

# *La tipografía en el cine: análisis de cabeceras y créditos de películas como estrategia educativa desde la cultura visual*

**Ricard Huerta**

Universitat de València

Director del *Institut Universitari de Creativitat i Innovacions Educatives*.

## **RESUMEN**

En el presente artículo se recogen un conjunto de reflexiones sobre papel que adquieren los textos escritos utilizados como imágenes en el discurso cinematográfico. Las letras del alfabeto han estado íntimamente unidas a la tradición del cine desde sus inicios. Esta atracción mutua que ha existido siempre entre el alfabeto y el cine ha generado un extraordinario legado que podemos analizar mediante los postulados de la cultura visual. Sugerimos la oportunidad de utilizar este elemento visual para solventar algunos errores, empobrecimientos, insuficiencias y déficits que pueden observarse en buena parte de los rituales educativos convencionales, ya que las letras como signos son artefactos visuales adecuados para ser abordados en el aula de educación artística. Desde la educación en artes visuales resultará positivo articular nuevas estrategias utilizando referentes más permeables. Tenemos experiencia en el tratamiento de la cultura de las imágenes, y este es un camino que proponemos seguir, no solamente desde la reflexión teórica, sino también desde la participación y la implicación directa como docentes. Los escenarios planteados por la cultura visual, así como el potencial formativo que promueve el acercamiento a las manifestaciones del arte, permiten encajar los retos de la cultura mediática.

**Palabras clave:** tipografía / cine / medios de comunicación / cultura visual / educación artística

## **ABSTRACT**

*This article collected an analysis and a reflection about the paper of the written texts used as images in the cinema movies. The letters of the Alphabet have been intimately joined the tradition of the cinema from his beginnings. Mutual attraction has existed always between the Alphabet and the cinema. This attraction generates an extraordinary legacy that we can analyze with the mechanisms of Visual Culture studies. We suggest the opportunity to use this visual element to check some mistakes, impoverishments, insufficiencies and deficits that we observe in education conventional rituals. The letters like signs are visual appliances adapted to be used in the scene of Art Education. From the education in visual arts it will be positive to articulate new strategies using more permeable models. We are experienced at the treatment of the culture of images, and this one is a way that we must follow, not only from the theoretical reflection, but also from the participation and the direct implication as teachers. The expositions of the visual culture are very attractive. The formative potential that promotes the visual culture allows us to use the manifestations of the art and to accept the challenges of the media culture.*

**Keywords:** typography / cinema / mass media / visual culture / art education

## INTRODUCCIÓN

La reflexión que seguidamente ofrecemos se basa en el análisis de algunos ejemplos de letras de películas que he considerado representativos e interesantes dentro del inmenso escenario de posibilidades que ofrece la historia del cine. Se han seleccionado un conjunto de films como muestra, para posteriormente ubicar cada ejemplo en un posicionamiento estético que marcaría una serie de pautas de orden histórico, social y cultural. Con esta selección accedemos a una categorización inicial de las tipologías de textos y su uso en las películas. La elección de las películas responde a una pauta de gusto personal, ya que abordar esta temática en profundidad requeriría una sistematización mucho más amplia, un planteamiento que excedería con mucho las dimensiones del presente artículo. Lo subsanaremos en próximos trabajos. De momento detectamos que si bien con anterioridad ya se había teorizado sobre los textos en las películas en función de su uso educativo<sup>1</sup>, en la actualidad se percibe un auge de la temática, aunque ciertamente los estudios siguen centrados en diseño de tipografías<sup>2</sup> o bien en los ámbitos lingüísticos, filosóficos y sociológicos, ya que los más específicos, aquellos que agrupan los tres ámbitos (educación, cine y tipografía) no se han afianzado todavía.

Quisiera iniciar estas reflexiones a partir de una serie de preguntas que provienen de mi propia experiencia como docente, cuestiones sobre las cuales irán estableciéndose relaciones a lo largo del texto. En lo referido a la educación en artes visuales: ¿es lógico que todavía no se haya introducido el trabajo cinematográfico como argumento adecuado para la enseñanza de las artes visuales a todos los niveles?; ¿qué sentido tiene en una sociedad repleta de imágenes tecnificadas eliminar los medios de comunicación del conjunto de las artes?; ¿qué referencias puede aportar el cine en la práctica de la educación en artes visuales? Estas y otras cuestiones que planteo sirven para ubicar la problemática, ya que estamos hablando de una falta total de tradición en lo que se refiere tanto a la preocupación por los créditos de las películas, como a la posibilidad de abordar estos temas en las clases de educación artística. Por tanto, con esta doble finalidad, asumo el reto de tratar el tema desde una perspectiva que reúne tanto el análisis de carácter cultural como la vertiente educativa en la que puede desembocar.

<sup>1</sup> AMBRÓS, Alba y BREU, Ramón (2007): *Cinema i educació. El cinema a l'aula de primària i secundària*. Barcelona, Graó. HERNÁNDEZ DOBÓN, Francesc Jesús, y FERRER, Anacleto (2011): "Sociología y didáctica de la muerte en la cinematografía de Kiarostami", en HERRÁN y CORTINA (coord.) *Pedagogía de la muerte a través del cine*. Madrid, Universitas-UNED, pp. 217-244.

<sup>2</sup> GAMONAL, Roberto (2005): "Títulos de crédito, píldoras creativas del diseño gráfico en el cine", *Icono 14*, nº 6 (consulta 18-12-2012: <http://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/viewArticle/418>).

El mundo del cine es una de las industrias culturales más importantes que existen. No solamente genera iconos y productos que se caracterizan por su impacto global, sino que además introduce modelos estéticos y de valores que acaban convirtiéndose en referencias de primer orden<sup>3</sup>. Los medios de comunicación, y evidentemente el cine como parte privilegiada del conjunto, están constantemente pendientes de los creativos y artistas para renovar sus planteamientos. Es habitual comprobar que directores, artistas visuales y creadores gráficos utilizan el cine como medio de expresión, intercambiando modelos comunicativos y diferentes formatos en sus producciones: videoclips para grupos musicales, películas, series de televisión, anuncios publicitarios. Nombres populares de la industria del cine autóctona como los directores Isabel Coixet o Álex de la Iglesia han realizado spots publicitarios con los cuales también difunden su visión particular del mundo a través de imágenes y conceptos. Esta simbiosis de los productos culturales audiovisuales genera escenarios integradores<sup>4</sup>. A su vez, los directores de cine buscan a prestigiosos artistas visuales y diseñadores gráficos a quienes confían la imagen de sus películas, desde los carteles hasta los títulos de crédito. Esta colaboración fluida entre creativos provoca un auténtico alud de nuevas formas, y cabe destacar que en estos productos visuales las letras ocupan un lugar preferente.

