

Los títulos de crédito como marco de la obra fílmica.

Análisis en Un americano en París, West Side Story y El desprecio

Endika Rey

Tutor: Núria Bou i Sala

Curs 2008/09

**Treballs de recerca dels programes de postgrau del
Departament de Comunicació**

Departament de Comunicació

Universitat Pompeu Fabra



Los títulos de crédito como marco de la obra fílmica.

**Análisis en *Un americano en París*,
West Side Story y *El desprecio***

Memòria del Treball de Recerca presentat per Endika Rey i dirigit per Núria Bou i Sala dins el Programa de Doctorat en Comunicació Social 2005-07, de la Universitat Pompeu Fabra
Departament de Comunicació , 2009.

ÍNDICE

I.	INTRODUCCIÓN	1
II.	PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	3
III.	JUSTIFICACIÓN Y ESTADO DE LA CUESTIÓN	
	1. Justificación del objeto de estudio	6
	2. Estado de la cuestión	8
IV.	METODOLOGÍA	11
V.	MARCO TEÓRICO	
	1. SOBRE EL MARCO	14
	1. El marco como (re)presentación	14
	2. El borde y la pantalla como límites espaciales	15
	3. Marco pictórico y marco fílmico	16
	4. Tipos de marcos y funciones	17
	5. El marco como frontera	18
	6. La portada del libro y el texto audiovisual	19
	2. SOBRE EL FRAME	21
	1. El marco de referencia primario	22
	2. El marco de actividad	23
	3. La transposición de claves	24
	4. Las fabricaciones	25
	5. El marco teatral	25
	6. Sobre el emisor en los títulos de crédito	27
	3. SOBRE EL IMAGINARIO	28
	1. El marco como realidad intermedia	28
	2. La significación del marco	29
	3. Los títulos de crédito como nacimiento y muerte del filme	30
VI.	TRAZOS	
	1. BREVE RECORRIDO POR LA HISTORIA	32
	1. Orígenes	33
	2. Avances técnicos	35
	3. Los grandes estudios	36
	4. Acreditados y desacreditados	38
	5. La firma de los titulares	39
	6. La revolución de la televisión	41
	7. La era digital	42
	2. INDICACIONES BÁSICAS DE LOS TÍTULOS DE CRÉDITO	42
	1. Indicadores de lugar	43
	2. Indicadores de tiempo	44
	3. Indicador temático o de género	44

VII.	EL INTERIOR DEL CUADRO. UN AMERICANO EN PARIS	
1.	DESCRIPCIÓN	46
2.	ANÁLISIS	47
	1. El cine y la pintura en “Un americano en Paris”	47
	2. El marco en “Un americano en Paris”	49
	1) El marco-objeto	49
	2) El centro de la representación	51
	3) El emisor	53
	4) El marco como frontera	55
	5) El marco pictórico	56
VIII.	ENTRE-MUNDOS. WEST SIDE STORY	
1.	DESCRIPCIÓN	59
2.	ANÁLISIS	60
	1. El cine y la pintura en Saul Bass	60
	2. El marco en “West Side Story”	62
	1) El emisor	62
	2) La doble función del marco	64
	1. El marco-límite	
	2. El marco ventana	
	3. El marco límite como marco-puerta	
	1) El marco entre-mundos	68
	2) La obertura y el marco teatral	69
	3) La clausura y los elementos narrativo-descriptivos	71
IX.	EL FUERA DE MARCO. EL DESPRECIO	
1.	DESCRIPCIÓN	73
2.	ANÁLISIS	74
	1. El cine y la pintura en Godard	74
	2. El marco en “El desprecio”	75
	1) El emisor	76
	2) El marco-espejo	77
	3) Actividad fuera de marco	78
	4) La representación o “historia de ese mundo”	80
	5) La ruptura del marco	82
X.	CONCLUSIONES	85
XI.	BIBLIOGRAFÍA	91
XII.	FILMOGRAFÍA CITADA	94

ANEXOS

1. Títulos de crédito en “Un americano en París”
2. Títulos de crédito en “West Side Story”
3. Títulos de crédito en “El desprecio”
4. La portada del libro y el texto audiovisual
5. Las transposiciones del marco
6. Se abre el telón
7. Hitos históricos de los títulos de crédito
8. Los títulos de crédito como indicadores
9. Referencias a la pintura en “Un americano en París”
10. Marcos en Minnelli
11. Influencias pictóricas en la obra de Saul Bass
12. La historia del género musical según Saul Bass
13. La imagen texto en los títulos de Godard

I. INTRODUCCIÓN

Ortega y Gasset asegura en “El espectador” que “para aislar una cosa de otra se necesita una tercera que no sea ni como la una ni como la otra: un objeto neutro. El marco no es ya la pared, trozo meramente útil de mi contorno; pero aún no es la superficie encantada del cuadro. Frontera de ambas regiones, sirve para neutralizar una breve faja de muro y actúa de trampolín que lanza nuestra atención a la dimensión legendaria de la isla estética.” (1969: 93). Este texto, junto con el artículo “Meditaciones sobre el marco”, es la raíz germinal del siguiente trabajo de investigación.

En 2005 asistí a un pase de la película “El infierno” de Danis Tanovic en la que al finalizar la sobresaliente secuencia de créditos inicial, el público irrumpió en un aplauso que sorprendió a los propios intérpretes del filme y al director allí presentes. La ovación no respondió a la aparición de sus nombres ni al comienzo de la película; los vítores no se repitieron al finalizar la proyección. La película no gustó especialmente, pero el público había respondido ante la que fue la mejor parte de todo el filme¹.

Los tiempos en que el telón de la sala de cine continuaba bajado durante los títulos de crédito hace tiempo que acabaron. Hoy los avances tecnológicos permiten todo tipo de efectos que realzan la secuencia de créditos y con ello la propia película. No son el objeto neutral del que hablaba Ortega, pero continúan siendo la frontera.

Nos encontramos en la nueva edad de oro de la tipografía en movimiento. El diseño gráfico no sólo ha conquistado la publicidad, sino que se ha integrado en todos los medios de comunicación existentes. Influidos por este motivo, se puede decir que actualmente los títulos no sólo presentan unos rasgos informativos o narrativos, sino que también funcionan como adorno. Atraen sobre sí la mirada, y al revés de lo que sucede con los marcos, no siempre parece que tengan ánimo de hincarla sobre lo adornado.

“El marco no atrae sobre sí la mirada (...) No solemos ver un marco más que cuando lo vemos sin cuadro en casa del ebanista: esto es, cuando el marco no ejerce su función, cuando es un marco cesante” (ORTEGA Y GASSET, 1969: 92)

Ahora bien, una cosa sigue siendo cierta: el adorno no puede competir con lo adornado. La multitud de páginas web que hoy se dedican a recoger videos de los títulos de crédito con efectos más novedosos bien podrían ser el equivalente actual de la casa del

¹ “Madame De Sevigné escribe: <No os aconsejo poner un marco a esta pintura>, Rousseau le responde: <A los cuadros de calidad menor les pongo marcos muy rebuscados>” (LOZANO, 2007: 104)

ebanista. Se habla de las técnicas que permiten tallar florituras en los bordes, pero no del enmarcado. Sus funciones, totalmente asimiladas por el espectador, se esconden bajo capas de maquillaje, pero siguen estando ahí presentes de la misma forma que hace casi un siglo. Resulta necesario detenerse a contemplarlas, o se corre el riesgo de convertir una necesidad fílmica en puros fuegos artificiales desvaneciéndose en el infinito.

Los títulos presentan parte del contexto donde se genera la película así como a sus creadores. Actúan como prólogo exterior a la ficción a la que acompañan. Permiten la entrada en el recinto imaginario del cine. Nos llevan de lo real a lo irreal, y si su uso es correcto, atraen la mirada del espectador para condensarla y verterla luego sobre la película. Funcionan, pues, del mismo modo que el marco en la pintura.

“Esta necesidad permanente –de distinguir entre lo interno o significado apropiado y la circunstancia del objeto del que se trata- organiza todos los discursos filosóficos sobre el arte, (...). Este requisito presupone un discurso sobre el límite entre el dentro y el fuera del objeto artístico, en este caso, un discurso sobre el marco” (DERRIDA, 2001)

Según Derrida, todo lo que está apropiadamente enmarcado se convierte en un objeto artístico. Los títulos de crédito y las películas son como el cuadro y el marco: parte de un todo orgánico. Ninguno tiene privilegios sobre el otro. Se necesitan mutuamente ya que el todo es más y anterior a la suma de sus partes. Tienen algo de ventana, algo de puerta, algo de espejo e incluso algo de hornacina. El marco (en francés *cadre*, en ruso *kadr*) encuadra el cuadro o, en este caso, la película. Delimita el espacio y nos hace olvidar que existe tanto un fuera de marco como un fuera de campo. Es un operador cognitivo que nos permite interpretar la situación del cine y su compromiso con el espectador.

En este trabajo de investigación intentaremos definir, delimitar y analizar los títulos de crédito cinematográficos. Nos interesa particularmente su carácter de elementos fronterizos, de borde y de límite de la película a la que encuadran. También queremos profundizar en su carácter de entrada y de salida de la “isla imaginaria” fílmica, así como analizar sus elementos ornamentales y estéticos, las funciones que llevan a cabo y los tipos de créditos más habituales. Para ello, se aplicará a todo el proceso de investigación el barniz de los marcos en pintura. Tratando a los títulos de crédito como a un marco, quizás logremos librarnos del artificio para llegar al fuego.

II. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

“Los títulos son una procesión ritual (según sea el caso, suntuosa apertura o mera enumeración), una especie de zona entre el mundo de la realidad y la ficción, un fondo codificado de celebración del cine en sí mismo, un acto de «pura enunciación (implican un “usted verá esta película”)) junto con un carácter contradictorio y redundante, ya que el acto se realiza por la misma película que anuncia, de manera que este “último” existe antes de comenzar.” (METZ en DE MOURGUES, 1992: 8-9)

Los títulos de crédito filmicos son, como el marco en la pintura, producto de una convención. Funcionan como el pasadizo que nos lleva del mundo real de la sala de proyección a la ficción de la pantalla. Abren y cierran el filme y el recorrido por estos pasajes es progresivo; se introduce lentamente en nosotros como los pensamientos que olvidamos segundos antes de alcanzar el sueño, y nos suelta en el imaginario de la película para acabar apareciendo de nuevo al cabo de un par de horas y devolvernos a la vida cotidiana. En este sentido se puede decir que los títulos son un marco, pero un marco discursivo, culturalmente determinado y cargado de reflexividad.

Más allá de su carácter de umbral, el marco también es un delimitador nato. Al describirlo no se puede hablar de un interior o un exterior a la representación que en él se contiene. Vive en el espacio representado y en el espacio de representación, pero al mismo tiempo niega pertenecer a ambos. Limita el universo al mismo tiempo que actúa de frontera. Los títulos como marco, además, realzan una serie de nombres de las personas encargadas de haber construido la ficción representada. Pese a la infinitud de diferencias y tonalidades, todos los títulos de crédito tienen al menos un rasgo en común: representan, por medio de textos audiovisuales convertidos en imagen, una parte del contexto de su génesis. Hablan del proceso que ha llevado al producto, y así introducen el componente real para introducir (y finalizar) el resultado ficticio.

Por otro lado, los títulos de crédito son la parte del filme que le dice al público que están ante una película y que finalmente permiten a la misma retirarse. Operan como la dirección de la carta y la del remitente. El marco filmico tiene en este caso un carácter enunciativo y metadiscursivo; es el intermediario que establece el contrato entre el filme y su espectador.

¿Hasta qué punto resulta conveniente equiparar el marco en la pintura con los créditos filmicos? ¿No resultaría más lógico encontrar los paralelismos que suceden con el telón de la escena teatral? ¿Quién es el emisor en los títulos? ¿Son los títulos de crédito

parte fundamental de la película o mero adorno? ¿Determinan la película o sólo la presentan? ¿Cómo es posible su inclusión simultánea en dos mundos y en ninguno?

Todas estas cuestiones y otras tantas tienen cabida en la principal hipótesis de partida de este trabajo: ¿Funcionan los títulos de crédito filmicos como el marco en pintura?. A su vez, confirmando o desmintiendo esta hipótesis inicial se intentará demostrar la paulatina progresión del texto en imagen y la capacidad de la imagen para ser leída como texto. Para ello el corpus del trabajo incluirá un análisis de los títulos que incluya aspectos estéticos, sociales, narrativos y del imaginario.

Entre los objetivos de este trabajo está el intentar descubrir cómo los títulos se mueven entre los diferentes mundos, el determinar si efectivamente puede establecerse un paralelismo entre los títulos de crédito cinematográficos y los marcos en la pintura, analizar las funciones de los títulos a un nivel narrativo y social, establecer una clasificación generalista de los tipos de títulos más representativos y comprobar si su evolución histórica camina a la par con momentos de ruptura de la historia del cine.

Resulta necesario delimitar la investigación sobre un objeto reconocible y definido, por lo que se ha optado por realizar el análisis concreto sobre tres títulos que cabalgan entre tres estratos diferentes. Las películas donde se encuentran estos tres ejemplos así como sus autores serán constante material de referencia y argumentación, si bien el objetivo de este trabajo no es realizar un análisis filmico de las obras en sí, sino centrarse exclusivamente en las secuencias iniciales y finales de créditos. Tampoco se pretende realizar un análisis exhaustivo de la situación histórica del marco en la pintura, aunque varias de obras inscritas en ese tema serán parte importante de la bibliografía de este trabajo de investigación.

La razón de estudiar los ejemplos desde la óptica del marco es que no hay suficiente material histórico en el que se haya partido de este paralelismo. La intención es establecer una catalogación original de un tema ya de por sí poco habitual en los ensayos cinematográficos y al que los estudios se han acercado mayormente desde el campo del diseño gráfico o de tituladores concretos.

Los tres títulos seleccionados están vinculados a momentos, lugares y concepciones cinematográficas muy diferentes. Esta amplia gama de variedad pretende acercarse a un panorama amplio y complejo que permita intuir una visión general del objeto de estudio.

“Un americano en París” (Vincente Minnelli, 1951) presenta un marco propio del cine de género musical clásico: empaqueta el producto, lo define y lo exalta. En este caso el

cuadro vive alojado en el marco y el marco postula hacia su interior. Los títulos se integran en un lienzo que se supone situado en el espacio diegético del filme. “West Side Story” (Robert Wise & Jerome Robbins, 1961) es la historia de dos mundos opuestos y complementarios, y sus títulos se integran en un doble escenario de realidad y ficción. Son unos títulos narrativos y marcados por el trazo de su creador: Saul Bass. Aquí los títulos se inscriben en las paredes de Nueva York, esta vez sí están totalmente integrados en la diégesis de la película. En “El desprecio” (Jean Luc Godard, 1963) los títulos están fuera del marco, al borde del escenario. Interesa el discurso argumentativo y la representación del proceso y eso se observa en la interacción de los títulos con el equipo de rodaje. En este caso el marco delimita un espejo y, en consecuencia, se usa como reflejo del filme.

