trama, pero que no tiene mayor relevancia en la trama en sí.

16. BLANCA REGO. *Títulos de crédito: Psycho*. <http://www.makimono.es/titulos-de-credito-psycho/>. 6 noviembre, 2013.

17. BORT GUAL, IVÁN, GARCÍA CATALÁN, SHAILA y MARTÍN NÚÑEZ, MARTA: "Nuevas tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales en la cultura digital contemporánea". *Actas del IV Congreso internacional sobre análisis fílmico*. Universitat Jaume I, Castellón 4-6 de mayo de 2011. Madrid: Ediciones de Ciencias Sociales.

3.2 Las destrezas gráficas del padre de la estética MTV, Pablo Ferro

De origen cubano, tras sus inicios como ilustrador en los cincuenta, su nombre empezó a ser conocido gracias a los créditos de *Dr. Strangelove* (1968), su relación con Stanley Kubrick (1928-1999) le llevó a trabajar en otros proyectos como el revolucionario tráiler de *A Clockwork Orange* (1971). Desde entonces, Ferro no ha dejado de crear obras maestras para films de culto como *Bullitt* (1968), *Beetlejuice* (1988) o *L.A. Confidential* (1997).

Las características más destacables de sus trabajos, son el *quick-cut* y la tipografía manual.

Su tipografía dibujada a mano se convirtió rápidamente en su tarjeta de visita, una icónica y muy codiciada estética para las producciones del momento en el cine y el diseño gráfico.

Además, su trabajo de edición con cortes rápidos en el tráiler de *A Clockwork Orange* (1971) sigue siendo excepcional hoy en día, fascinante y contundente en su técnica, convincente en su intensidad. Esta intensidad impregnara gran parte de su trabajo, inyectándole un ritmo rápido y frenético a sus piezas. Pablo Ferro generó una estética propia que años más tarde definió el canal musical MTV, formas urbanas, rápidas, sucias, desenfadadas que marcaban un cambio radical con las estéticas del momento.

La fama de Pablo Ferro y su reputación como artista extravagante y resolutivo eran atractivas para los clientes en busca de la novedad. Su enfoque publicitario animó a sus clientes de Hollywood a afrontar riesgos con el color, la edición y con imágenes en negrita.



Fig.46 - Diferentes trabajos de Pablo Ferro. Ferro.



Fig.47 - Stanley Kubrick: *Dr. Strangelove* (1968).

STANLEY KUBRICK: *DR. STRANGELOVE* (1968) 47''

Kubrick ofreció a Pablo Ferro la posibilidad de realizar el tráiler de la película, tras ver sus trabajos publicitarios en los que imponía un ritmo estridente y totalmente nuevo para la época. En palabras de Kubrick, quería que el artista tratara la película como un producto para vender a las grandes masas y no tardó en ofrecerse para diseñar también los títulos de crédito. Una secuencia que prepara al público para un juego descabellado, satírico a través de la guerra fría y el sexo. Vemos un campo de nubes y como la voz se desliza con el sonido del viento, un aparato fálico con la inscripción *Try A Little Tenderness* nos prepara para un baile en forma de cópula mecánica con movimientos torpes, pero de alguna manera fascinantes.

Ferro utiliza letras finas y composiciones con mucho espacio, superpuestas sobre tomas de aviones. Antes de 1966, la estética de los títulos más conocidos la definen principalmente diseñadores como Binder, Brownjohn y Fráncfort con sus geometrías simbólicas, tipografías limpias y formas gráficas en negrita.

En cambio sus letras en cierta manera delgadas y temblorosas combinan a la perfección con las imágenes de los aviones, creando una combinación nunca antes utilizada en el cine. Todo se hizo a mano, con lápiz grueso sobre vidrio directamente. Tal y como comentaban Gema Solana y Antonio Boneu:

18. SOLANA, GEMA Y BONEU, ANTONIO:
Uncredited: diseño gráfico y títulos de crédito. Index Book Barcelona 2008.

"Desde cualquier punto de vista, esta secuencia de títulos es una obra genial. Diferente, libre, divertida, desproporcionada y absolutamente brillante. El primer trabajo de Ferro como diseñador de títulos ofreció lo nunca visto. Impresionante e imprescindible."¹⁸

3.3 Hacia un modelo videográfico con Maurice Binder

Maurice Binder (1925-1991) diseñó los títulos de crédito de catorce películas de la saga de James Bond, desde *Dr. No* (1962) hasta *License to Kill* (1989), y creó secuencias especialmente realizadas para su uso en los tráileres y materiales publicitarios. Por este motivo contribuyó a la creación de una imagen de marca reconocible a lo largo de los años.

Nacido en New York, Binder comenzó su carrera como diseñador gráfico para los almacenes Macy's hasta que le surgió la posibilidad de trabajar para Columbia Pictures como director de arte, interviniendo en las campañas publicitarias de *Gilda* (1946) y *The Lady from Shanghai* (1947).

A finales de los años cincuenta, Binder se mudó al Reino Unido y empezó a diseñar títulos de crédito para las películas de Stanley Donen. Su trabajo en *The Grass is Greener* (1960) llamó la atención de los productores de James Bond, Albert R. Broccoli y Harry Saltzman, que pronto se pusieron en contacto con él y le ofrecieron trabajar en sus películas.

Su primer encargo fue para el diseño de los títulos de crédito de *Dr. No* (1962) ya que la modernidad y las secuencias animadas abstractas que Binder creaba les convencieron de que era el diseñador perfecto para luchar contra la crisis que tenían compitiendo con la televisión.

Quizás lo más representativo y marca de la saga es el *Gunbarrel* (el alma de la pistola), secuencia de arranque en todas las películas de James Bond en la que aparece el personaje caminando mientras es visto desde el interior del cañón de una pistola, de manera que el espectador es el que apunta. Esta secuencia empieza enseñando un círculo blanco sobre un fondo negro que se desplaza de izquierda a derecha de la pantalla. El punto blanco se amplía hasta parecer el cañón de una pistola desde dentro. Unas espirales de textura metalizada aparecen en los extremos de la pantalla para converger en los bordes del círculo blanco.

El cañón de la pistola sigue el movimiento de *007* hasta que llega a la mitad de la pantalla, momento en el que se gira y dispara en la dirección del espectador. Un velo de sangre translúcido cae desde la parte superior de la pantalla, mostrándonos que el enemigo ha caído.



Fig.48 - Secuencia de *Gunbarrel* de 007.



Fig.49 - Varios de los trabajos de Maurice Binder.

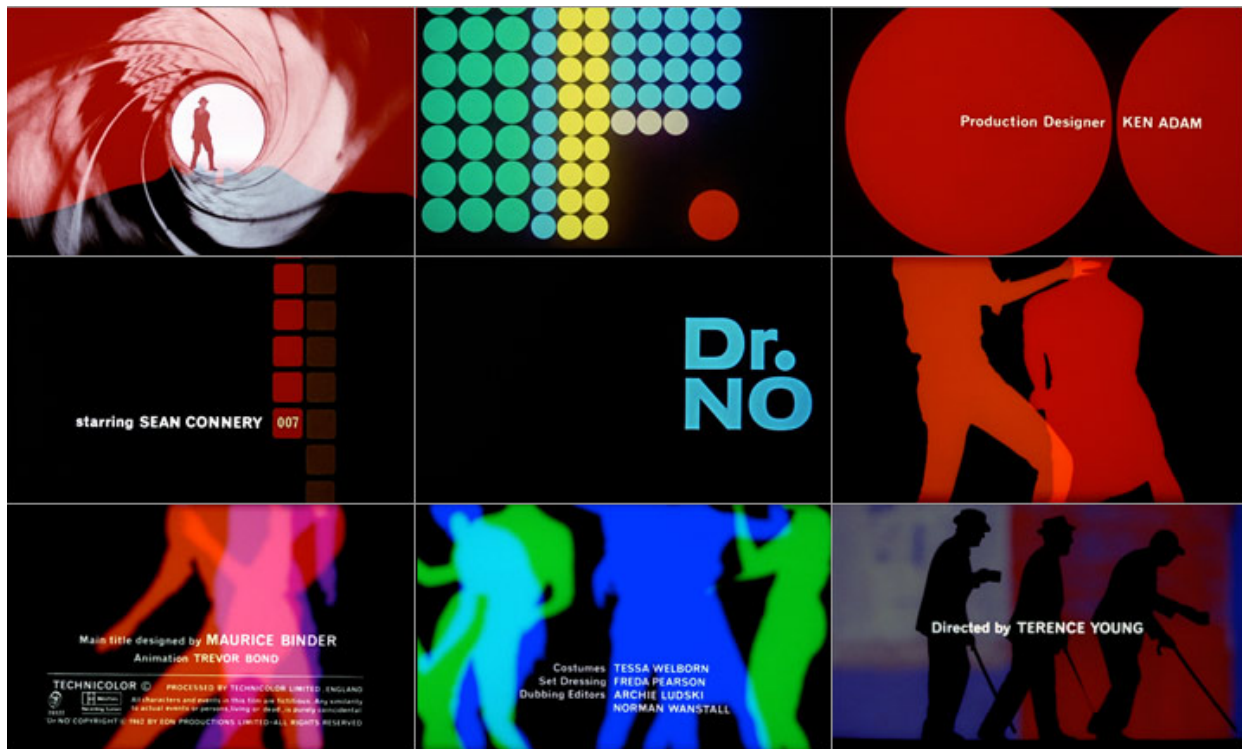


Fig.50 - Terence Young: *Dr. No* (1962).

TERENCE YOUNG: *DR. NO* (1962) 4'06''

Esta es una de las piezas más representativas de la historia de los TC. Era una época en la que los diseñadores americanos estaban fuertemente influenciados por la vanguardia europea, coleccionaban catálogos de manera compulsiva y en el caso de Bass o Binder poseían una gran colección de arte moderno, con obras de Matisse (1869-1954) o Picasso (1881-1973).

La vanguardia europea se considera fina, elegante y sofisticada, el amor por el viejo continente se palpaba en las estéticas del momento. El diseño modernista, los patrones geométricos y abstractos calaban profundamente en una juventud ansiosa de cultura habituada a escuchar música jazz y convivir con la cultura pop.

El estilo moderno fue apropiado para el diseño de productos en Estados Unidos, en la publicidad, el diseño gráfico y en la arquitectura. Los artistas europeos creían que sus diseños funcionalistas hacían nuestro mundo mejor, pero la apropiación estadounidense fue decididamente más práctica. Reducir una película con una metáfora visual elegante y de aspecto moderno era un método muy eficaz de promocionarla, funcionando como un logotipo para la película. Un símbolo en negrita, reconocible y distintivo que funciona en todos los soportes que requiere una película para promocionarse, cartel, publicidad, etc. Por otra parte, el estilo abstracto añade sofisticación y exclusividad para el público. Detalles que predominan en las piezas de apertura de todas las películas de *007*. Una elegancia que tenía que competir con la televisión del momento y que mostraba el cine como algo único e inimitable.

Después de oír el sonido del disparo arranca el tema compuesto por Monty Norman (1928-) y una sucesión de puntos de colores van acompañando los rótulos intermitentemente con siluetas de personas bailando en diferentes colores que acompañan la composición.



Fig.51 - Secuencia de construcción del logotipo de *Dr. No* (1962).

Los puntos de animación, con sus colores brillantes, la animación rítmica y la red subyacente sugieren que la inspiración vino de diseño moderno, del op-art, del arte psicodélico y de la vida nocturna de la ciudad. Representan optimismo, elegancia contemporánea, diversión y juventud, preparando al espectador para un tipo diferente de emoción.

Las luces parpadeantes nos remiten a los grandes ordenadores de la época y son una metáfora visual de la guarida tecnológica del villano.

Según Binder, los puntos se le ocurrieron momentos antes de una reunión en la que aún no tenía nada preparado y unas pegatinas con precios que tenía por la mesa le sirvieron de inspiración para crear una de las secuencias más sobresalientes de la historia del cine.¹⁹

19. Véase más información en http://www.watchthetitles.com/articles/00262-dr_no#9 [Consulta: 15 de diciembre de 2015]

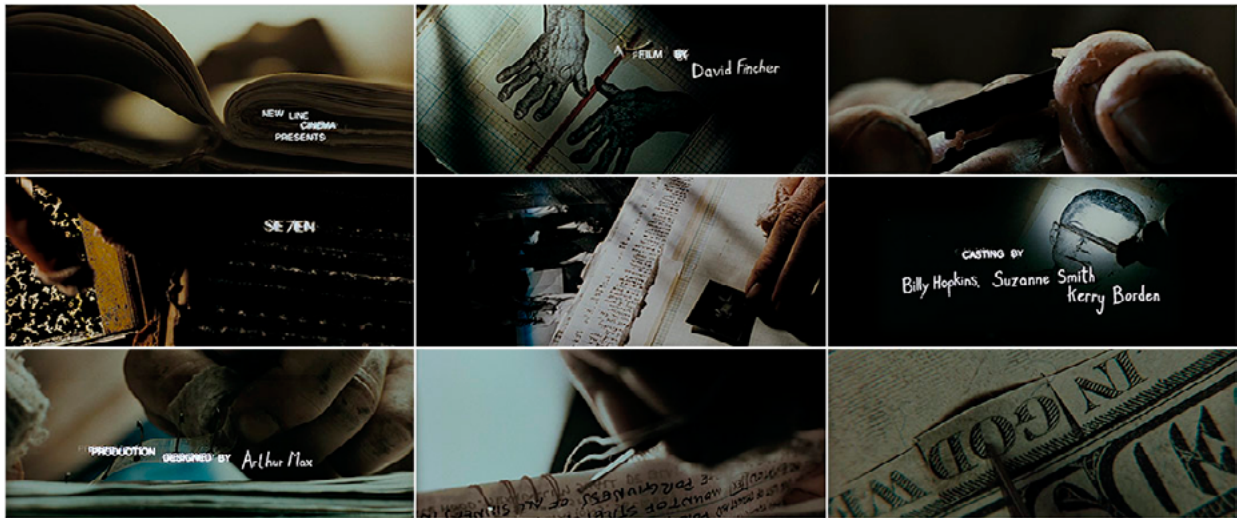


Fig.52 - Seven. David Fincher (1995).

DAVID FINCHER: SEVEN (1995) 2'10''

3.4 El cambio de paradigma con Kyle Cooper y Seven

Tras terminar sus estudios de diseño gráfico en la Universidad de Yale, Kyle Cooper (1962-) trabaja en publicidad. No es hasta los títulos de crédito de *Seven* cuando comienza a adquirir popularidad. En 2003, Cooper funda su propia agencia creativa Prologue Films, con la que ha participado en los títulos de crédito de películas como *The Mummy* (1999), *Spider Man* (2002), *Hulk* (2008).

Dirigida en 1995 por David Fincher, *Seven* es una película difícil de clasificar dado su estilo desenfadado y oscuro. Tal vez demasiado oscuro para calificarla como un thriller aunque contenga los ingredientes adecuados, ni tampoco se puede considerar como una película serie B, ya que está interpretada por un elenco de estrellas de Hollywood, además de estar sostenida por un guión inteligente, y una producción muy costosa

La película tuvo mucho éxito de taquilla gracias al boca a boca acerca de su trama, e indudablemente por su secuencia de créditos que marca un paradigma en este tipo de arte. Ya que retoma diferentes referentes de los años 50 y los traslada al concepto de la historia de una manera muy postmoderna para la época. El estilo sucio de esta pieza ha sido fuente de inspiración para muchas de las tendencias gráficas de hoy en día.

Dicha secuencia ha sido comparada en muchos artículos con la fotografía de corte grotesco y macabro de Joel-Peter Whitkin (1939-) y el cine experimental de Stan Brakhage (1933-2003).

Su formato se comparó con el diseño de los TC de Stephen Frankfurt para *To kill a mockingbird* (1963)²⁰ que cuentan con fotografías de primeros planos de objetos personales para que nos hagamos una idea del mundo interior de uno de los personajes clave de la película. La interpretación visual de Cooper se compenetra a la perfección con la narrativa de David Fincher.



Fig.53 - Stephen Frankfurt:
To kill a mockingbird de (1963).



Fig.54 - Fotografía de Joel-Peter Whitkin.



Fig.55 - Fotografías de Stan Brakhage.

20. Véase entrevista al autor en <http://www.artofthetitle.com/title/se7en/> [Consulta: 18 de diciembre de 2015]

La secuencia de TC transcurre con planos cortos e inclinados de diferentes cuadernos con apariencia de haber sido confeccionados por un psicopata compulsivo, con una serie de elementos gráficos aterradores que anteponen a modo de microrelato las claves fundamentales de la película.

Los cuadernos han sido creados por los diseñadores Clive Piercy y John Sabel, que llenaron las páginas con grandes bloques de texto, rotos por fotografías macabras o artefactos ambiguos. Como bien nos describe José Manuel Blay:

“La imagen se regodea en unas manos desconocidas y sucias que se caracterizan por tener las yemas de los dedos vendadas, y que escriben sobre distintos cuadernos, recortan fotografías macabras y las pegan sobre los mismos, y van conformando la personalidad de un personaje por el momento desconocido para el espectador. El uso que Cooper hace de la tipografía, como si de actores se tratara, expresando con su forma y su movimiento sensaciones y predisponiendo al espectador para captar el concepto que Cooper intenta transmitir, pasa a ser una marca en su trabajo.”²¹

21. BLAY GIL, JOSÉ MANUEL. *Los nuevos lenguajes del diseño: Motion Graphics : estado de la cuestión y análisis comparativo de la obra de Kyle Cooper.* Valencia. UPV 2011.

Un trabajo que le valió todo el reconocimiento a Kyle Cooper y le convirtió en precursor de una nueva tendencia gráfica en el diseño audiovisual, en la que lo sucio y lo artesanal predominan por encima de todo.

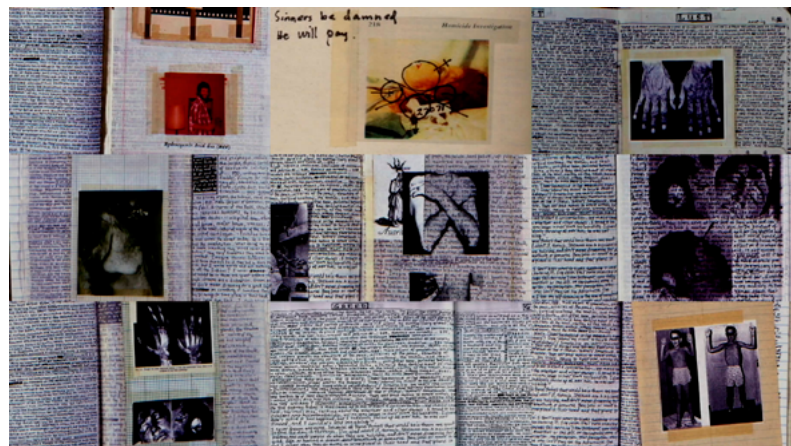


Fig.56 - Cuadernos de Seven. Clive Piercy y John Sabel.