Imaginemos un cartel de cine. Cualquier ejemplo nos serviría. Seguro que encontramos diversos elementos en el conjunto de la composición. Puede que aparezcan destacadas las caras de los actores principales, o bien que se trate de una imagen vistosa y pregnante relacionada con la temática del film. Pero seguro que hay algo que nunca podrá faltar: las letras del título de la película. El texto del título de la película, además, suele aparecer destacado. Dicho texto tendrá, evidentemente, una marca estilística particular, que lo distinguirá del resto. Un ejemplo perfecto de corte histórico sería el cartel de la película *Metrópolis*, un film dirigido por Fritz Lang en 1927. En este cartel que todos recordamos aparecen unas letras de corte zigzagueante, unos tipos angulosos que describen formas similares a rayos o flechas puntiagudas. Se trata de un trabajo realizado por Heinz Schulz-Neudamm (1899-1969), en el que aparecen los elementos más característicos de la película, como los rascacielos o el conocido robot de corte humano. El diseñador dio imagen a la película, pero entendemos que sus letras han pervivido como ejemplo de trabajo bien planteado, ya que hemos podido ver este tipo de esquema gráfico en numerosos contextos a lo largo de varias décadas. De hecho, el cartel como pieza ha sido subastado por un precio que alcanzó prácticamente el millón de euros en una puja reciente (diciembre de 2012), algo que se podría equiparar al valor que adquieren otras piezas importantes en el mercado del arte. Lo curioso es que en el mercado del arte la firma del artista es el factor primordial. Si nos paramos a pensar, veremos que no conocemos en la mayoría de los casos a los autores de las letras y los grafismos de las producciones cinematográficas.

3 ADORNO, Theodor & F. HORKHEIMER (1994): *Dialéctica de la ilustración*. Madrid, Trotta. BARTHES, Roland (1970): *Mythologies*. París, Seuil. BENJAMIN, Walter (1982): *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*. Barcelona, Ed. 62.

4 EVEN-ZOHAR, Itamar (1972): "Polysystem theory", en *Poetics Today* I, 1-2: 287-319.

El cine ha sido un medio excelente para la transmisión de modelos estéticos. Los carteles y los rótulos de las películas siempre han tenido un papel privilegiado en esta recepción de nuevas formas. El tipo de letra que representa a cada película acaba convirtiéndose en un poderoso elemento de conexión con el resto de los valores que transmite el film. Estoy convencido de que el lector de este artículo será capaz de rememorar las formas de las letras del título de algunos films tan destacables como *King Kong* (1933), *Yellow Submarine* (cuyo cartel fue diseñado por Heinz Edelmann y Peter Max para la película de animación dirigida por George Dunning y Dennis Abey en 1968), *Jurassic Park* (dirigida por Steven Spielberg y estrenada en 1993), *Shrek* (Andrew Adamson y Vicky Jenson, 2001), o el más reciente de la película *Midnight in Paris* (del director Woody Allen, 2011). Estos carteles contienen una información privilegiada, ya que con pocos elementos nos describen un máximo de información sobre el film. Lo cierto es que en todos los ejemplos citados son las letras el elemento clave, ya que nos transmiten mediante un texto mínimo el nombre de la película, y además nos describen a través de sus formas, colores y combinaciones muchísimas referencias derivadas de la propia estética de la obra<sup>5</sup>. Siguiendo con nuestro planteamiento, insistimos en que se conoce muy poco sobre los creadores del grafismo que acompaña a cada film, y que son factor decisivo para la publicidad y la distribución de los productos cinematográficos.

#### EL RESPETO POR LA TERMINOLOGÍA, LOS CRÉDITOS Y LOS TÍTULOS

Las convenciones académicas tradicionales de la educación artística han fundamentado su acción en un modelo que redundaba en las denominadas «bellas artes». Desde hace tiempo este modelo ya no es exclusivo, de modo que



Figura 1. Cartel de la película *Metrópolis*, dirigida por Fritz Lang en 1927. Diseño del ilustrador alemán Heinz Schulz-Neudamm.

5 HUERTA, Ricard (1994): *Funció plàstica de les lletres*. Picanya, Editorial Bullent.

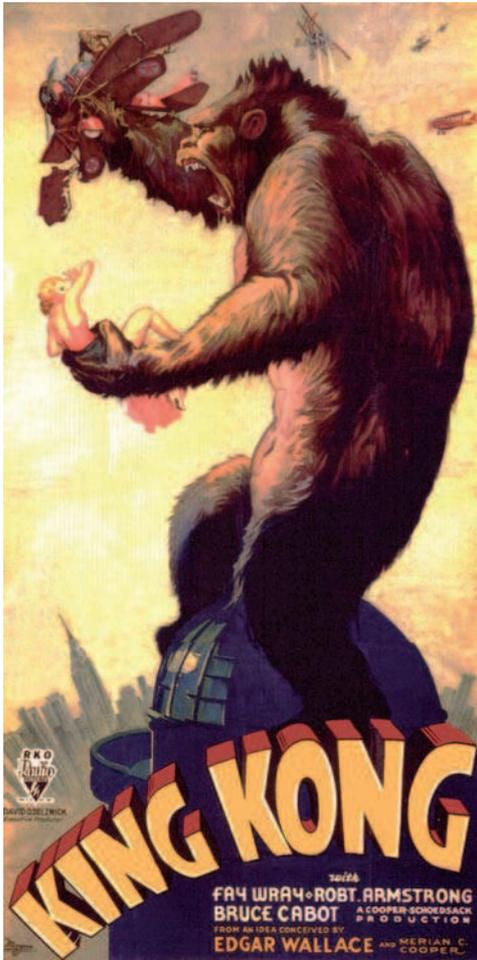


Figura 2. Cartel diseñado por S. Barret McCormick y Bob Sisk para el film de Merian C. Cooper y Ernest B. Shoedsack del año 1933.

los artefactos visuales como pueden ser la fotografía, el cine, el vídeo, la televisión o los videojuegos han empezado a introducirse en las experiencias educativas, lo cual es una muestra palpable de lo que debería ser un nuevo concepto de la educación artística. Aun así, una manifestación de primer orden como el cine no encuentra el territorio adecuado para afianzar un modelo en el cual pudiesen converger todas las dinámicas emergentes.