III. JUSTIFICACIÓN Y ESTADO DE LA CUESTIÓN

III.1. JUSTIFICACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

“La ley rectora de las grandes variaciones pictóricas es de una simplicidad inquietante. Primero se pintan cosas; luego, sensaciones; por último, ideas. Esto quiere decir que la atención del artista ha comenzado fijándose en la realidad externa; luego, en lo subjetivo; por último, en lo intrasubjetivo. Estas tres estaciones son tres puntos que se hallan en una misma línea” . (ORTEGA Y GASSET, 2006: 160)

Este trabajo de investigación plantea los posibles paralelismos entre los marcos y los títulos de crédito. Para ello se realizará, entre otras cosas, una catalogación de las diferentes funciones y tipos de marco aplicadas al objeto de estudio. Los títulos escogidos para ejemplificar diversos conceptos serán múltiples y variados, pero el análisis estricto recaerá únicamente en tres filmes distinguidos por sus características de emisión, creación, contexto y forma. Resulta fundamental que los tres compartan una serie de factores sin por ello sacrificar aspectos originales².

Se ha resuelto no optar por obras contemporáneas y fijarse en el tránsito de los 50 a los 60, época de eclosión del cine moderno. El origen de la producción seleccionada es doble: cine estadounidense y cine francés, si bien los filmes seleccionados transcurrirán en París, Nueva York e Italia con protagonistas (siempre inmigrantes) norteamericanos, franceses, puertorriqueños, y alemanes. En este sentido, las películas seleccionadas no pretenden erigirse en ejemplos metonímicos de sus países de producción o de su tiempo. Cada uno pertenecerá a una categoría distinta dentro del análisis pero no se pretende categorizar los resultados: los filmes se relacionan unos con otros, y aunque se tipificarán en grupos, las particularidades de cada ejemplo son tan grandes como las generalidades.

La necesidad de delimitar el objeto de estudio ha hecho que ciertos aspectos relacionados con los títulos de crédito queden fuera del campo de esta investigación. Entre otros, cabe destacar la ausencia de contenido relacionado con los intertítulos del cine mudo, en cierto modo precedente directo de los títulos. También se ha optado por omitir de la muestra los filmes pertenecientes al ámbito de la no ficción pese a que resultaría interesante comprobar si efectivamente existen diferencias en cuanto a su carácter de frontera entre el mundo real y el de la imagen. Por último la visión global del cine en este

² Ver ANEXOS 1, 2 y 3.

trabajo se verá perjudicada por la ausencia de títulos tipográficos orientales, cirílicos o, en general, de escrituras no occidentales³.

“Un americano en París” es el ejemplo de cine clásico de gran estudio, aquí el emisor encargado de presentar el producto no es tanto Minnelli como la Metro Goldwyn Mayer. “El desprecio”, al contrario, representa el concepto de autor por antonomasia. La figura de Godard es la del narrador claro y su concepción de cine difiere radicalmente de la del cine de género estadounidense. “West Side Story” actuará como bisagra entre ambas concepciones. La película de Wise & Robbins podría enmarcarse en el mundo del musical (no tan) clásico, pero lo que en este trabajo de investigación se analizará tiene un nombre propio externo al filme en sí: Saul Bass. De esta forma, se establecen tres títulos diferentes desde el punto de vista del creador: el estudio, el autor y el titular.

Las tres películas también presuponen un tipo diferente de espectador. Al de “Un americano en París” se le buscaba pasivo, dispuesto a disfrutar el espectáculo e introducirse en el imaginario que la película propone. “West Side Story” comparte ciertos aspectos con el musical de Minnelli, pero aquí la intención también pasa por contar una historia con moraleja, influir en el espectador mostrándole los peligros del racismo/nacionalismos. “El desprecio” no ofrece certezas morales, pero sí las plantea. No pretende influir en el espectador pero sí hacerle reflexionar tanto con la forma como con el fondo. Los tres filmes plantean tipos diferentes de receptores: la masa, el individuo y el alma humana.

Los aspectos estéticos de la obra han determinado a su vez la selección de los ejemplos. “Un americano en París” presenta unos títulos en carteles individuales muy comunes al cine clásico de Hollywood. “West Side Story” finaliza con uno de los trabajos más identificativos del más identificativo de los tituladores. Aquí los títulos son una secuencia revolucionaria al estilo de los que luego serían los créditos más destacables de los 60. “El desprecio” omite las palabras y enuncia los títulos. La ausencia de los mismos será la encargada de afirmar su presencia.

Al establecer una correlación entre el cine y la pintura, se ha buscado que los tres ejemplos escogidos fuesen también personas muy vinculadas al medio cinematográfico, pero con intereses en mundos artísticos más allá del celuloide. Así, Minnelli pasó por la

³ Ortega habla de esta limitación en “El espectador”: “Luego convendría plantearse el sugestivo tema de por qué el cuadro en China y Japón no suele tener marco. Pero, ¿cómo tocar este asunto que implica la diferenciación radical entre el arte de Extremo Oriente y el occidental, entre el corazón asiático y el europeo? Para entenderlo sería preciso sugerir antes por qué el chino se orienta hacia el Sur y no hacia el norte, como nosotros; por qué en los lutos viste de blanco y no de negro; por qué comienza a edificar sus casas por el tejado y no por el cimiento; en fin, por qué cuando quieren decir que no mueven la cabeza de arriba abajo, como nosotros cuando queremos decir que sí”. (ORTEGA Y GASSET, 1969: 95)

escuela de bellas artes y toda su filmografía da reflejo de su interés por la pintura; la obra de Bass tiene múltiples influencias pictóricas y se puede decir que revolucionó el campo del diseño gráfico pintando en movimiento; mientras que Godard adopta una postura más teórica y ensayística y tanto en sus textos como en sus películas se atisba un tratamiento del cine como una etapa más en la historia del arte.

III.2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Los títulos de crédito no gozan de gran popularidad entre los investigadores cinematográficos. Las razones pueden ser variadas: desde las dificultades históricas (irónicamente, los tituladores no comenzaron a ser acreditados hasta finales de los años 40), hasta su carácter exterior al discurso fílmico (normalmente son artesanos más dependientes del equipo de marketing o del estudio que de los autores fílmicos). Su carácter de paratexto también ha sido considerado menor respecto al del texto que introducían.

Por otro lado, las investigaciones sobre marcos en pintura presentan un problema similar al de los títulos de crédito: se limitan a analizar marcos concretos en obras maestras de la pintura (Vermeer, Gauguin, Van Eyck, Velázquez, etc.) o a señalar mecanismos de construcción y modelado de los mismos (existen incluso revistas especializadas dedicadas a este último menester).

El siguiente estado de la cuestión es amplio y genérico. Este trabajo de investigación requiere un objeto de estudio original y una visión novedosa respecto al tema, con lo que aunque se ve reflejado en varios aspectos del estado general de las investigaciones circundantes, también se aleja de otros tantos debido a su carácter exploratorio.

Se ha procedido a dividir el estado de la cuestión en cuatro bloques: el estudio de la tipografía en movimiento proveniente del campo del diseño gráfico, los análisis sobre tituladores de renombre, las investigaciones sobre títulos de crédito y un cuarto bloque referido a los trabajos realizados sobre las correspondencias entre el cine y la pintura. Los cuatro conjuntos incluyen una breve selección de obras de referencia en cada ámbito.

2.1. Diseño gráfico

La mayoría de libros editados sobre los títulos de crédito pertenecen al ámbito del diseño gráfico y suelen ser recorridos prácticos sobre la construcción de palabras en movimiento ya que están principalmente orientados a estudiantes de montaje y posproducción. Más allá de teorizar sobre el tema o aportar una visión específica, son manuales de apoyo para la creación de títulos en ordenadores. Destacan en este sentido:

Motion by Design de Spencer Drate, David Robbins, Judith Salavetz y Kyle Cooper, 2006. *Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics*, 2008, y *Motion Graphic Design and Fine Art Animation: Principles and Practice*, 2004, de Jon Krasner. *Motion Graphics: Film & TV* de Kathleen Ziegler, Nick Greco y Tamyé Riggs, 2002. *Tipografía En Movimiento* de Matt Woolman, 2006. *Type, Image, Message: A Graphic Design Layout Workshop* de Nancy Skolos, 2006. *Type in Motion: Innovations in Digital Graphics*, de Jeff Bellantoni & Matt Woollman, 2005.⁴

2.2. Autores concretos

Dentro del campo de los títulos de crédito están lo que Boneu y Solana llaman las “vedettes gráficas”, es decir, los tituladores famosos y reconocidos por el gran público: desde Saul Bass (el primero) hasta (el último) Kyle Cooper. Existen una serie de estudios que investigan o bien la obra de estos tituladores o la de aquellos títulos referidos a un director en concreto.

Kyle Cooper, de Andrea Codrington, 2003. *Du générique au mot fin : le paratexte dans les œuvres de François Truffaut et de Jean-Luc Godard* de Nicole Janin-Foucher, Lyon II, 1989 (tesis). *Robert Bronnjob: sex and typography*, de Emily King, 2005. *Making the ordinary extraordinary: the film-related work of Saul Bass*, de Andreas Timmer, Université de Columbia (NY), 1999 (tesis). *Roman Polanski, une signature cinématographique*, de Alexandre Tylski. 2008

2.3. Títulos de crédito

Las investigaciones cuyo centro de estudio son los títulos de crédito han dado lugar a los siguientes libros dedicados sobre todo a su carácter híbrido entre texto y figura y su función de prólogo o incipiente filmico.

Das Buch zum Vorspann. The Title is a Shot, de A. Bohnke, R. Huser y G. Stanitzek, 2006. *Paratexte des Films: Über die Grenzen des filmischen Universums*, de Alexander Bohnke, 2007. *I grandi incipit del cinema. La chiave d'ingresso del film*, de Cristina Borsatti, 2007. *Le générique de film: de la lettre à la figure*, de Laurence Moinereau, 2009. *Le Générique de film*, de Nicole de Mourgues, 1993. *Ai margini del film. Incipit e titoli di test*, de Valentina Re, 2006. *Uncredited:*

⁴ También existe un amplia gama de libros relacionados con la tipografía, si bien estos no suelen estar orientados a sus usos en el cine. Los siguientes libros son considerados los manuales más básicos respecto a la tipografía: *Manual de tipografía* de Jose Luis Martín y Montse Ortuna, 2004. *Manual de tipografía* de John Kane, 2004. *Stop stealing sheep & find out how type works* de Eric Spiekermann y E. M. Ginger, 2002. *The elements of typographic style* de Robert Bringhurst, 2002. *Thinking with type, a critical guide* de Ellen Lupton, 2004. *Tipografía del siglo XX Remix* de Lewis Blackwell, 1998. *Tipografía: Forma, función y diseño* de Phil Baines y Andrew Haslam, 2005.

Graphic Design and Opening Titles in Movies, de Antonio Boneu & Gemma Solana, 2007. *Le Générique au cinéma: histoire et fonctions d'un fragment hybride*, de Alexandre Tylski, 2009. *Le soglie del film. Inizio e fine nel cinema*, de Micaela Veronesi, 2005.

También existen las siguientes tesis académicas escritas sobre los títulos de crédito⁵.

Promises in the Dark: Opening Title Sequences in American Feature Films of the Sound Period de Deborah Allison, University of East Anglia , 2001. *Seuils diégétiques et génériques dans l'incipit des moyens métrages de Watson et Webber*, de Francois Bovier, Université de Lausanne (Suiza). *L'habillage de génériques de télévisions arabes en image de synthèse: ambivalence entre ancrage culturel et normalisation* de Imène Mghirbi-Gastli, Université Toulouse II, 2006. *Le générique de film, du linguistique au figural* de Laurence Moinereau, Université Paris III, 2000. *Enunciazione e cinema. I titoli di testa nel film di finzione* de Maela Montanari , Facoltà di Lettere e Filosofia, Bologna, 1998/99.

2.4. Cine y pintura

Los estudios sobre la relación cine-pintura son tan extensos como inabarcables. Autores como Umberto Eco, Roland Barthes o Ernst Gombrich estudian el tema y permiten intuir una cierta naturaleza común entre el medio filmico y el pictórico. La selección de estudios sobre el tema se antoja imposible, pero he aquí una serie de obras que directa o indirectamente han influido en el desarrollo de este trabajo de investigación y que lo han situado en medio de la vorágine bibliográfica.

Arte y percepción visual. Psicología del ojo creador de Rudolf Arnheim, 1954, *El ojo interminable. Cine y pintura*, 1989 y *La imagen*, 1990 de Jacques Aumont. *Décadrages. Cinéma et peinture*, de Pascal Bonitzer, 1987. *Rhetoric of the frame* de Paul Duro, 1996. *La invención del cuadro*, de Victor I. Stoichita, 2000. *Metamorfosis de la mirada* de Santos Zunzunegui, 2003.

Uno de los pocos autores especializados en el marco es Paul Mitchell que junto a Lyn Robberts realiza una aproximación a la evolución histórica de los marcos en libros como *Frameworks: Form, Function and Ornament in European Portrait Frames* o *A History of European Picture Frames*, ambos de 1996. También resulta interesante el trabajo de Jacques Derrida *La verdad en pintura*, de 2001. Si bien Derrida es filósofo, sus reflexiones sobre el párragon bien pueden aplicarse al marco pictórico.

⁵ Fuente: <http://www.generique-cinema.net>

IV. METODOLOGÍA

Este proyecto de investigación trata de conciliar diversas metodologías a la hora de analizar los títulos de crédito. El método es inductivo y transversal. Se pretende extraer, a partir de determinadas observaciones particulares, el principio general implícito en las mismas; al mismo tiempo, se prevé hacerlo ayudado de diversos sistemas en un esfuerzo transdisciplinar que no escapa al prisma de la corriente hermenéutica que sobrevuela toda la investigación. En consecuencia, se intentará priorizar la interpretación sobre la descripción general y/o cronológica.

