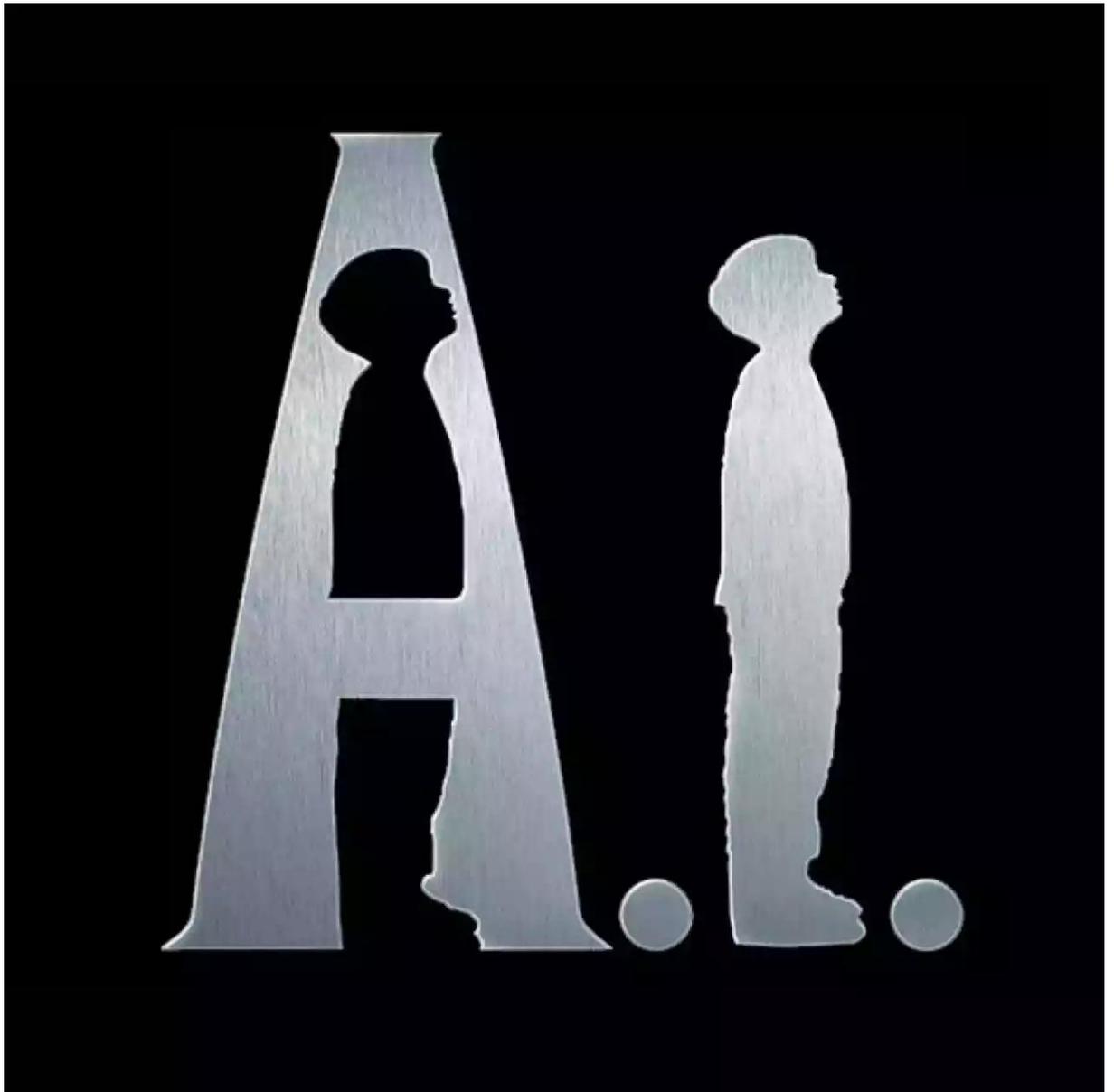


Recuerdos del futuro

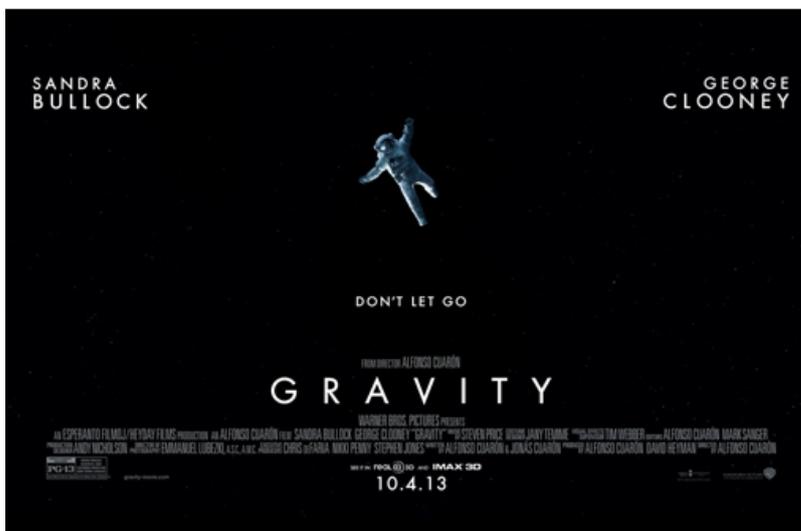
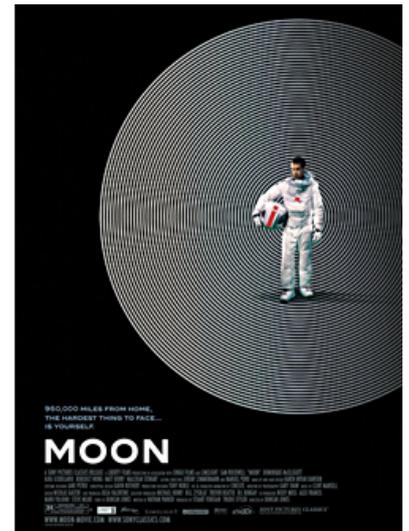
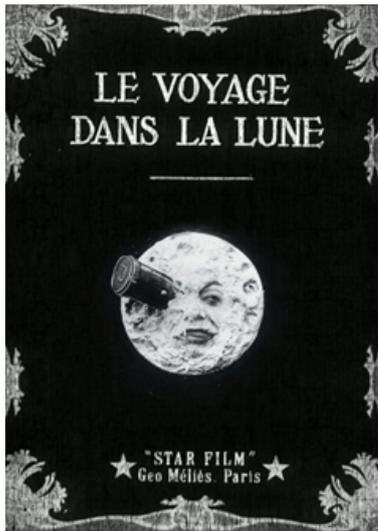
Por Sebastián Vivarelli

Mundos imaginados por el cine de ciencia ficción, fantasías devenidas cartel.



Planetas por explorar, vida extraterrestre, inteligencia artificial. Tópicos que despiertan la curiosidad, y que el cine con sus carteles convirtió en imagen.