Los profesores de educación artística hemos de velar por involucrar los intereses de nuestro alumnado en nuestros proyectos curriculares. Entre los artefactos visuales que han de configurar el territorio sobre el cual plantear nuestros proyectos de aula están las películas de cine. Los medios de comunicación rigen nuestros tránsitos sociales y nuestras conductas, por tanto debemos ampliar las zonas de intromisión de la educación artística. De este modo se promueve un concepto proclive a interesarse por la *mirada mediática*, por las construcciones sociales que los medios promueven, ya que la presencia de los medios resulta decisiva para entender las diversas emergencias culturales que son definidas por las generaciones más jóvenes<sup>6</sup>. Si realmente pretendemos una visión crítica de la enseñanza y un modelo educativo más próximo a los flujos de información que genera nuestra sociedad debemos acercar nuestros intereses a los del alumnado, promoviendo espacios de conexión, entre los cuales destaca el cine. Itamar Even-Zohar, desde una perspectiva semiótica, expone su *teoría del polisistema*, una concepción del sistema (de los grupos de significantes culturales) como algo dinámico y heterogéneo, enfatizando la multiplicidad de intersecciones y atendiendo a la complejidad de las estructuras. Una vez reconocida la naturaleza histórica de un sistema (un gran mérito a la hora de construir modelos más cercanos al “mundo real”) se

6 BRIGGS, Asa y BURKE, Peter (2002): *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Madrid, Taurus. STORREY, John (2002) *Teoría cultural y cultura popular*. Barcelona, Octaedro.

impide la transformación de los objetos históricos en seres o acontecimientos a-históricos, sin conexión entre sí. Si bien Even-Zohar establece su teoría pensando más en la literatura, lo cierto es que en los dominios del arte también puede fructificar su criterio, ya que el *polisistema* afecta a la mirada múltiple que el público llega a establecer entre todos los productos tecnológicos, audiovisuales, y en general del ámbito del consumo, creando relaciones entre ellos, relaciones significantes que desde otro ángulo resultarían difíciles de entender<sup>7</sup>.

El público de las grandes salas no espera habitualmente a que terminen los créditos de la película porque no está interesado por los *márgenes* del texto, es decir, por todo aquello que hace posible un relato cinematográfico desde la periferia del producto. Esta falta de sensibilidad hacia el trabajo en equipo, o incluso hacia el propio público con quien se comparte la sala, son el reflejo visible de una deserción. El gran público desconoce el valor de estas cuestiones marginales, que en realidad considero que son la esencia del disfrute de una buena película. Por tanto, deberemos asumir que si la actitud y el comportamiento de nuestro alumnado hacia estas cuestiones no es la deseada, es en parte porque nosotros como docentes tampoco le damos la suficiente importancia en nuestras clases.

Introduzco seguidamente una cuestión que también se debe valorar al tratar sobre los márgenes del texto filmico. Ya había señalado con anterioridad que la bibliografía sobre las cuestiones que ahora analizamos procede básicamente del mundo anglosajón. Esto afectará en parte debido a algo que sufrimos como usuarios de textos audiovisuales básicamente norteamericanos, ya que estos productos culturales están expuestos a las traducciones y doblajes que son frecuentes y mayoritarios en el caso de la distribución en España. La inmensa mayoría de las versiones de películas que vemos en nuestros cines (y posteriormente en video o en televisión) se han doblado al español. Esto significa que los carteles originales, e incluso los rótulos, han sido también traducidos. Por tanto, una de las cuestiones a tener en cuenta sería la multiplicidad de títulos que puede tener una misma obra. Se respeta muy poco la “marca” de la película, su sello, su nombre original. Durante una conferencia impartida en Buenos Aires, le hablaba al público de cuestiones de educación y cine, para lo cual utilicé un como ejemplo la película *Memorias de África*. Al nombrar este título el público asistente no entendía a qué film me refería, hasta que se aclaró que *Out of Africa* (Sydney Pollack, 1985) se había conocido en Argentina como *África mía*. Sin descartar esta maraña verbal que acompaña a las traducciones y doblajes de las producciones anglosajonas (que son la mayoría de las que vemos) quisiera detenerme en el asunto de la nomenclatura, algo que acompaña indefectiblemente al tema que abordamos: los títulos del film.

Para ayudarnos a comprender mejor esta maraña verbal y visual que padecemos, un buen ejemplo podría ser el film norteamericano *I Love You Phillip Morris* (John Requa y Glenn Ficarra, 2009). Esta película se tradujo para su distribución española como *Phillip Morris ¡Te quiero!*, mientras que la versión mejicana del film, también en español, se titula *Una pareja desapareja*. Ante tales despropósitos, muy habituales pero no por ello menos nocivos, optaré por indicar siempre el título de la película en su idioma original cuando me referiré a producciones internacionales, lo cual llevará implícita una problemática: puede que lleguemos a desorientarnos con el flujo cambiante no sólo de los nombres, sino de las tipografías y los diseños que acompañan a la imagen de cada film. En cualquier caso, vale la pena arriesgarse.