Francesco Casetti distingue tres pasiones en el seno de la sociedad suscitadas por la presencia del cine. La primera se refiere al *medio* como tal, a la “fascinación generada por una máquina óptica que permite atrapar la realidad (...) darle contornos perceptibles” (CASETTI, 1995: 101). La segunda pasión está unida a los objetos cinematográficos: los *filmes*. Estos trasladan la realidad (un mundo posible) para contar una historia en un tiempo limitado que el espectador hace suyo. La tercera y última pasión está unida a la experiencia del *espectador*: “Existe una red de palabras que acompaña a las imágenes y a los sonidos propuestos por la pantalla y que de alguna manera condiciona su presencia”. (CASETTI, 1995: 103)

Según Casetti, la teoría del cine nace de una pasión y consta de tres pasiones. De estas tres, la primera se centraría en la importancia que se le da al aparato como mecanismo tecnológico y al proceso de construcción del filme, desde su preproducción hasta la exhibición. La segunda se refiere a la película como artefacto estético que cuenta con una modalidad de representación directamente relacionada con el espectador. La última detalla cómo el filme es recibido por el espectador en un contexto experiencial y a través de imaginarios personales y sociales.

El siguiente trabajo parte de las tres propuestas del autor trentino para definir y concretar las metodologías que se van a usar en el análisis de los títulos de crédito.

Los títulos de crédito estructuran, por definición, las jerarquías de poder dentro de la producción de la propia película. De alguna manera, incluyen todo el proceso de desarrollo del filme resumido en cargos y nombres propios, y lo hacen a través del propio medio tecnológico mediante la mezcla de elementos como imágenes, textos, colores, formas geométricas, sonido, movimiento y un largo etcétera. En este sentido, se pretende

usar una metodología visual crítica de análisis, es decir, una que analice el texto visual en términos de su significación cultural y las relaciones de poder en que está involucrado.

“En el texto visual, incluso al nivel aparentemente más irreducible de los contrastes plásticos (de contornos, colores, escalas) puede reconocerse un sentido protonarrativo que el lector es capaz de parafrasear en términos como éstos: “parece que el amarillo pugna por imponerse al negro” o “la forma delgada parece aplastada por la triangular que se le superpone”. La pintura, figurativa o abstracta, pero también el cine, no han dejado de aprovechar y desarrollar esos significados tan imprecisos como eficaces para producir efectos dramáticos complejos” (ABRIL, 2007: 14)

Por otro lado, “hablamos de áreas dotadas de sentido y no de sub-universos, porque lo que constituye la realidad es el sentido de nuestra experiencia y no la estructura ontológica de los objetos” (SCHUTZ en GOFFMAN, 2006: 4). Un filme es un universo que cuenta con un conjunto de reglas y prácticas interdependientes, siendo los créditos uno de ellos. Aquí se inscribe la noción de *frame* o marco de Erving Goffman; ésta define las relaciones entre las personas (sean éstas inmediatas o mediatizadas) o entre las personas y los objetos sociales. Partiendo de que el texto fílmico en general contiene el acto de lectura implícito en el mismo⁶, las relaciones entre emisor y receptor tienen lugar a través de un marco social. Los títulos de crédito funcionan como ese marco: la representación directamente relacionada con el espectador.

“Los marcos de referencia primarios de un determinado grupo social constituyen un elemento central de su cultura, especialmente en la medida en que emerge una comprensión relativa a los principales tipos de esquemas, a las relaciones de estos tipos entre sí y a la suma total de fuerzas y agentes que estos diseños interpretativos reconocen.” (GOFFMAN, 2006: 29)

Por último, en “Las estructuras antropológicas del imaginario” de Gilbert Durand, libro fundacional de la mitocrítica, el autor define el trayecto antropológico de la investigación como “un incesante intercambio que existe en el nivel de lo imaginario entre las pulsaciones subjetivas y asimiladoras y las intimaciones objetivas que emanan del ambiente social”. (DURAND, 2004: 38). Este terreno viene a ser, al igual que el marco del cuadro (separando la realidad de la ficción e integrando a ambas al mismo tiempo), un lugar común de comprensión para el observador y el observado. Se encuentra en un mundo simbólico donde sujeto/objeto y tiempo/espacio no están separados sino fundidos en un

⁶ No se profundizará en el concepto, pero conviene resaltar el “lector-modelo” de Eco.

primer nivel tras el que pasarán a estructurarse por separado ya revestidos de un sentido figurado o simbólico⁷.

El análisis hermenéutico aboga por la investigación cualitativa. Borra toda noción de causalidad y plantea una concepción cíclica de la investigación en lugar de una histórica o lineal. Se acerca al objeto mediante las vivencias y nunca intenta desvelar el misterio último del objeto de estudio. Todo ello incluyendo en la misma investigación un pluralismo coherente que reúna a iguales y contrarios. La interpretación es el conocimiento, ya que la contemplación del mundo es ya transformación del objeto:

“La hermenéutica no puede limitarse a observar, numerar y explicar los fenómenos, sino que deberá postular tras simbolizantes y estructuras un sentido, que no es objetivo, en-sí, ajeno al hombre y a la subjetividad, sino que se trata de un sentido antropológico, en tanto que la conciencia imaginante es presentada por Durand con un esencial carácter trascendental.” (GARAGALZA 1990, 62-63).

⁷ “Lo imaginario es la realidad última en la que el conocimiento humano viene a descifrar los Imperativos del Ser. Sobre ella se ordenan –consciente o inconscientemente- todas las obras, las actitudes y las opiniones humanas” (DURAND en GARAGALZA, 1990: 62)

V. MARCO TEÓRICO

V.1. SOBRE EL MARCO

“Viven los cuadros alojados en los marcos. Esa asociación de marco y cuadro no es accidental. El uno necesita del otro. Un cuadro sin marco tiene el aire de un hombre expoliado y desnudo. Su contenido parece derramarse por los cuatro lados del lienzo y deshacerse en la atmósfera. Viceversa, el marco postula constantemente un cuadro para su interior, hasta el punto de que cuando le falta tiende a convertir en cuadro cuanto se ve a su través. La relación entre uno y otro es, pues, esencial y no fortuita; tiene al carácter de una exigencia fisiológica, como el sistema nervioso exige el sanguíneo y viceversa; como el tronco aspira a culminar en una cabeza y la cabeza a asentarse en un tronco” (ORTEGA Y GASSET, 1969: 91)

El siguiente trabajo de investigación pretende establecer un paralelismo entre los marcos en pintura y los créditos como marcos filmicos. El concepto de marco en la imagen audiovisual ha sido estudiado desde diversas perspectivas; y resulta necesario hacer un recorrido por algunas de esas concepciones. Trascienden, en este sentido, los textos de Jacques Aumont “La Imagen” (1992) y “El ojo interminable” (1997) por su carácter doble (cinematográfico y pictórico) y su posible aplicación a nuestro objeto de estudio.

1.1. El marco como (re)presentación

Louis Marin define representar como “presentarse a uno mismo representando otra cosa.” (MARIN en DURO, 1996: 79) Toda representación tiene pues dos dimensiones: la primera, reflexiva –presentarse a uno mismo-, y la segunda, transitiva –representar algo-. La primera sería una reflexividad del sujeto y la segunda una transitividad del objeto. El marco (y el proceso de enmarcar, y el enmarcado en sí) es uno de los mecanismos que una representación usa para presentarse.

En francés marco se dice “cadre” y se refiere al borde de la madera dentro de la cual se encuentra la pintura. Cadre viene de “carré” que significa cuadro, enfatizando así ya desde su etimología su carácter de límite. En italiano se adopta, sin embargo, un término procedente de la arquitectura: “cornice” o cornisa. Se refiere así al cerco que rodea al edificio para protegerlo (de la lluvia, principalmente) y adornarlo al mismo tiempo. En inglés el “frame” se introduce en un significado más orgánico refiriéndose al armazón o a la estructura que contiene algo en su interior. Y en castellano, marco procede del alemán “mark”, que designaba los bordes de un territorio. De este modo, los cuatro términos se

centran en cuatro aspectos diferentes del marco: el borde, el ornamento del margen, las estructuras de la representación y las fronteras.

El marco define las condiciones de recepción visual y otorga a la obra un espacio visible excluyendo al resto de los objetos del campo de visión. A través del marco la representación deja de ser una cosa a ver entre otras y se convierte en objeto de la contemplación. No indica que debe ver el receptor, pero sí cómo verlo.

En los títulos de crédito los nombres de los integrantes de la producción aparecen antes que ellos mismos o su trabajo (el objeto representado). Al comenzar el filme, el equipo pertenece por entero al marco, a los bordes de la representación. Si apareciesen desde el comienzo, representándose a sí mismos, la película se neutralizaría. Gracias a los títulos, a la ficción hecha con palabras, el espectador puede alcanzar la utopía, el universo imaginario que el filme propondrá. Entrar de lleno en el campo de la representación y con él en otro mundo.

1. 2. El borde y la pantalla como límites espaciales

Si bien el marco podría ser fácilmente equiparado al borde de la obra por su carácter delimitador, la noción de “borde visual” está más directamente relacionada con el ojo humano. Un borde se refiere a la frontera entre dos superficies de diferente luminancia, y en el caso cinematográfico vendría a ser aquella que se encuentra entre la pantalla proyectada y la sala de proyección. Ello permite situar al espectador frente a la obra y dirigir sus ojos hacia un espacio concreto, pero no define la obra ni la dirección.

El marco es una delimitación espacial del cuadro, tanto de su verticalidad como de su horizontalidad. En el cine, el elemento limitador básico es la pantalla, luego ésta se convierte a primera vista en el elemento cinematográfico más equiparable al marco. Aumont, sin embargo, no cree que exista un equivalente fílmico al marco en pintura fuera de la película y descarta así elementos como el telón o la pantalla:

“De los accesorios de la representación cinematográfica, ninguno, a decir verdad, encarna de manera convincente el conjunto de las funciones que pueden asignarse al enmarcado del cuadro. No es sin embargo, por falta de que estas funciones existan -y densamente- en el cine: el espectáculo cinematográfico, como se ha dicho, es extraño y su dispositivo impresionante y significativo. Así que es en el interior de ese dispositivo -es decir, de una construcción ya abstracta- donde hay que encontrar el equivalente del marco-objeto. “
(AUMONT 1997: 86)

Ya Bazin había concluido la imposibilidad de entender la pantalla como marco porque “la pantalla no es un marco como el de un cuadro, sino un ocultador que sólo deja

percibir una parte del acontecimiento” (BAZIN en VILLAIN, 1997: 113). Si en algún momento se pudo aceptar la labor de la pantalla como marco, ése es en el cine de los orígenes. Entonces el cuadro cinematográfico se trataba de manera similar al pictórico (de ahí que las primeras películas fuesen conocidas como *tableaux*) ya que se tendía a retratar un instante pregnante y en un único escenario. Con la aparición de la narración la pantalla dejó de ser el marco para convertirse en un lienzo en movimiento.

Tras la aceptación del cine como entidad discursiva, describir el marco únicamente como límite espacial dejó de tener sentido: el límite temporal delimitaba la obra igualmente dotándole de un comienzo y un final. El marco en el cine es, pues, un borde espacio-temporal del mundo de la imagen, y en ese sentido, sus límites son también su primer y último fotograma, aquellos donde los títulos de crédito efectúan normalmente su aparición.

1. 3. Marco pictórico y marco fílmico

Para Bazin el marco fílmico sería, como la pantalla, centrífugo porque conduce a mirar más allá de los bordes del marco, ficcionaliza todo aquello que no está presente. El marco pictórico, por otro lado, es centrípeto y dirige la mirada al interior. Este trabajo de investigación comparte con Bazin su concepción de un cine y pantalla centrífugos por definición, pero no su clasificación de los marcos, al menos no de una forma histórica. Para argumentar esta decisión resulta necesario detenerse en la evolución del marco pictórico y su repercusión en la plasmación del espacio.

El marco en pintura nació en el Renacimiento cuando columnas y dinteles comenzaron a rodear los lienzos de los altares. El espacio pictórico se independizaba de la pared y ello trajo la necesidad de distinguir el mundo del cuadro de la habitación donde éste se situaba. Los límites de la imagen marcaban el término de la composición, pero no el del espacio representado. “El marco venía a ser una ventana por la que el observador se asomaba a un mundo exterior, delimitado por la abertura de una mirilla pero ilimitado en sí. (...) Esta tendencia llegó a su punto culminante en el siglo XIX (...) subraya el carácter accidental del borde y, por lo tanto, el carácter figural del marco” (ARNHEIM 2002: 248)

Por lo tanto, pese a que el cuadro hoy es considerado centrípeto tal y como Bazin aseguraba, el marco nació con un carácter centrífugo. Fue también en el siglo XIX cuando se comenzó a reducir la profundidad del espacio pictórico y éste se convirtió en limitado. Los artistas comenzaron a pintar pensando en la elaboración de la superficie del lienzo, acabándolo en los bordes de la composición,

“Lo cual quería decir que la línea divisoria entre marco y lienzo ya no era el contorno interior del marco, sino el contorno exterior del marco. Éste ya no era fondo detrás de marco, sino figura. En estas condiciones, el carácter figural del pesado marco tradicional y el intervalo espacial entre la ventana de delante y el mundo pictórico de detrás resultaban inadecuados. El marco se adoptó a su nueva función reduciéndose a una banda estrecha, un mero contorno (...) dejando así establecido el cuadro como superficie delimitada, <figura> situada por delante de la pared.” (ARNHEIM 2002: 248)

Así pues, el cine siempre tendrá un carácter centrífugo, al estilo de la pintura renacentista, porque se proyecta sobre una pantalla, pero el marco puede intentar centrar la mirada como se hizo en la pintura de finales del XIX. Al ser el cine un universo imaginario, la mirada al interior de ese mundo es móvil y con límites difuminados; el marco puede centrar o dirigir la visión y comprensión, pero ésta no siempre obedece a la voluntad de la audiencia. En este trabajo de investigación no se diferenciará entre el carácter del marco pictórico y el del marco fílmico ya que cada mundo implica ejemplos variados; se intentará catalogar los tipos de marco que existen en ambos contextos y aplicados a los títulos de crédito.

1. 4. Tipos de marcos y funciones

Aumont distingue dos tipos de marco en “La imagen” que revisará y ampliará a tres en “El ojo interminable”. A la frontera material y tangible del cuadro reforzada por el encuadre la llama *marco-objeto*; a lo que delimita sensiblemente, detiene la imagen e instaaura un fuera de marco, un *marco-límite* (estos dos marcos suelen ir juntos la mayoría de ocasiones). El tercer tipo sería el *marco-ventana* que limita lo que podemos ver del campo teniendo en cuenta que el campo no pertenece a nuestro mundo, sino al del símbolo⁸. Estos tres tipos de marcos no son discriminantes entre sí y pueden funcionar simultáneamente, si bien, normalmente, es una de las tres funciones la que predomina.