Fig.57 - Secuencia de prueba de los créditos de Seven.

3.5 Las series de televisión y su identidad gráfica

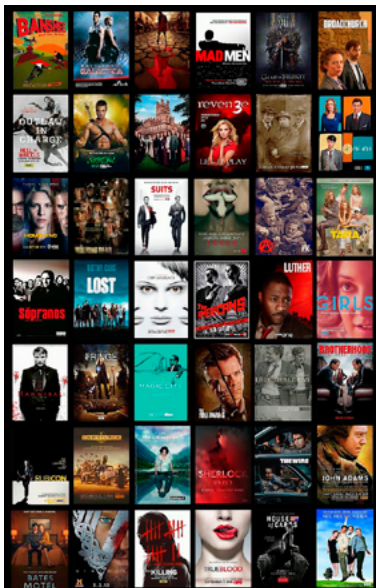


Fig.58 - Diferentes portadas de las series con más éxito del momento.

En la última década y debido a la presión de los grandes estudios de cine contra los sindicatos de guionistas, muchos de ellos han trasladado su talento al mundo de las series de tv. Fenómeno que no hace más que crecer y en el que intervienen diferentes factores para su éxito. En concreto, los TC en este ámbito, han sido elevados a la categoría que les corresponde, dándose una serie de obras que están marcando las tendencias gráficas del momento, hasta los famosos premios *Emmy* tienen reservada una categoría para los mejores TC de cada año.

Las series de televisión actuales están diseñadas como un producto global y por lo tanto requieren de una gran cantidad de soporte gráfico para identificar el producto y resultar atractivo para el espectador. Como remarca Roberto Gamonal:

“Los títulos de crédito son la marca de la serie de televisión y son los que señalan la línea gráfica a seguir en productos que van más allá de la pequeña pantalla: web, revista, merchandising, etcétera.”²²

Al contrario que en el cine, los TC en las series de televisión se ven repetidas veces al preceder e identificar los diferentes episodios, por lo que la estética que se requiere tiene que haber sido minuciosamente estudiada dentro del *branding*²³ de la propia serie, para funcionar como un identificador atractivo y pregnante que suscite el interés de los espectadores para su continuo visionado.

Para realizar este trabajo, darle forma a la imagen de una serie junto con su material de difusión, suelen ocuparse grandes estudios de diseño que hoy en día se dedican a marcar las tendencias con el trabajo de sus diseñadores, integrados en grandes equipos de trabajo que llevan la realización del *branding* en paralelo a la grabación del episodio piloto.

Kyle Cooper fundó Prologue Films una de las pioneras en este formato y no tardaron en llegar diferentes estudios que aportaron su creatividad y frescura a la imagen de las series que hoy en día dominan este sector. A continuación, haremos un repaso de los estudios más reconocidos.

22. ROBERTO GAMONAL ARROYO: Tecnologías Audiovisuales en la Era Digital: *Los títulos de crédito de series en la pequeña pantalla*. Madrid 2013. Editorial Fragua, pp.245-262.

23. Es un anglicismo empleado en marketing que hace referencia al proceso de hacer y construir una marca

3.6 Nuevos estudios, la batalla por el primer puesto

Hoy en día existen numerosos estudios de diseño enfocados a los TC, dada la fama que han adquirido en las series de televisión, algunos de los seleccionados son pioneros en la industria con un gran bagaje tanto en cine, televisión y publicidad.

Prologue Films es un equipo de diseñadores especializados en tipografía, técnicas editoriales y motion graphics fundada en 2003 por Kyle Cooper en California, entre sus trabajos cuentan con *Mission: Impossible - Ghost Protocol* (2011), *Sherlock Holmes: A Game of Shadows* (2011), *Rango* (2011), *X: First Class* (2011) y *American Horror Story* (TV Series 2011-)... // www.prologue.com



Elastic es un completo estudio de diseño fundado en Santa Monica en 2008. Conocidos por sus trabajos en *True Detective* (TV Series 2014-), *Game of Thrones* (TV Series 2011-), *Masters of Sex* (TV Series 2013-)... // www.elastic.tv



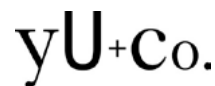
Imaginary Forces es un estudio de diseño especializado en producción con oficinas en Hollywood y New York, fundado en 1996 cuentan entre sus trabajos *Se7en* (1995), *Mission: Impossible* (1996), *Mad Men* (TV Series 2007-2015), *Boardwalk Empire* (TV Series 2010-2014)... // www.imaginaryforces.com



Digital Kitchen es una agencia digital creativa con sedes en Seattle, Chicago y Los Angeles. Fundada en 1995 es muy conocida por sus trabajos de TC en *True Blood* (TV Series 2008-2014), *Dexter* (TV Series 2006-2013), *Six Feet Under* (TV Series 2001-2005) y *Nip/Tuck* (TV Series 2003-2010)... // www.thisisdsk.com



Yu+Co fundada por Garson Yu en 1998 ha trabajado para más de 100 películas entre ellas *Green Lantern* (2011), *Pirates of the Caribbean: The Curse of the Black Pearl* (2003), *Desperate Housewives* (TV Series 2004-2012), *The Leftovers* (TV Series 2014-), *The Bridge* (TV Series 2013-2014), *Silicon Valley* (TV Series 2014-)... // www.yuco.com





ABCDEFGHIJKLM
N:PQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLM
N:PQRSTUVWXYZ
0123456789
!@#\$%^&*()

Fig.59 - Tipografía David F. Nalle:
Chelsea Studio v. 1.0 (1997).

Prologue films bajo la dirección de Kyle Cooper se encarga de los TC de la franquicia televisiva *American Horror Story*, pieza muy laureada bien considerada por la crítica en dónde toda la intensidad del horror de la serie está concentrada en sus imágenes, planos detalles de elementos de la serie, en el caso de la primera temporada, objetos de un laboratorio, fotos antiguas, imágenes desgarradas al ritmo de una música muy estridente y terrorífica. Nos recuerda al caso de *Seven* con la misma influencia de Joel-Peter Witkin y sus imágenes grotescas.

La tercera temporada transcurre en un circo ambulante de *freaks*, y todas las imágenes están relacionadas con el tema, pero el tono y la estética es el mismo que en el resto de temporadas, guardando perfectamente su valor de marca por encima de todo, en un envase de lo más atractivo que va adaptándose según van cambiando las tramas.

La tipografía es una parte importante de la serie en dónde a modo de logotipo se construye el nombre de la serie con la tipografía "Chelsea Studio" creada por David F. Nalle, de inspiración *art nouveau*, además de utilizarse para el resto de rótulos que presentan el elenco de la serie. Esta tipografía de por sí, tiene una gran fuerza visual y nos remite a una estética *vintage*, muy acertada dado el contexto de la serie.



Fig.60 - American Horror Story: Temporada 1.



Fig.61 - American Horror Story, Freak Show. Temporada 3.



Fig.62 - *True Detective*. Temporada 1.

elastic
True Detective (2014)
 Temporada 1
 37''



Fig.63 - Richard Misrach: *Paisaje*. (1974).

Lo más importante en esta pieza es el paisaje y el entorno que muestran, ya que de manera contextual nos introduce en el universo de la historia, con personajes que reflejan sus luchas internas en las imágenes. La trama se desarrolla en Louisiana en los años 90, con una fuerte presencia de la industria petroquímica y la contaminación del paisaje. Como comenta el propio autor:

"Visualmente, nos hemos inspirado en las dobles exposiciones fotográficas, retratos fragmentados, creados mediante el uso de figuras humanas como ventanas en paisajes parciales, sirven como una gran manera de mostrar caracteres que están marginados o internamente divididos."²⁴

Lo muestran lógicamente con los retratos de los personajes principales construidos a partir de su lugar de origen. Esto se convierte en una forma gráfica de descubrir a los personajes a través de su ubicación.

La estética general de la pieza se inspira en la obra del fotógrafo Richard Misrach(1949-), que en los años setenta retrataba paisajes de Estados Unidos con tomas sugerentes y extrañamente hermosas de la contaminación, la prostitución, y la vida silvestre a través de la costa del golfo de México.²⁵

Su tratamiento del color y su estilo de tonos "lavados" que tanto ha influenciado a los artistas actuales sirven de conexión con la historia de la serie que trata temas parecidos, siempre con la decadencia como protagonista.

24. Extracto de la entrevista a sus creadores en: <http://www.artofthetitle.com/title/true-detective/> [Consulta: 22 de febrero de 2016]

25. Véase entrevista a sus creadores en: <http://www.artofthetitle.com/title/true-detective/> [Consulta: 22 de febrero de 2016]



Fig.64 - Mad Men. Temporada 1.

Una silueta entra en su oficina, coge un maletín y la habitación se derrumba a su alrededor, cayendo por un abismo de anillos con imágenes que sitúan al protagonista en la acción dándonos diferentes datos de la trama al ritmo del tema de jazz *A Beautiful Mine* de RJD2.

Una secuencia que no deja indiferente y que recuerda a los primeros trabajos de Saul Bass, gracias a sus animaciones y mundos oníricos.

La inspiración de la pieza está unida al tema de la serie que son los inicios de la publicidad moderna, el estilo de vida americano y su cultura pop, por lo que los guiños a campañas reales abundan en la composición y dotan a la secuencia de un carácter retro y atractivo.

Según comentaba el creador de la serie Matthew Weiner:

"Soy un gran fan de Saul Bass pero no quiero que se vea como los años 60. Me gusta pensar que es una especie de actualización a nuestros tiempos."²⁶



Fig.65 - Publicidad de Volkswagen.

26. MATTHEW WEINER, creador de *Mad Men* <http://www.artofthetitle.com/title/mad-men/> [Consulta: 25 de febrero de 2016]



Fig.66 - *Black Sails*. Temporada 1.



Fig.67 - Fotos de Pablo Genovés.

Un trabajo muy a tener en cuenta por la belleza de su realización, a través de planos detalles de unas figuras de porcelana de influencias barroca y rococó, en las que nos va anticipando la trama de la historia. Todo bajo un ambiente de clave baja luminosa que nos produce una sensación de oscuridad y tenebrosidad. El ritmo visual viene dado por el ritmo de la música y nos presenta los diferentes planos con fundidos y diferentes detalles de las figuras que simbolizan la acción.

La inspiración de la estética según los creadores viene de las fotografías de Pablo Genovés, artista español especializado en fotografías pictóricas intervenidas con pintura. Un gran trabajo de modelado e iluminación 3D para realizar esta pieza de belleza sin igual, en la que los diferentes objetos del imaginario pirata, de una manera sutil, son mostrados a lo largo de la secuencia, empapándonos del contexto histórico de la trama.



Fig.68 - *Six Feet Under*. Temporada 1.

Danny Yount fue el creador de una de nuestras secuencias de créditos preferida y causante de la fascinación que sentimos por este tema.

Planos de diferentes elementos del contexto de la serie: una funeraria, de hecho, cada capítulo se centra en la muerte de alguien y su posterior funeral.

Planos detalle de los cuerpos, un cuervo, el cementerio, el hospital, etc. Imágenes que nos muestran de una manera poética el devenir de la vida frente a la muerte. Metáforas familiares de la muerte que terminan guiando al cielo para buscar una respuesta, a pesar de lo duro de las imágenes, la belleza que generan en cada toma es asombrosa. Unos lirios marchitándose, pasillos largos sin final y con la imagen subexpuesta, la coincidencia entre los diferentes conceptos es muy acertada, hasta terminar con el árbol marchito en la colina, recordatorio flagrante del ciclo de la vida y la muerte. Este árbol marchito se ha convertido en una de las imágenes más icónicas de la historia de la televisión que da lugar al logotipo de la serie y que hace un guiño a su nombre *Six Feet Under* que es la profundidad a la que se entierran los ataúdes.

Como material adicional se realizaron varios spots comerciales falsos sobre productos de funeraria, pero en tono de humor negro, muy conseguidos que añaden un punto extra al *branding* de la serie.



Fig.69 - *Six Feet Under*. Spot



Fig.70 - *Six Feet Under*. Spot



Fig.71 - Dexter. Temporada 1



Fig.72 - Fotografías de David Byrne. *Strange Ritual*

27. Véase entrevista con el autor en <http://www.artofthetitle.com/title/dexter> [Consulta: 22 de febrero de 2016]

Eric Anderson dirige esta secuencia para Digital Kitchen, en la que nos muestra en planos detalle del principio el día del protagonista, utilizando simbólicamente elementos cotidianos que generan confusión con el oficio del protagonista, un asesino en serie. Para ello, el rojo de la sangre es fundamental ya sea con la tipografía, con las gotas de sangre al afeitarse o con la salsa de tomate.

La secuencia nos transmite los conceptos de una manera sutil y elegante: los cordones de las botas o la seda dental como metáfora visual de estrangulamiento. Y así todos los planos de la secuencia.

El valor por las pequeñas cosas, cotidianas del día a día bajo una mirada oscura podía definirse como uno de los rasgos característicos del protagonista. Un oscuro pasajero interior que se muestra de manera sublime en esta secuencia y que nos transporta a la vida de Dexter desde que se levanta cada día.

Se pueden encontrar multitud de inspiraciones en la estética elegida por los autores en el libro de David Byrne (1952-) *Strange Ritual* (1994) una obra llena de maravillosas fotos de la nada.²⁷ Según comentan en su entrevista en Art of the Title.



Fig.73 - True Blood Temporada 1.

Esta secuencia nos muestra el contexto del sur de Estados Unidos, las zonas de pantanos, las iglesias protestantes, la segregación racial, y sobre todo el elemento sexual como parte más potente. El rojo está presente de diferentes maneras ya sea en los labios de una mujer, como en la boca manchada de un niño comiendo cerezas, imágenes subliminales que nos alteran y provocan gran expectación hacia la serie.

La podredumbre, los caimanes y demás elementos aparecen en escena para inquietarnos y otorgar una riqueza visual muy considerable, gracias a la canción de Jace Everett, *Bad Things*, que acompaña muy acertadamente a esta estética entre gótica y sureña con fuertes cargas religiosas y sexuales, muy cercanas al mundo vampírico de la serie.

Los elementos de esta secuencia se han comparado con Andrew Douglas, y su película *Searching for the Wrong-Eyed Jesus* (2003) película hipnótica, realista y muy dura, sobre el surrealismo sureño norteamericano.²⁸



28. Véase entrevista con el autor en <http://www.artofthetitle.com/title/true-blood/> [Consulta: 22 de febrero de 2016]



Fig.74 - Silicon Valley. Temporada 1

yU+co.

Silicon Valley
(2014)
Temporada 1
12''

Yu+co empresa fundada por Garson Yu (1961-) en 1998 y que esta marcando nuevas tendencias en cada pieza que producen. En este ejemplo *Silicon Valley* (2014), serie que recrea la vida de unos informáticos que revolucionan el mercado con un nuevo algoritmo, generan una comedia *geek* en la que los detalles sobre el género predominan a modo de guiño en sus TC, donde con una animación isométrica como si de un videojuego de construcción se tratara, aparecen las empresas que participan en la trama con sus logotipos en los edificios y algunos homenajes con empresas que ya han desaparecido o algún chiste con empresas líderes como *twitter*, *facebook*, etc.

Lo curioso de esta pieza de diez segundos es que en cada nueva temporada añaden nuevas empresas y guiños cómicos adaptándose a la trama de la serie en ese momento con cambios muy sutiles que apenas son perceptibles, pero que denotan un gran trabajo por parte de Yu+Co en la implementación de nuevos elementos gráficos en los TC.

A modo de *time lapse* de estética pixel, demuestra la naturaleza efímera del boom de la tecnología ya que en la secuencia se construyen nuevas empresas, destruyen, reconstruyen, como en la propia realidad.

La estética de videojuego nos proporciona el tono general de la serie de manera sublime acercándonos al mundo *geek* informático.



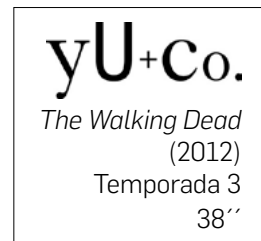
Fig.75 - *The Walking Dead* . Temporada 3

Esta secuencia recrea la ubicación de cada temporada. Las dos primeras temporadas las diseñó Kyle Cooper para pasar el testigo a Yu+Co, empresa que ha mantenido la estética dentro de lo posible aportando nuevos conceptos que incluyen en cada nueva temporada.

Se combinan diferentes imágenes del contexto de la serie, recuerdos personales, objetos y demás elementos de la trama. Bajo el punto de vista subjetivo de los propios zombies, se va haciendo alusión a los lugares que se han visitado o se visitarán en la serie.

En palabras del propio autor:

"Trajimos las fotografías fijas a la vida, con la yuxtaposición en la idea de visiones zombi con los personajes, objetos y lugares específicos que se convierten en una estructura para la historia. Hay una gran cantidad de efectos visuales y manipulaciones con esas imágenes fijas. Son muy sutiles, pero la sutileza es lo que dá los detalles al público a descubrir cada vez que ven la secuencia de apertura."²⁸



29. Extracto de la entrevista a YU+CO en <http://www.artof-thetitle.com/title/the-walking-dead-season-3/> [Consulta: 22 de febrero de 2016]

3.7 Panorama actual: nuevos festivales digitales

Hoy en día todo este eclecticismo artístico ha generado una gran cantidad de artistas digitales que utilizan el formato de TC para realizar sus piezas, y lo comparten a través de páginas web especializadas para darse a conocer o buscar una opinión sobre su trabajo.

Trabajos que se pueden ver en infinidad de festivales y museos por todo el mundo y que han colocado al título de crédito audiovisual dentro del marco artístico digital internacional.

Festivales tipo *OFFF*, *Playgrounds Festival*, *F5* o *Tocame* son ejemplos concretos de lo que comentamos, que vienen celebrándose más de diez años por todo el mundo, desde Barcelona, París, Oporto, Munich, Amsterdam, New York, México, Moscow... y con la ayuda del boca a boca en internet, los artistas visuales que participan en estos eventos se han convertido en una gran comunidad de conocimiento y desarrollo.