Explorando mundos

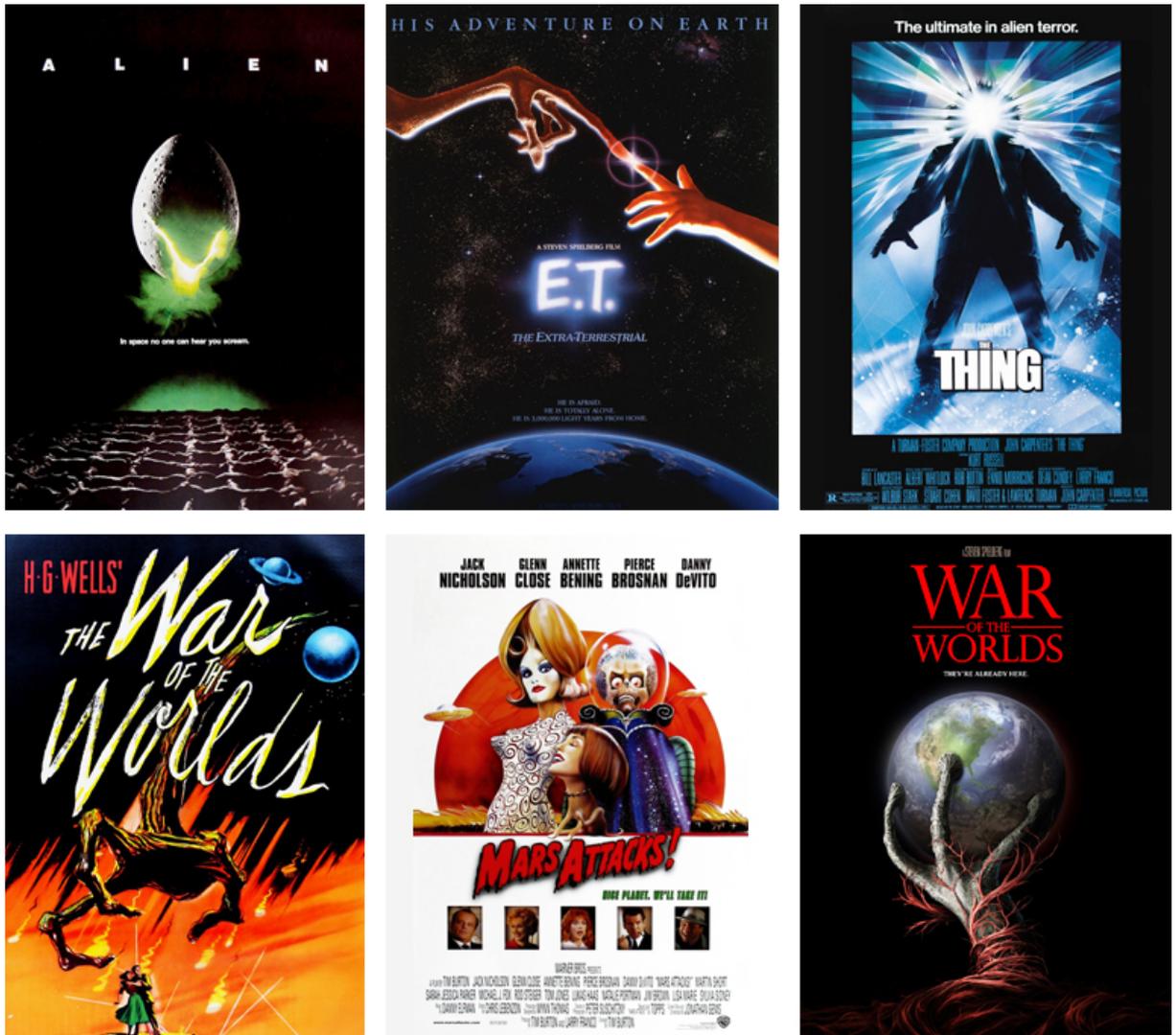


Desde el primer momento en que contempló las estrellas, el ser humano soñó con viajar a otros planetas. Georges Méliès, inspirado en las novelas de Julio Verne, fue pionero en llevar al cine esa imaginación en 1902 con su cinta *Trip to the Moon*, obra cumbre del séptimo arte. Este relato se asocia con la escena del cohete incrustado en la luna/rostro humano; imagen que, de tan icónica, se traslada a toda gráfica del *film*. Más actual, *Moon* también ubica la luna en el centro de su cartel, pero lo hace síntesis mediante, valiéndose de líneas concéntricas que a su vez producen un efecto moaré. La tipografía de palo seco para el título refuerza el ascetismo visual del conjunto.

Ese minimalismo se repite en el cartel alternativo de *Gravity*, donde el espacio es representado por un fondo de negro pleno. Ambos afiches destacan al protagonista principal de estos viajes: el astronauta. Un héroe individual moderno