

El cine como espejo del diseño gráfico

Por Sebastián Vivarelli

Tipografías y actores, composición y puesta en escena: similitudes estructurales y conceptuales entre el cine y el diseño gráfico.

La composición gráfica y la puesta en escena, los actores y las tipografías, el color; son componentes comunes entre el cine y el diseño gráfico, cuyo análisis despierta una mirada intuitiva y metódica.

Composición

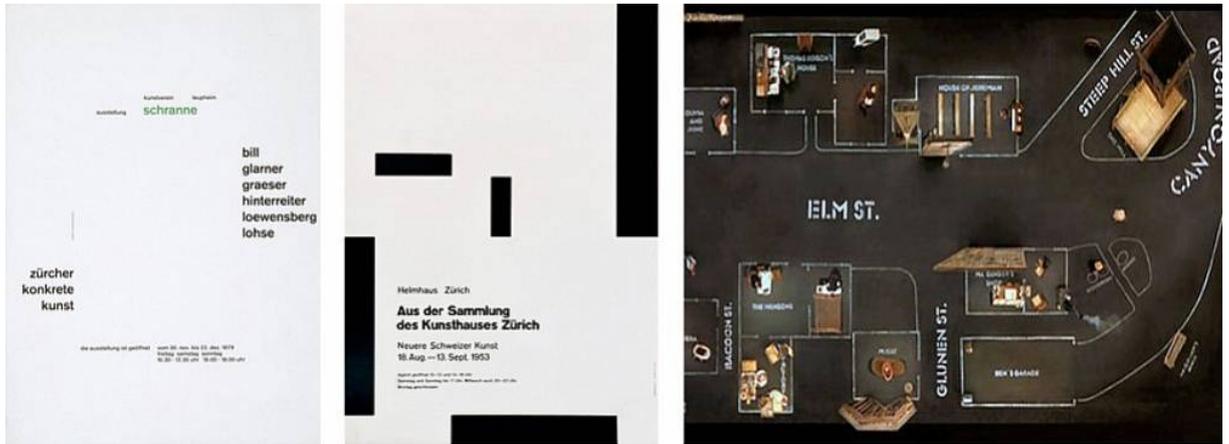
Si bien la alfabetización visual no se rige por reglas absolutas, se pueden programar las relaciones de los componentes del mensaje; es decir, su composición. Según D. A. Dondis (diseñadora y teórica estadounidense) este proceso «es el paso más importante en la resolución de un problema visual. Su resultado marca el propósito y significado de la declaración visual, teniendo incidencia en lo que recibe el espectador. Es la etapa donde el comunicador visual ejerce el control más fuerte sobre su trabajo, para así expresar el estado de ánimo total que la obra transmitirá».

«La composición es la subordinación funcional de los elementos en pos de un objetivo pictórico total».

Kandinsky

Son definiciones aplicables al análisis compositivo del cine y el diseño gráfico. En el cine mediante el estudio de sus fotogramas (imagen obtenida al pausar una película), conformados —al igual que las piezas gráficas— por elementos cuya disposición y características estético-formales responden al mensaje.

Seleccionar y ordenar componentes (imágenes/tipografías/escenografía/actores) implicará prefigurar (bocetos/*storyboards*) relaciones formales sobre un plano-soporte, definido por Kandinsky como «la superficie material destinada a abarcar el contenido de la obra». El tipo de composición, generará paisajes visuales que pueden moverse entre el orden regulado por grillas y el «caos ordenado», con todas las variables intermedias posibles.



Afiches de Müller-Brockmann y escena de *Dogville* de Lars von Trier.

Los clásicos diseños de Müller-Brockmann, definidos por el uso del blanco, los equilibrios y el ritmo, tienen como eje rector a la retícula. Situación que encuentra su paralelo en el film *Dogville*, donde el autor imagina una ciudad que prescinde de paredes y delimita sus zonas con líneas. Una «retícula» que ordena los espacios de interacción actoral.

En el lado opuesto se hallan los trabajos de David Carson y Vaughan Oliver. Sus diseños, saturados de información y ruido visual, generan infinidad de texturas, que, además de constituirse en doble de las cualidades del tacto y aportar a una experiencia sensitiva más rica (Dondis), conforman marca de autor. Esta estética guarda a su vez relación con el cine de David Lynch, como evidencia el corto *The alphabet*.¹ Todos estos ejemplos ilustran la mimesis recurrente entre ambas disciplinas.