La película *I Love You Phillip Morris* está interpretada por dos actores muy conocidos por buena parte del gran público: Ewan McGregor y Jim Carrey. Ha gozado de una amplia distribución

<sup>7</sup> EVEN-ZOHAR, I. (1972): *Op. cit.*

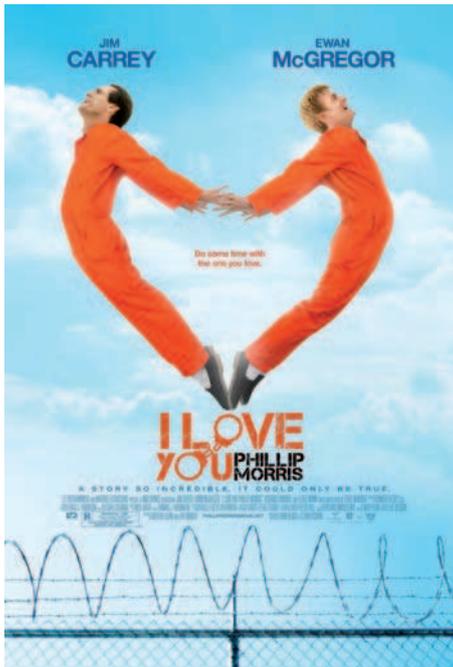


Figura 3. Cartel e imagen que actualmente se difunde de la película *I Love You Phillip Morris*.

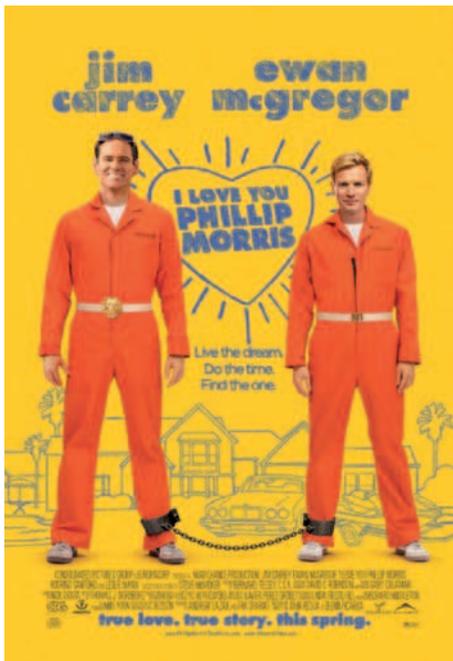


Figura 4. Cartel de la película que responde a los cánones estéticos iniciales marcados por los creativos gráficos.

internacional y también tuvo una razonable aceptación por parte de la crítica. Lo que nos llama la atención es la disparidad de factores visuales que la ha acompañado en su periplo por los diversos países en los que se ha difundido, así como los constantes cambios de imagen, incluso en su trayectoria anglosajona.

Si bien la película tiene una imagen original cuyos títulos responden al producto diseñado inicialmente, lo cierto es que en el cartel actual (el que vemos en la *figura 3*) ha desaparecido cualquier referencia tipográfica –y gráfica– procedente del trabajo primigenio. Al visionar la película comprobamos que existen una serie de creativos responsables de los títulos. En los créditos finales del film aparece el siguiente cuadro:

Main title design and production: *River Road Creative*.

Title design: *Richie Adams*.

Designer / animator: *Ben Hill*.

Title producer: *Scott Poché*.

Endtitles: *Scarlet letters*.

Conviene puntualizar que todas las grafías de los créditos finales aparecen con letra condensada de tipo Futura y siempre en minúsculas. Queda por tanto patente que la decisión de haber utilizado dicha estrategia gráfica corresponde a la empresa *Scarlet letters*. Atendiendo a esta información, y habiendo visionado el inicio de la película, reconocemos el valor del trabajo que han realizado tanto el autor de los títulos (Richie Adams) como el diseñador y animador de la titulación (Ben Hill). Pero en cualquier caso, el trabajo de estos creadores responde más al diseño del cartel que vemos en la *figura 4*.

En el cartel de fondo amarillo que reproducimos en la *figura 4* aparecen explícitamente indicadas muchas de las cuestiones que aborda el film, como pueda ser la unión de ambos protagonistas en base a su encarcelamiento (algo que en la versión de la *figura 3* queda amortiguado por un símbolo que simula un corazón), y sobre todo el grafismo que aparece en los títulos iniciales de la película. Incluso el uso del color amarillo comprobaremos que es clave en la

estética general del film. Estos dibujos en líneas azules sobre el amarillo del fondo del cartel de la *figura 4* responden a un auténtico abordaje de la cuestión, ya que tienen el empaque visual de un modelo gráfico muy utilizado en el momento en el que se realiza la película, pero además nos recuerdan la patente gráfica de los motivos visuales de un artista tan significativo para esta temática como pueda ser Keith Haring. Si eliminamos estas referencias nos quedamos con otro resultado muy diferente al que inicialmente establecieron los creadores del producto fílmico. Para acceder al impacto que puede llegar a tener la producción de títulos en la imagen y promoción de las películas recomendamos visitar las páginas de estas empresas y creativos que participaron en el ejemplo analizado, ya que nos sorprende su impresionante actividad y calidad, especialmente en el caso de *River Road Creative* o de *Scarlet letters*<sup>8</sup>.

Nos llama la atención que las letras originales del título, que acompañaron a la promoción de la película, supuestamente diseñadas por Richie Adams y producidas por Scott Poché, en realidad desaparecen cuando vemos la carátula de la edición en DVD. Suponemos que a lo largo del recorrido comercial de la película hubo cambios de estrategia comunicativa, y es por ello que en la portada de la carátula ya vemos ubicada adecuadamente una nueva tipografía explícita, con la cual se han escrito tanto los nombres de los actores principales como el título del film. Es el mismo fondo que aparece como escenario digital en los extras del DVD, que contiene las entrevistas a los directores y los actores. Así pues, los grafismos originales han sido desplazados por un modelo tipográfico más legible aunque menos original que el oriundo.



Figura 5. Carátula de la edición especial del film en DVD.



Figura 6. Carátula de la edición mejicana del film en DVD.

8 <http://riverroadcreative.co>, <http://scarletletterstitles.com>.

Al revisar la carátula de la edición mejicana del DVD de la película *I Love You Phillip Morris* comprobamos que de nuevo se han reinterpretado tanto el título como la tipografía del mismo (ver *figura 6*). Habíamos indicado anteriormente que en México el título de la película se traduce como *Una pareja desapareja (sic)*, lo cual no solamente desentraña un cierto atenuante de cariz ciertamente homófobo, sino que además desarticula cualquier argumento gráfico original, introduciendo una tipografía completamente impersonal, ajena a los postulados de los creativos gráficos. Vemos por tanto un ejemplo claro de falta de respeto tanto al contenido como a la forma, y no solamente en la portada de la carátula (que imita de forma penosa e injustificada el cartel original), sino también en el texto que vemos en el lomo de la misma carátula, lugar donde ya ha desaparecido cualquier rastro de la tipografía original.