precedido por guerreros interestelares clásicos, como *Flash Gordon* y *Barbarella*, la sensual heroína que (culto al cuerpo mediante) es presentada como «La Reina de la Galaxia». En su afiche, que remite a las portadas de los *pulp magazines*, el erotismo ocupa, como en la trama, el centro de la escena. De ahí la ilustración hiperrealista de su figura, destacando las texturas del cuerpo y el

brillo metálico de las «fálicas» armas. Su nombre conlleva un tratamiento tipográfico que retomará *Star Wars* en sus créditos de inicio. Para no ser menos, el otro género tiene su representante: *Flash*, héroe que por diferencia de escala ocupa un segundo plano en el afiche, ya que se destaca, por tamaño y ubicación, al malvado Ming. El logo que «firma» la escena devendrá marca registrada, al punto de ser el elemento gráfico principal en la portada del OST compuesta por *Queen*.

Fauna extraterrestre

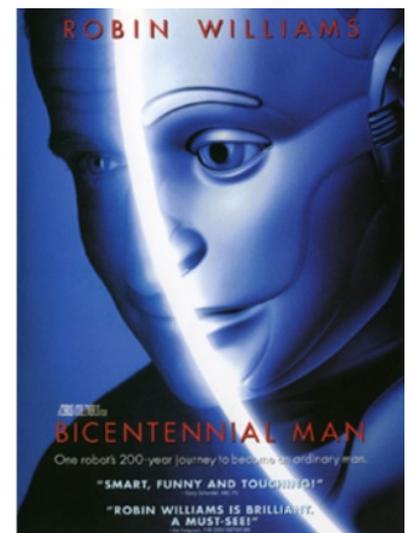
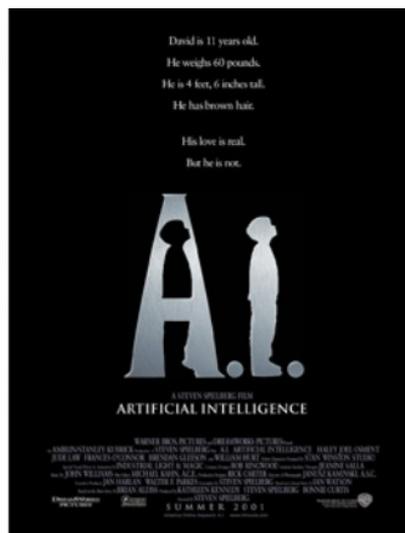