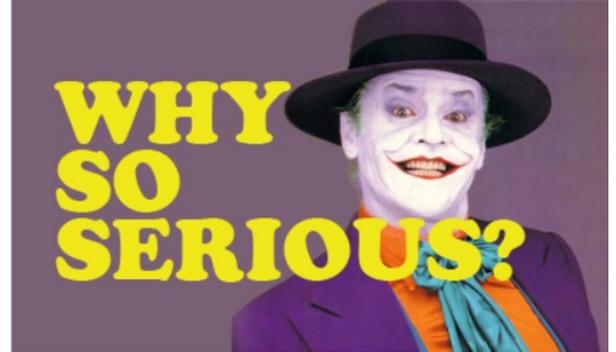


Diseño de Vaughan Oliver, portada de *Ray Gun* por David Carson y escena de *The alphabet*.

Casting tipográfico

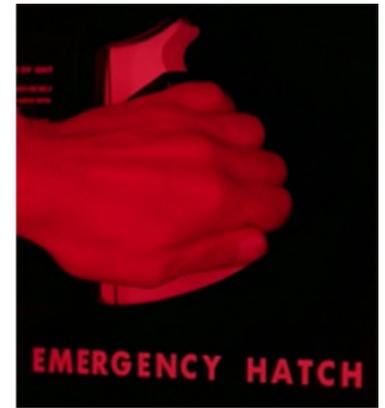
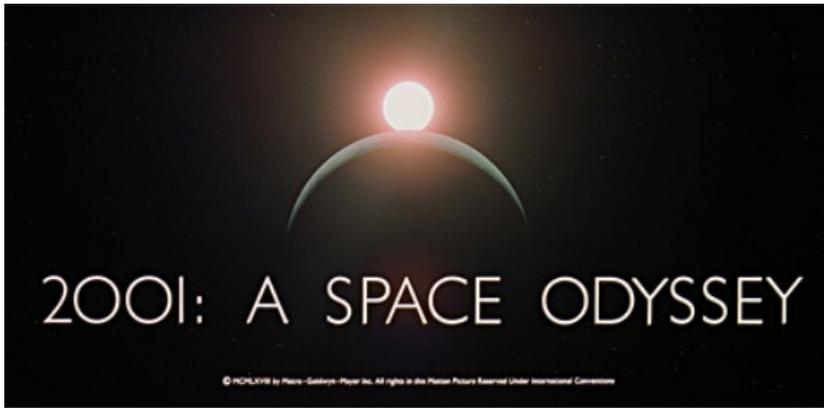
Así como algunos actores desarrollan una personalidad única, las tipografías poseen características formales que las dotan de identidad; un equivalente al «tono de voz». Hoy día es posible acceder —vía web— a *castings* inéditos de actores consagrados. Estas pruebas

—tanto individuales como en duplas— definen la correspondencia entre el perfil actoral y las necesidades del film. Situación trasladable a la elección y combinación (maridajes tipográficos/duplas actorales) de fuentes: al igual que en el cine, la concordancia de las tipografías con el tono de la pieza, potencia la eficacia del mensaje.



Como ejercicio, se podría imaginar qué fuente equivale al tono/personalidad de un actor: ¿Jim Carrey o el Joker de Jack Nicholson expresarían su locura con Cooper? ¿El *Terminator* de Schwarzenegger amenazaría con Helvética Black? ¿Gill Sans emularía la elegancia de Antony Hopkins? Simon Garfield, dotándola de rasgos humanos, define a esta fuente como «la más británica de las tipografías por su aspecto sobrio y orgulloso». El diseñador cumple entonces el rol de «director», cuya sensibilidad —sumada a la experiencia— incide en una mejor relación *casting*/diseño. Un claro ejemplo lo constituye el diseñador argentino Alejandro Ros, que recurre a un «elenco estable» tipográfico en sus diseños, compuesto por Futura, Garamond, Helvética y Bodoni.

Mas allá de metáforas antropomorfas, la tipografía aparece en el cine impresa en objetos, pantallas, carteles; situación que analizan sitios como *Typeset In The Future*.² En uno de sus casos de estudio (2001: A Space Odyssey), se expone una selección tipográfica (Gill Sans, Univers y Futura) acorde al paisaje visual aséptico del film, donde prevalecen los contrastes —el negro del universo y el blanco de las naves— y la síntesis visual. Como dato curioso, cabe destacar que los astronautas del *Apolo XI*, además de enclavar una bandera en la luna, dejaron una placa inscrita en mayúsculas Futura. Realidad y ficción fusionados por obra y gracia de la tipografía.



Tipografías usadas en *2001 A Space Odyssey* y placa del *Apolo XI*.

Clima cromático

El color, además de ser un componente emotivo, permite reforzar información, jerarquizar contenidos y generar identidad. Significa tanto por codificaciones sociales como por experiencias personales y subjetivas; de ahí su riqueza y complejidad.