A su vez, habla también de las funciones del marco (tanto del pictórico como del fílmico) más o menos universales⁹. A modo de apunte breve, las funciones del marco se resumen en las siguientes (AUMONT 1992: 154-157) :

- Funciones *visuales*: el marco separa perceptivamente, la imagen de su exterior.

⁸ “El marco puede abrir o cerrar la obra; puede obligar a la mirada a recorrerla o incitar al espíritu hacia el vagabundeo más allá de sus límites. Añadiré por mi parte que en general hace ambas cosas: límite y ventana” (AUMONT, 1997: 87)

⁹ “Los efectos del marco pensable son los mismos en pintura y cine. Lo que difiere, y es capital, son los medios puestos en juego para alcanzar esos efectos y, por consiguiente, los contexto estético-estilístico en los cuales son pensados.” (AUMONT, 1997: 92)

- Funciones *económicas*: (...) la concepción moderna del cuadro como objeto separable, intercambiable, que puede circular, como una mercancía.
- Funciones *simbólicas*: el marco es “índice” que “dice” al espectador que está mirando una imagen que debe ser vista de acuerdo con ciertas convenciones,
- Funciones *representativas y narrativas*: el marco aparece entonces como una abertura que da acceso al mundo imaginario
- Funciones *retóricas*: en muchos contextos puede, finalmente, comprenderse el marco como algo que “profiere un discurso” casi autónomo.

Estos tipos y funciones del marco son los que dan forma a la imagen y la representan, y se volverá a su catalogación en el apartado de análisis de esta investigación. Si bien los conceptos que ofrece Aumont pueden ser tildados de ser demasiado amplios, también son muy eficaces para la posterior clasificación en el análisis.

1. 5. El marco como frontera

El marco contiene el lienzo y define el cuadro enmarcándolo en oposición a la realidad que se encuentra fuera, pero su situación no se concreta en ninguno de los dos mundos que se encarga de distinguir.

Se puede asegurar que el marco pertenece al mundo de la imagen, ya que la limita, la sitúa en perspectiva y hasta la realza. La imagen necesita al marco para completarse y el marco sin la imagen pierde toda su funcionalidad, y con ello, su sentido. Pero al mismo tiempo el marco es un objeto externo a la obra enmarcada, con sus propias características físicas e independiente de la imagen encuadrada¹⁰. En este sentido, el marco pertenece también al espacio del observador ya que le ayuda a enfocar la visión y a acceder al universo ilusorio representado en su interior.

“El marco no es imagen todavía y no es, tampoco, un simple objeto del espacio envolvente. Pertenece a la realidad, pero su razón de ser está en su relación con la imagen. Y sin embargo, el marco no pertenece al mundo ideal de aquella, pese a ser el que la posibilita” (STOICHITA, 2000: 41)

Esta frontera ha de estar reforzada por un encuadre ya que cuadro y marco son dos elementos de un todo unitario. El encuadre es la actividad del marco, la que lo moviliza, “una mirada cuya huella es la imagen; su función es de orden simbólico puesto que designa

¹⁰ “Una de las características más notables de la imagen utópica es su límite: el discurso inscribe la representación en el espacio imaginario de un mapa, pero al mismo tiempo su carácter de utopía hace que esta inscripción en un mapa geográfico sea imposible ... La tierra utópica pertenece a "nuestro mundo", pero hay una brecha insuperable entre nuestro mundo y la utopía ... Esto es una transposición semiótica del marco en pintura. El marco es un espacio neutral, el lugar de los límites entre la realidad y la utopía: con esta distancia, que es un punto cero, la utopía parece no un mundo más allá, sino el reverso de este mundo.”(MARIN en DALLE VACCHE, 1996: 39)

la imagen como obra de arte al aislarla del mundo mediante una frontera visible” (AUMONT Y MARIE, 2001: 25). El encuadre selecciona que parte del mundo queda fuera y el marco separa la imagen de todo lo que no es imagen, luego están íntimamente relacionados y se influyen mutuamente en la labor de direccionar el cuadro¹¹.

Este trabajo propone un paralelismo entre el marco y los títulos de crédito cinematográficos, pero ello no implica que deje de haber otra serie de elementos que se dediquen, a su vez, a delimitar la película. El encuadre del filme sería uno de ellos, y aunque no se encuentre entre los objetivos de esta investigación profundizar en sus funciones, será un elemento a mencionar en múltiples ocasiones, incluidas aquellas que se refieran al encuadre de los títulos en sí y, sobre todo, al encuadre como identificador de un punto de vista. El sujeto de la enunciación fílmica está muy presente en los títulos.

Los títulos se basarán en un fuera de marco importante (la realidad) ya que representan a las personas involucradas en la gestación del filme, pero este carácter suele ser más metadiscursivo que centrífugo. Se habla del contexto invisible de la producción pero remitiendo siempre al centro de la obra¹². Se encuentran pues, entre dos mundos¹³.

1.6. La portada del libro y el texto audiovisual

Si bien el carácter de marco de los títulos de crédito es el punto central de este trabajo de investigación, resulta inevitable ofrecer un breve acercamiento al interior de los créditos como imagen-texto.

“El lenguaje verbovisual moderno (...) pone de manifiesto que, a diferencia de los estudiados por la retórica clásica, los argumentos contemporáneos no tienen por qué ser puramente lingüísticos, sino que combinan enunciados icónicos, gráficos y escriturales” (ABRIL, 2007: 68-89)

Como ya se ha visto, el espacio cuadrangular de la pantalla de cine viene determinado por el pictórico. Éste es su antecedente directo, pero no el único. También lo son el cuadrado delimitador del proscenio del teatro italiano, el espacio bidimensional del

¹¹ Bazin argumenta que el encuadre cinematográfico sólo revela una parte de la realidad representada y omite el fuera de campo al que, por otra parte, siempre remite (“lo que enseña saca provecho de lo que esconde”). Ésta es una de las formas que tiene el encuadre -como parte del marco- de delimitar espacios.

¹² “El marco centra la representación, la dirige hacia un bloque de espacio-tiempo en que se concentra lo imaginario; es, pues, la reserva de este imaginario.” (AUMONT, 1997: 25)

¹³ “Cuando vamos al cine, no nos encontramos con un flujo ininterrumpido de imágenes y sonidos que tienden a ocupar el día entero (como sucede con la televisión) ni con un evento excepcional que escapa a la costumbre y se impone como único (como puede suceder con algunas representaciones teatrales); nos encontramos implicados en una experiencia que tiene confines precisos y se presenta como perfectamente accesible o que se separa de la cotidianidad pura y se inserta plenamente en ella. Justamente por su “dimensión”, el filme está en su conjunto, dentro y fuera de nuestro mundo vital.” (CASETTI, 1995: 102)

sistema cartesiano o el formato de la página. Se puede decir, pues, que el cuadro cinematográfico proviene también en parte del campo tipográfico. A su vez, la inclusión de texto junto con la imagen es algo tan antiguo como el propio libro.

La imprenta del siglo XVI permitió la inclusión de ilustraciones en los textos. El libro medieval las utilizó con una función ilustradora, pero, poco a poco, las imágenes fueron sugiriendo una expresión conceptual e interactuando con el texto¹⁴. En el Renacimiento y sobre todo en el Barroco la escritura se iconizó y aparecieron las imágenes alegóricas. “La escritura y la imagen se complementan, son fragmentos de un sintagma más general y la unidad del mensaje se realiza en un nivel más avanzado.” (BARTHES en ABRIL, 2007: 7). El cine y los lenguajes audiovisuales pertenecen a este tipo de espacio discursivo.

Los títulos de crédito funcionan en cierta forma del mismo modo que la portada/contraportada de un libro: Son palabras que han pasado a formar parte de la imagen, textos (audio)visuales que siempre son leídos de manera activa por sujetos comunicativamente competentes. A su vez, han de verse también como “formas fluyentes, dinámicas, y nunca plenamente determinadas, en redes textuales movedizas en el tiempo de la historia y en los espacios de la cultura” (ABRIL, 2007: 19)¹⁵.

Los elementos textuales de esta portada se desarrollan como un conjunto de significantes que se integran dentro de una trama visual; aquí habrá una diferenciación entre un nivel plástico o estético y un nivel icónico de representación. También son fenómenos narrativos que, al igual que los títulos, pueden ser observados desde tres puntos de vista diferentes: desde los géneros, desde la narratividad o desde el modo de discurso. A su vez, tanto los títulos como las portadas se encuentran condicionados por las características histórico-culturales de producción, distribución y consumo de las obras a las que acompañan. Es decir: contextualmente, reflexivamente y discursivamente¹⁶.

¹⁴ “El libro mismo no es, como suele pretender el canon logocéntrico, un artefacto lingüístico, sino una compleja máquina visual.” (ABRIL 68)

¹⁵ El método propuesto en el libro de Gonzalo Abril “Análisis crítico de textos visuales” resulta, es este sentido, de un gran interés. En él, se propone una mirada basada en el análisis de los procesos culturales para abordar el texto visual como un objeto de estudio por derecho propio. Al mismo tiempo, se reconoce la necesidad de una pluridisciplinariedad que hoy constituye una premisa básica en la mayoría de estudios de ciencias sociales.

¹⁶ Las cubiertas de los libros no pasaron desapercibidas para los tituladores del Hollywood clásico. Ya fuese por adaptar una obra de valor literario, como para enmarcar la película como un libro, existen muchos casos de títulos tratados como portadas. Algunos ejemplos son: “La pícaro puritana” (1937), “Los viajes de Sullivan” (1941), “Que el cielo la juzgue” (1945), “Un paseo bajo el sol” (1945), “¡Qué bello es vivir!” (1946), “El cartero siempre llama dos veces” (1946) y un largo etcétera. (ver ANEXO 4)

Para el análisis de esta imagen-texto, Jacques Aumont describe (AUMONT, 1992: 144) cuales son los componentes propiamente plásticos que la caracterizan. Se trata de la *superficie* de la imagen y su organización; la gama de los *valores*; la gama de los *colores* y sus relaciones de contraste; los elementos *gráficos* simples, y la *materia* de la imagen misma. Mediante todos estos elementos, los títulos de crédito indicarían una forma de experiencia visual que

“Integra de forma simultánea un conjunto de componentes heterogéneos del texto (iconos, índices y símbolos; signos escriturales, fotográficos, pictóricos y gráficos, etc.). Estos se relacionan funcionalmente entre sí, e interactúan necesariamente para dar sentido al texto verbovisual. El movimiento del mismo, a su vez, presentará diversas velocidades, intensidades, ritmos y rupturas que habrá que analizar para entender en plenitud sus características” (ABRIL, 2007: 64)

Lo más importante no será descubrir el significado de los textos visuales mediante sus elementos definitorios, sino los modos y los medios por los que les atribuimos esos significados: los “procesos de sentido” en que intervienen. Para ello será necesario realizar un análisis contextualizado de los títulos de crédito que permita encontrar resonancias tanto en la obra anterior y posterior de los emisores como en los aledaños filmicos circundantes.

V.2. SOBRE EL *FRAME*

“El marco tiene para el grupo social una importancia similar a la que tiene para la obra de arte. Sus dos funciones, diría Simmel, son delimitar la obra respecto al mundo circundante y encerrarla en sí misma. El marco es un sistema de premisas, de instrucciones necesarias para descifrar, para dar un significado a un flujo de acontecimientos. Quizás por ello sea un concepto fundamental en los estudios de la interacción social y de la definición de la situación.” (LOZANO, 2007: 106)

El concepto de marco de referencia primario proviene de Gregory Bateson y el campo de la psiquiatría. Erving Goffman lo usará sobre todo en el campo de la comunicación social, y lo dirigirá, a diferencia de su mentor, a los pasajes entre lo interno y lo externo. También se dedicará a aplicarlo a diversos medios de comunicación entre los que se encuentran el periodismo, el teatro y el cine ya que los espectáculos y las dramatizaciones como el cine “pueden ser vistos como parte del mundo normal en

funcionamiento (GOFFMAN 2006: 582) (destaca en estos usos su libro fundamental “Frame analysis: los marcos de la experiencia”, editado en España en 2006).

En este apartado se intentará realizar un breve repaso a los conceptos más importantes de Goffman para así poder aplicarlos luego en el análisis. Resulta conveniente ejemplificar la mayoría de ellos en nuestro campo de estudio, aunque no está de más subrayar que serán menciones breves con la intención de ilustrar, si bien no de profundizar, en las significaciones.

2.1. El marco de referencia primario

El marco de referencia primario o *frame* muestra como la experiencia se organiza mediante “encuadres”:

“Un marco de referencia primario es aquel que se considera que convierte en algo que tiene sentido lo que de otra manera sería un aspecto sin sentido de la escena. Los marcos de referencia primarios varían en el grado de organización. Algunos son claramente presentables como un sistema de entidades, postulados y reglas; otros parecen no tener una forma articulada visible, aportando sólo una tradición de comprensión, un enfoque, una perspectiva.” (GOFFMAN, 2006: 23)

Este trabajo de investigación plantea los títulos de crédito como marco de referencia primario ya que gracias a los mismos el espectador puede entender el texto. La experiencia del público y su contacto con el cine a lo largo del tiempo le ha llevado a entender unas premisas que, de otra forma, serían inexplicables. Estas premisas normalmente introducen los elementos clave de la película (lugar, tiempo, temática, firma) así como a sus creadores. Del mismo modo que el emisor del texto se fija, por ejemplo, en los géneros para construirlo, los marcos funcionarán en el plano de la recepción. El carácter pasivo del espectador respecto a la obra fílmica y la imposibilidad de interacción no impiden que éste se encuentre desde un comienzo totalmente implicado como participante de la actividad¹⁷.

Los títulos de crédito, al contrario de la película a la que acompañan, suelen ser un marco de referencia ceremonial que introduce un acontecimiento. Hay una división clara

¹⁷ “El espectador está a la vez aislado y en grupo (...).El espectador de las "salas oscuras" es sujeto pasivo en estado puro. Nada puede, no tiene nada que dar, ni siquiera sus aplausos. Está paciente, y padece. Está subyugado, y sufre. Todo pasa muy lejos, fuera de su alcance. Al mismo tiempo todo pasa en él, en su cenestesia psíquica, si se puede decir así. Cuando los vestigios de la sombra y del doble se fusionan sobre una pantalla blanca en una sala oscura, para el espectador, hundido en su alvéolo, mónada cerrada a todo salvo a la pantalla, envuelta en la doble placenta de una comunidad anónima y de la oscuridad, cuando los canales están obstruidos, entonces se abren las esclusas del mito, del sueño, de la magia (MORIN, 1972: 91)

entre los profesionales (el equipo de la película) y los oficiados (el espectador) y si en la película el actor interpretará a un personaje, en los títulos aparecerá la persona encargada de dar voz a ese personaje. Los títulos de crédito asumen la tarea de representación.

