Star Wars, la Fuerza visual

Por Sebastián Vivarelli

Un recorrido por el universo visual de Star Wars, a través de sus posters.

Terminó la saga *Star Wars*, pero hace mucho tiempo (en una galaxia muy lejana) un visionario profetizó: los coleccionables serán el futuro del consumo y la fidelización de fanáticos. Luego del gran suceso de La guerra de las galaxias –estrenada en 1977–, George Lucas resignó dinero a cambio de conservar derechos de *merchandising*. No se equivocó: los

productos relacionados con la saga recaudarían más de 5 billones de dólares. Los afiches, parte fundamental de ese mundo, quedan grabados en nuestras retinas. Y también en nuestros corazones.

La Guerra de las Galaxias (*Star Wars - A New Hope*, 1977)

Afiches de *Star Wars - A New Hope*, 1977.

«A long time ago in a galaxy far, far away…», la frase inicial de los icónicos títulos de apertura, se imprime en los afiches a modo de introducción. En los carteles priman las escenas de acción (naves, combates, explosiones) y la presentación de personajes. Luke y Leia (siempre de blanco, impolutos, ergo símbolos del Bien), destacan en el centro. La figura de Darth Vader –por contraste– luce oscura y amenazante, fusionada con el cosmos y la Estrella de la Muerte. Solo en uno de los posters gana protagonismo, remitiendo –involuntariamente– a una esfinge egipcia. Como detalle llamativo, el sable láser de Luke aún no tiene una forma definida, asemejándose más a una espada clásica con luz. El logotipo de Star Wars –en escorzo como las letras de la introducción– firma las piezas, sellando la marca de la futura saga.

El Imperio contraataca (*The Empire Strikes Back*, 1980)

Afiches de *The Empire Strikes Back*, 1980

«The Star Wars saga continues», reza la leynda que anuncia la secuela. Para muchos, el

mejor film de la saga: oscuro, trágico, adulto. Darth Vader –de los mejores villanos del cine– gana protagonismo visual. Su diseño (sobre todo el casco) lo torna reconocible de inmediato; razón por la cual ocupa todo un cartel, anticipando su peso en la trama. A diferencia de la primera película, la historia de amor que destaca es la de Leia y Han Solo: se los ve cercanos, insinuantes, enamorados. El predominio de fondos blancos, anticipa uno de los escenarios bélicos: el planeta helado de Hoth. El logotipo deja en segundo plano la palabra Star Wars, para destacar *The Empire Strikes Back*. Lógica que se repetirá en la siguiente entrega.

El regreso del Jedi (*Return of the Jedi*, 1983)

Afiches de *Return of the Jedi*, 1983

El título es claro: regresa el Jedi, el Bien triunfará. Por primera vez, se dedica un póster al sable de luz de Luke Skywalker. Dos manos lo sostienen, mientras surca –e ilumina– el

universo. La división del espacio en partes iguales –sumado a la vertical perfecta– connotan el equilibrio Jedi. Además de las típicas presentaciones de personajes (se suman Jabba the Hutt y los «simpáticos» Ewoks), se enfatiza el duelo entre Luke y Darth Vader, central en el film. El póster con la figura de Vader fundida a rojo, es el que mejor sintetiza el clima del duelo. La explosión de la Estrella de la muerte también ocupa un lugar destacado, acorde al desenlace de la historia.

La amenaza fantasma (*The Phantom Menace*, 1999)

Afiches de *The Phantom Menace*, 1999

La tan cuestionada –con razón– precuela de George Lucas, incluye al mejor póster de la saga: con un poder de síntesis notable y una estética cuidada, el joven Anakin Skywalker proyecta la sombra de su futuro: Darth Vader. Otra pieza lograda muestra al villano Darth Maul,

destacando con inteligencia (zoom del rostro) su rasgo más llamativo. Sumando una puesta tipográfica elegante compuesta en mayúsculas. Otro detalle presente son las carreras de *pods*, bautismo de fuego del joven Anakin: «la prueba definitiva de valentía y habilidad de Tatooine». En esta entrega, surge el concepto de sistema visual: afiches donde se sostiene la estructura general, con sutiles cambios cromáticos y de personajes.