La eterna pregunta sigue sin respuesta: ¿hay vida extraterrestre? Aún no existen evidencias concretas, o si las hay, están bien custodiadas. El cine imaginó infinidad de *aliens*: dóciles y amigables, destructivos y belicosos, cada uno con su morfología y carácter particular. Algunos con formas definidas, otros mimetizados en cuerpos ajenos. Un amplio bestiario que incluye insectos gigantes, seres vegetales, simbiosis y monstruos interplanetarios.¹ Entre los más aterradores se encuentra sin dudas el *Alien* de Ridley Scott. Su afiche replica el clima del terror y suspenso del relato, que muestra al monstruo sólo en las escenas finales. La gráfica sugiere extrañeza, mostrando el capullo del que nacerá. El fondo negro remite al universo,

reforzando el sentido con la frase «En el espacio nadie te oírá gritar». Un todo visual que reproduce el clima asfixiante de la película.

En el extremo opuesto (el alienígena amigable) se halla el *E.T.* de Spielberg. Su cartel, impregnado de optimismo, promueve la «hermandad interplanetaria». Citando a la *Creación de Adán* de Miguel Angel, destaca el contacto de las manos rodeadas por un aura de luz. Otros films, como *Village of the Damned* o *The Thing*, con planteos argumentales más inteligentes y adultos, imaginan otro tipo de invasor: uno cuya forma responderá al cuerpo que usurpe, algo que genera extrañamiento en lo que antes era familiar. Si bien, quizá por pertenecer a distintas épocas, ambos cuentan una historia similar, recurren a distintas soluciones visuales: el primero, con una ilustración descriptiva y literal; el segundo con mayor economía de recursos, logrando una imagen más sugerente. Esta situación se repite en los afiches de *War of the Worlds* (1953/2005), que aun con distintos estilos, sintetizan la idea del invasor beligerante. *Mars Attacks!* elige otro camino: anticipa desde su gráfica el tono pop y el humor negro del film, valiéndose de imágenes que remiten al cine de los 50 y a la gráfica de los *comics*.

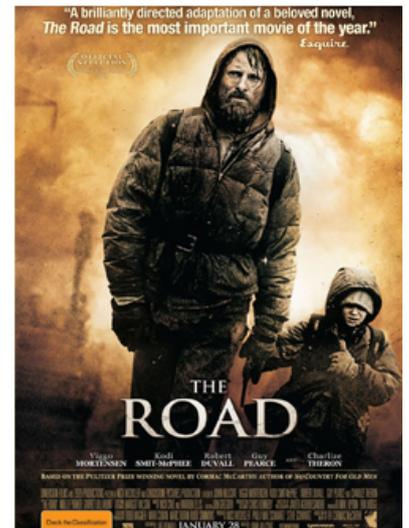
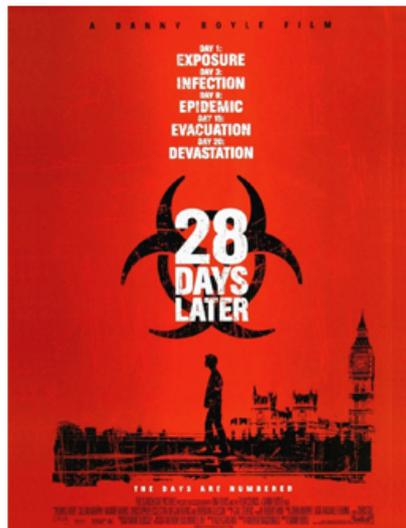
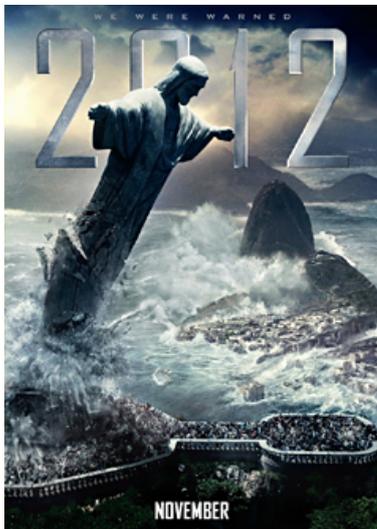
El hombre artificial



