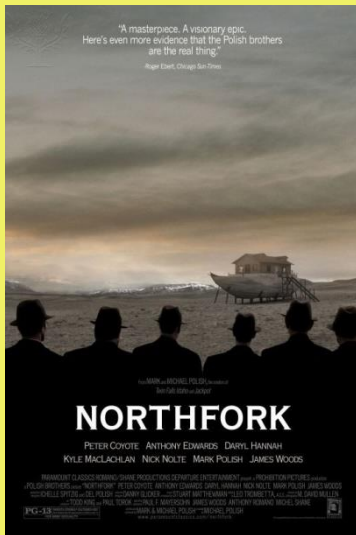


Diseñando para divertir.



Afiche promocional de la película Northfork.

Tomado de Britannica Image Quest

Por: Jairo Castro Rodríguez

Docente de Cátedra

Diseño Gráfico, Mercadeo y Publicidad

Especial para la Revista Alternativa Multicultural La Moviola

Muy pocas veces vamos a ver una película sin antes tener unos referentes mínimos para tomar la decisión de invertir tiempo y dinero nuestro en una propuesta artística llamada cine. Y atendiendo a uno de los referentes visuales que acompañan a toda película, está inmerso el diseño gráfico. Desde los créditos al comienzo o final de la película, el afiche oficial, hasta los elementos promocionales P.O.P., ya se encuentran expuestos los lenguajes propios del diseño como mecanismos de comunicación, narración, con los que muchas veces apoyan los epílogos de la historia contada durante 2 horas, y que deben dejar en el público una buena experiencia.

El presente ensayo pretende reflexionar y dejar la inquietud en los lectores respecto a estos elementos comunicacionales que son tan importantes y que desde la academia, se deben reconocer y validar en los estudiantes, y del público en general como aporte a la cultura visual.

Este tema nace de unas preguntas y afirmaciones que como espectadores de cine, ya seamos fanáticos, estudiosos o simplemente consumidores de cine (el que sea), surgen al momento de decidir ir a cine y al estar sentado al frente de una pantalla, grande o chica; ¡Me impactaron resto los créditos de la película, ¿cómo los harían?!. ¡Esas animaciones tan sencillas pero tan impactantes al final de la pelí!, el afiche de la entrada es de colección, paga ¡robárselo!...

Pero estando sentados desde nuestros roles, bien sea como estudiantes, docentes, debemos atender al menos por un ratico a los elementos que se deben considerar por si queremos proyectar un producto de calidad y recordación.

¿Qué consideraciones se deben tener al momento de realizar un abordaje gráfico para los créditos cinematográficos?

Desde el *opening* de la película, cuando el director y el equipo de producción y realización así lo plantean, los créditos nos cuentan parte de la historia, creando expectativas, insinuaciones de la trama, detalles de escenas que más adelante confirmamos, utilizando tipografías, colores, graficaciones, altos contrastes, vectorizaciones de escenarios y efectos que van preparando al espectador hacia lo que le espera de la exhibición.

En esa consideración del cómo abordar los créditos hay mucha literatura y tela que cortar, dependiendo del ángulo que se quiera “ver” y ajustar. Podemos decir que desde el origen mismo del cine, se buscaba ofrecer pero proyectar credibilidad a las historias que iban a encontrarse una vez se estuviera sentado, con carteles que fueron evolucionando de acuerdo a épocas, tendencias

y modas artísticas de época, formatos grandes para magnificar y llamar la atención del transeúnte, con técnicas que iban desde la ilustración figurativa, abstracta, o solo tipográfica. Ya en la proyección, desde el nombre de la película o corto, los créditos de la realización y producción, los créditos de los diálogos de los actores que iban apareciendo adornados con ornamentos, en tipografías serifadas, se proponía complementar la exhibición de tal forma que fuera una experiencia única, agradable.



Afiche promocional de la película *Flesh and the Devil*

De Clarence Brown (1926)

Tomado de Britannica Image Quest

Desde la historia del cartelismo enfocado al cine, en donde los artistas como H. Brispot, Truchet, Auzolle tenían el encargo de recrear y llamar la atención del público a asistir a cine, un divertimento raro, hasta elitista en su época, (vale la pena darse una pasadita por este sitio <http://www.d cine.org/titulos-de-credito> en donde encontrarás un resumen a mi gusto práctico de la historia del cartel de cine). Dando un salto más hacia nuestros días, esos encargos los tenían dibujantes, ilustradores maravillosos como en especial de España, (Macario Gómez Quibu (1926 -), <http://www.sleepydays.es/2016/09/mac-genio-carteles-cine.html>) uno de los grandes ilustradores del siglo pasado, pasando por Gonzalo Díaz Ladino, oriundo de Riosucio, Caldas, cuya vida personal es toda una película <https://vimeo.com/15817561>, fue durante décadas el ilustrador

de vallas, murales y afiches de películas de Cine Colombia, y quienes desarrollaron técnicas propias de ilustración realista con las que se resumían las expresiones, los ángulos, los encuadres, las iluminaciones, las rotulaciones de los títulos, frases de enganche o taglines, los colores que captaban la atención del transeúnte al ver la valla, el cartel, dejando una expectativa en la retina para que tomara la decisión de asistir a las salas de cine.