Hemos de mantener nuestro espíritu crítico ante tales despropósitos y obscenidades gráficas, llamando la atención del alumnado en todo lo que atañe al respeto por el trabajo de los creativos y los diseñadores gráficos. Y evidentemente en todo aquello que se refiere a los derechos de autor de los creadores y responsables del film. También debemos ofrecerles ejemplos clarificadores del trabajo bien hecho, insistiendo en las posibilidades que ofrece el cine como argumento educativo<sup>9</sup>. Como muestra final de las imágenes analizadas de este caso concreto, presentamos en la *figura 7* el cartel de la película que se distribuyó en Francia, país donde se han respetado tanto el título como la tipografía originales:

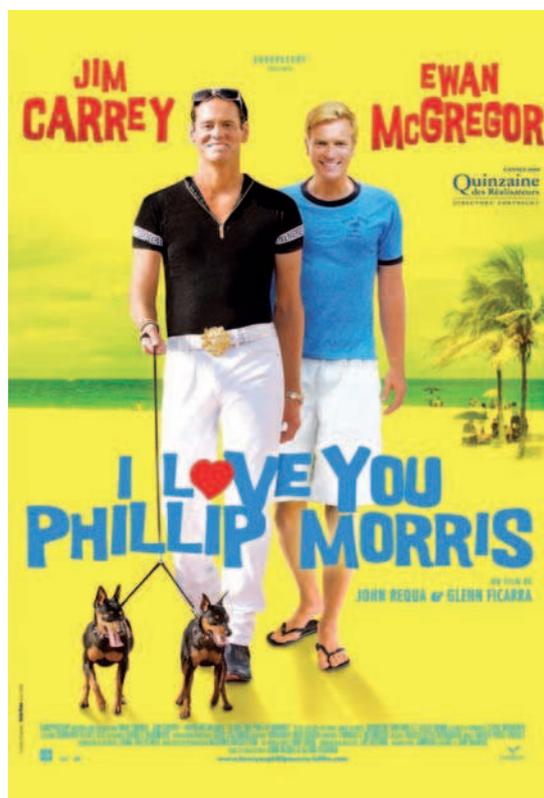


Figura 7. Versión francesa del cartel. La película participó en el *Festival de Cannes* 2009 dentro de la sección *Quinzaine des Réalisateurs*.

<sup>9</sup> HUERTA, R. (2010): “Cine en la formación de educadores. Artistas visuales en la pantalla” en GARCIA-RAFFI, HERNÁNDEZ y LEDESMA (eds.) *Didáctica de la pantalla. Per a una pedagogía de la ficció audiovisual*. Alzira, Germania, pp. 29-42.

## SOBRE SAUL BASS, AUTOR CLAVE EN LA TIPOGRAFÍA DE CINE

No se puede plantear un repaso al diseño de letras en el cine sin hacer referencia a uno de sus máximos exponentes. Se trata del diseñador Saul Bass (1920-1996), un ejemplo de excelencia y autoría entre el conjunto de diseñadores que han dado a la imagen de las letras una destacada solidez en la historia del cine. Bass está considerado un revolucionario, ya que introdujo en sus diseños una fuerte carga conceptual, exagerando el papel de las masas tipográficas en sus trabajos. Con ello cambió la tradición del letrero cinematográfico, tanto en el cartel como en las cabeceras y títulos que creó para las películas en las que se involucraba. Era capaz de resumir en un limitado argumento gráfico toda la carga dramática de la película. Gracias a su colaboración con el director Otto Preminger podemos decir que se convirtió en un virtuoso del grafismo cinematográfico, muy especialmente desde que diseñó para Preminger la imagen gráfica de la película *The Man with the Golden Arm* (*El hombre del brazo de oro*, 1955). Fue en la década de los años 1950 cuando el trabajo de Bass se convierte en un auténtico modelo a seguir, rompiendo esquemas y generando nuevas miradas, siempre muy imbuidas de reminiscencias tipográficas. Yo creo que es precisamente en esta década de los años '50 del siglo XX cuando realmente se generan y sedimentan los nuevos conceptos del diseño<sup>10</sup>, ya que incluso en las publicaciones españolas de la época podemos encontrar ejemplos memorables, como pueden ser los trabajos de Zen (pseudónimo de Alexandre Cirici-Pellicer), *Tlarig* (pseudónimo de Ricard Giralt Miracle), o Erwin Bechtold, sin olvidar a los exiliados Enric Crous-Vidal o Joan Trochut Blanchard. También conviene remarcar el papel decisivo que en esa misma época llegó a tener Adrien Frutiger y la creación de su tipografía *Univers*.

Entre las películas a las que Saul Bass dio imagen con sus letras y composiciones gráficas podemos destacar *Vertigo* de Alfred Hitchcock (*Vértigo*, 1958), *North by Northwest* de Alfred Hitchcock (*Con la muerte en los talones*, 1959), *Edge of the City* de Martin Ritt (*Donde la ciudad termina*, 1957), *Anatomy of a Murder* de Otto Preminger (*Anatomía de un asesinato*, 1959), y como muy destacables por su presencia en el imaginario del gran público *Psycho* de Alfred Hitchcock (*Psicosis*, 1960) o el musical *West Side Story* (Robert Wise y Jerome Robbins, 1961). Bass interactuaba con los responsables en la composición de cada film, llegando a ser diseñador fetiche de directores como Alfred Hitchcock, Stanley Kramer, Otto Preminger, John Frankenheimer o Martin Scorsese.

El uso que hace Saul Bass de los grafismos y las letras contiene un alto porcentaje de carga conceptual, lo cual posibilita un óptimo resultado con el mínimo de referencias y formas gráficas. Este modelo, muy ambientado en la tradición de la imprenta, podemos encontrarlo en trabajos recientes de jóvenes diseñadores como Andreu Balius, Ibán Ramón, Víctor Oliva o Enric Jardí. Y su aplicación educativa puede dar buen resultado si proponemos a nuestro alumnado una reflexión sobre los carteles de cine, e incluso la confección de un trabajo en grabado para realizar un ex-libris o un logo personal. Saul Bass completó su trayectoria con otras dos disciplinas en las que también destacó: el diseño de logos e imagen de marca para importantes compañías, y la dirección de cortometrajes en los que reflexionaba sobre la composición gráfica. No podemos considerar una casualidad el impresionante legado de Saul Bass, ya que en su carrera se cruzaron nombres importantes, como el de su profesor Gyorgy Kepes, quien le formó en el Brooklyn College de Nueva York. Kepes había emigrado a Estados Unidos tras haber sido docente destacado en la Bauhaus alemana.