El ataque de los clones (*Attack of the Clones*, 2002)

Afiches de *Attack of the Clones*, 2002

Qué decir de piezas visuales tan pobres, de escaso vuelo creativo (¡esos brillos!, ¿por qué?). Uno de los posters es la típica presentación coral de personajes. El otro, muestra una escena propia de un drama edulcorado (del tipo telenovelas de la tarde): Anakin Skywalker y Padmé Amidala se dan la espalda, las miradas se distancian. Amor en penumbras. Conclusión: la fuerza creativa abandonó estos carteles.

La venganza de los Sith (*Revenge of the Sith, 2005)*

Afiches de *Revenge of the Sith*, 2002

La pobreza gráfica de *Attack of the Clones* era fácil de superar. En esta película, los diseños son más logrados. Y hasta se permiten jugar con el humor (toda una novedad): Darth Vader, extiende su mano amenazante y pregunta *«Who's your daddy?»*. Lo que traducido sería: «Quién es tu papito?». Con posters individuales, se explotan rasgos identitarios de cada personaje: Yoda (cuya estética recuerda a The Matrix), el General Grievous, un Clone trooper. Como resultado, los afiches lucen potentes y de gran consistencia visual. La pelea entre Obi-Wan y Vader sobre un fondo de fuego constituye otro punto visual alto.

El despertar de la Fuerza(*The Force Awakens*, 2015)

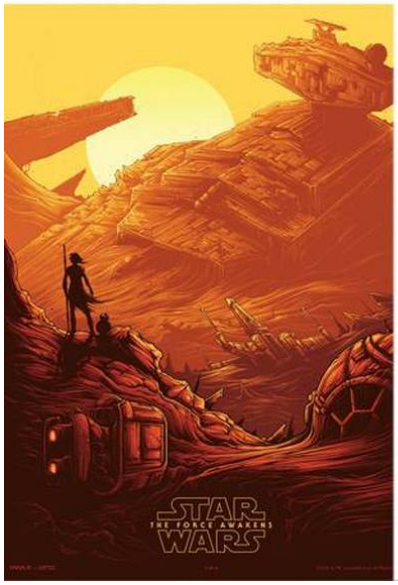
Afiches de *The Force Awakens*, 2015

Regresan Han Solo y la Princesa Leia, los originales: Harrison Ford y Carrie Fisher. Apuesta fuerte que apela a la nostalgia y (re)conecta con los fans de la «vieja saga». De ahí los primeros planos de sus rostros en los afiches. El paso de los años, reflejado en las fotografías, suma capas de emotividad. Otra novedad son los posters ilustrados (son tiempos de Pinterest), donde se explota el concepto de *teaser poster*: carteles de adelanto. Piezas que sugieren, sin revelar demasiada información sobre trama o personajes.

STAR WARS
THE FORCE AWAKENS

STAR WARS
THE FORCE AWAKENS

STAR WARS
THE FORCE AWAKENS


STAR WARS
THE FORCE AWAKENS

STAR WARS
THE FORCE AWAKENS
DECEMBER

COMING TO YOUR GALAXY THIS WINTER.
STAR WARS
THE FORCE AWAKENS

Otra novedad son las piezas apaisadas, cuyas imágenes responden al formato. Lejos de ser una solución decorativa, las escenas aprovechan el espacio, llenando el plano de tensión y utilizando el fuera de campo.

Los últimos Jedi (*The Last Jedi*, 2017)

Afiches de *The Last Jedi*, 2017

Las piezas destacan a Luke, Leia y Rey, reforzando el concepto de herencia o legado Jedi. Algo que se refleja –sutilmente– en las imágenes de Luke y Rey, compuestas a modo de espejo. La economía cromática (rojo y blanco) logra un gran impacto visual, guardando relación con escenas del film donde predominan esos colores.