El norteamericano Saul Bass (1920-1996), diseñador gráfico con una asombrosa trayectoria que va desde identidades corporativas como AT&T, Continental Airlines, Quaker Oats, United Airlines, entre otras, fue durante muchos años realizador de carteles de películas, con un estilo propio, pasando por encargos para Alfred Hitchcock, Martin Scorsese, Billy Wilder, Stanley Kubrick, entre otros. Toda una institución en lo visual.

Otro caso no menos relevante es el de Juan Ortíz, diseñador e ilustrador nacido en Puerto Rico, quien durante 3 temporadas de la serie de televisión Star Trek creó los carteles de las temporadas y los créditos, cuya exposición permanente de carteles en el Museo de la TV Warner en Los Angeles, California nos deja apreciar cómo apropiando conceptos gráficos como el alto contraste, la rotulación y diagramaciones sin retículas, lograba mantener en expectativa permanente a los televidentes, y que luego sirvió de inspiración y referencia para que otros artistas y diseñadores abordaran sus proyectos de afiches y créditos para películas con toda una narrativa particular. Fue tal su propuesta gráfica, que muchos de los actuales animadores de créditos de cine y TV, lo tienen como referente obligado.

Desde mi óptica como espectador, diseñador, amante del diseño gráfico y el cine, la reflexión que dejaría a un estudiante de diseño gráfico, medios audiovisuales, comunicación, para un encargo de estos debe estar contemplado a partir de preguntas clave:

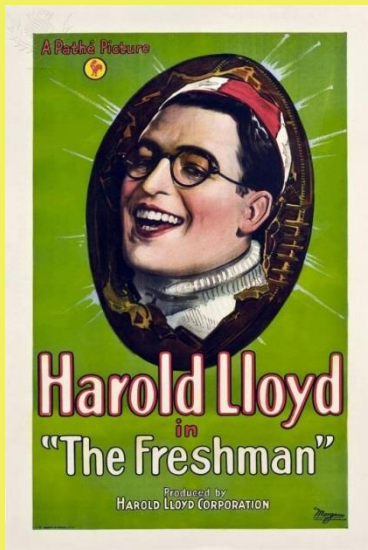
¿Qué estilo de película y narrativa es la película?

¿A qué tipo de personas son a las que va dirigida la película? ¿Son infantiles, jóvenes, adultas, contemporáneas?

¿Con qué elementos del diseño gráfico podemos comunicar, expresar la idea, el concepto, el abstract y opening de la película?

¿Con qué tipografías lograré proyectar mejor el ambiente, época, entorno en donde se desarrolla la historia?

¿Qué paleta de colores es la adecuada para lograr impacto?



Afiche promocional de The Freshman (1926)

Tomado de Britannica Image Quest

En la medida en que se trate de introducir al espectador hacia la película, su trama principal, sus personajes, las expectativas deben ser atendidas en la justa medida sin transgredir lo que va a continuar durante la proyección. Entradas con transiciones, disoluciones, efectos digitales, musicalización de fondo, son una película dentro de la película. Ejemplos contundentes son los que se pueden apreciar en <http://www.d cine.org/titulos-de-credito>, en donde podremos apreciar

un ranking de películas con “los mejores 100 títulos de créditos” bastante seleccionados y en video (como nos gusta a todos), para entender lo dicho anteriormente.

Cabe anotar que con el advenimiento de la era digital, han surgido programas digitales cada vez más especializados, la capacidad de concebir y poner en escena las respuestas a estas preguntas debería ser mucho más fácil a la hora de decidir cuál, qué y hasta cómo plantear los créditos. Pues no la veo tan así de fácil, porque el diseñador gráfico debe atender las peticiones del realizador de cine, el director de la película, y hasta los de mercadeo, con quienes tiene que resolver no solo estas preguntas básicas, sino otras tantas que pasan desde el querer “conectar” al espectador, hasta darle un nivel adecuado al estilo y género de la cinta sin sobredimensionarse y, si no se tiene un buen criterio conceptual, dichos programas no garantizan el resultado requerido.

Por esto, la próxima vez que vayas un miércoles a ver cine en los espacios creados por La Moviola y las excelentes selecciones de Andrés, o a una sala de cine, o al alquilar una película, o al conectarse a un sistema pagado, gózate esa primera película con los créditos, sus afiches y ver resueltas las preguntas arriba planteadas y, en donde estoy seguro, te “empelicularás” resolviendo tal vez de otra forma, con tipografías, colores, efectos, etc., que como reza el dicho popular, al que le sabe le gusta, no tendrá una sola versión sino muchas. Y eso es lo bacano de esta área del conocimiento y la expresión, que no hay un dogma, patrón exacto, sino propuestas eso sí, acordes y fieles al fin principal del cine: divertimento.



Travesía. 2017
Acrílico sobre lienzo 160x 120