'TOCA ME,

Fig.76 - Logotipo Festival *Tocame* www.toca-me.com



Fig.77 - Logotipo Festival *OFFF* www.offf.ws



Fig.78- Logotipo Festival *Play Grounds* www.playgroundsfestival.nl/

4. CASO DE ESTUDIO: EL FESTIVAL OFFF

4.1 Internet como lanzadera de artistas

<http://www.offf.ws/>



Fig.79 - Logotipo Festival OFFF
www.offf.ws



Fig.80 - Banner publicitario
Festival OFFF www.offf.ws



Fig.81 - Edición Barcelona 2014.
Festival OFFF www.offf.ws

OFFF es una entidad en continua transformación, viva y revolucionaria. Hace más de una década nació como un festival de cultura post-digital, un lugar de encuentro para la creación digital contemporánea, con numerosas conferencias, talleres y actuaciones de los artistas más relevantes del momento. El festival ha sido albergado en diferentes ciudades como Barcelona, New York, Lisboa y París con la colaboración de artistas de la talla de Joshua Davis, Stefan Sagmeister, John Maeda, Neville Brody, Kyle Cooper, The Mill, Digital Kitchen, Ben Fry & Casey Reas, Golan Levin, Chris Milk, Rob Chiu, Julien Vallée, Paula Scher, Rick Poynor, Erik Spiekermann, Dvein, Erik Natzke, Vincent Moon, Ze Frank, Alex Trochut, y muchos más... Un festival donde se han formado las nuevas generaciones de artistas digitales que comenzaron siendo simples espectadores de lo que se estaba construyendo.

El fenómeno OFFF ha producido una serie de obras artísticas en colaboración a través de su red de artistas, teóricos, productores, estudiantes y amantes del arte digital que colaboran a través de sus talleres y foros.

Este tipo de público ha evolucionado con los años convirtiéndose en un nicho donde comparten no solo la curiosidad por la estética digital, sino que se ha convertido en un estilo de vida propio y original. Hoy en día este festival supone uno de los referentes dentro de la investigación gráfica enfocada al *motion graphic* y los títulos de crédito, albergando los mejores trabajos del momento tanto de profesionales como de grandes artistas, estudios o simplemente del diseñador *amateur* que necesita visibilidad y asesoramiento por parte del resto de componentes de la red.

Han convertido el formato de los TC en un nuevo paradigma en el arte, el diseño y las nuevas tecnologías audiovisuales.

4.2 Un nuevo formato artístico

Los trabajos realizados a través de esta plataforma suelen ser los créditos de apertura de sus festivales, que normalmente lo encargan a un gran estudio o artista y a través de la red surgen numerosos trabajos alternativos en base a cada festival. Piezas artísticas que en muchas ocasiones albergan salas de exposiciones y museos de todo el mundo dada su innovación tanto gráfica como conceptual.

4.3 Análisis de las piezas más relevantes del festival

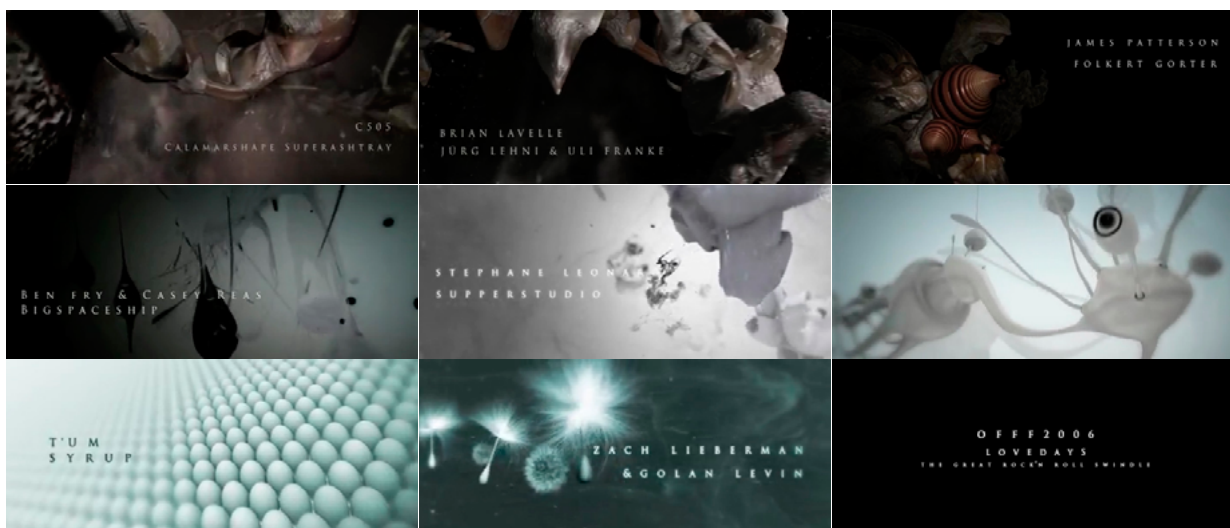


Fig.82 - Dvein: OFFF Barcelona 2016.

DVEIN: OFFF BARCELONA (2006) 3'11''

No podía faltar en esta investigación un referente español trabajando al más alto nivel internacional. Dvein es un estudio formado por Fernando Domínguez, Teo Guillem y Carlos Pardo. Compañeros de clase de la Facultad de Bellas Artes de Valencia, comienzan su labor con esta pieza del festival OFFF 2006, en la que muestran todo un mundo de fluidos y formas orgánicas, con influencias del ilustrador H.R Giger (1940-2014), y siempre con una calidad impecable tanto en el modelado 3D como en las luces, texturas y sonidos que otorgan a la pieza un valor gráfico del más alto nivel. Sus fuentes de inspiración según comentan en su entrevista en Art of the Title³⁰, son fundamentalmente el período victoriano, con sus laboratorios, máquinas de vapor y todo tipo de artefactos de la época, el *art nouveau* predomina buscando siempre la imitación de las formas orgánicas de la naturaleza.

Tras esta pieza, no han parado de trabajar para grandes producciones cinematográficas, spots, etc., su colaboración con Kyle Cooper les abrió el mercado audiovisual de Hollywood, y han participado en films como *Spiderman 3* (2007), *Across the Universe* (2007), *The Reaping* (2009), *Eva* (2011), etc.

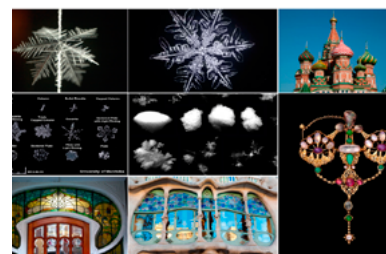


Fig.83 - Referentes visuales utilizados por DVEIN

30. Entrevista con DVEIN - <http://www.artofthetitle.com/title/eva/> [Consulta: 16 de mayo de 2016]

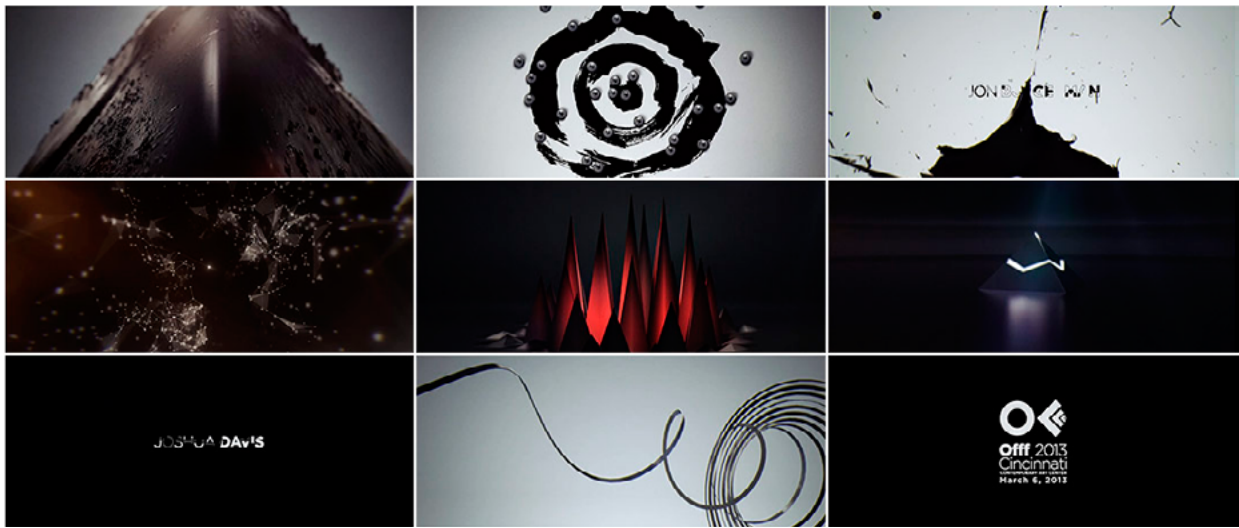


Fig.84 - OFFF Cincinnati (2013).

ONUR SENTURK: **OFFF CINCINNATI (2013) 1'59''**

Con la inspiración de otras ediciones del festival, Onur Senturk diseña una secuencia de textura dura y oscura.

Como en la secuencia de créditos de *2001: A Space Odyssey* (1968) donde admiramos una grandeza silenciosa, sencilla pero elegante, en esta pieza vemos cómo flotamos a través de extrañas geometrías esteticistas, rejillas arquitectónicas, mosaicos de telas, rodamientos de bolas, uniéndose en cada escena de manera virtuosa con un lenguaje silencioso que nos atrapa en la medida que aparecen los rótulos, creando un énfasis creciente en cada propuesta. Según comenta Onur Senturk:

“2001: Una odisea del espacio es una de mis películas preferidas y un claro referente de esta pieza. También *Stalker* de Andrei Tarkovski, *Un perro andaluz* de Luis Buñuel, y los cortos de Maya Deren. A pesar de que sigo las tendencias actuales, los viejos cortometrajes son siempre una fuente de inspiración para mí.”³¹

31. Entrevista con ONUR SENTURK - <http://www.artofthetitle.com/title/offf-2013-cincinnati/> [Consulta: 16 de mayo de 2016]

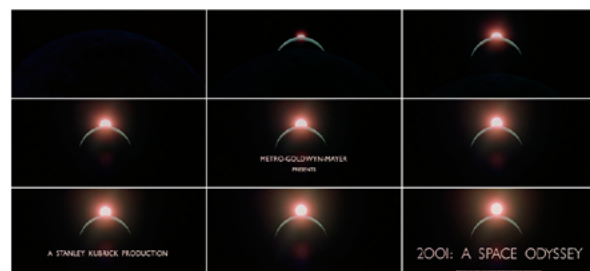


Fig.85 - TC de *2001: A Space Odyssey* (1968).

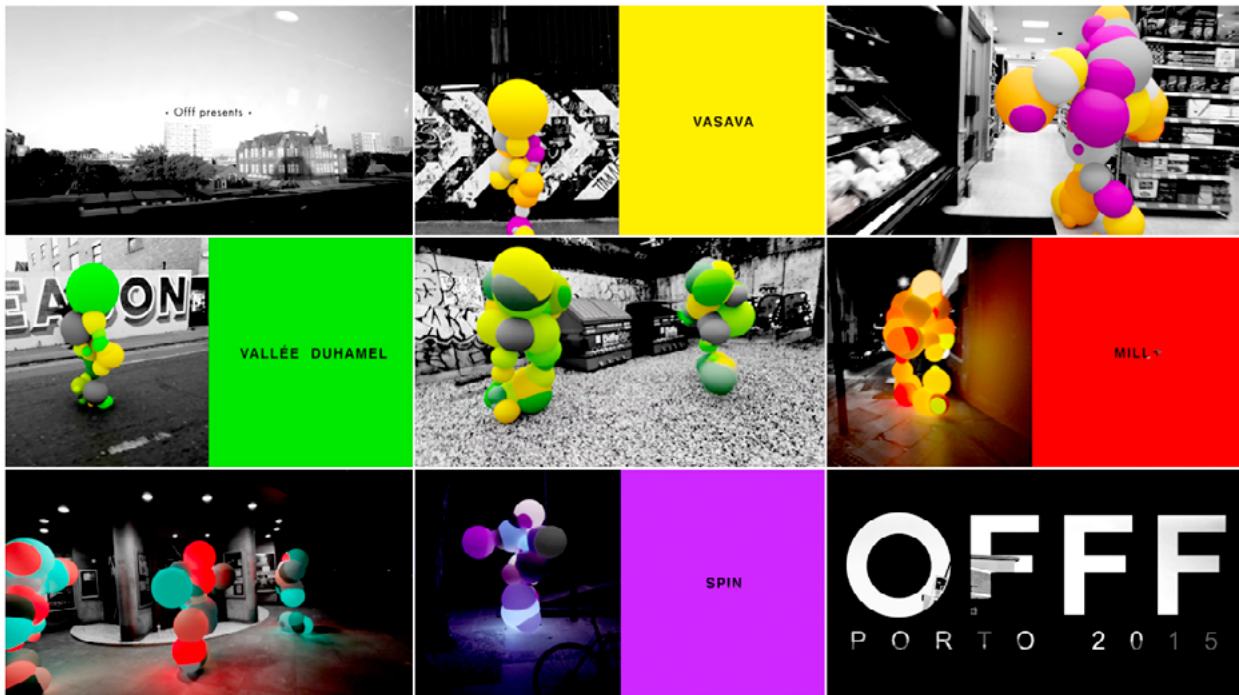


Fig.86 - OFFF Porto (2015).

**FABRICE LE NEZET & JULES JANAUD:
OFFF PORTO (2015) 1'59''**

Jules Janaud y Fabrice Le Nezet, también conocidos como *BIF*, invitados de esta edición del festival, se encargan del diseño de sus TC, con un trabajo de rotoscopia y posicionamiento espacial de elementos tridimensionales. En este caso unos personajes formados a base de esferas *Nurb* de diferentes colores forman un esqueleto caminando al ritmo de la música de *Echolab* y los efectos de molinillo generan una secuencia moderna, vanguardista, que te atrapa desde el primer instante con la gran integración de imagen real y 3D. El sol se pone y las figuras irradian su color, bailando lejos en la oscuridad.

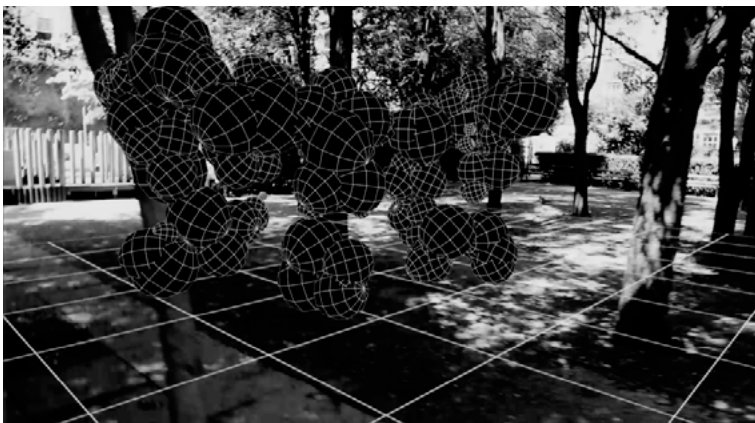


Fig.87 - Malla 3D de las figuras.

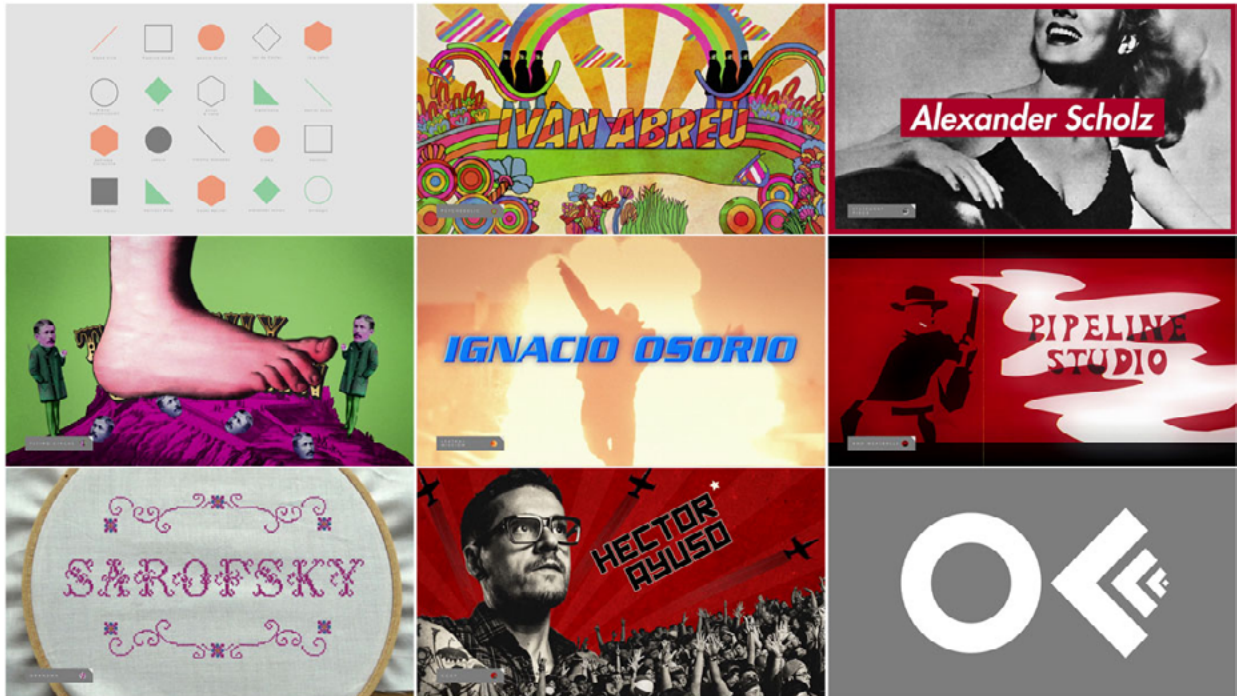


Fig.88 - OFFF México (2015).

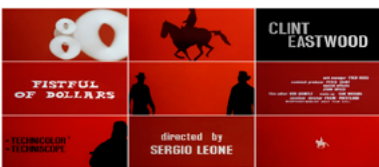


Fig.89 - A Fistful of Dollars (1964).