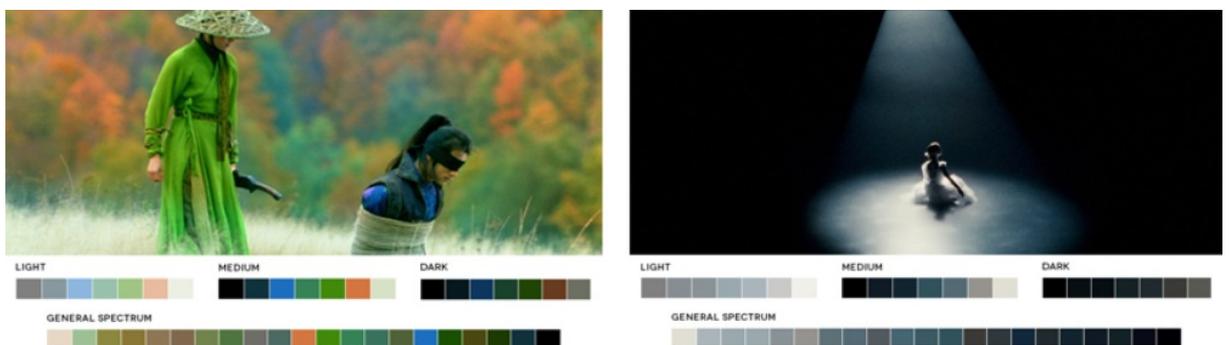
Diseño de Paul Rand para *IBM*, *Victory* de Fukuda y la cromática *kitsch* de Almodóvar.

En el cine, pocos autores utilizan el color como Almodóvar. Resulta tan difícil imaginar sus films sin esa paleta saturada, como los afiches de Shigeo Fukuda o los diseños de Paul Rand

para *IBM* sin sus fondos plenos. En el caso del cineasta, la gama, además de imprimir personalidad, refuerza el concepto *kitsch*; en los diseños de Fukuda y Rand, genera contrastes de figura-fondo que potencian la síntesis del mensaje, evitando el sobrediseño; contrastes cromáticos que son definidos por D. A. Dondis como:

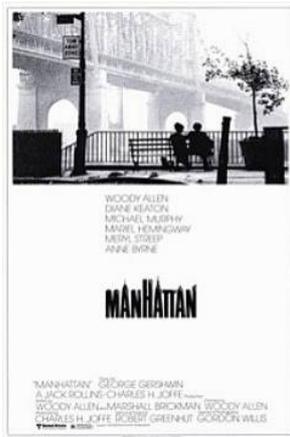
«una herramienta esencial en la estrategia de control de los elementos visuales y, en consecuencia del significado. Es al mismo tiempo un instrumento, una técnica y un concepto. [...] Es el aguzador de todo significado, el definidor básico de ideas».

La elección de determinados tonos define la «temperatura visual» de una película. Así lo documentan sitios como *Movies in color*,³ que cataloga paletas cromáticas (como sucede con el diseño de identidad corporativa) de escenas particulares; situación que se traslada al diseño, donde sitios como *Web Creme*⁴ posibilitan navegar diseños agrupados por colores.



Temperaturas cromáticas de los films según el sitio *Movies in color*.

Y así como la definición de un sistema cromático, la elección del blanco y negro implica una postura del autor frente a su obra. De hecho, muchos directores actuales –en una época dominada por el color y el 3D– lo eligen: *Manhattan* de Woody Allen o la reciente *The Artist*, por citar un par de ejemplos. Este tipo de decisiones ocurren en los carteles, no solo en cuanto al uso del color, sino también en cuanto al tratamiento tipográfico «retro». Por el contrario, películas silentes como *Viaje a la luna* de Meliés, han perdido algo de su identidad al ser cuando se coloreadas. El color nunca es neutral.



Afiches de *Manhattan* y *The Artist*, escena de *Viaje a la luna* de Meliès.

Conclusión

Buscar y analizar relaciones entre disciplinas enriquece la mirada profesional. En su libro *¿Qué es el Diseño de Información?*, Jorge Frascara destaca la búsqueda de conexiones nuevas en situaciones comunicacionales recurrentes. Quizá ese sea el punto de partida: observar con atención primaria el entorno visual para cultivar una nueva forma de mirar.

Publicado el 02/07/2014

1. Ver corto [The Alphabet](#) en Youtube.
2. Ver [2001 A Space Odyssey](#) en Typeset In The Future (en inglés).
3. Ver sitio [Movies In Color](#).
4. Ver sitio [Web Creme](#).

Bibliografía

- Donis A. Dondis, *La sintaxis de la imagen*, Colección GG Diseño, 2000 □.
- Simon Garfield, *Es mi tipo: Un libro sobre fuentes tipográficas*, Taurus Pensamiento, 2012.
- Wassily Kandinsky, *Punto y línea sobre el plano*, Rescates Need, 1998.



ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/el-cine-como-espejo-del-diseno-grafico>