2.2. El marco de actividad

Los marcos de referencia no se limitan únicamente al espacio mental del emisor y el receptor; también se corresponden a la forma de organizar la propia actividad. Cuando se presuponen una serie de premisas organizativas con base tanto en la mente del receptor como en la actividad en sí (aquellas a las que en cierto modo llega el conocimiento pero no son algo que el conocimiento crea) Goffman habla de un marco de actividad. La actividad suele estar, en este caso, enmarcada por un complejo de señaldadores de límites o en términos del *framing*, corchetes.

“El conjunto especial de señaldadores de límites o corchetes (...) aparecen antes y después de la actividad en el tiempo y pueden estar circunscritos en el espacio; en resumen, se trata de corchetes temporales y espaciales. Estos señaldadores, al igual que el marco de madera de un cuadro, presumiblemente no son parte de la actividad propiamente dicha ni parte del mundo externo a la actividad, sino más bien ambas cosas, internos y externos (...) El ejemplo típico es el conjunto de recursos que han llegado a utilizarse en la dramaturgia occidental: al comienzo, las luces se van apagando, suena el timbre y se alza el telón; al final cae el telón y se encienden las luces (estas son señales occidentales; el teatro clásico chino, por ejemplo, utiliza un badajo de madera llamado “Ki”)” (GOFFMAN 2006: 261-262)

Los títulos de crédito son los corchetes externos¹⁸, los paréntesis tipográficos de la obra y, en consecuencia, de la actividad. Esta actividad organiza la materia (la película) de cara al espectador y, en cierto modo, ha de hacerlo en el mundo físico. Los títulos tienen un carácter ambiguo entre la realidad y la ficción; la actividad es esa parte de los mismos que habla de cosas fantásticas dentro de lugares imaginarios que únicamente pueden ser dichas desde el mundo real: para introducir a los personajes se habla de los actores que los interpretan, para sumergirse en la banda sonora se nos presenta al compositor.

Los créditos como corchetes no tienen un tiempo asignado, de algún modo son un tiempo sin tiempo. Si son demasiado cortos pueden no cumplir con sus funciones, pero si se recrean durante mucho tiempo el espectador puede salirse fuera del marco antes siquiera de haberse introducido en el lienzo.

¹⁸ Se podría denominar corchetes internos a los intertítulos del cine mudo o a aquellos separadores de capítulos dentro del propio filme.

2. 3. La transposición de claves

Cuando un marco de referencia primario, ya dotado de sentido, modifica ligeramente sus elementos o su actividad y con ello el espectador lo entiende de manera diferente, se lleva a cabo un cambio de claves. El receptor suele entender instantáneamente que ha habido una alteración sistemática en el marco y habrá indicadores que señalen cuando comienza y cuando termina la transformación.

La transposición en los títulos de crédito vendría, por ejemplo, cuando alguno de los mecanismos habituales cambia de función por algún tipo de excusa relacionada con la trama. La película “Irreversible” (2002) presenta en ese sentido un cambio de claves (temporales) muy llamativo: ya que la narración del filme comienza al final de la historia para terminar en el comienzo, los títulos de crédito iniciales son el equivalente del roll final y aparecen con la jerarquía de nombres invertida (es decir, con los datos de producción y el número de Visa al comienzo). El espectador acepta que los títulos iniciales finalizarán con el cargo que suele aparecer nada más encenderse las luces de la sala: el del director. De esta forma, los créditos introducen al espectador en una película donde el tiempo se ha invertido, sin que aún se haya definido la trama concreta del filme.

Otro tipo de transposición de claves es aquel que lleva a nuevas apreciaciones por parte del espectador. Así, una película con el nombre Alan Smithee entre sus filas (acrónimo de “The Alias man”) puede no decir nada a cierta parte de la audiencia, pero implica que la persona encargada de rodar esa película no quedó satisfecha con el resultado y retira su firma de la obra. Aquí, el ejecutante de la actividad queda fuera del ámbito de la actividad, y lo refleja de una manera encubierta.

Prácticamente todos aquellos títulos que se salgan de la norma presentarán una o varias transposiciones de claves por muy mínimas que éstas sean. En cierto modo la transposición puede verse como un juego con el espectador, pero se debe tener en cuenta que “no toda actividad sería carece de transposición de clave, y no toda actividad no transformada puede ser tildada de sería” (GOFFMAN, 2006: 49)¹⁹.

¹⁹ En “Me siento rejuvenecer” (1955) Hawks alecciona a Cary Grant (“aún no, Cary”) diciéndole que aun no es hora de aparecer en pantalla; éste cierra la puerta y aparecen los créditos allí enmarcados. Otros ejemplo clásico de filme que juega con el espectador desde los títulos es “Los caballeros de la mesa cuadrada y sus locos seguidores” (1975) donde toda la secuencia aparece subtitulada en un falso idioma escandinavo. Es tal al delirio al que llegan los créditos que a mitad de secuencia se advierte que han despedido a los responsables. La película pasa entonces a estar dirigida por “40 llamas de montaña especialmente entrenadas, 6 llamas rojas venezolanas, 142 llamas gritonas mexicanas, 14 guanacos del norte de Chile, 76.000 llamas agresivas de las granjas Llama-Fresh de Paraguay y por Terry William y Terry Jones”. (ver ANEXO 5)

2.4. Las fabricaciones

El borde del marco es una construcción, pero sólo la ven los que la fabrican. La fabricación del marco tiene lugar cuando el emisor modifica una actividad de modo que se induzca al receptor a formarse una creencia falsa de lo que está sucediendo. Las fabricaciones, “al igual que las transposiciones, requieren el uso de un modelo, el uso de algo que ya tiene sentido en términos de un marco de referencia primario. Pero mientras que la transposición lleva intencionadamente a que todos los participantes tengan una misma visión de lo que sucede, la fabricación requiere diferencias (GOFFMAN, 2006: 90)

Teniendo en cuenta que uno de los objetivos de los títulos de crédito es aportar información objetiva al espectador sobre la película a la que anteceden, no suelen darse demasiadas fabricaciones en su seno. Ello no implica que no haya filmes que se aprovechen de este carácter de legitimidad para usarlas con la intención de confundir al espectador en beneficio de la película (por ejemplo, la aparición de títulos más de 30 minutos después de comenzar la película en “Puente de Varsovia”, 1990). Suelen ser fabricaciones benévolas que ocultan algún tipo de aparición estelar -Kevin Spacey como asesino en “Se7en” (1995), o que añaden personas ficticias al equipo de producción –En “S1m0ne” (2002) la actriz principal no aparece en los créditos y sí la creada por ordenador⁻²⁰.

El caso más paradigmático de fabricación en una secuencia de créditos se encuentra seguramente en “La huella” (1972). La película de Mankiewicz sólo tenía dos actores en su haber interpretando a varios personajes: Laurence Olivier y Michael Caine. Con el objetivo de enredar a la audiencia y potenciar la sorpresa final, aparecen otros cuatro nombres en el reparto (Alec Cawthorne, John Matthews, Teddy Martin y Eve Channing) que el espectador descubrirá ficticios únicamente al llegar el “The end”. Una vez que cae el telón el juego ha terminado y todos conocen la misma versión de lo sucedido.

2.5. El marco teatral

Al igual que ocurría con el marco de la pintura, existen una serie de paralelismos entre el telón teatral y los títulos de crédito. El telón señala el comienzo de la obra y la cierra (de una manera menos gradual que en el cine, eso sí). Marca la división entre al área escénica y la zona para el público. Invita a la contemplación visual pero impide la

²⁰ También existen una serie de fabricaciones creadas por el contexto: Así, en España películas de animación como “Kung-Fu Panda” (2008) o “Los mundos de Coraline” (2009) cuentan con una secuencia de créditos donde se nos presenta a unos dobladores que no oiremos. Aún más destacable es el caso de “Shrek” (2001), donde todos los nombres fueron borrados de la versión española para ser suplantados por el vacío. En este caso la secuencia de créditos consistía en fondos desocupados, lo cual provocaba gran extrañeza en el espectador. La actividad se modificó hacia la nada.

interacción entre ambos. Se puede decir que la representación (aquella disposición de cosas que transforma al individuo en actor) comienza desde su subida, si bien otros elementos como el proscenio o las cortinas también influyen en su carácter delimitador²¹.

Goffman describe el marco teatral como “algo menos que una fabricación benévola y algo más que una simple transposición de claves” (GOFFMAN 2006: 145). Un marco de referencia primario es transformado en una franja escenificada cuando un individuo presenta un sí mismo dual: el actor teatral y el personaje representado. Esta aplicación del marco de referencia se presenta muy interesante en el estudio de los títulos de crédito ya que lo que estos recogen es precisamente el carácter dual del equipo artístico: el nombre del actor por encima del personaje para más tarde pasar al personaje por encima del actor. Se puede decir, pues, que los títulos de crédito estarán mayoritariamente teatralizados.

Un ejemplo sería la película “Vivir de ilusión” (1962) también conocida como “The music man”. Aquí el filme no hace mención explícita al escenario o al teatro, pero sus títulos de crédito finales ordenan a los intérpretes de la película del mismo modo que en los espectáculos de Broadway: de menor a mayor importancia.

Los títulos del binomio Almodóvar y Juan Gatti también suelen ser ejemplares en este sentido. “Hable con ella” (2002) se abría con un telón, cerraba su trama en el patio de butacas y comenzaba el roll final en el escenario. En “La mala educación” (2004), por otra parte, los nombres del equipo principal se muestran junto a su rol en la película (montaje/celuloide y tijeras, música/cantantes, coros y grabadoras)²² y los de los actores aparecen además junto a su fotografía. Resulta interesante comprobar que el último título de la secuencia inicial es el de guión y dirección de Pedro Almodóvar, pero que éste se convierte en un guión y dirección para Enrique Goded, el personaje interpretado por Fele Martínez. Los títulos se introducen de esa forma en la película como tal (Goded es un director de cine y el plano venía a mostrar un cartel de uno de sus filmes) además de lanzar una identificación entre el director real y el personaje. El marco de referencia primario queda así investido de un carácter teatral por medio de la dualidad persona/rol y rol/personaje²³.

²¹ Existen varios ejemplos de títulos enmarcados explícitamente en el telón. Entre ellos “Frankenstein” (1931), donde el director James Whale se permite hacer una breve introducción desde el escenario, “El fantasma de la ópera” (1943), “Les enfants du paradis” (1945), “Doble vida” (1947), “La costilla de Adán” (1949), o más recientemente títulos como “Moulin Rouge!” (2001) o “Descubriendo Nunca Jamás” (2004) (ver ANEXO 6)

²² Algo que sucedía también en “Mujeres al borde de un ataque de nervios” (1988)

²³ “En la mayoría de los casos el actor cinematográfico se interpreta a sí mismo y la tarea del director no consiste en impulsarlo a crear algo que no está en él, sino en mostrar, lo más expresiva y vívidamente posible, lo que hay en él, usando sus características reales” (PUDOVKIN, 1960: 107-108)

2.6. Sobre el emisor en los títulos de crédito

Teniendo en cuenta que el objeto filmico no es nunca fruto de un trabajo individual sino del de un equipo, los títulos de crédito rompen normalmente con el modelo tradicional del actor individual como creador. Los créditos son un marco de actividad y de referencia donde la fuente de información o el emisor pueden ser varios individuos diferentes (o el mismo individuo) actuando en distintos niveles. Goffman (2006: 536-543) cataloga estas funciones de la fuente en cuatro roles

- a) Causante: la parte (individuo o no) considerada responsable de haber adoptado voluntariamente la posición que el significado del enunciado atestigua

El causante de los títulos de crédito pertenece al significado interno del enunciado, y suele vincularse tanto con el estudio cinematográfico detrás del filme como con el director de la película o su productor.

- b) Estratega: aquel que adopta una posición, aquel que es responsable de lo que dice o hace –en el sentido de ser el causante u originador- es probable que sea también la persona que decide la posición que va a adoptar.

Normalmente el causante y el estratega son funciones ocupadas por el mismo individuo

Pero hay, en verdad, cientos de sistemas de interacción en los que la tarea de valorar la situación y diagnosticar lo que debería hacerse en esas circunstancias se asigna en parte o en su totalidad a un especialista. Así, la persona en cuyo nombre se compran acciones no tiene por qué ser la persona que decidió cuáles eran las acciones más convenientes para ella.

El titular, el diseñador de títulos como emisor y no únicamente como artesano.

- c) Animador: una máquina de transmitir totalmente localizada. Analíticamente hablando, el animador es más afín a la tinta con la que se imprime la palabra “yo” que al referente de esa palabra.

El artesano, el equipo técnico encargado de crear la secuencia de títulos, incluso la propia pantalla. Pertenece al proceso de transmisión y no funciona referencial sino físicamente.

- d) Figura: las diversas configuraciones que un actor o actriz pueden animar, sin excluir aquello que la actriz anima cuando habla en su vida real fuera del escenario en su propio nombre

Las figuras en los títulos de crédito son todos aquellos individuos que están integrados en los mismos. Si bien no son emisores activos de la secuencia, ésta se emite de manera obligatoria a través de ellos.

V. 3. SOBRE EL IMAGINARIO

“Es la obra de arte una isla imaginaria que flota rodeada de realidad por todas partes. Para que se produzca es, pues, necesario que el cuerpo estético quede aislado del contorno vital. De la tierra que pisamos a la tierra pintada no podemos transitar paso a paso. Es más: la indecisión de confines entre lo artístico y lo vital perturba nuestro goce estético. De aquí que el cuadro sin marco, al confundir sus límites con los objetos útiles, extra-artísticos que le rodean, pierda garbo y sugestión. Hace falta que la pared real concluya de pronto, radicalmente, y que súbitamente, sin titubeo, nos encontremos en el territorio irreal del cuadro. Hace falta un aislador. Esto es el marco.” (ORTEGA Y GASSET, 1969: 93)

El texto de Ortega hace referencia a dos aspectos clave: por un lado al carácter del marco como umbral hacia el imaginario, y por otro a la imposibilidad de acceder a ese imaginario de forma directa, sin capas ni fronteras.

Gracias al carácter de puerta de los títulos de crédito, el espectador puede enfrentarse con el filme y firmar un contrato con la ficción. En este sentido, el público adquiere una distancia crítica respecto al mundo real y una llave de entrada a la isla imaginaria situada en la pantalla.