ERIN SAROFSKY OFFF MÉXICO (2015) 2'05''

Sarofsky nos deleita con unos títulos de apertura en esta edición del festival, al más puro estilo gráfico, hace un repaso de las diferentes estéticas de la cultura post-digital de todo el mundo, apropiándose de diferentes estilos para cada rótulo, cada cual más ingenioso, diferentes logotipos y composiciones, desde sofisticados a simples, vulgares. Grandes homenajes a figuras como Maurice Binder, Bajo y Lardani junto con las piezas de animación con plastilina de Art Clokey, los desvaríos de los collages visuales de los Monty Python, etc. No solo se trata de un homenaje tras otro, sino un repaso a nuestra experiencia visual de los últimos diez años, desde la estética de videojuego, los carteles de la revolución soviética, el punto de cruz, los westerns, la cultura pop y hasta el minimalismo caben en este secuencia que parece una enciclopedia de diseño gráfico, el *motion graphic* y el *kitsch*.



Fig.90 - The Graphic Design of Monty Python (1960).

PARTE II: PRODUCCIÓN ARTÍSTICA

5. PROYECTO EXPOSITIVO *OPENING CREDITS* EN EL MuVIM



Este trabajo práctico surge ante la necesidad de seleccionar y mostrar el contenido de la investigación en un formato expositivo donde poder exhibirlo. No hemos querido inscribirnos en la tipología específica para proyectos expositivos porque pensamos que es un proyecto que requiere de otras partes, como la fundamentación teórica y la práctica para poder desarrollarlo adecuadamente.

5.1 Argumento

Los títulos de crédito a lo largo de la historia del cine y la televisión, han servido como arranque de una película o serie, en donde el microrelato, el diseño y la tipografía y la imagen son sus principales herramientas de expresión.

Es importante remarcar la calidad de muchos de estos trabajos, así como los artistas que los preceden, y poder mostrarlos de una manera sencilla y accesible para el público, por lo que se intenta reunir y clasificar una selección de las mejores obras, así como sus respectivos carteles y sus procesos creativos.

Evolución tanto técnica como conceptual de los trabajos más destacados con diferentes proyecciones audiovisuales y una gran selección de TC impresos en gran formato para su correcta difusión.

Desde Saul Bass, el más emblemático de los artistas gráficos por su colaboraciones con Alfred Hitchcock y otros directores consagrados de Hollywood, pasando por Kyle Cooper, heredero directo de la técnica de Bass y precursor de una nueva corriente en este tipo de obras, hasta los estudios más vanguardistas Elastic, Digital Kitchen con creaciones de series de tv mundialmente conocidas como, *True Detective*, *Game of Thrones*, etc.

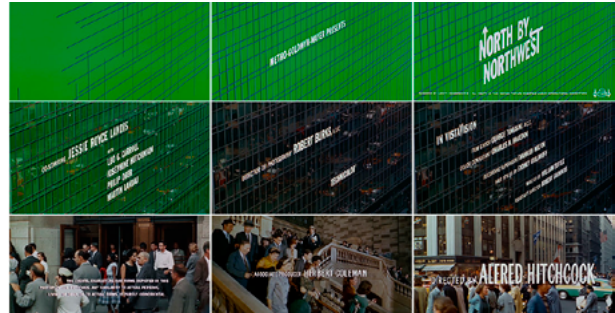
El objetivo fundamental de esta exposición es divulgar el trabajo de estas disciplinas, y aproximar al espectador su evolución, desde creaciones clásicas hasta las aportaciones más actuales.

5.2 Selección de obras

| CINE | SERIES DE TV | AUTORES | ESTUDIOS |
|----------------------|--------------------|----------------|------------------|
| Seven | Six Feet Under | Saul Bass | Prologue Films |
| To kill a mockinbird | True Blood | Pablo Ferro | Elastic |
| Vertigo | True Detective | Maurice Binder | Imaginary Forces |
| Psycho | Black Sails | Kyle Cooper | Digital Kitchen |
| Amelie | Dexter | | Yu+Co |
| Fight Club | Game of thrones | | |
| North by Northwest | Am. Horror History | | |
| Goldfinger | Hannibal | | |
| Catch me if you can | Boardwalk Empire | | |
| Edward Scissorhands | Vikings | | |
| Charada | Mad Men | | |



Título: *Anatomy of a Murder*. Año: 1959
 Director: Otto Preminger.
 País: USA. Autor: Saul Bass. Duración: 1'30''



Título: *North by Northwest*. Año: 1959
 Director: Alfred Hitchcock.
 País: USA. Autor: Saul Bass. Duración: 2'12''



Título: *The Man With The Golden Arm*. Año: 1955.
 Director: Otto Preminger.
 País: USA. Autor: Saul Bass. Duración: 1'20''



Título: *Ocean's Eleven*. Año: 1960.
 Director: Lewis Milestone.
 País: USA - Autor: Saul Bass. Duración: 3'10''



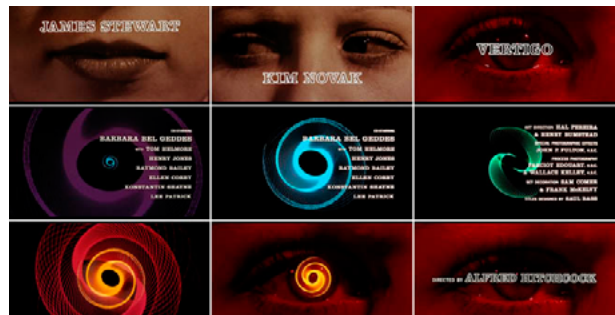
Título: *Carmen Jones*. Año: 1954.
 Director: Otto Preminger.
 País: USA. Autor: Saul Bass. Duración: 1'34''



Título: *Seconds*. Año: 1966.
 Director: John Frankenheimer.
 País: USA. Autor: Saul Bass. Duración: 3'02''



Título: *Psycho*. Año: 1960.
 Director: Alfred Hitchcock.
 País: USA. Autor: Saul Bass. Duración: 2'00''



Título: *Vertigo*. Año: 1958
 Director: Alfred Hitchcock.
 País: USA. Autor: Saul Bass. Duración: 3'00''



Título: *Dr. Strangelove*. Año: 1964.
 Director: Stanley Kubrick.
 País: USA. Autor: Pablo Ferro. Duración: 2'45''



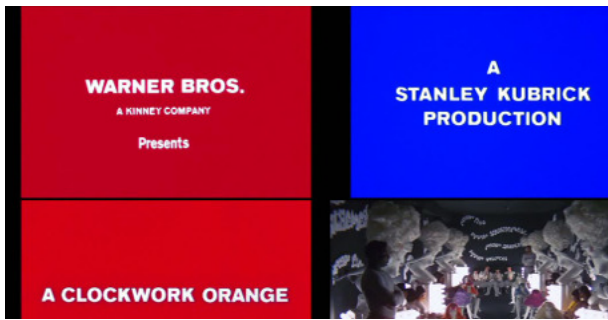
Título: *Bullitt*. Año: 1968.
 Director: Peter Yates.
 País: USA. Autor: Pablo Ferro. Duración: 3'46''



Título: *Beetlejuice*. Año: 1988.
 Director: Tim Burton. País: USA. Autor: Pablo Ferro y Robert Dawson. Duración: 2'33''



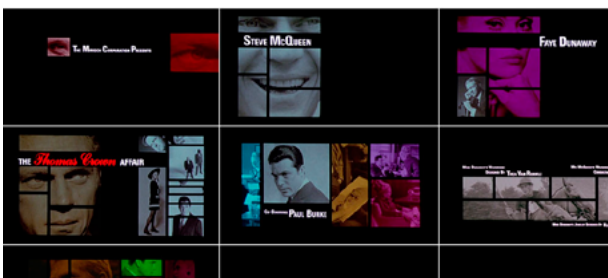
Título: *The Addams Family*. Año: 1991.
 Director: Barry Sonnenfeld.
 País: USA. Autor: Pablo Ferro. Duración: 3'00''



Título: *A Clockwork Orange*. Año: 1971.
 Director: Stanley Kubrick.
 País: USA. Autor: Pablo Ferro. Dur: 1'00''



Título: *The Russians Are Coming, The Russians Are Coming*. Año: 1966.
 Director: Norman Jewison.
 País: USA. Autor: Pablo Ferro. Dur: 2'03''



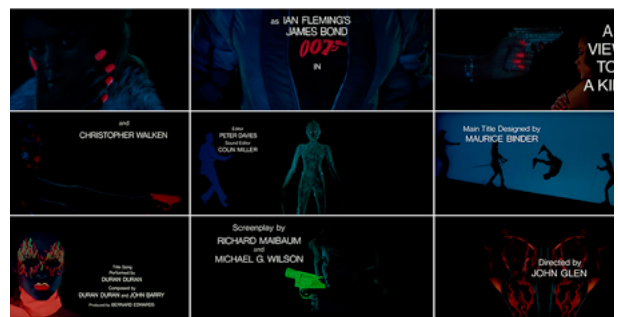
Título: *The Thomas Crown Affair*. Año: 1968.
 Director: Norman Jewison.
 País: USA. Autor: Pablo Ferro. Dur: 2'21''



Título: *To Die For*. Año: 1995.
 Director: Gus Van Sant.
 País: USA. Autor: Pablo Ferro. Dur: 4'10''



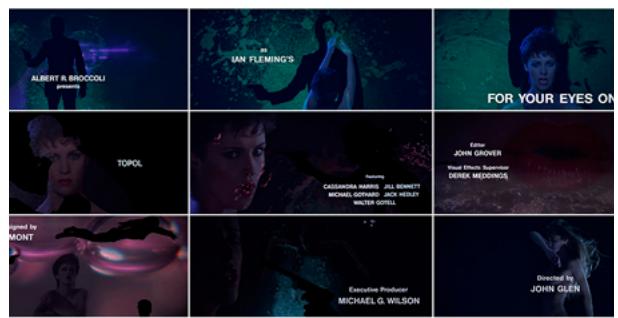
Título: *Charade*. Año: 1963.
 Director: Stanley Donen.
 País: USA. Autor: Maurice Binder. Dur: 3'10''



Título: *James Bond's A View To Kill*. Año: 1985.
 Director: John Glen.
 País: USA. Autor: Maurice Binder. Dur: 1'30''



Título: *Damn Yankees*. Año: 1958.
 Director: Stanley Donen.
 País: USA. Autor: Maurice Binder. Dur: 2'32''



Título: *James Bond's For Your Eyes Only*. Año: 1979.
 Director: John Glen.
 País: USA. Autor: Maurice Binder. Dur: 2'49''



Título: *James Bond's Dr. No*. Año: 1962.
 Director: Terence Young.
 País: USA. Autor: Maurice Binder. Dur: 2'44''



Título: *This Means War*. Año: 2012.
 Director: McG. País: USA. Autores: Karin Fong para Imaginary Forces. Duración: 0'56''



Título: *Se7en*. Año: 1995.
 Director: David Fincher.
 País: USA. Autor: Kyle Cooper. Duración: 2'08''



Título: *Catch Me If You Can*. Año: 1959.
 Director: Steven Spielberg. País: USA.
 Autor: Olivier Kuntzel y Florence Deygas. Dur: 1'30''



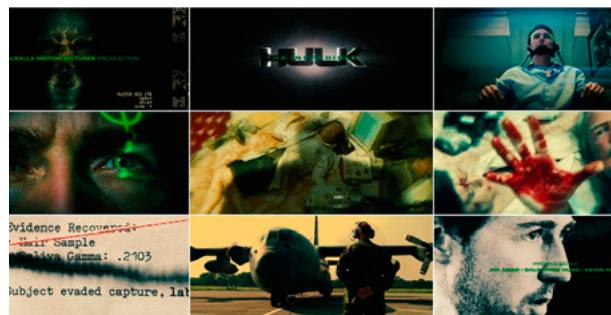
Título: *The Island of Dr. Moreau*. Año: 1996
 Director: John Frankenheimer
 País: USA. Autor: Kyle Cooper. Dur: 2'40''



Título: *Fight Club*. Año: 1999.
 Director: David Fincher.
 País: USA. Autor: Kyle Cooper. Dur: 1'48''



Título: *Dawn of the Dead*. Año: 2004.
 Director: Zack Snyder.
 País: USA. Autor: Kyle Cooper. Dur: 2'35''



Título: *The Incredible Hulk*. Año: 2008.
 Director: Louis Leterrier.
 País: USA. Autor: Kyle Cooper. Dur: 2'42''

TV



Título: *Six Feet Under*. Año: 2001.
Creador: Alan Ball. País: USA. Autor: Danny Yount para Digital Kitchen. Duración: 1'47''



Título: *Dexter*. Año: 2006. Creador: James Manos, Jr. País: USA. Autor: Eric Anderson para Digital Kitchen. Duración: 1'41''



Título: *Mad Men*. Año: 2007. Creador: Matthew Weiner País: USA. Autor: Steve Fullery Mark Gardner para Im. Forces. Duración: 0'38''



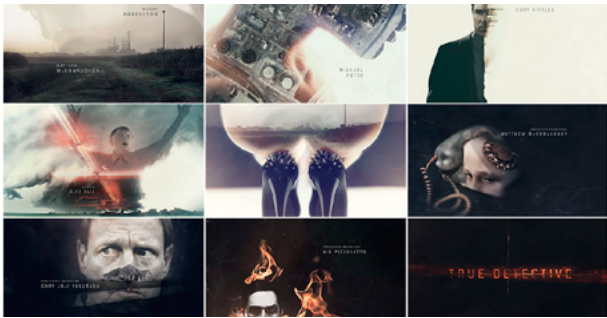
Título: *True Blood*. Año: 2008.
Creador: Alan Ball. País: USA.
Autor: Digital Kitchen. Duración: 1'31''



Título: *Game of Thrones*. Año: 2011.
Creador: David Benioff. País: USA.
Autor: Angus Wall para Elastic. Duración: 1'49''



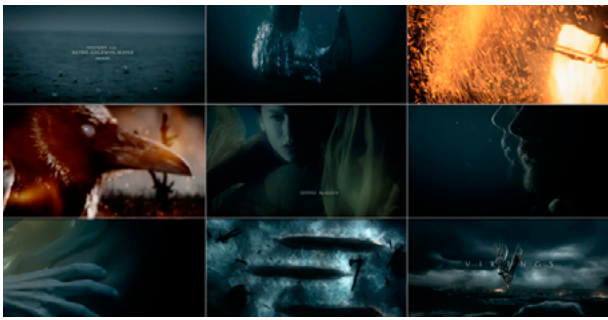
Título: *The Walking Dead - Season 1/2*. Año: 2010
Creador: Frank Darabont. País: USA.
Autor: Prologue Studios. Duración: 0'37''



Título: *True Detective Season 1*. Año: 2014.
Creador: Nic Pizzolatto. País: USA.
Autor: Patrick Clair para Elastic. Duración 1'32''



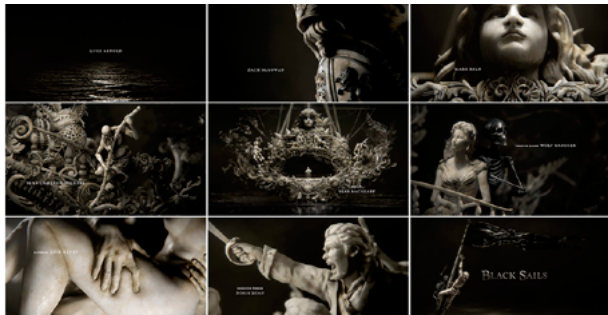
Título: *Boardwalk Empire*. Año: 2010.
Creador: Terence Winter. País: USA.
Autor: Karin Fong para Imaginary Forces. Dur: 1'32''



Título: *Vikings*. Año: 2013
 Creador: Michael Hirst. País: Canada.
 Autor: The Mill Duración: 0'53''



Título: *American Horror Story*. Año: 2011
 Creador: Ryan Murphy. País: USA.
 Autor: Kyle Cooper by Prologue - Dur: 1'02''



Título: *Black Sails*. Año: 2014.
 Creador: Robert Levine. País: USA. Autor: Karin Fong
 para Imaginary Forces. Duración: 1'31''



Título: *Hannibal*. Año: 2013.
 Creador: Bryan Fuller. País: USA.
 Autor: Nic Bennis by Momoco. Duración: 0'22''



Título: *Silicon Valley*. Año: 2014.
 Creador: Mike Judge. País: USA.
 Autor: Yu+Co. Dur: 0'11''



Título: *The Leftovers*. Año: 2014
 Creador: Damon Lindelof. País: USA.
 Autor: Yu+Co. Dur: 1'22''



Título: *The Bridge*. Año: 2013.
 Creador: Meredith Stiehm. País: USA.
 Autor: Yu+Co. Duración: 0'30''

5.3 Criterios de montaje

CONCEPTO GENERAL:

Para la ordenación de los distintos trabajos seleccionados se ha utilizado un criterio cronológico. Se muestran los ejemplos más significativos de la historia del diseño de títulos de crédito cinematográficos y televisivos, diferenciados en cuatro secciones dedicadas a los autores que más han icidido en su historia.

Se añade además una sección dedicada a la nueva era digital, que centra su contenido en los trabajos de los estudios más reconocidos del sector actual especializados en series de televisión.