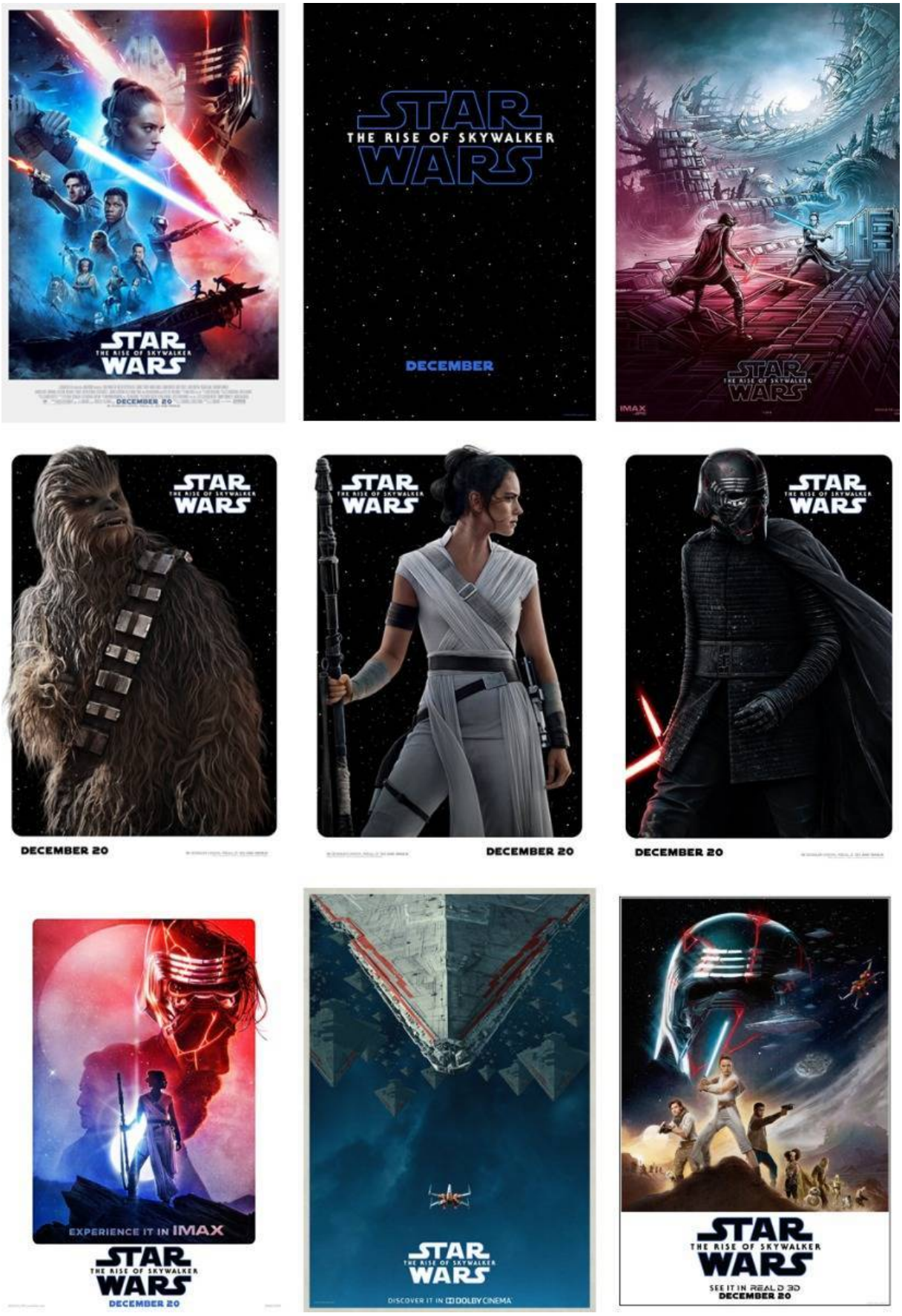
Afiches de *The Last Jedi*, 2017

Aparecen los posters minimalistas. Muestran (sobre fondos de color pleno) personajes nuevos (BB-8, Porg), clásicos (C-3PO, R2-D2) naves (Caza TIE, Caza estelar X-wing, El Halcón Milenario) y hasta elementos (cascos de combate).

Afiches de *The Last Jedi*, 2017

El concepto de legado se repite, pero con otro concepto visual: los pares. La «vieja generación» aparece como fondo (presencia cuasi fantasmal, etérea) remitiendo a la «voz de la conciencia». Los jóvenes –el futuro– por delante. El legado Jedi continuará.

El Ascenso de Skywalker (*The Rise of Skywalker*, 2019)



Afiches de *The Rise of Skywalker*, 2019

A modo de cierre visual de la saga, los carteles de Star Wars: The Rise of Skywalker compilan

los recursos visuales más variados: ilustración retro, presentación coral e individual de personajes, posters tipográficos. Cada uno de ellos, a su vez, dialoga con carteles de los films anteriores. Como si, a modo de despedida, nos dijeran que todo el universo Star Wars cabe en una imagen eterna.

Publicado el 12/07/2021

Fuentes:

- Enciclopedia visual Star Wars
- Revista *Haciendo cine* Nº 47, Especial Star Wars, Mayo de 2005.

FOROALFA

ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/star-wars-la-fuerza-visual