Sean autómatas, hombres-máquina, robots, estos seres tienen un denominador común: son fruto de la unión de la vida con la tecnología.² Referirse a su presencia en los inicios del cine, lleva a citar al *Golem*, cuyo nombre (que significa «materia amorfa») es dado a una estatua de arcilla capaz de cobrar vida.³ Su cartel, inscripto en el expresionismo alemán, destaca a la ciudad por sobre los personajes, solo sugeridos a pequeña escala: una escena donde priva la distorsión arquitectónica y las tipografías dibujadas a mano. Un paisaje onírico acorde al clima de la película. *Artificial Intelligence* es un claro ejemplo del uso de tipografías como imagen; plantea un juego positivo/negativo donde el contorno del niño/androide David dibuja el espacio interior de la letra A, completado con la figura que sugiere la I. *Bicentennial Man* representa el caso opuesto: un diseño sin sutilezas. Si bien acorde a la historia (un ser biotecnológico anhela convertirse en ser humano y solicita el rediseño de su cara para

expresar sentimientos), deja en un primer plano reconocible el rostro de Robin Williams fusionado con el robot. El resultado visual se somete a las demandas del *Star System*: los réditos económicos garantizados por un actor reconocido, por sobre las apuestas estéticas.

Apocalipsis ahora



Por «fin del mundo» léase «fin de la raza humana». Sus desencadenantes, de acuerdo a como los aborda el cine, pueden agruparse en: antes/durante (fenómenos climatológicos, asteroides) y después (holocaustos nucleares y pandemias descontroladas). Tanto *2012* como *The Day After Tomorrow* comunican el apocalipsis mediante la sinécdoque: sintetizan la civilización mostrando sus patrimonios culturales (la Estatua de la Libertad y el Cristo del Corcovado) arrasados por catástrofes climáticas. *Melancholia*, que narra el impacto de un asteroide con la Tierra, destaca la figura de una mujer vestida de novia, personaje de vital importancia, que en el *film* sostiene a su familia ante el inminente colapso del planeta. Una imagen sensual e inquietante, ya que el cuerpo, que aparenta estar de pie, flota sobre el agua sosteniendo un ramo de flores que sugiere tanto boda como funeral. Por su parte, *12 Monkeys* y *28 Days Later* abordan los efectos de pandemias. El afiche del primero se vale

sólo de un *graffiti*, logrando un resultado visual potente. El segundo, más explícito, agrupa un símbolo de contaminación, la silueta de Londres, donde transcurre la historia, y un detalle diario de los efectos del virus. Predominan los tonos rojos y las texturas *grunge*. La posapocalíptica *The Road* destaca a sus personajes principales: el padre y su hijo que recorrerán los restos de la civilización. La mirada del padre, los tonos ocres y el fondo difuso sugieren caos y destrucción.

Metrópolis



Detallar que su realización implicó 620 km de película, 25000 hombres y 250 niños⁴ sugiere la enorme dimensión de *Metrópolis*, magnificencia que se traslada al cartel, diseñado en 1926 por Heinz Schulz-Neudmann. Tal es su valor como objeto cultural, que uno de los cuatro originales existentes fue adquirido en 2005 por 690 mil dólares. Hoy está valuado en un millón. De los restantes, uno se encuentra en el MoMA de Nueva York y los demás están perdidos. En el póster conviven la arquitectura *art decó* de la monumental ciudad con el ya emblemático robot María, personaje clave de la historia. En la composición prevalecen la verticalidad y los tonos ocres/dorados, matizados con claroscuros. Debido a la trascendencia

cultural del *film*, declarado «Memoria del Mundo» por la Unesco, existen versiones alternativas del cartel. Aun con diversas temáticas coinciden en mostrar la arquitectura de la ciudad a veces fusionada con tipografías, el robot humanoide, la fuerza obrera como motor de la urbe y el laboratorio del científico Rotwang, donde se dará vida al androide. Párrafo aparte merece el logotipo de «Metrópolis», marca registrada que, aun por separado, remite inmediatamente al *film*.

Publicado el 10/09/2014

-
1. *Cine y Ciencia Ficción 1896/1973*, Luis Gasca, Editorial Planeta, 1975.
 2. Revista *El amante* número 148, *Especial Robots*, agosto 2004.
 3. *Cine y Ciencia Ficción 1896/1973*, Luis Gasca, Editorial Planeta, 1975.
 4. Revista *Haciendo cine* número 84, agosto 2008.

FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/recuerdos-del-futuro>