ITINERARIO DE LA EXPOSICIÓN:

OPENING CREDITS

Hitos en los títulos de crédito audiovisuales

1 Saul Bass y el comienzo de un arte

- 8 capturas impresas enmarcadas sobre plancha
- 2 proyecciones con las secuencias completas

2 Pablo Ferro y sus destrezas gráficas

- 8 capturas impresas enmarcadas sobre plancha
- 1 proyección con las secuencias completas

3 El imaginario de Maurice Binder

- 6 capturas impresas enmarcadas sobre plancha
- 1 proyección con las secuencias completas

4 Nuevos puntos de vista con Kyle Cooper y Prologue Films

- 6 capturas impresas enmarcadas sobre plancha
- 1 proyección con las secuencias completas

5 Imaginary Forces, Digital Kitchen, Elastic, Yu+Co, Estudios en la nueva era digital

- 15 capturas impresas enmarcadas sobre plancha
- 4 proyecciones con las secuencias completas dedicadas a cada estudio

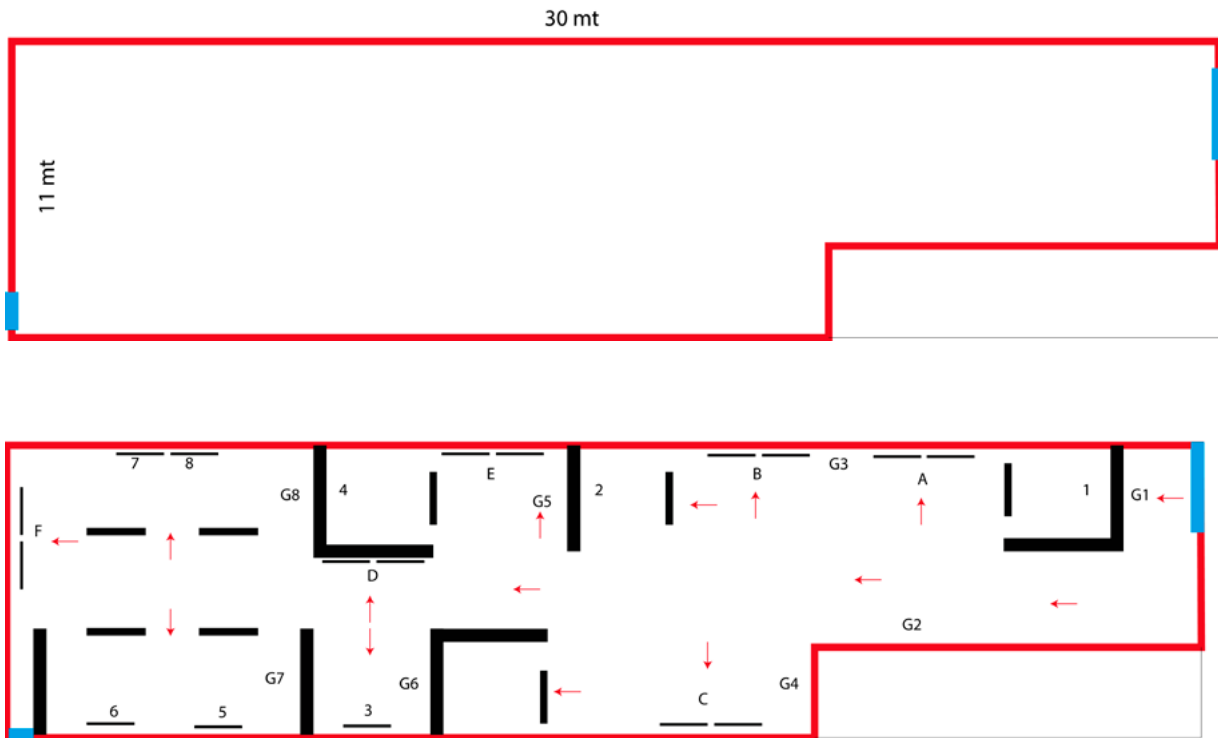
MUSEO/SALA

El edificio del MuVIM, obra de Guillermo Vázquez Consuegra, es uno de los ejemplos más sobresalientes de arquitectura contemporánea que se pueden visitar en la ciudad de Valencia. Un edificio que permite al visitante apreciar el juego de la luz sobre tres materiales básicos: hormigón, vidrio y acero. Espacios particularmente apropiados para cualquier tipo de acto público, o presentación.



PLANOS

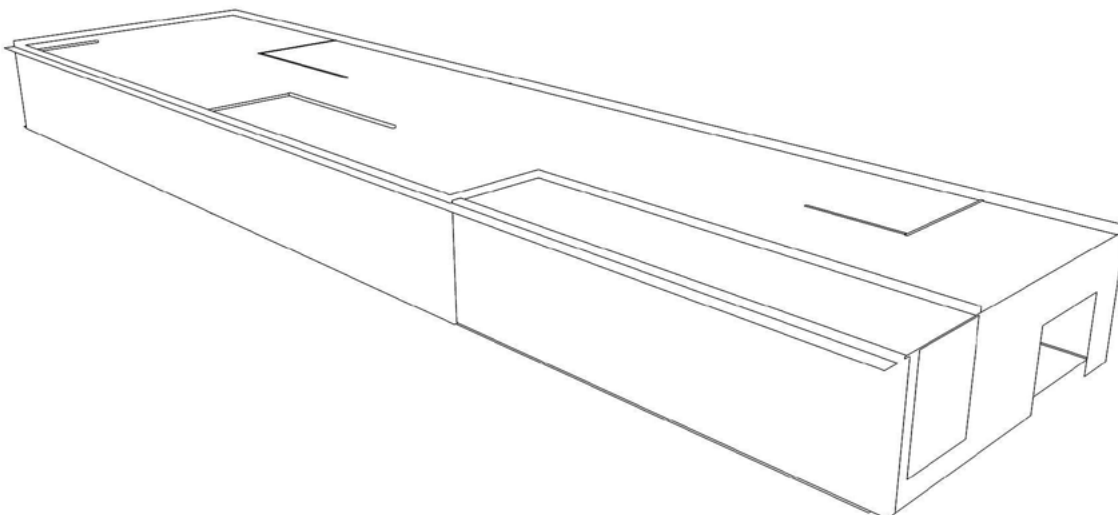
Con una medida de 30 x 11 m., la sala Parpalló del MuVIM ofrece un espacio diáfano de fácil montaje por medio de muretes móviles. En el croquis que se muestra a continuación se puede apreciar nuestra propuesta.



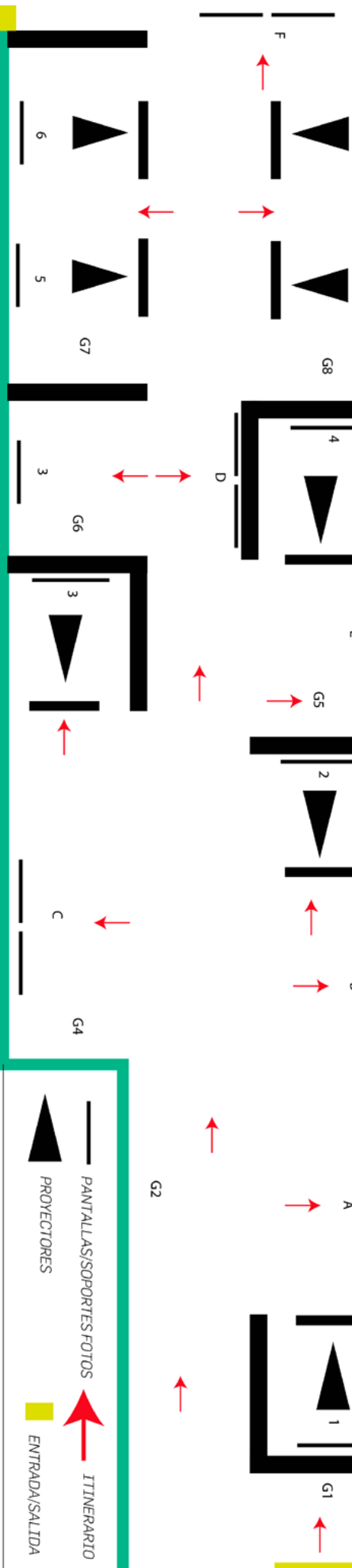
- 1-8: Proyecciones de cabeceras
- A-F: Impresiones cabeceras
- G1-G8: Grafismos y rótulos

ALZADO

Estructura mediante software de 3D que construye el alzado de la planta, construyendo la estructura general de la sala.



DISTRIBUCIÓN DE OBRAS

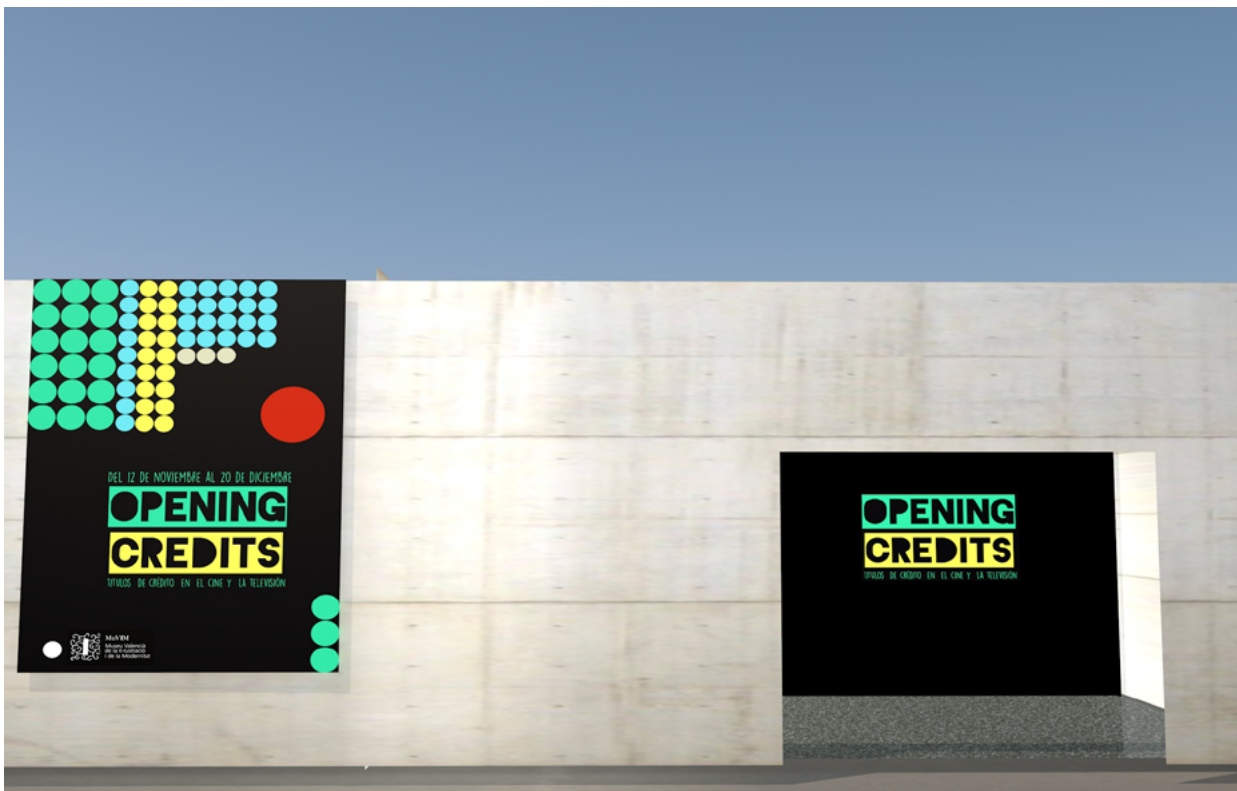
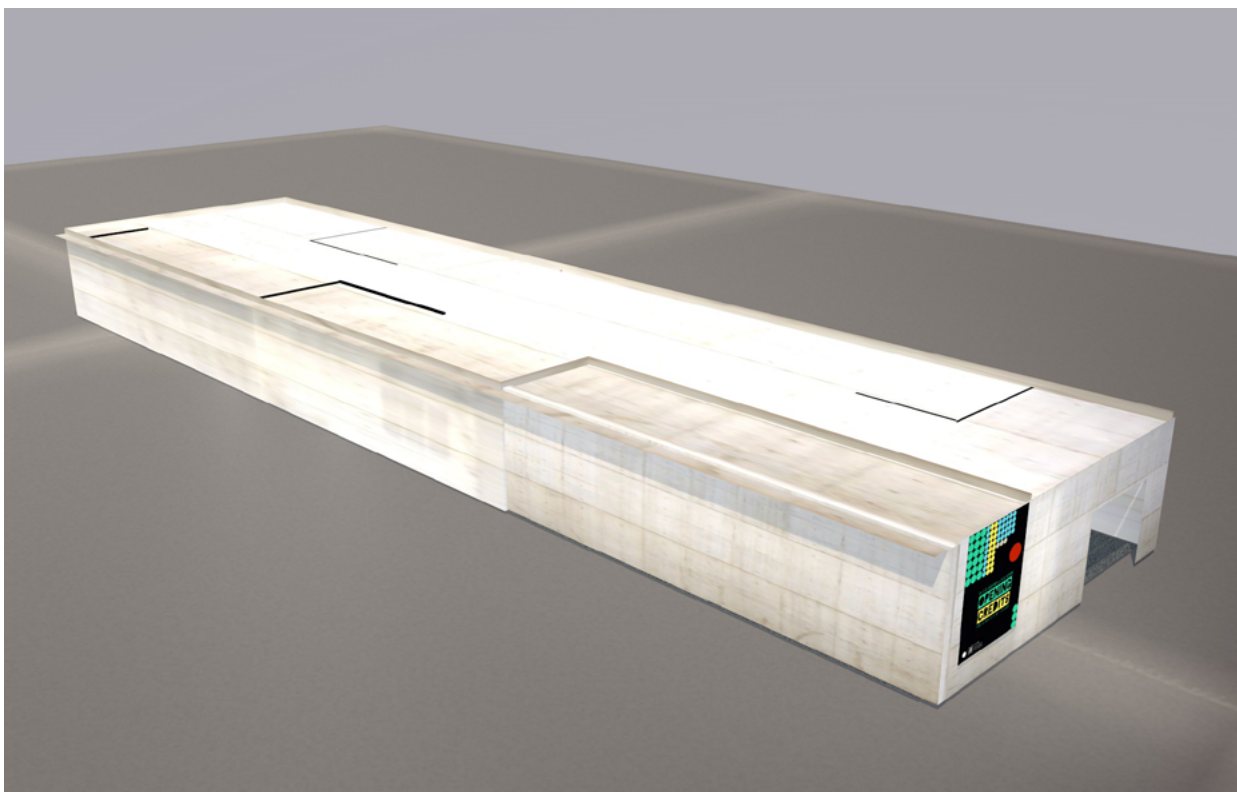


- Proyector con trabajos de Saul Bass
- Proyector con trabajos de Pablo Ferro
- Proyector con trabajos de Maurice Binder
- Proyector con trabajos de Digital Kitchen
- Proyector con trabajos de Elastic
- Proyector con trabajos de Imaginary Forces
- Proyector con trabajos de Yu+Co

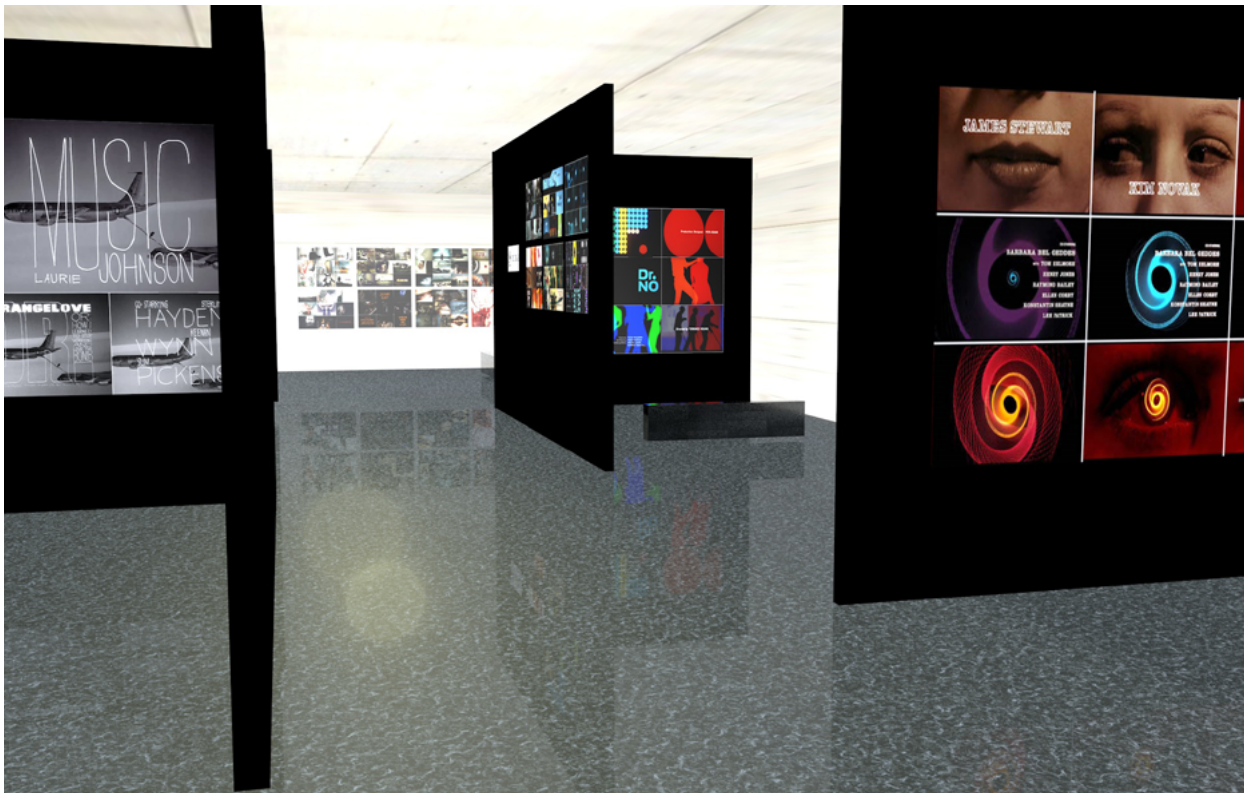
- G1 - Vinilo entrada
- G2 - Texto Introductorio Vinilo
- G3 - Saul Bass y el comienzo de un arte
- G4 - Pablo Ferro y sus destrezas gráficas
- G5 - El imaginario de Maurice Binder
- G6 - Kyle Cooper y Prologue Films
- G7 - Estudios en la nueva era digital