Tras este repaso por uno de los nombres mágicos de la tipografía en el cine, y recomendando el visionado de sus films, antes reseñados, pasamos al análisis de otros ejemplos de tipografía del cine, películas en las que encontramos elementos diferenciados para iniciar una categorización de las tipologías del uso de las letras en el film, al tiempo que introducimos sus posibilidades educativas.

<sup>10</sup> HUERTA, R. (1994): *Op. cit.*

### TWO FOR THE ROAD (DOS EN LA CARRETERA, 1967)

Esta película de Stanley Donen se puede considerar un clásico memorable en todos los sentidos, y desde luego también en lo que se refiere a la tipografía de su cabecera. El autor del trabajo gráfico es otro de los grandes, junto con Saul Bass, y tiene en su trayectoria algunos de los mejores diseños de cabeceras de películas de acción, especialmente en las de la saga James Bond. Se trata de Maurice Binder (1925-1991), a quien se le ha asociado con la tradición 007 ya que diseñó catorce de los títulos entre las producciones dedicadas al personaje.

El film *Dos en la carretera* lo protagonizan Audrey Hepburn y Albert Finney. La trama utiliza constantes feed-backs y flash-backs para desarrollar una historia de encuentros y desencuentros entre los dos miembros de una pareja. Cuando se juntan nombres tan carismáticos como los de los actores citados, el director, y además la música del compositor Henry Mancini, entonces podemos hablar de una película inmensa. Con los créditos iniciales magistrales ocurre algo similar: tienen la capacidad de relatar el film en breves minutos, preparándonos para el visionado, e informándonos de los responsables de cada parte del trabajo en equipo. Además, en este caso comprobamos que la secuencia de imágenes de los créditos iniciales nos introduce de lleno en el propio argumento de la película.

Se inicia la proyección con un fondo negro en el que aparecen algunos árboles verdes esquemáticos. El movimiento de cada figura nos indica que viajamos en coche (líneas de separación de la carretera) y vemos en un retrovisor la cara de los dos personajes. La música sigue acompañándonos mientras una serie de señales de tráfico esquematizadas dan paso a los nombres del director y los actores principales. Siguen los créditos y una serie de trazos de colores acompañan el movimiento de un vehículo que recorre la pantalla, en todas direcciones. Y así nos introduce en la película este preciosista producto gráfico. No resultaría descabellado ver en este fabuloso ejemplo de concreción un antecedente de lo que después se convertirían en uno de los ejemplos de créditos más famosos de la historia del cine: los de la película *Star Wars* y su saga posterior.

Si en los créditos iniciales de *Dos en la carretera* tenemos un clarísimo ejemplo de factura perfeccionista, con el uso de los colores vistosos para los objetos, con el fondo negro y los recorridos visuales por la pantalla de los elementos, podemos afirmar que también los créditos finales del mismo constituyen un valioso modelo de elipsis, en todos los sentidos. Recomendando utilizar este caso como acercamiento a los postulados de la estética funcionalista, lo cual hace posible un análisis crítico de conceptos variados, como el papel que juegan en la película los diseños de ropa creados por grandes modistos (Mary Quant, Paco Rabanne, Ken Scott) para el vestuario de Audrey Hepburn en el film.

### EN CONSTRUCCIÓN (WORK IN PROGRESS, 1997)

El trabajo cinematográfico del director José Luís Guerín (Barcelona, 1960) contiene ejemplos muy estimulantes en lo referido al tratamiento de relatos gráficos en sus películas. El gran mérito de Guerín consiste en catapultar una poética de las imágenes donde el juego sobre el paso del tiempo llega a enlazar la tradición del cine con la actualidad más latente. El ejemplo característico de este trabajo poético y personal lo tenemos en su film *Tren de sombras (El espectro de Le Thuit)*, una película llena de matices, donde lo real se funde con lo imaginario en un tránsito temporal que articula escenas del pasado con recuerdos del presente, indagando en el poder de los escenarios como eje articulador de la pieza. La película, estrenada en 1997, conmemoraba el centenario de la invención del cine, y Guerín quiso establecer su argumento en base a unas supuestas películas grabadas a principios del siglo XX por un aficionado, escenas familiares rodadas en escenarios cotidianos, lugares que son reencontrados por el director en la localidad francesa de Le Thuit. Todo es realidad y ficción en este ensamblaje de imágenes. El juego que propone Guerín está en la base y la esencia del cine: la

frontera difusa entre lo real y lo imaginario, donde el único escenario posible es la oscuridad, junto con las luces y las sombras proyectadas.

Otro de los logros importantes del cine de Guerín es la conexión entre cine documental y montaje de ficción. Un ejemplo remarcable de esta pericia lo tenemos en la película *En construcción*, estrenada en 2001, donde los márgenes entre la realidad y la ficción resultan a veces difíciles de captar. En realidad se trata de un documental en el que se relata la vida cotidiana de algunos personajes que habitan el barrio del Raval, en Barcelona. La producción partía de un proyecto universitario, en el cual colaboraron estudiantes de cine, que durante tres años estuvieron participando en el rodaje y montaje posterior de la película.

El inicio del film es un fondo negro en el que van apareciendo con letras blancas los nombres de las entidades que han colaborado en la producción. Tras esta concesión lógica vemos un montaje documental con imágenes en blanco y negro en el cual se repasa, en pocos minutos, todo un siglo de tradición: el ambiente del Raval barcelonés en los inicios del siglo XX; la zona de prostitución en imágenes de los años 1950 y 1960, y un recorrido de un cámara persiguiendo a un marine norteamericano que deambula zigzagueando por la zona final de las Ramblas y finalmente desaparece en una calle del Raval. Esta deliciosa introducción da paso a una imagen fija de una pared (todo el film es una sucesión de planos fijos de gran empaque visual) sobre la cual aparecerá el título de la película, el nombre del director, y posteriormente un texto introductorio, tal y como lo vemos en la *figura 8*.