El marco ayuda pues al espectador a introducirse en el imaginario fílmico, pero ello no impide que ya exista un imaginario en el marco en sí. En este sentido, el marco es una tierra de nadie. Al igual que el mundo de lo imaginario, es una realidad intermedia que media entre lo sensible y lo inteligible.

3.1. El marco como realidad intermedia

En el cine, las imágenes se encuentran unidas al sentido de manera inconsciente: por un lado ofrecen una percepción sensorial directa, pero, por el otro, representan una realidad ausente, un conocimiento indirecto.

Existen tres modos de conocimiento indirecto: el signo, la alegoría y el símbolo. El *signo* viene a ser una imagen sonora o visual (significante) que queda asociada a un objeto (significado) de manera arbitraria. En la *alegoría* desaparece la arbitrariedad: cuando se pretende expresar alguna idea abstracta intraducible, se ejemplificará en una figura o signo detallado. Por último, el *símbolo* vendría a ser el inverso de la alegoría ya que aquí no se

parte de una idea para llegar a una figura, sino que la propia figura es fuente de ideas: la imagen está vinculada a un sentido y no a un objeto²⁴.

Durand interpreta el lenguaje según el modelo del símbolo. Toma como modelo las relaciones entre la imagen (lo visible) y el sentido (lo invisible). De este modo, “el lenguaje aparece configurando un mundo lingüístico (simbólico o imaginario) en el que la subjetividad y la objetividad están mutuamente coimplicadas, y que juega el papel de una realidad intermedia.” (GARAGALZA, 1990: 43)

Los títulos de crédito son la máscara (la objetividad) sobre el rostro del marco (la subjetividad). El marco no suele aparecer de forma explícita en los títulos, pero está igualmente presente. Este conjunto enmarcador, al igual que el propio Hermes, presenta un carácter dual²⁵. Por un lado, se refiere a un sentido preciso indicado por su significado literal. Representa la parte de realidad que construye el imaginario fílmico, los individuos detrás del sueño del cine. Pero, por otro, la función de la secuencia de palabras es reemplazar con economía una larga definición conceptual: ninguna palabra puede nunca desprenderse totalmente de la evocación o connotación que sugiere. Esto es aun más pronunciado en el caso de la imagen-texto, por lo que el sentido propio queda relegado en muchas ocasiones a lo latente y el símbolo prima sobre el concepto:

“Desde el mismo momento en que una cosa (objetividad) entra en relación con el hombre, queda revestida de un sentido figurado, convirtiéndose en un símbolo. El conocimiento objetivo sólo surge ulteriormente, como consecuencia de un esfuerzo específico del sujeto para mantenerse a distancia” (CASSIRER en GARAGALZA, 1990: 87)

Gracias a sus experiencias culturales y antropológicas, el espectador atisba detrás de la secuencia de créditos un mundo intermedio a medio camino entre la superficie y la profundidad: el marco.

3. 2. La significación del marco

Luis Garagalza expone en su libro “La interpretación de los símbolos” que los encadenamientos de símbolos se rigen por las “resonancias”, por las afinidades ocultas que residen en su contenido semántico o material. Una imagen sugiere otra imagen, y éstas no deberían analizarse únicamente con estructuras lógico-conceptuales. Durand se opone a la

²⁴ “El símbolo no es un mecanismo de economía ni un medio de expresión del que se pudiera prescindir, sino un auténtico medio de conocimiento. Se trata de una “epifanía”, de aquello para lo cual no existe ningún concepto verbal, se manifiesta, se encarna en y por la imagen, se expresa en una figura. <El símbolo es la epifanía de un misterio>”. (DURAND en GARAGALZA, 1990: 51)

²⁵ “Dios del tránsito, de la movilidad y de la alteridad asumida, aparece como un ser desgarrado, fragmentario, sin personalidad propia ni forma definida” (GARAGALZA 1990: 116)

reducción semiótica que transforma el lenguaje en un sistema cerrado de signos dotado de un mero valor relacional: “El lenguaje natural remite a una función fundamental que lo antecede y lo organiza: la función simbólica, de la cual la comunicación no sería más que una consecuencia.” (DURAND en GARAGALZA, 1990: 28)

Los títulos de crédito informan al espectador, pero también le sumergen en una serie de índices que remiten a un mundo invisible. La tesis central del pensamiento de Durand podría resumirse en “la primacía del sentido simbólico sobre el sentido propio o literal”, es decir, la anterioridad del símbolo sobre el signo. La hermenéutica considera al lenguaje y, en consecuencia, a los títulos de crédito, no ya un instrumento de comunicación sino un intermediario que hace posible la comprensión del sentido.

“El lenguaje, así concebido, como “epifanía del sentido”, tiene ciertamente una forma, pero no es la forma la que explica el contenido sino que es, al contrario, el dinamismo cualitativo de la estructura el que permite conocer la forma. Se puede, en consecuencia, describir el lenguaje en términos de estructura, como un sistema, pero se trata ahora de un sistema cualitativo de contenidos, no puramente formal, que está cargado de una significación afectiva y que tiene una densidad semántica. (GARAGALZA, 1990: 31)

Este trabajo de investigación plantea que parte del sentido ausente que se puede encontrar en los títulos de crédito, se encuentra en los marcos. Por un lado los créditos connotan, y por otro viven integrados en una denotación simbólica.

Los títulos son signos claros y fácilmente distinguibles. Los símbolos son indefinibles y resulta imposible llegar a conocerlos con exactitud. Unos son figuras sensibles y concretas mientras que el sentido es invisible e inexpressable. Analizando sus reflejos y redundancias mediante la interpretación, no se conseguirá alcanzar la quimera simbólica, pero tal vez se supere en parte el campo del saber preestablecido.

La significación no tiene un sentido unívoco. Sólo con la redundancia, por una serie de aproximaciones acumuladas se alcanza una cierta coherencia entre el sentido y la imagen. A lo largo del tiempo, el sentido del símbolo se irá distorsionando y será el círculo hermenéutico donde la significación se ponga en marcha gracias a la libre inspiración del hermeneuta.

3.3. Los títulos de crédito como nacimiento y muerte del filme

En su libro “Las estructuras antropológicas del imaginario” Durand definirá dos regímenes de imágenes simbólicas. En el diurno, el funcionamiento básico se define por medio de la antítesis (los principios de identidad, exclusión y contradicción) mientras que en el nocturno se trata de usar eufemismos para conciliar los opuestos a la hora de

enfrentarse con el inevitable paso del tiempo²⁶.

Los títulos de crédito establecen el nacimiento y muerte de los filmes a los que acompañan. Estas repeticiones operan directamente sobre la sustancia del tiempo e intentan domesticarlo²⁷. Según el pensamiento de Durand estas estructuras sintéticas o diseminatorias se incorporarían al régimen nocturno de la imagen.

“Esta constelación de símbolos que se engarzan con el Tiempo para vencerlo, se caracteriza por poseer un dinamismo interior tendente a la composición de relatos (o historias) que intentan reconciliar y co-implicar la antinomia subyacente al devenir, la contradicción entre <el terror ante el tiempo que huye, la angustia frente a la ausencia, y la esperanza en el cumplimiento del tiempo, la confianza en una victoria sobre el tiempo>.” (DURAND en GARAGALZA, 1990: 83)

La organización básica de los títulos de crédito apunta a una coherencia entre los contrarios, entre el principio y fin de la película. En este sentido, el abrir y cerrar el filme enfrenta dos opuestos: la ilusión y el destino.

En la terminología antropológica los títulos pertenecen a una estructura dialéctica o contrastante, y tal como Durand recuerda “El drama temporal representado, es decir, transformado en imágenes musicales, teatrales o novelescas, está privado de sus poderes maléficos, pues por la conciencia y la representación el hombre vive realmente la domesticación del tiempo.” (DURAND, 2004: 405)

²⁶ No sólo la noche reemplaza al día, sino aun, y sobre todo, a las nefastas tinieblas (DURAND 2004; 1999).

²⁷ “El hecho de desear e imaginar la muerte como un reposo, un sueño, por eso mismo la eufemiza y la destruye” (DURAND, 2000: 128)

VI. TRAZOS

Para Nicole de Mourgues, una de las pocas investigadoras de lo que en francés es conocido como *générique*, los títulos de crédito están constituidos por tres elementos: la marca de fábrica de la productora, el título y los créditos propiamente dichos. En este sentido, las funciones generales de los mismos vendrían a reducirse a otros tres apartados: la identificación, la información y la acreditación de los creadores (DE MOURGUES, 1994: 13). La conciencia de un espectador preparado para leer múltiples capas, también permite hablar de una preparación emocional para la audiencia hacia el espectáculo/imaginario al que va a acudir/introducirse.

El siguiente punto del trabajo de investigación trazará un contexto general sobre los hitos más significativos de los títulos de crédito en la historia del cine, teniendo en cuenta los avances técnicos del medio, los cambios en la estructura de producción de los filmes, y los autores más relevantes en su confección. Después, se realizará un recorrido por las características indicadoras más habituales de los títulos.

Este ejercicio se centra en un recorrido histórico por los créditos más importantes en la historia del cine con especial atención al cine Hollywoodiense y sus influencias. Se ha considerado ineludible incluirlo en este trabajo de investigación, no ya como parte del estudio ,sino del contexto en que los tres títulos seleccionados se ven reflejados directa o indirectamente así como por la necesidad de redundancias de las que hablaba Durand. Será, de todos modos, una visión más ilustradora que analítica.

VI. 1. BREVE RECORRIDO POR LA HISTORIA

La historia detrás de los títulos de crédito es casi tan amplia como la propia historia del cine. Ya desde los orígenes fueron los diseñadores gráficos quienes se encargaron de su desarrollo (estos han recibido nombres diversos a lo largo de los años: rotulistas, dibujantes, artesanos, etc.) aunque hoy, los nombres propios de aquellos tituladores, son mayormente desconocidos.

Pese a no figurar entre los objetivos de este trabajo de investigación rescatar nombres ni hacer un recorrido intenso por la evolución de los títulos a lo largo de la historia, resulta imprescindible realizar una breve peregrinación por aquellas películas que marcaron un hito en el posterior desarrollo del arte de titular los filmes (incluyendo los filmes escogidos para el análisis). La selección intentará ser objetiva y equilibrada, pero la ausencia de antologías y estudios sobre el tema con que contrastar fuentes puede dificultar

la tarea teniendo en cuenta que nos encontramos ante más de un siglo de cine y, con ello, de marcos de todo tipo y tamaño²⁸. (Ver ANEXO 7)

1.1. Orígenes

Resulta conveniente comenzar por el comienzo: “La Salida de los obreros de la fábrica” (1895) de los hermanos Lumière es considerada la primera sesión oficial de cine de la historia, si bien no es la primera en incluir títulos en su haber. Se puede decir que el primer título cinematográfico de la historia se encuentra fuera de campo: los 35 espectadores del primer pase conocieron el nombre de la película gracias al cartel o al programa de mano, pero no debido a aquellas pioneras imágenes en movimiento²⁹.

Tal como aseguraba Noël Burch, a diferencia de hoy, el cine primitivo no se cierra como un todo. La construcción narrativa es pobre y se preocupa básicamente de sorprender con trucos a la audiencia: una vez el truco está mostrado, la película acaba³⁰. En este caso si algún elemento funciona como marco, ése es la enorme puerta que se abre y permite la salida de los trabajadores para a los pocos segundos comenzar a cerrarse y, con ese movimiento, encerrar la película.

Si los hermanos Lumière concibieron el cinematógrafo más como una curiosidad científica que como una herramienta comercial de comunicación, Georges Méliès fue el encargado de idear un cine donde la narración y la industria estuvieran fusionados. También se encargó de fundar la productora de ficción Star-Film en 1897 y, con ella, el primer logotipo. Méliès pretendía, ante todo, diferenciar sus productos del resto; para ello comenzó a grabar cartones negros con su marca dibujada e incluirlos al comienzo de sus películas. También descubrió el valor de introducir el título de la película y una serie de intertítulos para que sus historias fuesen entendidas mejor por el público. Así, la presentación de la obra va pareja a la construcción de personajes y ficciones filmicas, pero

²⁸ Resulta de gran ayuda en este sentido el libro “Uncredited” (2007) de Gemma Solana y Antonio Boneu, uno de los pocos catálogos realizados sobre los títulos de crédito filmicos y no sobre autores determinados, si bien más enfocado al mundo del diseño gráfico que al de los estudios cinematográficos.

²⁹ Los títulos de crédito pueden ser considerados un paratexto según la concepción de Gérard Genette. El autor francés se refiere así a los textos secundarios que el espectador ha de atravesar para introducirse correctamente en la película. Su carácter de paratexto filmico comenzaría fuera del texto: los programas de mano suplían la necesidad de identificar las películas y sus rasgos principales.

³⁰ “¿Qué sucedía en la época de la cámara fija? (...) el cuadro se define por un punto de vista único y frontal que es el del espectador sobre un conjunto invariable: no hay, pues, comunicación de Conjuntos variables que remitan los unos a los otros” (DELEUZE, 1983: 44)

también a la necesidad de vender una marca: el origen de los títulos en el cine es el de una lógica comercial que “empaquetaba” las películas³¹.

Pronto esta práctica se convirtió en la habitual. Las películas de Griffith, por ejemplo, comenzaban con una advertencia enmarcada por sus iniciales (DG) y su firma donde se leía que “Todas las películas hechas bajo la dirección personal de D. W. Griffith tienen el nombre de “Griffith” al borde, así como la inscripción “DG” en la parte inferior de la imagen”. Continúa diciendo (con subrayado incluido) que no existen excepciones a esta regla. De este modo, las películas encontraban una forma de personalizar el producto y hacerlo fácilmente identificable³².

A su vez, comenzaba a tener lugar ese estrato de los títulos de crédito como un marco a medio camino entre varias dimensiones. Al comienzo de “El nacimiento de una nación” (1915), por ejemplo, se advierte al público de que para más información sobre los personajes, se consulten los programas de mano (haciendo mención así a la realidad de la sala de proyección); se le ruega una súplica por el arte cinematográfico y la posibilidad de éste de incluir libremente el “lado oscuro del mal para poder iluminar el lado brillante de la virtud” (la ficción, al contrario que lo real, puede permitírsele) y se finaliza con una observación en la que defienden el objetivo del filme como mostrar el horror para así impedir las guerras (la influencia del cine en el espectador, la capacidad de la ficción para cambiar la realidad, los dos mundos en uno).