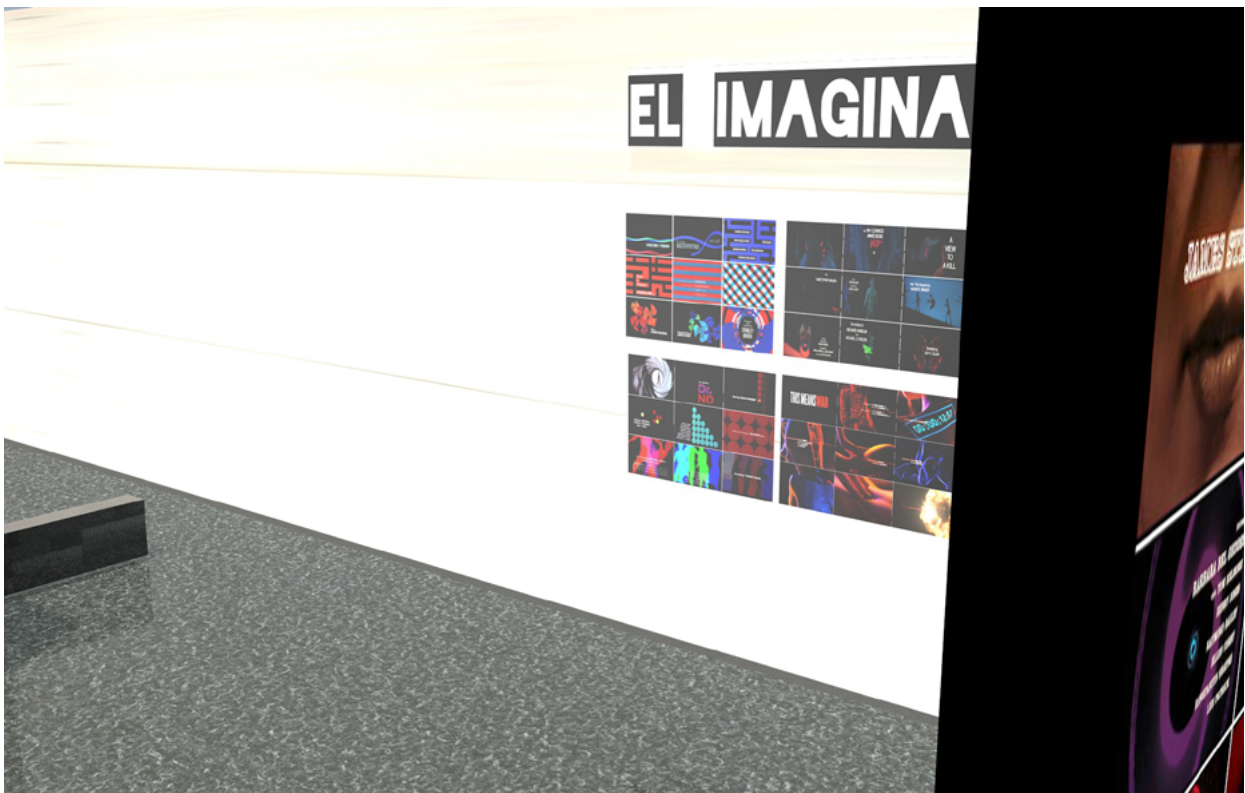
- A - 4 impresiones 70x100cm de trabajos de Saul Bass
- B - 4 impresiones 70x100cm de trabajos de Saul Bass
- C - 8 impresiones 70x100cm de trabajos de Pablo Ferro
- D - 6 impresiones 70x100cm de trabajos de Kyle Cooper y Prologue Films
- E - 6 impresiones 70x100cm de trabajos de Maurice Binder
- F - 4 impresiones 70x100cm de trabajos de Saul Bass

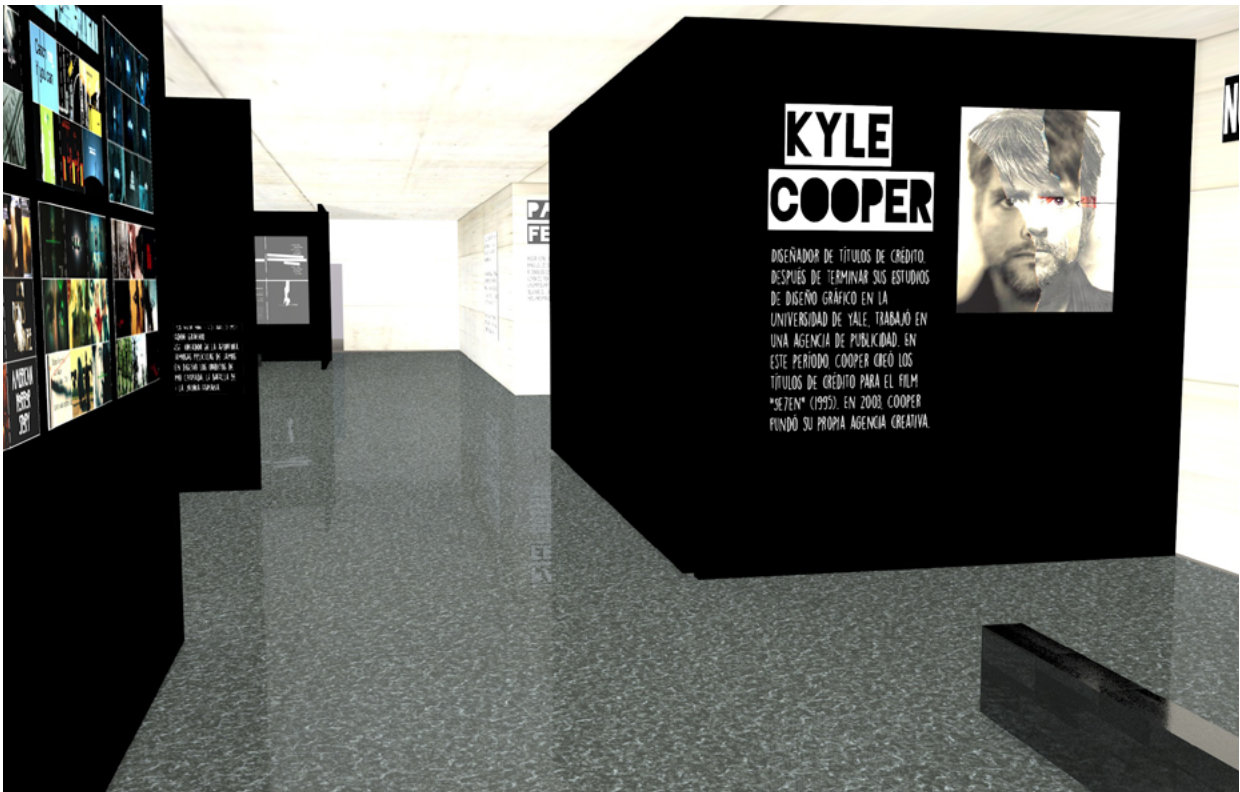
5.4 Imagen y simulaciones 3D



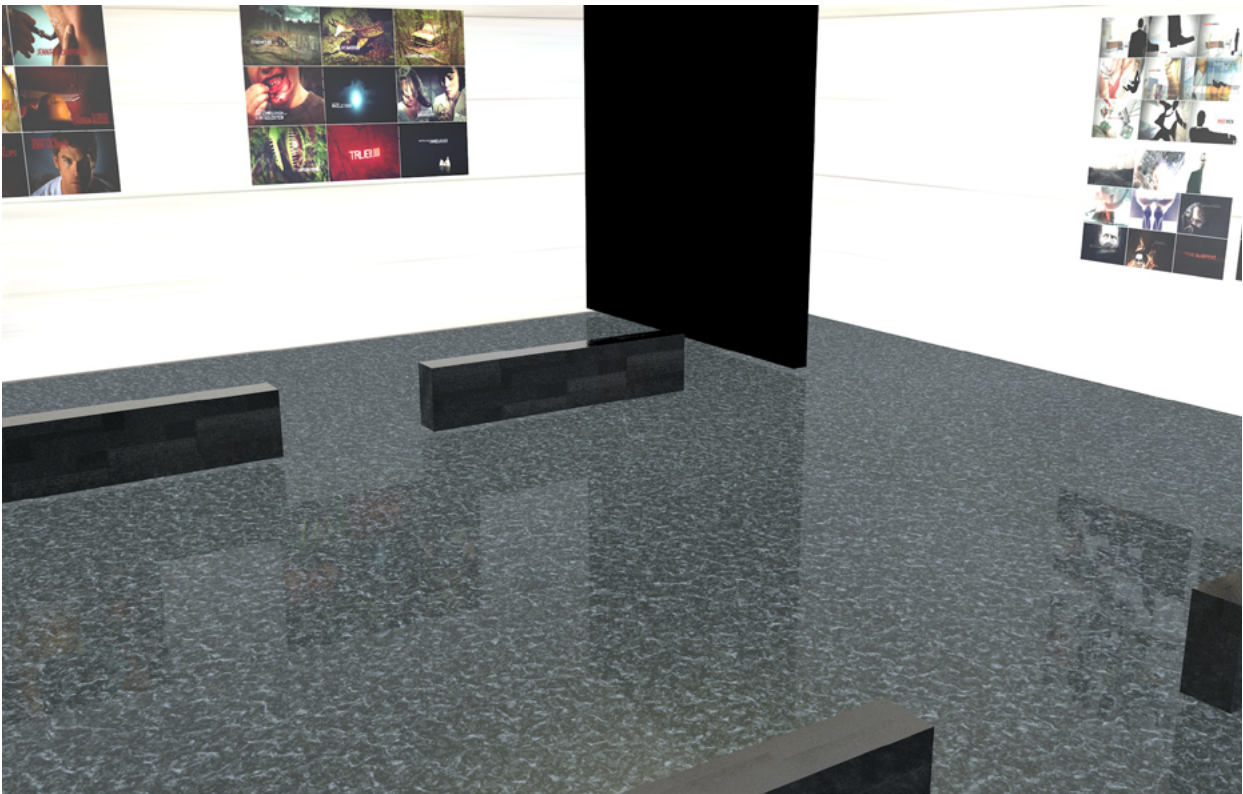












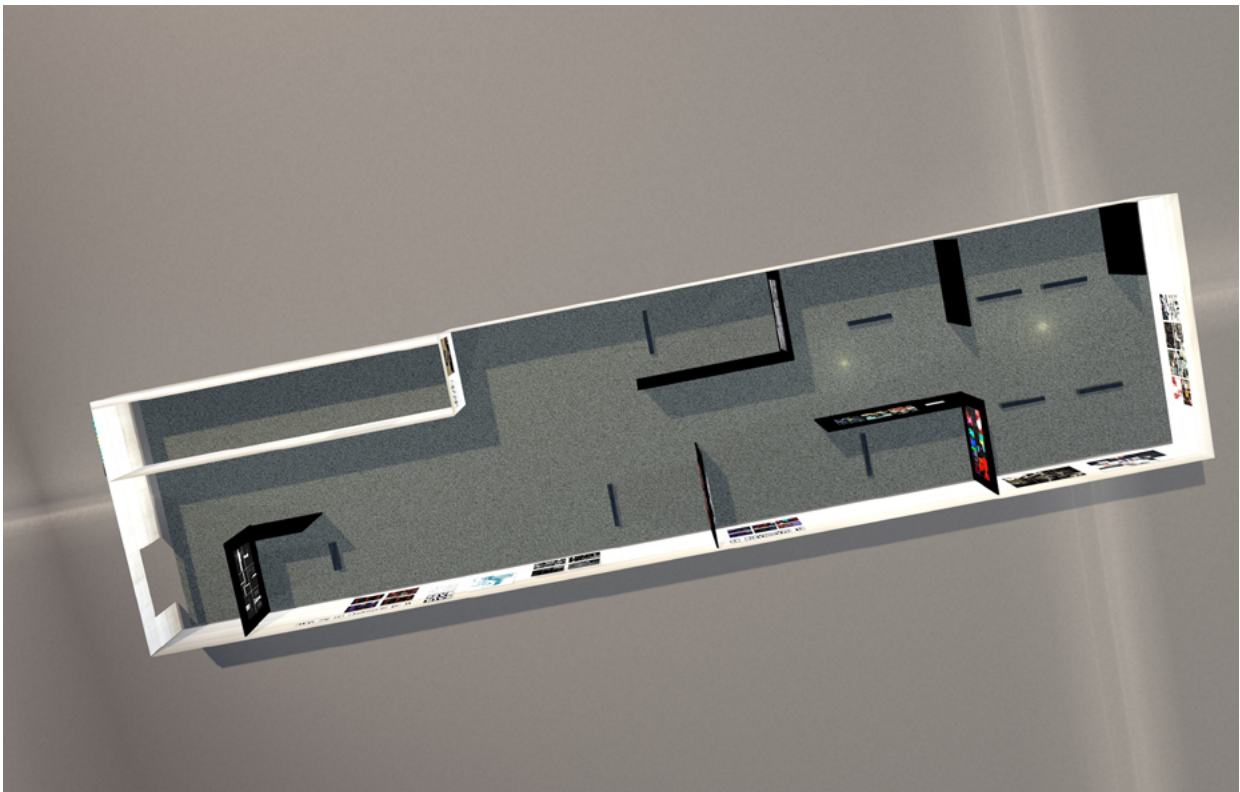
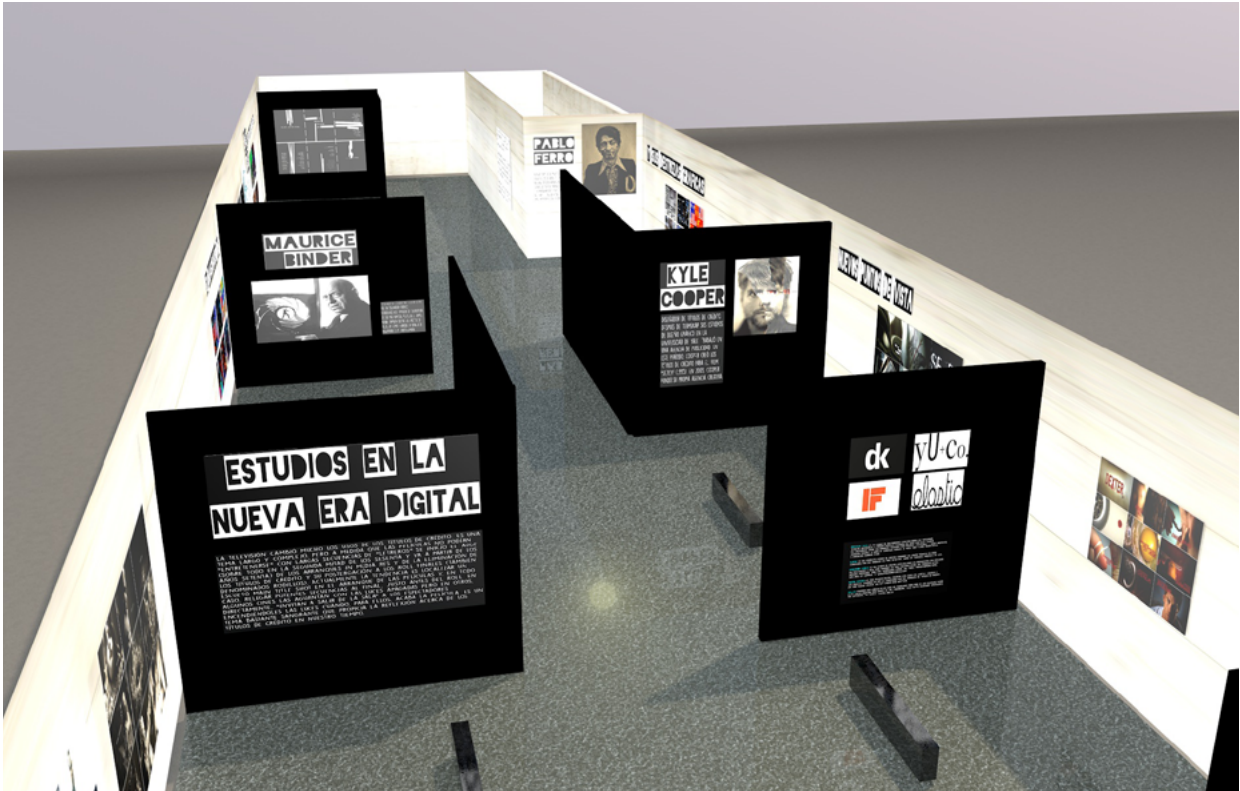


IMAGEN: Cartel



IMAGEN: Gráficos de la exposición

Se utilizan diferentes rótulos en vinilo con la tipografía "Blackout" para las secciones, ya que hace un juego con el concepto de la exposición al haber sido tratado este estilo gráfico por varios de sus representantes. Los textos informativos se confeccionan con la tipografía caligráfica "DK Lemmon Dry" que le da un aspecto amigable y de fácil lectura con influencia de la ilustración. Además se han tratado las diferentes imágenes que se muestran de los artistas para hacerlas más visuales.



**SAUL Y EL COMIENZO DE UN ARTE
BASS**

**PABLO Y SUS DESTREZAS GRAFICAS
FERRO**

**EL IMAGINARIO DE MAURICE
BINDER**

**NUEVOS PUNTOS DE VISTA KYLE
ESTUDIOS EN LA COOPER
NUEVA ERA DIGITAL**



6. REALIZACIÓN DE *WITH TITLES*, PIEZA AUDIOVISUAL

Link para visualizar la pieza audiovisual (Versión completa) 4'04''
<https://vimeo.com/175847536>

Link para visualizar la pieza audiovisual (Versión reducida) 48''
<https://vimeo.com/175847966>

6.1 Ideación

En primer lugar nos planteamos los conceptos fundamentales y la forma de la pieza, basándonos en una selección rigurosa que permita realizar un montaje audiovisual de los momentos más representativos.

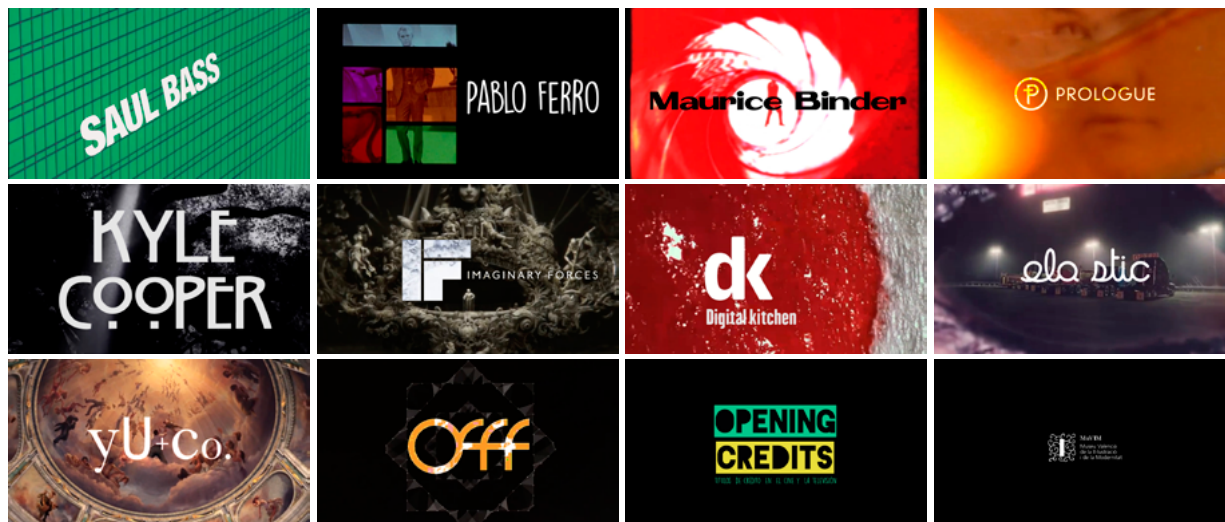
En segundo lugar nos hemos planteado encontrar un concepto que defina gráficamente cada uno de los rótulos separadores de los distintos autores seleccionados de la exposición. El estudio y el análisis previo nos ha permitido realizar una acotación lo suficientemente representativa, y nos ha facilitado la definición del concepto gráfico de cada rótulo.