Figura 8. Frase con la que se inicia la película documental *En construcción*.

Al leer “cosas vistas y oídas” en esa frase, en realidad estamos escuchando el sonido que generan las palomas que pululan por la parte inferior de la imagen, al tiempo que vemos dibujados sobre la pared unos ojos que recuerdan las composiciones de los grabados a buril de otras épocas. Todo un encaje de reminiscencias para iniciar un viaje en imágenes y sonidos a la “realidad” de la vida cotidiana de un barrio popular barcelonés.

Los responsables de los títulos de crédito de este film de Guerín son Mariona Omedes y Leo Obstbaum. De estos creativos recomendamos un visionado de sus webs personales, ya que de este modo podremos conocer sus otros trabajos, conectando así la estética de sus obras con el resultado que tenemos en la película comentada. Mariona Omedes<sup>11</sup> desarrolla una estética que destaca por su limpieza y su contundencia. Por lo que se refiere a Leo Obstbaum, decir que nació en 1969 en Buenos Aires y que desde pequeño se trasladó con sus padres a Barcelona, donde estudió y trabajó hasta que montó su propio estudio de diseño en Vancouver (Canadá), donde murió en 2009. Su magnífico trabajo puede revisarse en diferentes enlaces. En relación con la limpieza de formas que plantean Omedes y Obstbaum para los créditos de la película *En construcción*, creo que los magníficos trabajos de Mario Eskenazi<sup>12</sup> formarían parte de un planteamiento similar, muy escueto y sencillo, donde la fuerza de la forma de cada letra y la falta de decoración adicional se convierten en estructuras sólidas de corte escultórico.

#### THE DRAUGHTSMAN'S CONTRACT (EL CONTRATO DEL DIBUJANTE, 1982)

Este film de Peter Greenaway empieza con un letrero de texto blanco sobre fondo negro en el que leemos con caligrafía inglesa *A British Film Institute Production*, imagen de letras que permanece inmóvil durante 20 segundos en pantalla mientras oímos una canción de la época del barroco. La presentación de los personajes y de la película se convierte a partir de este momento en un encaje de imágenes y textos que se van alternando. A un primerísimo primer plano de la cara de uno de los personajes principales le sigue un fondo negro en el que leemos con letras caligráficas blancas Anthony Higgins, sobre el cual se dibuja en letras rojas caligráficas el nombre del personaje a quien representa este actor en el film: *Rheville*. Sucesivamente se van presentando el resto de personajes, de manera que en el siguiente letrero leemos Janet Suzman, quien interpreta al personaje de *Virginia Herbert* (de nuevo en letras rojas que se van dibujando sobre el fondo negro). Y así sucesivamente se escriben los nombres del resto de actores y sus personajes: Anne Luise Lambert como *Sarah Talman*, o Neil Cunningham como *Thomas Noyes*; la parte de texto referida a los actores termina con un dato también escrito en letras rojas *August 1694*, y seguidamente leemos en blanco sobre negro el nombre de algunos responsables del aspecto de la película: *Costume Sue Blane, Art Director Bob Ringwood, Photography Curtis Clark, Editor John Wilson, Music Michael Nyman, Writer and Director Peter Greenaway*. En total han sido casi cinco minutos de presentación de la película, con textos intercalados entre planos fijos en los que los distintos personajes nos van adentrando mediante sus conversaciones en la trama y en las intrigas del film. Tendremos que esperar al minuto 9'54" de la película para ver aparecer en letras rojas sobre negro el título *The Draughtsman's Contract*. Este posicionamiento estilístico de la cabecera tiene un significado peculiar, ya que la trama del film transcurre apaciblemente en un palacete del campo en el cual un dibujante se encuentra realizando un encargo. La sensación de tranquilidad la imprimen los paisajes y la lentitud del paso del tiempo, sin embargo las intrigas palaciegas resultan asfixiantes, como los recargados trajes, las caras maquilladas y las pelucas exageradas. Todo esto ya queda patente en la fastuosa presentación, en la cual las letras caligráficas imprimen un carácter muy literario a la narración.

<sup>11</sup> [www.marionaomedes.com](http://www.marionaomedes.com)

<sup>12</sup> [www.m-eskenazi.com](http://www.m-eskenazi.com)

El ejemplo que ahora presentamos serviría para ilustrar la hipótesis sobre la cual bascula nuestro planteamiento: que unos buenos títulos preludian un buen film. O bien planteado en un sentido más general: una buena película siempre tiene un buen diseño de créditos. La calidad de las presentaciones estará en concordancia con la calidad del producto en conjunto.

La película está ambientada en la Inglaterra de finales del siglo XVII; estéticamente dispone de muchos elementos que la convierten en un producto realmente peculiar: los vestidos y pelucas de los personajes, los planos y el juego de las luces en una época en la que la iluminación se basaba en las velas de cera, o el mobiliario, la arquitectura y los jardines de la mansión donde tiene lugar la historia. A toda esta parafernalia estilística hay que añadirle el buen trabajo del compositor Michael Nyman quien supo integrar de manera impresionante su banda sonora en un film que cuida los detalles de planos y movimientos de cámara de forma exagerada. Todo resulta muy jocoso en el lenguaje del film, emulando así el modelo de sociedad que pretende retratar. Y son las letras caligráficas del inicio y el final uno de los broches de oro que se le podía dar al aspecto visual del conjunto, ya que la cultura inglesa ha mimado siempre el valor identitario que tiene la caligrafía. No perdamos de vista que entre los procedimientos más valorados por la tradición artística inglesa está la técnica de la acuarela, y esta tradición encaja perfectamente con la de los calígrafos, muy dados a convertir sus trabajos en auténticas composiciones conectadas con el espíritu de la acuarela. Ambas tradiciones comparten el uso de materiales similares: agua, pigmento, papel, pincel y pluma.