El cine mudo planteaba un modelo de industria donde por encima del director se encontraba el productor. Éste firmaba el producto y lo dotaba de identidad. Gracias a personalidades como Griffith o Chaplin (que eran realizadores y productores al mismo tiempo) se fue comenzando progresivamente a incluir el nombre del director en los títulos. A Griffith en concreto también hay que reconocerle la inclusión por primera vez de nombres de los actores en los créditos. De esta forma, el cine se acercaba al medio teatral: la película se anunciaba con su título, realizador y actores principales, aunque seguían sin aparecer los técnicos. Esta novedad tendrá lugar a partir de los años 1912-13, con la

³¹ Pese a todos los avances que incluyó, en el cine de Méliès el marco era ante todo teatral y el escenario el lugar donde recluía a sus actores.

³² Los intertítulos del cine mudo (con Griffith a la cabeza) contribuían de manera importante a esta sensación, pero su carácter descriptivo o expositivo así como su fijación por los diálogos los convierten más en parte de la trama y del mundo teatral que del marco, por lo que no se profundizará en los mismos. No está de más, sin embargo, recordar como apuntan el tema Bordwell y Thomson en su libro “El cine clásico de Hollywood”: “Durante el periodo entre 1913 y 1916, había una opinión generalizada de que lo ideal era la película sin intertítulos (...) Sin duda alguna a finales de la década de los diez, los títulos de diálogo superaban en número a los títulos expositivos (...) A mediados y finales de la década de los veinte, el predominio de los títulos de diálogo se combina con la utilización general de las escenas para crear películas que estaban preparadas para la introducción del sonido” (BORDWELL y THOMSON, 1985: 203-207)

aparición de los largometrajes y los que pueden ser considerados los primeros antecedentes directos de los actuales títulos de crédito. La mención a los actores era de todos modos relegada a celebridades provenientes del teatro (como Sarah Bernhardt, por ejemplo) que exigían su porción de protagonismo en la presentación de las películas³³.

La mayoría de los títulos en la época del cine mudo se ven muy influenciados por las tipografías de imprenta y rotulistas, si bien plantean un reverso de libros y periódicos ofreciendo letras blancas sobre fondo negro (el celuloide en blanco se ensuciaba mucho más fácilmente que de esta forma y ello dificultaba la lectura.).

2. Avances técnicos

La mayor revolución en los títulos de la época llegará de la mano de una película ya de por sí revolucionaria: “El cantor de jazz” (1927). Además de ser la primera película sonora y facilitar, en consecuencia, música y sonido añadidos para acompañar a los créditos, “El cantor de jazz” es también el primer trabajo óptico de laboratorio.

La impresora óptica permite integrar títulos, transiciones y otra serie de efectos en el negativo, con lo que los títulos de crédito podían, por vez primera, integrarse en las imágenes del filme. Esto supuso una ruptura dentro de los propios títulos cinematográficos: a partir de ahora el logo del estudio funcionaba como la marca identitaria mientras que los títulos comenzaron a sugerir el tono de los filmes y, en ocasiones, su carácter de prólogo de la historia.

Las posibilidades de la impresora fueron decisivas para el desarrollo del cine de animación y fue sólo cuestión de tiempo que los tituladores estadounidenses comenzasen a animar sus textos. Antes que ellos, la Alemania de las vanguardias ya había dado varios pasos previos, y una película como “Las aventuras del príncipe Achmed” (1926) se presenta con tipografías arabescas y orlas orientales para dar paso a una presentación de personajes animados en sombras totalmente revolucionaria. “Danse macabre” (1922) también cuenta con unos créditos iniciales animados donde una serie de esqueletos acaban formando el título del filme.

En este sentido, Hollywood no tuvo un carácter tan innovador como Europa. El trabajo óptico permitió títulos apropiados y comunicativos, pero se tardó en desarrollar una relación en pantalla entre la palabra y la imagen: en la mayoría de los casos los títulos se

³³ Hoy la jerarquía en los títulos está estipulada en los contratos de trabajo. Allí se explicita quien sale, en que orden, cuanto tiempo y en que tamaño.

limitaban al texto apareciendo sobre un fondo más o menos atractivo pero inmóvil. Todavía quedaba mucho recorrido hasta llegar al momento en que la letra dejara de lado su carácter legible para transformarse en una imagen sugerente.

1.3. Los grandes estudios

La creación de logos de los estudios se debió a razones de mercado: era necesario protegerse contra todo tipo de fraudes y falsificaciones. Ya desde el origen del cine como medio de comunicación de masas, el fenómeno de las copias pirata amenazaba la rentabilidad de las películas y las primeras casas de producción lanzaron sus firmas particulares como medio de protección y control de la industria.

En 1896 los hermanos Pathé fundaron la productora homónima y ya en 1905 nació el gallo (a la izquierda y a la derecha del título) como identificador³⁴. Las películas, a su vez, presentaban una inscripción a lo largo del borde que decía “Pathé frères, París”. Edison Manufacturing Company, Biograph Company y la Griffith Company optaron también por firmar sus productos incluyendo el nombre de la compañía o sus siglas en el cartel del título. En todos estos casos, más que de un logo o un marco, las firmas son una marca de fábrica ya que los objetivos de su creación son eminentemente de protección industrial y valor comercial.

Una de las primeras apariciones de imágenes alegóricas en los carteles de presentación corrió a cargo del filme de Griffith “Lirios rotos” (1919), también conocida como “La culpa ajena”. Aquí el título se inscribe en un marco habitual del director con la pequeña diferencia de que se incluye un icono femenino en la esquina superior izquierda.

Una vez que aumentaban las compañías de producción y las marcas se multiplicaban, surgió la necesidad de no sólo de marcar el producto sino de darle una obertura. Los logos hablaban de la importancia de la productora en la confección del filme al mismo tiempo que establecían contacto con el espectador y marcaban el “érase una vez”. Tal y como Aumont asegura “en todas las épocas los artistas han sido conscientes, por ejemplo, de la fuerza que podía adquirir una imagen de gran tamaño presentada de cerca, que obliga al espectador, no sólo a ver su superficie, sino a quedar como dominado o incluso aplastado por ella.” (AUMONT, 1997: 148). Los logos cinematográficos son esa figura gigante, más grande que la vida: la cuna donde nacen las películas.

³⁴ “Toutes nos scènes sont munies, en tête, d’un bout de bande de 1m 50 environ, comportant le titre du sujet et notre marque de fabrique ci-conté”.

“El poder de persuasión y de convicción del símbolo estriba precisamente, en que a través de la imagen se vivencia un sentido, se despierta una experiencia antropológica vital, en la que se ve implicado el intérprete. En el momento de la interpretación, el sujeto debe aportar su propio imaginario (aunque sea inconscientemente), imaginario que actúa como medio en el cual se despliega el sentido, y debe atender a las resonancias, a los “ecos” afectivos que en él se despiertan, acontecen” (GARAGALZA, 1990: 54)

Cada una de las grandes productoras se presentaba con un carácter concreto. La Universal y la RKO adoptaban la figura de la Tierra como representación de su importancia global (una potenciando el factor de modernidad con el avión y la otra con un sonido que aportaba el concepto de la transmisión de un mensaje). La Warner Brothers escogía un escudo identificando así el valor épico del estudio. La Metro Goldwyn Mayer adoptaba un círculo y un león propios del circo para dar la noción de espectáculo. La Columbia evocaba la luz del proyector con la antorcha olímpica y el nuevo mundo con la estatua de la libertad. La música de la 20 Century Fox anunciaba el comienzo de un espectáculo colosal con un monumento art deco. Y la Paramount recogía la idea del cielo y la montaña ofreciendo una imagen de poder y dominación³⁵.

Fue tal el poder de estas alegorías de los grandes estudios que muchos títulos de la época adoptaron también el papel de logo creando una imagen poderosa a la hora de mostrar el título del filme. Tipografías impactantes, inscritas en fondos complejos, con palabras en movimiento,... Son los títulos alegóricos.

“En el texto alegórico (...) la imagen sirve sólo a la expresión circunscrita, cerrada y completa de un concepto: no es sino una imagen conceptual cuyo significado ha sido blindado por una convención perfectamente gramaticalizada (...) Una vez consolidada, la alegoría visual servirá a la reproducción de aquellos imaginarios y sistemas de organización del saber que la han producido”. (ABRIL, 75-76)

Los años posteriores a la gran depresión americana, el poder en los grandes estudios pasó a ser de los bancos; éstos, con una lógica empresarial de minimizar gastos y ampliar beneficios, no paraban de producir títulos baratos -exhibidos junto con títulos de más renombre en la sesión continua- e inscritos de lleno en el cine de género. En esta

³⁵ “Para el público de los años 30 el León de la *Metro* implicaba glamour y calidad medida según el presupuesto: incluso se llegó a decir que tres rugidos significaban buena película y menos rugidos eran indicio de duda. El símbolo de la *Warner* implicaba aventura, pero hay que decir de él que cambió muchas veces porque su definición no fue nunca excesivamente clara, salvo el escudo con WB. La marca de los estudios *RKO* (...) implicaba nivel literario. La de la *Fox*, de piedra y estelar, hoy continúa intacta incluso en televisión y en sus tiempos implicaba la *historia* del mundo, real o falsa. La de *Paramount* era neutra pero regia, al igual que la de Columbia puesto que esos estudios se dedicaban a cubrir los huecos, haciendo un poco de todo siempre con su sello de calidad. Estas marcas han evolucionado sin cambiar sustancialmente mientras esos estudios han pasado de ese estatus al de distribuidores.. (BONEU y SOLANA, 2007: 56-57)

llamada serie B había que dejar claro desde el comienzo el tono de la película que se iba a ver, y los títulos venían a ser el espacio perfecto para que el espectador aceptase todo tipo de posibles despropósitos posteriores: los planetas indicaban ciencia ficción, las armas el cine de gánsters, los elementos góticos el terror, etc. De manera sugerente y siempre intentando no alejarse de los modelos propuestos por sus hermanas mayores, los títulos encajaban al público en el juego; las alegorías de género se acabarían trasladando a todo tipo de producciones. Los teatros comenzaron a abrir las cortinas durante los créditos.

1.4. Acreditados y desacreditados

“El halcón maltés” (1941) contendría una pequeña variación que con el tiempo también acabaría implantándose. Sus títulos, integrados sobre la figura del halcón y propios del mejor cine negro, proponen una nueva jerarquía de orden en los mismos: el lugar del director, John Huston, pasa al último lugar cuando hasta entonces era recurrente encontrarlo hacia la mitad de la secuencia, justo antes de los técnicos que solían compartir un único plano de protagonismo. Esta concepción del último plano previo al comienzo del filme como el de más importancia se mantiene actualmente y se puede decir que presenta los mismos efectos de las firmas en la pintura: el artista inscribe su nombre en la obra y así asume la paternidad de la misma y se (re)afirma como parte indispensable del cuadro.

Durante todo este tiempo, los diseñadores de títulos no aparecían en los créditos que ellos habían trazado; se les trataba como artesanos intercambiables y hubo que esperar a 1948 y a la gran huelga impulsada por el sindicato de trabajadores para que lograran un avance laboral. Después de aquello, en 1949, surgió la STG, un sindicato del que formaban parte tanto los dibujantes de fondos para decorados o rótulos, como los diseñadores de títulos y a los artistas gráficos en general: “Antes de la huelgas estos profesionales se tenían que conformar con pertenecer a la Conference of Studio Onions (CSU) pero sus derechos y ya no digamos el reconocimiento a su trabajo se diluían en una asociación en la que eran los últimos de la fila”. (BONEU y SOLANA 2007: 60)

La única parte de la secuencia de títulos que realmente preocupaba al estudio, era el prestigioso logo del mismo. Hubo que esperar hasta mediados de los años 50 cuando directores de estatus independiente, aunque incorporados al estudio, decidieron invertir en el marco: en este sentido, Hitchcock (que comenzó en el mundo del cine como diseñador de títulos e intertítulos) y Preminger, fueron dos figuras clave en el auge de los títulos durante los años 60 y en la creación de un lenguaje originario propio del cine. El equipo

fílmico era cada vez mayor, las secuencias de créditos se alargaban y el diseño gráfico y la tipografía comenzaron a estar totalmente integrados en las mismas. La comunicación se transformó en narrativa y aparecieron los que aun hoy son considerados los tituladores más influyentes de la historia: Bass, Ferro, Binder y Brownjohn.

1.5. La firma de los tituladores

El auge de los títulos y los tituladores debe entenderse bajo el prisma de dos aspectos esenciales. Por un lado, los años 50 fueron los de la moderna American Way of Life: tras el paso por la Segunda Guerra Mundial los Estados Unidos se encontraron con una población creciente y una economía próspera. Ahí es donde un diseño gráfico más elaborado comenzó a cobrar importancia e introducirse en la publicidad, medios impresos y en múltiples recodos de la vida cotidiana. Por otro lado está la influencia de Lazslo Moholy Nagy y György Kepes en el Instituto del Diseño de Chicago. De esta forma, el modernismo europeo llegaba a los estudiantes en sus aspectos estéticos –eso sí, de manera más pragmática y visual que la funcional y teórica original- y con un marco ideológico ausente frente a una concepción comercial de los diseños.

Si bien se hablará con detenimiento de la importancia de Saul Bass más adelante, es necesario reseñar aquí la influencia de Kepes y su “The language of vision” en el titulado. Conceptos como la flexibilidad del texto, la organización rítmica y la sincronización espacial y temporal de la visión fueron clave para la creación de la que sería la primera obra cumbre del neoyorquino: “El hombre del brazo de oro” (1955). Preminger consiguió un presupuesto superior a lo habitual para realizar esta secuencia de títulos que sin innovaciones técnicas de por medio, permitió al director mostrar sus intenciones de realizar un film nuevo para una audiencia moderna. A Bass le influyen tanto los modernistas europeos como Picasso. Por primera vez los títulos se acercan más al mundo de las artes que al del marketing y todo ello sin dejar de estar un momento al servicio de la película.

Pablo Ferro sí introdujo técnicas novedosas como las basadas en el “quick cut” – donde imágenes estáticas cobraban velocidad y sonido- o en el “stop motion”. Su trabajo en los títulos de “El caso de Thomas Crown” (1968), asentado en las sofisticadas composiciones fotográficas de las revistas de moda y otros medios impresos, hizo que se replantearan varias secuencias del filme y las remontaran con la multipantalla que él había usado en los créditos. También fue uno de los grandes pioneros en el uso de tipografías en movimiento.

De un modo totalmente diferente, Maurice Binder, es el más famoso ejemplo de secuencias de títulos animadas con películas como “Charada” (1963) o “Dos en la carretera” (1967). Desde sus comienzos, la televisión había potenciado los diseños en dos dimensiones y el público vinculaba esas secuencias al nuevo medio. Binder aprovechó la aún escasa calidad de transmisión televisiva para apropiarse de la animación y vincularla al cine. En este sentido su gran aportación fue la de crear los títulos de “James Bond contra el Dr. No” (1962). A medio camino entre los cortos animados abstractos de Oskar Fischinger y el pop art, la secuencia inicial demostraba la superioridad de las posibilidades del cine frente a las de la televisión.