En el caso de los autores hemos seleccionado fragmentos de secuencias significativas y nos hemos apropiado de él como fondo para nuestra pieza. Hemos intentado encontrar una tipografía animada y acorde al estilo de cada autor, siempre con movimientos sutiles que nos recuerden a las antiguas bobinas cinematográficas y los defectos de negativo.

Como preludeo de la pieza se ha usado un metraje de cuenta atrás de bobina cinematográfica antigua, que nos anticipa el estilo de las primeras imágenes y al mismo tiempo hace un guiño a los orígenes de la historia del cine.

A continuación se introducen diferentes rótulos clásicos de letras blancas sobre fondo negro, hasta llegar a Saul Bass con una selección de sus obras. Su intervención en *North by Northwest* (1959) nos ha servido para presentarla y con idéntico criterio van apareciendo los diferentes autores y estudios.

Con el título de la pieza, nos hemos permitido una pequeña ironía en relación con los numerosísimos títulos de obras artísticas que eluden dar información mediante la fórmula "Sin título". En nuestro caso y al tratarse de un tema como el de los TC es obvio que no hemos podido utilizar este recurso, por esta razón hemos titulado nuestra pieza como *With Titles*.



6.2 Descripción técnica y tecnológica de la obra

La pieza dura cuatro minutos y la componen trece partes, divididas entre orígenes, autores, estudios y rótulos de la exposición.

Con material extraído de las películas, series y festivales se han recopilado una selección de hitos y se ha añadido un rótulo sobre estas secuencias para informar de cada componente de la exposición.

Para el desarrollo de la pieza se han capturado videos de Youtube en alta definición y se han añadido en el programa de edición de video *Premiere* para su posterior montaje, cada TC se tenía que reducir en dos segundos como máximo para poder editar una pieza de menos de cuatro minutos al completo.

Para la postproducción de las secuencias, se han utilizado filtros de color, estabilizadores de imagen, animación de textos, etc. Para estos casos se ha utilizado el programa *After Effects* ayudándonos a conseguir el mejor aspecto al video y sus componentes visuales.

Para la banda sonora hemos elegido un tema titulado; *3 kilos* del grupo británico Prodigy, que consiste en una composición entre el jazz, el breakbeat y el electro. Es un tema muy sincopado y pegadizo, que nos ha facilitado la sincronización con la imagen.

6.3 Reflexión sobre el proceso de trabajo

A la hora de plantearse un reto como la realización de un TC, nos vienen a la mente varias cuestiones como por ejemplo su duración, que es preciso determinar en función de donde vaya a exhibirse. No es lo mismo una sala de cine, la televisión de tu casa o tu teléfono móvil. En este caso la pieza sirve como video promocional de la exposición *Opening Credits*. Menos de cinco minutos sería una duración óptima si queremos que la pieza que montamos la vea mucha gente. Sin embargo la realidad es que cuando finalizamos la realización de la pieza y vimos que duraba cuatro minutos, nos dimos cuenta de que haría falta una versión más reducida. Por esta razón hemos realizado una segunda pieza de sólo un minuto que permita una difusión más rápida y expansiva en redes sociales.

Como se ha dicho, las tipografías utilizadas en los rótulos separadores son cercanas al estilo gráfico de los autores, cosa que permite reconocerlos rápidamente ya que hacen alusión a sus obras y están montados sobre algún fragmento de sus TC.

Era importante añadir movimiento a los textos, por lo que optamos por animaciones simples pero que determinan el tono de los trabajos de los artistas y la idea de película antigua planteado desde el comienzo.

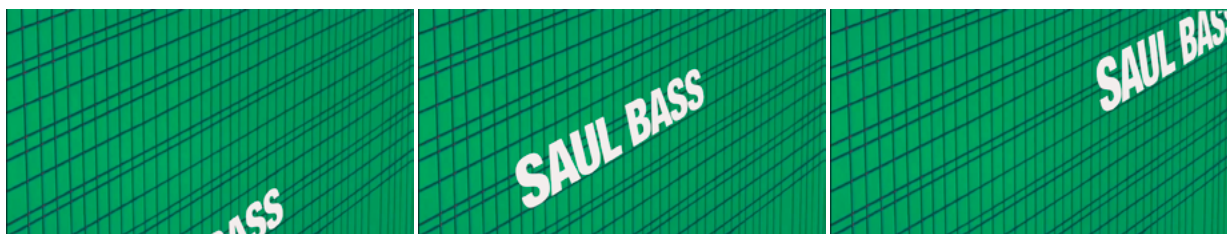
Definir la banda sonora de la pieza ha sido un proceso complejo y difícil, ya que se planteaba el reto de encontrar un tema funcional que no cansara, que pareciera moderno, pero que no fuera totalmente reconocible y que tuviera un ritmo constante que facilitara su sincronización con las imágenes.

6.4 Presentación y análisis del arte final

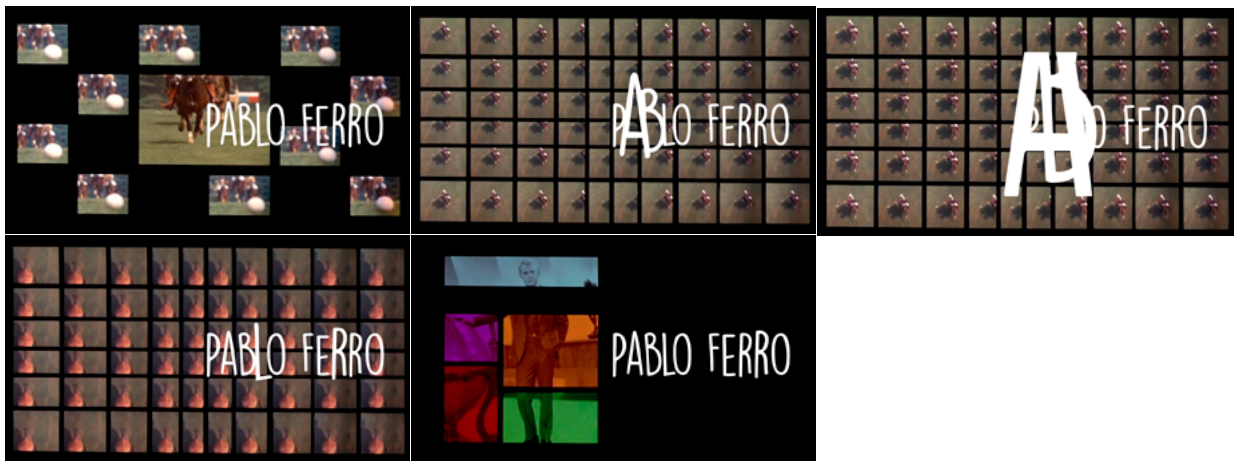
El resultado final de la pieza presenta una selección de lo que consideramos los hitos en la historia de los TC. Con un montaje rápido y directo que nos sitúa en apenas unos segundos a través de la evolución de este tipo de formato y de autor a autor. Además, se añaden intervenciones gráficas propias que hemos intentado adaptar eficazmente a la pieza, hasta el punto de llegar a pasar desapercibidas como si de otros TC se trataran, dando así la impresión de producto completo para la difusión y promoción de la exposición *Opening Credits*.

En el caso de los estudios se han utilizado los propios logotipos de las empresas para realizar una intervención junto con el fondo de secuencia de los TC más representativos de cada autor.

A continuación analizaremos de forma detallada cada una de las secuencias intervenidas en la pieza:



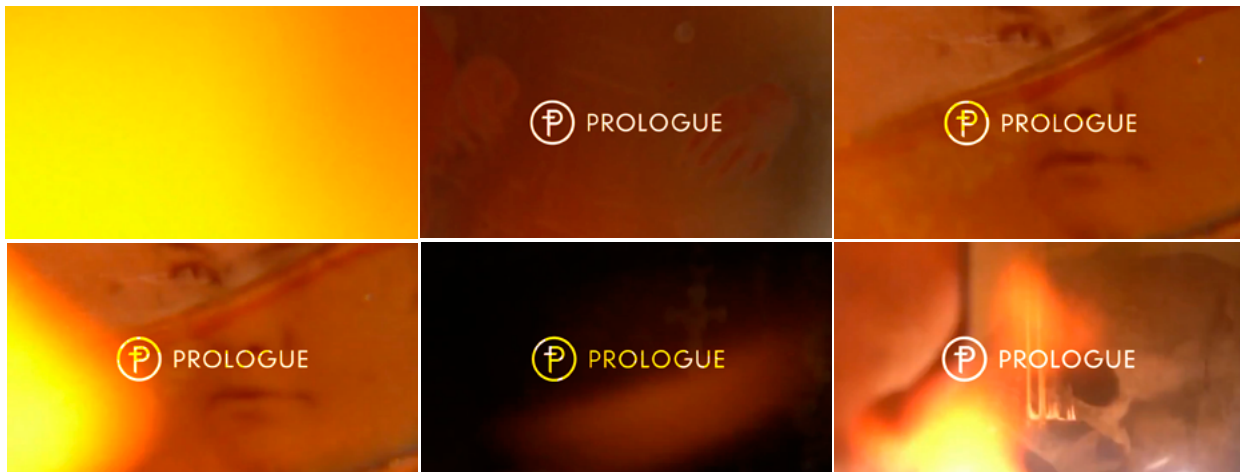
Para este fragmento, en el que se presenta a Saul Bass, se utiliza como fondo de secuencia, los TC de *North by Northwest* (1959), la composición en retícula y las animaciones de los textos a modo de ascensor nos sugieren la idea de integrar el nombre del artista de la misma manera, consiguiendo un efecto de integración y respetando la sencillez característica de Bass. Se aprovecha también el mismo fondo del TC original y se añade un rótulo con la tipografía "Helvética", que nos remite a referentes estéticos racionalistas.



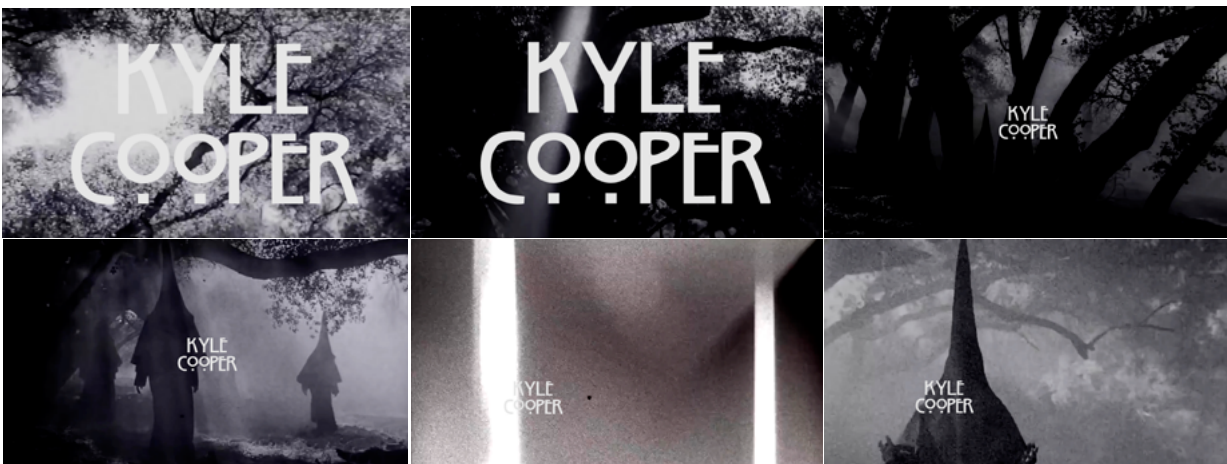
En el fragmento dedicado a Pablo Ferro, la secuencia de fondo utilizada es la multipantalla utilizada en *The Thomas Crown Affair* (1968) con un montaje muy rápido hemos integrado la tipografía "DK Lemon Yellow Sun" que nos recuerda a las utilizadas por el propio artista en sus trabajos, además introducimos una animación que amplía cada caracter de manera abrupta que marca el ritmo de la propia secuencia, generando un efecto dinámico.



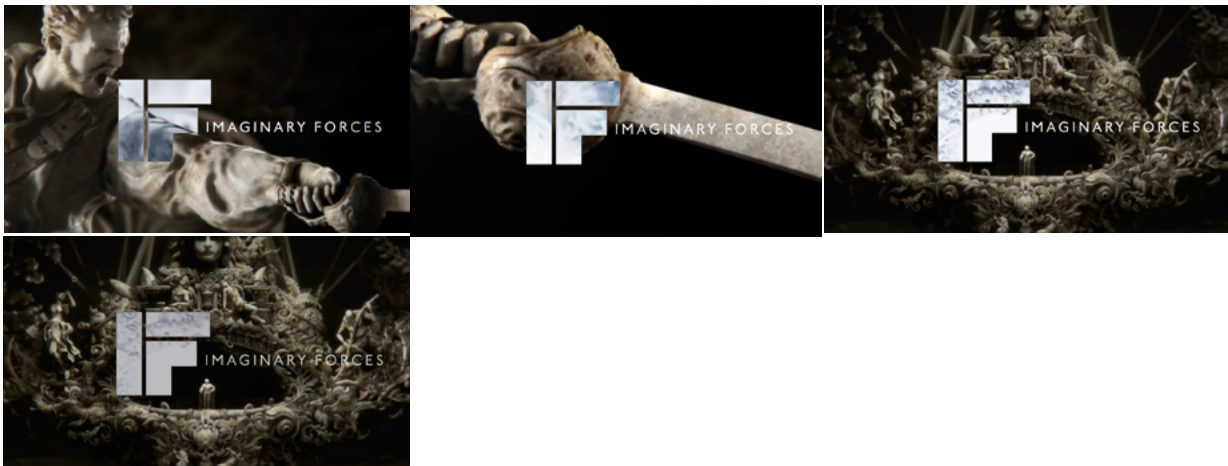
En el caso de Maurice Binder, la selección de la secuencia de fondo ha sido su famoso *Gunbarrel*, que abre cada película de esta serie. Hemos retocado la propia secuencia, con destellos y saturaciones, para más adelante añadir el rótulo que aparece desde la izquierda hasta el centro, con una animación en los caracteres que hace desaparecer y aparecer cada uno, simulando un efecto de película antigua, en el momento en el que la secuencia se tiñe de rojo después del disparo. La tipografía utilizada en este caso es la "Polsku", de carácter retro y estilo años setenta.



Para los rótulos de las agencias, llegamos a la conclusión de que el propio logotipo de la empresa era ya de por sí una imagen muy potente que debía ser mostrada. Para la secuencia de Prologue se ha añadido el logotipo de forma estática pero con un efecto de transparencia que nos permite ver el fondo de la secuencia variando el color del logotipo. Los fragmentos de TC seleccionados son de la serie *American Horror Story* (2011).



En el fragmento dedicado a Kyle Cooper, el fondo de secuencia está extraído de los TC de la serie *American Horror Story - Coven* (2013) de tonos oscuros y siniestros, recuerda a sus primeros trabajos en *Seven*. Para el rótulo se ha utilizado la misma tipografía que utilizan en la serie "Chelsea Studio", añadiendo diferentes tamaños al rótulo en cada plano que consigue un efecto similar al de la serie.



Resumir en pocos planos esta secuencia extraída de *Black Sails* (2014) no ha sido tarea fácil. Para resolver este problema se han utilizado los elementos que consideramos más representativos, añadiéndole el logotipo de Imaginary Forces con una transparencia con una distorsión de color que se superpone a la secuencia de fondo y combinando ambos elementos de manera precisa. Hemos sugerido un tono clásico para una de las empresas pioneras del sector.



El trabajo de Digital Kitchen es muy característico por sus planos detalle de elementos cotidianos descontextualizados. En este caso hemos utilizado un fragmento de los TC de la serie *Dexter* (2010) en el que vemos como una gasa absorbiendo sangre. El rojo es un color recurrente en sus piezas, además se ha añadido el logotipo de la empresa con una distorsión animada que aparece desde la izquierda hasta el centro aprovechando el movimiento de la sangre.



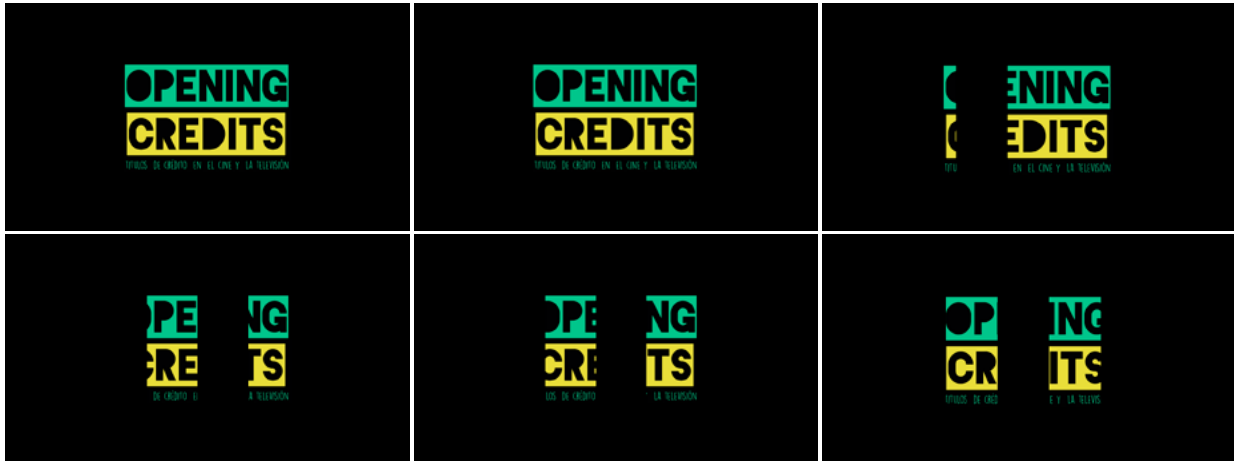
Elastic es una de las agencias que más éxito están teniendo con sus trabajos. En este caso hemos decidido utilizar como fondo de la secuencia la multipremiada *True Detective* (2014) y sus sugerentes planos de decadencia urbana. Aprovechando la apertura del ojo hemos insertado desde los laterales de la pantalla el logotipo que esta partido en dos para convertirse en el centro del iris.