Los créditos finales de *The Draughtsman's Contract* siguen la pauta de los iniciales, con letras caligráficas blancas sobre fondo negro. Duran varios minutos y están acompañados del tema principal de la banda sonora compuesto por Michael Nyman, una música que se ha convertido en emblemática del género minimalista, y que en el caso de *The Draughtsman's Contract* bebe de las fuentes del compositor Henry Purcell. El calígrafo encargado de estos créditos es Kenneth Breese, uno de los colaboradores habituales de Greenaway, información que recoge Pascoe<sup>13</sup> en su trabajo sobre la estética en la filmografía del director inglés. Del diseño de los créditos, en base al dibujo caligráfico de Breese, se encargó Hugh Gordon. La limpieza de los resultados encaja a la perfección con la pulcritud que imprime toda la trama visual de la película.

#### LETRAS DE PELÍCULAS PARA LAS CLASES DE EDUCACIÓN ARTÍSTICA

Creo en el valor añadido que adquiere la composición de créditos iniciales y finales en cada película, y considero el subgénero de los títulos de crédito como un verdadero espacio de reflexión estética, al cual no se le ha dado la suficiente importancia hasta ahora en su potencial educativo. Es por ello que su incorporación como asunto destacado dentro del curriculum de educación artística resultaría fundamental para acercarnos a una enseñanza de las imágenes mucho más porosa al potencial gráfico del alfabeto. Estas cuestiones se enmarcan en lo que hemos denominado el paradigma de la cultura visual. Si bien desde la historia del arte o desde la estética ya existía una tradición muy argumentada sobre aquello que conviene estudiar y de qué modo hacerlo, la novedad desde la educación artística consiste en reivindicar un espacio mucho más acorde con lo que supone la globalización de la cultura y el respeto por las cuestiones marginales. Merece atención el trabajo del profesor Nicholas Mirzoeff, quien asegura que “*Tanto las perspectivas actuales, como los monumentos de la cultura elitista y los datos antropológicos apuntan hacia una dirección diferente, hacia una cultura visual moderna que siempre es una mezcla de culturas y un híbrido, es decir, transcultural*”<sup>14</sup>, todo ello teniendo en cuenta que el propio Mirzoeff sugiere una utilización de la cultura en un sentido dinámico y fluido, superan-

<sup>13</sup> PASCOE, David (1997) *Peter Greenaway: Museums and Moving Images*. London, Reaktion Books, p. 224.

<sup>14</sup> MIRZOEFF, Nicholas (2003): *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona, Paidós, p. 187.

do el tradicional sentido antropológico, según el cual se establecía una clara distinción entre “su” cultura (la de los pueblos no desarrollados) y “nuestra” civilización.

Las hibridaciones y los territorios de frontera deben estar muy presentes en los nuevos planteamientos de la educación artística.

#### BIBLIOGRAFÍA

- AMBRÓS, Alba y BREU, Ramón (2007): *Cinema i educació. El cinema a l'aula de primària i secundària*. Barcelona, Graó.
- ADORNO, Theodor & F. HORKHEIMER (1994): *Dialéctica de la ilustración*. Madrid, Trotta.
- AGIRRE, Imanol (2000): *Teorías y prácticas en educación artística. Ideas para una revisión pragmática de la experiencia estética*. Pamplona, Universidad Pública de Navarra.
- AUGUSTOWSKY, G. (2012): *El arte en la enseñanza*. Buenos Aires, Paidós.
- ARNHEIM, Rudolf (1971): *El cine como arte*. Buenos Aires, Infinito.
- BARTHES, Roland (1970): *Mythologies*. París, Seuil.
- \_\_\_\_\_ (1967): *El grado cero de la escritura*. Buenos Aires, Jorge Alvarez.
- BENJAMIN, Walter (1982): *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*. Barcelona, Ed. 62.
- BRIGGS, Asa y BURKE, Peter (2002): *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Madrid, Taurus.
- DORFLES, Gillo (1963): *El devenir de las artes*. México, FCE.
- ECO, Umberto (1972): *La estructura ausente*. Barcelona, Lumen.
- EVEN-ZOHAR, Itamar (1972): “Polysystem theory”, en *Poetics Today* I, 1-2: 287-319.
- GAMONAL, Roberto (2005): “Títulos de crédito, píldoras creativas del diseño gráfico en el cine”, *Icono 14*, nº 6 (consulta 18-12-2012): <http://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/viewArticle/418>
- HERNÁNDEZ DOBÓN, Francesc Jesús, y FERRER, Anacleto (2011): “Sociología y didáctica de la muerte en la cinematografía de Kiarostami”, en HERRÁN y CORTINA (coord.) *Pedagogía de la muerte a través del cine*. Madrid, Universitat-UNED, pp. 217-244.
- HUERTA, Ricard (1994): *Funció plàstica de les lletres*. Picanya. Editorial Bullent.
- \_\_\_\_\_ (2003): “Almas gemelas: artes y medios”, *EARI Educación artística, revista de investigación*, nº 1, pp. 233-246.
- \_\_\_\_\_ (2010): “Cine en la formación de educadores. Artistas visuales en la pantalla” en GARCIA-RAFFI, HERNÁNDEZ y LEDESMÁ (eds.) *Didáctica de la pantalla. Per a una pedagogia de la ficció audiovisual*. Alzira, Germania, pp. 29-42
- LUKÁCS, Giorgy (1965): *Prolegómenos a una estética marxista*. México, Grijalbo.
- McLUHAN, Marshall (1969): *El medio es el mensaje*. Buenos Aires, Paidós.
- MIRZOEFF, Nicholas (2003): *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona, Paidós.
- PASCOE, David (1997) *Peter Greenaway: Museums and Moving Images*. London, Reaktion Books.
- PASOLINI, Pier Paolo (1970): *Cine de poesia contra cine de prosa*. Barcelona, Anagrama.
- READ, Herbert (1964): *El significado del arte*. Buenos Aires, Losada.
- STOREY, John (2002) *Teoría cultural y cultura popular*. Barcelona, Octaedro.
- VOLPE, Giuliano della (1967): *Lo verosímil fílmico y otros ensayos de estética*. Madrid, Ciencia Nueva.
- VYGOTSKY, Lev S. (1970): *Psicología del arte*. Barcelona, Seix Barral.
- \_\_\_\_\_ (1985): *Pensamiento y lenguaje*. Buenos Aires, La Pléyade.