Robert Brownjohn continuaría la senda comenzada por Binder trabajando en las siguientes películas de James Bond. Según sus propias palabras, “en este tipo de películas los únicos temas con que trabajar son el sexo o la violencia. Yo escogí el sexo (...) Recordé que hace muchos años Moholy Nagy propuso proyectar anuncios en las nubes por la noche” (KING, 2006: 57). Los títulos de “Desde Rusia con amor” (1963) son textos proyectados sobre cuerpos de mujeres; los de “Goldfinger” (1964) van más allá proyectando imágenes en cuerpos pasivos. Brownjohn consigue así la perfecta comunión entre el arte y la vida integrados en una sola imagen, los títulos como marco que se encuentra efectivamente entre dos mundos y en los dos al mismo tiempo³⁶.

También en 1963, los títulos animados alcanzaron una cima difícilmente repetible: “La pantera rosa”, diseñados por Fitz Freleng. La historia es conocida por todos: una película donde la pantera rosa es un diamante decide presentarse con una secuencia de créditos donde la pantera es... una pantera. La protagonista de los títulos juega con los nombres de los técnicos, se apoya en los actores, escribe varias veces su propio nombre como parte del equipo y construye el título deconstruido³⁷. El éxito del filme y de la secuencia hizo que se construyese una serie de animación sobre la propia pantera y una marca de merchandising que aun hoy perdura desde las jugueterías hasta los supermercados. “La pantera rosa” es un caso insólito pero identificativo de la que tal vez sea la época más productiva para los títulos de crédito: el público había entrado en el juego³⁸.

³⁶ Robert Brownjohn ganó con sus títulos de “Goldfinger” (1964) el prestigioso premio Design and Art Director’s club Gold Medal consiguiendo así que unos créditos recibieran un premio de diseño importante por primera vez en la historia.

³⁷ The ink ant; The pink ant; The pink pant; The pink pant her y, finalmente, The pink panther

³⁸ El titulador adquiriría la condición de autor para años más tarde ser el autor quien adquiriese la condición de titulador: Godard con “Una mujer es una mujer” (1961) o “Pierrot el loco” (1965), Truffaut con “Fahrenheit 451” (1966) o Tati con “Mi tío” (1958) son algunos ejemplos de esto.

1.6. La revolución de la televisión

El auge de la televisión y la caída del cine también trajo otro tipo de consecuencias para los créditos filmicos.

“El cine se ubica en una historia que no es la historia del cine sino la de la representación visual de la que la primera no sería sino un capítulo. [...] Cada nueva tecnología que viene a redundar en mecánicas susceptibles de dar forma al sueño de la representación visual reubica las piezas del puzzle mediático” (ZUNZUNEGUI, 2000: 89)

Hasta entonces, los rótulos solían comprimir grandes dosis de información en la menor cantidad de carteles posibles. Hacia los años 70 los títulos comenzaron a dividirse en dos partes claras: la obertura y el roll final: “La primera daba la información estelar y actuaba como gancho o como clave musical para establecer el tono narrativo, y la segunda acostumbraba a ser un listado de todas las personas que habían participado en el film además de las acreditaciones musicales, patentes, marcas, copyrights, visados varios, etc. La primera era información necesaria y la segunda complementaria, dedicada sobre todo a cumplir con los sindicatos” (BONEU y SOLANA 2007: 16).

Así, el “The end” clásico, conciso y tajante, se convertía en una mentira para el nuevo cine. Con la inclusión de la secuencia final de créditos el marco se ampliaba, pero la verdadera razón de su existencia era mucho más práctica: facilitar la comercialización televisiva de las películas con unos créditos fácilmente amputables. También con la intención de captar la atención del televidente desde el comienzo, muchos ejemplos de esta época incluyen una secuencia pre-créditos o un comienzo sin créditos en absoluto³⁹. El marco del aparato de televisión recortó el marco del cine.

Aun con excepciones, a partir de los años 70 los títulos perdieron el uso del concepto que los grandes tituladores habían implantado.

“En la historia de las culturas aparece una dialéctica equilibradora vital para la sociedad. El desarrollo de las artes (...) se realiza con una regularidad alternante, movido por el dinamismo antagónico de la imagen que persigue la compensación de los excesos y desarreglos del momento anterior” (GARAGALZA, 1990: 70)

La televisión comenzaba a considerarse socialmente perjudicial, y el nuevo cine americano prefería fijarse en las técnicas exclusivamente cinematográficas alejándose de unos grafismos conquistados por la pequeña pantalla. Géneros míticos como el western o el musical entraban en declive. Títulos como “Bonnie & Clyde” (1967) o directores como

³⁹ Unos títulos tan imitados e identificables como los de “La guerra de las galaxias” (1977) diseñador por Dan Perri, consiguen implantar el marco literario del “érase una vez” en un diseño deudor de la serie B pero sin ningún tipo de mención al equipo en la secuencia de obertura.

Coppola o Woody Allen entendían que los títulos de crédito debían funcionar como empaquetado simple de sus obras. Abundaban los títulos sobrios y sin intención de convertir el texto en imagen⁴⁰.

1.7. La era digital

A mediados de los 80 la industria comenzó a cambiar lentamente y a introducirse en la llamada era digital. “Tron” (1982) fue la primera película con imágenes íntegras realizadas por ordenador, si bien sus títulos se reducían a letras verdes sobre fondo negro que remitían al sistema operativo MS-DOS. Así como el dominio de la televisión recortó la presencia de los títulos en las películas, serían las nuevas tecnologías las encargadas de resucitarla. La informática proponía un desarrollo de la gráfica en movimiento basado en la pictografía, la infografía o la fotocomposición. De esta forma se podían modificar imágenes (o generar unas sintéticas) en soportes informáticos, de una manera considerablemente creativa que acercaba la técnica al artista.

Títulos como “Se7en” (1995) de Kyle Cooper dieron lugar a una nueva generación de tituladores más prodigados en los ordenadores que en el cine. Hoy la publicidad, la informática, los nuevos formatos digitales, los video juegos, y posiblemente el 3-D, alteran los códigos del cine. En general, se ha llegado a un deconstructivismo gráfico plagado de homenajes y títulos sobre todo tipográficos con mayor o menor adorno conceptual. En la actualidad, los títulos son mayormente decididos por equipos de marketing especializados.

VII.2. INDICACIONES BÁSICAS DE LOS TÍTULOS DE CRÉDITO

La narración es el acto de convertir la historia en relato, y los créditos funcionan muchas veces como una forma de explicitar quién es el narrador u ofrecer una introducción a la trama. En “La golfa” (1931) Renoir realiza una presentación oral de la película por medio de una discusión entre marionetas (Damas y caballeros, es un honor representar antes Vds. un gran dama social (...) / Damas y caballeros, no le hagan caso. La

⁴⁰ También fue la época de los títulos superpuestos en la imagen fílmica, incluyendo la actividad así fuera del marco de referencia primario. “Consideremos la capacidad de los individuos para recibir mensajes diseñados para ser leídos, escuchados o comprendidos, pero sin distraer la atención prestada a la línea argumental. (...) Estos mensajes, al igual que las indicaciones direccionales, hay que manejarlos de manera disociada. Sin embargo, a diferencia de las indicaciones direccionales, no hacen referencia alguna a la línea argumental, ofreciendo, por tanto, una ilustración lo más clara posible sobre el modo en que la atención (y la cognición) puede escindirse” (GOFFMAN 2006: 224)

obra que van a ver no es ni un drama ni una comedia. No tiene moraleja, ni demuestra nada.). En “Lili Marleen” (1980), por ejemplo, se avisa de que “Ésta es la historia de una canción”. Es también el caso de “El espíritu de la colmena” (1973) donde el “Érase una vez” se integra en el dibujo de una pantalla de cine hecho por Ana Torrent para inmediatamente después pasar a indicar que la película transcurrirá “en un lugar de la meseta castellana hacia 1940”.

Más allá de su carácter introductorio y el “The “End” de clausura, los títulos de crédito suelen presentar un triple carácter: el de indicador de lugar, tiempo y temática fílmica. He aquí un breve repaso a esas tres funciones básicas (ver ANEXO 8).

2.1. Indicadores de lugar

Muchos títulos tienen la función de situar al espectador en el lugar donde transcurrirá la acción. De esta forma, ya desde el primer fotograma impreso, la audiencia recibe una impresión de realismo, se impiden posibles pérdidas en el contexto y se acepta la credibilidad de lo que vendrá.

“Por ejemplo en el western había diferencias dependiendo de si era del medio oeste (tipografía wanted), de las rocosas (tipografía rústica por ejemplo con troncos de árbol) o sureña desértica (tipografía a brocha sobre la pared encalada, por ejemplo) y otras si el asunto sucedía en la época de los pioneros (por ejemplo tipo Mohicanos).” (BONEU y SOLANA, 2007: 52-53)

“Casablanca” (1942) es un ejemplo de esto: el mapa de África nos sitúa en el país, mientras que la banda sonora comienza con unos ritmos árabes para acabar con los acordes de la marsellesa. Los títulos vienen a decir que esta historia transcurre en otro continente, en la Casablanca del título, pero los personajes son occidentales⁴¹.

También puede ocurrir todo lo contrario: El primer plano, por ejemplo, abstrae al plano de todas las coordenadas espaciales. En una película como “Repulsión” (1965) los ojos de Catherine Deneuve implican una decisión explícita de desorientar al espectador porque “frente a un rostro aislado, no percibimos el espacio. Nuestra sensación de espacio está abolida. Ante nosotros se abre una dimensión de otro orden” (BALASZ en DELEUZE, 1983: 142). También podría interpretarse como que el lugar donde transcurrirá toda la película será, efectivamente, dentro de la mente desequilibrada de la propia Deneuve.

⁴¹ “Un estado de cosas supone un espacio-tiempo determinado, coordenadas espacio-temporales, objetos y personas, y conexiones reales entre todos estos elementos” (DELEUZE 1983: 144)

Se ha de tener en cuenta que los términos espacio y lugar no son equivalentes. Es decir, los títulos pueden mostrar el lugar donde transcurrirá el filme porque éste es diegético y está directamente relacionado con el relato, pero el espacio filmico no puede ofrecerse directamente ya que se construye cognitiva y perceptivamente mediante las relaciones entre el filme y el contexto. Los títulos de crédito pueden indicar el lugar de la acción pero es su carácter de marco el que aspira a direccionar la mirada del espectador al interior o al exterior de sus bordes.

2.2. Indicadores de tiempo

El tiempo se contiene en el relato y será construido por el espectador como resultado de un ejercicio hermenéutico. Lo que los títulos de crédito pueden fundamentar es la época donde transcurrirá la trama del filme. En “Murieron con las botas puestas” (1941) los motivos visuales remiten a la época del General Custer y la secuencia de títulos acaba con un explicativo “West Point, 1857”. Normalmente todas las grandes superproducciones históricas del cine clásico explicitan el año en que transcurrirá la acción o explican datos significativos del contexto. En “Lo que el viento se llevó” (1939), por ejemplo, una nota situará al espectador en los conflictos básicos de la guerra civil. Explicitando la época ya desde el comienzo, el filme se asegura que el espectador irá bien encaminado en la interpretación de la historia.

El tiempo también puede ser mostrado desde una perspectiva más reflexiva: “Si una imagen que, por sí misma, no existe en modo temporal, puede sin embargo liberar un sentimiento de tiempo, es forzosamente porque el espectador participa y añade algo a la imagen. Nuestra hipótesis será que ese "algo" es un saber sobre la génesis de la imagen, sobre su modo de producción.” (AUMONT, 1992: 172). Una película como “Tiempos Modernos” no explicita el año en que transcurre pero sus títulos de crédito, integrados en el plano único de un reloj (y en un minuto exacto) dan a indicar que el lugar donde transcurrirá la acción es, precisamente, en el tiempo. Algo similar ocurre con el plano del aeropuerto en “La jetee” (1962): más allá de un zoom, la imagen carece de movimiento. Los títulos de crédito indican que la acción del filme transcurrirá en un tiempo detenido.

2.3. Indicador temático y de género

Tal como se ha mencionado en el apartado histórico, en muchas ocasiones los títulos de crédito definen el tema principal del filme o el género al que éste pertenece. De este modo, el espectador podrá aceptar desde la primera imagen cuáles son las reglas a las

que se enfrenta, y el creador podrá etiquetar su producto como parte de un mundo concreto.

“Aunque el término género se emplee normalmente para designar semejanzas de carácter exclusivamente semántico o sintáctico, sólo adquiere toda su fuerza cuando las semejanzas semánticas y sintácticas operan simultáneamente. (...) No es casual que los géneros cinematográficos más atractivos para el público y la crítica –el western, el musical, el cine de terror- hayan sido los que conjugan un elevado nivel de identificabilidad semántica y un elevado nivel de estabilidad sintáctica. Lo fascinante de estos géneros es el modo en que retienen una cierta estabilidad a lo largo de varias décadas, pese a las constantes variaciones de su semántica y sintaxis”. (ALTMAN, 2000: 129)

Los títulos dentro de un género cinematográfico suelen compartir una estructura similar basada tanto en objetos familiares o planos y sonidos reconocibles como un vocabulario común de nombres y adjetivos. Así, el western, por ejemplo, suele inscribir sus títulos en maderas (“Pasión de los fuertes”, 1946; “El hombre que mató a Liberty Valance”, 1962) o paisajes (“Fort Apache”, 1948; “La diligencia”, 1939) con títulos que incluyen palabras como río, montaña, frontera, pistolero, sangre o solitario⁴².

Otro ejemplo, esta vez de cine musical, serían los títulos de “Sombrero de Copa” (1935). La secuencia inicial muestra dos pares de pies masculinos y femeninos bailando prometiendo de este modo la promesa de asistir a un espectáculo de bailes. En esta ocasión el marco actúa de indicador de género y narrador, ya que todos los créditos vienen a decir que “Esto es un musical”.

⁴² Resulta curiosa la traducción de títulos española que hace que la tradición estadounidense de titular sus filmes con significados concretos (“Los buscadores”, “Mediodía”, “Doble indemnización”, “El Boulevard Sunset”, “My querida Clementine”) se vea reflejada en títulos mucho más alegóricos (“Centaurios del desierto”, “Sólo ante el peligro”, “Perdición”, “El crepúsculo de los dioses”, “Pasión de los fuertes”).