La secuencia de fondo que vemos en esta pieza es de la serie *The Leftovers* (2014), en la que con pinturas de estilo clásico y animaciones dentro del propio escenario se nos muestra una atmosfera entre sacra y pictórica. El logotipo de Yu+Co en este caso se ha añadido dentro de la composición con una transparencia mínima y enmarcado dentro de la cúpula, hasta que se funde con la luz del sol, creando el mismo efecto para integrarse de manera adecuada.



Para la pieza del Festival OFFF, se ha utilizado el fondo de secuencia de la edición de 2007 en Cincinnati. Por sus formas orgánicas y distorsiones sugerentes nos acercaba bastante al concepto del propio festival dónde prima la experimentación por encima de todo. El logotipo se ha utilizado con un filtro de opacidad en el color que va mostrándose de manera llamativa durante toda la secuencia. Además, la descomposición del logo inicial, con una construcción geométrica, combina con la secuencia de fondo en sus formas y se integra eficazmente.



Para finalizar nuestra pieza hemos optado por utilizar el logotipo de nuestra exposición *Opening Credits*, con el objetivo de orientar el producto hacia un formato de difusión que sirva como reclamo publicitario. También se aprovecha para informar de las fechas y el lugar mediante la inserción del logotipo MuVIM. Hemos utilizado una animación tanto en el logotipo como en los rótulos de la fecha que distorsiona los objetos como si una banda de negativo pasara por encima de ellos, creando un efecto de cinematógrafo clásico.



7. CONCLUSIONES

Llegados a este punto del trabajo final de máster y gracias al estudio y el análisis de los referentes seleccionados, estamos en condiciones de afirmar la gran extensión del tema en cuestión y la influencia que ha tenido en la historia del diseño gráfico, en el cine y en la televisión. La selección de hitos nos ha facilitado la construcción de un mapa desde donde partir hacia una búsqueda incesante de recursos tanto técnicos como conceptuales de los diferentes autores que se han dedicado a los TC.

La clara evolución técnica marca el ritmo en los comienzos, hasta que figuras como Saul Bass cambian la forma de entender los TC, con sus líneas simples, basadas en un revolucionario entendimiento del concepto del encargo.

Sus diferentes sucesores han contribuido a la evolución de los TC, emulando el trabajo de Bass y aportando sus habilidades. El hecho de tomar como referente los movimientos artísticos del momento, no es casual sino que funciona en paralelo al ámbito artístico, que recíprocamente toma referentes que cautivaban a los diseñadores. Durante muchos años se han repetido diferentes recursos visuales en las películas que se producían hasta que la televisión comenzó a preocuparse del acabado final de sus productos. Una batalla frenética de TC de diferentes series llenan las pantallas de nuestras casas diariamente otorgándole por primera vez un interés prioritario. Casi todo este trabajo ha sido realizado por varios estudios que se han especializado en la materia y que a día de hoy siguen sorprendiéndonos con sus innovaciones técnicas como conceptuales.

Gracias a internet la visibilidad de estos contenidos no solo ha crecido sino que ha convertido a los TC en un verdadero caso de estudio con diferentes festivales digitales que seleccionan los mejores trabajos cada año, en el que nos han permitido encontrar a la mayoría de los artistas y estudios de este trabajo.

Para realizar el proyecto expositivo, lo más complicado fue hacer una selección acertada que mostrara un itinerario elocuente y conciso, con el que llevar al espectador a través de un viaje evolutivo sobre los TC y sus grandes hitos y autores. Se ha pretendido llevar a cabo un acercamiento de este complejo tema al público en general. Un público que aún conociendo muchas de las películas o series que contienen los mejores TC de la historia, no se habían detenido a reflexionar sobre estas grandes obras.

En cuanto a la pieza audiovisual se ha buscado en todo momento que fuera lo más informativa y sugerente posible, dado su carácter promocional. Para encontrar una forma de contar brevemente lo que va a suceder en la exposición de una manera directa y entretenida. El resultado final nos recuerda lo complicado que es seleccionar fragmentos de apenas dos segundos para resumir un TC que suele durar entre dos y cuatro minutos. Aún así, el resultado nos parece satisfactorio. Pensamos que se ha conseguido un ritmo rápido y cautivador que muestra en cuatro minutos la evolución histórica de los TC y los ubica en su contexto.

Todo este estudio junto con el trabajo práctico realizado nos abre un campo muy extenso donde poder investigar acerca de las numerosas corrientes estilísticas dentro del diseño audiovisual, dejando una puerta abierta para una futura profundización en los TC.

Las tareas prácticas me han enseñado de manera satisfactoria a la hora de proyectar un modelo expositivo basado en los TC y a situarlos como un formato artístico específico capaz de evolucionar y de contagiarse de las diferentes corrientes estéticas. Además, he llegado a la conclusión de que los TC tal y como se entienden hoy, requieren de un extenso equipo de especialistas, dándonos a entender la complejidad y el respeto que conlleva realizar un TC.

8. BIBLIOGRAFÍA /FUENTES

PUBLICACIONES CONSULTADAS:

- ADAM, JEAN-MICHEL Y BONHOMME, MARC. *La argumentación publicitaria. Retórica del elogio y de la persuasión*. Madrid. Cátedra Signo e Imagen. 2000.
- ARFUCH, LEONOR, CHAVES, NORBERTO Y LEDESMA, MARÍA. *Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos*. Barcelona. Paidós, Estudios de comunicación, 1997.
- AUMONT, JACQUES. *El ojo interminable. Cine y pintura*. Barcelona. Ed Paidós. 1997.
- BAÑUELOS, JACOB. "Aplicación de la semiótica a los procesos del diseño". Instituto Tecnológico de Monterrey (México). UNED. *Revista Signa 15*. 2006.
- BARTHES, ROLAND. *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes gestos y voces*. Paidós Comunicación. 1986.
- BASS. JENNIFER y KIRKHAM, PAT. *Saul Bass. A life in film and design*. Editorial Lawrence King. 2011.
- BRAHA, YAEL y BYRNE BILL. *Creative Motion Graphic Titling for Film, Video & the Web*. Focal Press 2013.
- BORDWELL, DAVID Y THOMPSON, KRISTIN. *El arte cinematográfico*. Barcelona. Paidós Comunicación 68 Cine. 1993.
- BORT GUAL, IVÁN. *Nuevos paradigmas en los telones del relato audiovisual contemporáneo. Partículas narrativas de apertura y cierre de las series de televisión dramáticas norteamericanas contemporáneas*. Tesis doctoral Universitat Jaume I. 2012.
- BORT GUAL, IVÁN. *Nuevos paradigmas teóricos en las partículas narrativas de apertura y cierre de las series de televisión dramáticas norteamericanas contemporáneas*. II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social: la comunicación social, en estado crítico. 2010.
- CANO, P. *Retórica de la televisión*. Barcelona. Gedisa. 1999.
- CASETTI, FRANCESCO. *Teorías del cine*. Madrid. Cátedra. 1994.
- CHION M. *La audiovisión*. Barcelona. Paidós. 1993
- DONDIS, D. A. *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona. Gustavo Gili Diseño. 1976
- HERBERT SPENCER. *Pioneros de la Tipografía Moderna*. Barcelona. Editorial G. Gili. 1995.
- HERVAS IVARS, CHRISTIAN. *El diseño gráfico en televisión. Técnica, Lenguaje y Arte*. Madrid. Ed Cátedra. Signo e imagen. 2002.
- HERRÁIZ, BEATRIZ. *Grafismo audiovisual: el lenguaje efímero. Recursos y estrategias*. Tesis doctoral. Facultad de Bellas Artes de San Carlos, UPV. 2009.

- LABAIG, FERNANDO. "Acerca de los títulos de crédito". *Paperback nº4*. Madrid. Escuela de arte nº10. 2007
- MARTIN LAMBIE-NAIRN. *Brand Identity for Television. With Knobs On*. Ed. Phaidon. 1997.
- MARTÍN NÚÑEZ, MARTA. *La (re)construcción de la (hiper)realidad: usos de la animación infográfica en el spot publicitario en el contexto de la hibridación de medios*. p.70. Tesis doctoral. UJI Castellón, 2009.
- MARZAL, JOSÉ JAVIER, GÓMEZ TARÍN, FRANCISCO JAVIER. *Metodologías de análisis del film*. Edipo. Madrid. 2007.
- MERRIT, DOUGLAS. *Grafismo electrónico en televisión: Del lápiz al píxel*. Barcelona. Gustavo Gili. 1987.
- MUNARI, BRUNO. *Diseño y comunicación visual. Contribución a una metodología didáctica*. Barcelona. Gustavo Gili. 2008.
- RAFOLS, RAFA. COLOMER, ANTONI. *Diseño audiovisual*. Barcelona. Gustavo Gili Diseño. 2003.
- REBELLO, STEPHEN Alfred Hitchcock and the Making of Psycho. Dembner Books. 1990.
- SOLANA, GEMA y BONEU, ANTONIO. *Uncredited. Diseño gráfico y títulos de crédito*. Madrid. Index Book. 2007.
- TYLSKI, ALEXANDRE. *Les plus beaux génériques de films*. Editions de la Martinière 2014.
- WIEDEMANN, JULIUS. *Animation now*. Anima Mundi. Barcelona. Taschen. 2004.

WEBS CONSULTADAS:

- www.blogdecine.com/reflexiones-de-cine/saul-bass-la-iconografia-de-los-titulos-de-credito [Consulta: 1 de diciembre de 2015]
- www.motionographer.com [Consulta: 22 de diciembre de 2015]
- www.bluevertigo.com.ar/motion-graphics [Consulta: 22 de diciembre de 2015]
- www.titulosdecredito.org [Consulta: 12 de enero de 2016]
- www.watchthetitles.com [Consulta: 5 de enero de 2016]
- www.artofthetitle.com [Consulta: 7 de febrero de 2016]
- www.saulbass.net [Consulta: 6 de abril de 2016]
- www.imaginaryforces.com [Consulta: 16 de mayo de 2016]
- www.prologuefilms.com [Consulta: 25 de mayo de 2016]
- www.d-kitchen.com [Consulta: 7 de junio de 2016]
- www.tomato.co.uk [Consulta: 7 de junio de 2016]
- www.prologue.com [Consulta: 7 de junio de 2016]
- www.oldesttelevision.com [Consulta: 19 de junio de 2016]

LISTA DE IMÁGENES

| | |
|---|----|
| Fig.1 - Gráfico del proceso de investigación. | 14 |
| Fig.2 - Cartel para Fritz Lang: <i>Metrópolis</i> (1927). | 15 |
| Fig.3 - Intertítulo para D.W. Griffith: <i>Intolerance</i> (1916). | 15 |
| Fig.4 - TC para D.W. Griffith: <i>Intolerance</i> (1916). | 15 |
| Fig.5 - TC de RKO Radio Pictures: <i>King Kong</i> (1933). | 16 |
| Fig.6 - Georges Méliès: <i>Le Voyage dans la Lune</i> (1902). | 16 |
| Fig.7 - Georges Méliès: <i>The India Rubber Head</i> (1901). | 16 |
| Fig.8 - Rótulo de la película Howard Hawks: <i>The Thing</i> (1951). | 17 |
| Fig.9 - Marcel Duchamp: <i>Anémic Cinéma</i> (1926). | 17 |
| Fig.10 - <i>Born to Kill</i> (1947). | 19 |
| Fig.11 - <i>The Brides of Dracula</i> (1960). | 19 |
| Fig.12 - <i>The Maltese Falcon</i> (1941). | 19 |
| Fig.13 - <i>The Road to Hong Kong</i> (1962). | 19 |
| Fig.14 - <i>Winchester 73</i> (1950). | 19 |
| Fig.15 - <i>The Cabinet of Dr. Caligari</i> (1920). | 19 |
| Fig.16 - <i>The Flame and the Arrow</i> (1950). | 19 |
| Fig.17 - <i>The Jazz Singer</i> (1947). | 19 |
| Fig.18 - <i>City Lights</i> (1931). | 20 |
| Fig.19 - <i>City Lights</i> (1931). | 20 |
| Fig.20 - <i>City Lights</i> (1931). | 20 |
| Fig.21 - <i>The Women</i> (1939). | 20 |
| Fig.22 - <i>The Women</i> (1939). | 20 |
| Fig.23 - Norman McLaren: <i>Spook Sport</i> (1940). | 21 |
| Fig.24 - Norman McLaren: <i>Spook Sport</i> (1940). | 21 |
| Fig.25 - Norman McLaren: <i>Boogie-Doodle</i> (1940). | 21 |
| Fig.26 - Gráfico de las funciones en los TC. | 23 |
| Fig.27 - TC para George Lucas: <i>Star Wars</i> (1977). | 24 |
| Fig.28 - TC para Guy Maddin, Evan Johnson: <i>Forbidden Room</i> (2015). | 24 |
| Fig.29 - Rotulos principales para films de Woody Allen (1977-2012). | 24 |
| Fig.30 -TC para Randal Kleiser: <i>Grease</i> (1978). | 24 |
| Fig.31 -Tipología de títulos de crédito según Solana y Boneu (2008). | 25 |
| Fig.32 - Blanco sobre negro. Woody Allen: <i>Annie Hall</i> (1977). | 26 |
| Fig.33 -Títulos como logotipo. Steven Spielberg: <i>Jurassic Park</i> | 26 |
| Fig.34 - Animación. Steven Spielberg: <i>Catch Me If You Can</i> (2002). | 26 |
| Fig.35 -Texturas. Zack Snyder: <i>300</i> (2007). | 26 |
| Fig.36 -Concepto y fondos como secuencia. Tim Burton: <i>Beetlejuice</i> | 26 |
| Fig.37 - Gráfico de los formatos en los TC. | 27 |
| Fig.38 - Logotipos diseñados por Saul Bass. | 29 |
| Fig.39 - Otto Preminger: <i>The man with the golden arm</i> (1954). | 30 |
| Fig.40 - Pablo Picasso: <i>Guernica</i> (1935). | 30 |
| Fig.41 - Cartel para Otto Preminger: <i>The man with the golden arm</i> (1954). | 30 |
| Fig.42 - Alfred Hitchcock: <i>North by northwest</i> (1959). | 31 |
| Fig.43 - Alfred Hitchcock: <i>Vértigo</i> (1960). | 32 |
| Fig.44 - John Whitney: <i>Catalog</i> (1961). | 32 |
| Fig.45 - Alfred Hitchcock: <i>Psycho</i> (1960). | 33 |

| | |
|---|----|
| Fig.46 - Diferentes trabajos de Pablo Ferro | 34 |
| Fig.47 - Stanley Kubrick: <i>Dr. Strangelove</i> (1968). | 35 |
| Fig.48 - Secuencia Gunbarrel de <i>007</i> | 37 |
| Fig.49 - Varios de los trabajos de Maurice Binder | 37 |
| Fig.50 - Terence Young: <i>Dr. No</i> (1962). | 38 |
| Fig.51 - Secuencia de construcción del logotipo de <i>Dr. No</i> (1962). | 39 |
| Fig.52 - <i>Seven</i> . David Fincher (1995). | 40 |
| Fig.53 - Stephen Frankfurt: <i>To kill a mockingbird</i> (1963) | 40 |
| Fig.54 - Joel-Peter Whitkin. | 40 |
| Fig.55 - Stan Brakhage. | 40 |
| Fig.56 - Cuadernos de <i>Seven</i> . Clive Piercy y John Sabel. | 41 |
| Fig.57 - Secuencia de prueba de los créditos de <i>Seven</i> . | 41 |
| Fig.58 - Diferentes portadas de las series con más éxito del momento. | 42 |
| Fig.59 - Tipografía Chelsea Studio v. 1.0. David F. Nalle (1997). | 44 |
| Fig.60 - <i>American Horror Story</i> . Temporada 1. | 45 |
| Fig.61 - <i>American Horror Story, Freak Show</i> . Temporada 3. | 45 |
| Fig.62 - <i>True Detective</i> . Temporada 1. | 46 |
| Fig.63 - <i>Paisaje</i> . Richard Misrach. (1974). | 46 |
| Fig.64 - <i>Mad Men</i> . Temporada 1. | 47 |
| Fig.65 - Publicidad de Volkswagen. | 47 |
| Fig.66 - <i>Black Sails</i> . Temporada 1. | 48 |
| Fig.67 - Pablo Genovés. Foto. | 48 |
| Fig.68 - <i>Six Feet Under</i> . Temporada 1. | 49 |
| Fig.69 - <i>Six Feet Under</i> . Spot | 49 |
| Fig.70 - <i>Six Feet Under</i> . Spot | 49 |
| Fig.71 - <i>Dexter</i> . Temporada 1 | 50 |
| Fig.72 - Fotografías de David Byrne. <i>Strange Ritual</i> | 50 |
| Fig.73 - <i>True Blood</i> . Temporada 1 | 51 |
| Fig.74 - <i>Silicon Valley</i> . Temporada 1 | 52 |
| Fig.75 - <i>The Walking Dead</i> . Temporada 3 | 52 |
| Fig.76 - Logotipo Festival <i>Tocame</i> . www.toca-me.com | 54 |
| Fig.77 - Logotipo Festival <i>OFFF</i> . www.offf.ws | 54 |
| Fig.78 - Logotipo Festival <i>Play Grounds</i> . www.playgroundsfestival.nl | 54 |
| Fig.79 - Logotipo Festival <i>OFFF</i> . www.offf.ws | 56 |
| Fig.80 - Banner publicitario Festival <i>OFFF</i> . www.offf.ws | 56 |
| Fig.81 - Edición Barcelona 2014. Festival <i>OFFF</i> www.offf.ws | 56 |
| Fig.82 - TC para <i>OFFF Barcelona</i> 2016. Dvein | 57 |
| Fig.83 - Referentes visuales utilizados por <i>DVEIN</i> | 57 |
| Fig.84 - <i>OFFF Cincinnati</i> (2013). | 58 |
| Fig.85 - Secuencia de créditos de <i>2001: A Space Odyssey</i> (1968) | 58 |
| Fig.86 - <i>OFFF Porto</i> (2015). | 59 |
| Fig.87 - Malla 3D de las figuras | 59 |
| Fig.88 - <i>OFFF México</i> (2015). | 60 |
| Fig.89 - <i>A Fistful of Dollars</i> (1964). | 60 |
| Fig.90 - <i>The Graphic Design of Monty Python</i> (1960). | 60 |