

El afiche de cine como emergente socio-cultural.

Valeria Melon

1. Antecedentes

El afiche como pieza gráfica tiene características muy particulares ya que está en permanente interacción con la vida y el desarrollo socio-cultural del ámbito y el hábitat en el que se inscribe. Según Alain Weill, director del Festival de Afiches de Chaumont, Francia “el afiche cultural ha fascinado a diseñadores, ilustradores, fotógrafos y artistas de todas las épocas como médium a través del cual cristalizar los deseos, los sueños, las realidades y aspiraciones de una determinada sociedad”. Antes Imagen constitutiva del paisaje visual y de la realidad, ahora pieza de museo, testigo del devenir del tiempo y de la historia.

2. Proyecto en el aula

Bajo esta perspectiva, la elección de “El afiche cultural de cine” como eje temático del proyecto en el aula, de la materia Introducción a la investigación surgió como emergente de la historia, tanto de las corrientes estéticas, las prácticas profesionales, el desarrollo tecnológico, como los contextos socio-políticos del diseño argentino de 1960 hasta nuestros días.

Las propuestas de abordaje de los alumnos fueron tan variadas como interesantes.

1960/ 70

- “El recurso del Star-System y su relación con la gráfica de los afiches” .

1970/ 80

- “La tipografía como recurso retórico en el afiche de cine. Influencia de las vanguardias europeas y los movimientos argentinos”.

1980/ 90

- “La vuelta a la democracia y los recursos gráficos del afiche de cine de principios de los 80. La apropiación del espacio público”.

1990/2003

- “Uso y abuso de recursos digitales en el afiche de cine actual. Analógico vs. Digital”

La propuesta pedagógica estuvo orientada a promover en el alumno ingresante, la inquietud acerca de la historia, el valor y la práctica de su futura profesión; incitando la curiosidad y el interés personal en la búsqueda del recorte y de los referentes que tomaría para el estudio.

A lo largo del cuatrimestre y con la incorporación de la metodología científica, los proyectos comenzaron a estructurarse en objetivos, a justificar su relevancia y a fundamentarse a través del marco teórico; para finalmente arribar a la formulación de hipótesis.

El trabajo de campo fue sistematizado a partir de la elección y diseño de los instrumentos de recolección: revisión de la literatura (Fichas), encuestas (formularios), entrevistas en profundidad y análisis de contenidos (en este caso observación de imágenes ya sean de fuentes bibliográficas como de archivos propios de imágenes tomadas de la vía pública).

3. Conclusiones

Hipótesis 1: El recurso del star-system se mantuvo vigente durante los últimos 50 años, afectando al diseño de afiches, más allá de los pequeños cambios introducidos por corrientes de vanguardia como el nuevo cine y el cine independiente.

El star-system se basa en la noción de “estrella” una categoría intermedia entre el actor y el personaje. La influencia de este recurso cinematográfico fue tan potente, que alteró definitivamente la indagación gráfica en el afiche de cine ya que consiste básicamente en que la imagen del actor o actores principales es lo único que domina la escena, en la pieza de difusión. Un claro ejemplo de se da en el Instituto Di Tella, donde el departamento de diseño dirigido por Juan Carlos Distéfano, máximo exponente de la experimentación gráfica de la época, prestó poca o nula atención al diseño de afiches cinematográficos, prefiriendo otras expresiones artísticas como la plástica, el teatro e incluso la fotografía. Esta influencia se puede observar incluso hoy en día en afiches de cine argentino más recientes: “Un oso rojo”, “Kamchatka” o “Lugares Comunes” donde la imagen preponderante del afiche es el rostro o la figura de los actores principales.

Hipótesis 2: Los cambios introducidos en el tratamiento tipográfico a partir de las vanguardias europeas de principio de siglo XX, influyeron directamente sobre el diseño de afiches de cine en la década del 60 y 70.

Al observar afiches de cine producidos en la argentina en la década del 60, descubrimos un cambio radical en cuanto al tratamiento de la tipografía con respecto a los realizados en décadas anteriores. Al carecer la Argentina de una larga trayectoria en la cultura de la letra, se tomaban como referencia los trabajos y metodología empleados por los suizos (Ulm / Nueva Tipografía) y los alemanes (Bauhaus). Es por eso que comienzan a aparecer en el país afiches puramente tipográficos. Se comienza a trabajar la optimización de la legibilidad, con la incorporación de tipografías de palo seco para los textos secundarios y un aumento significativo en el tamaño de los tipos en los textos principales. También el tratamiento del color varió drásticamente incorporándose las tintas saturadas, planas, sin medios tonos y con fuertes contrastes. La geometría se adueñó de las composiciones, la fotografía era tratada en alto contraste y la letra comenzó a adquirir volumen.

Sin embargo el proceso de incorporación de estos cambios no se produjo como una sucesión de etapas internamente coherentes y homogéneas. La adopción de las tendencias visuales no fue una réplica tardía de lo que sucedía en Europa, pero tampoco permitió en el corto tiempo adaptar estos rasgos a una impronta local. El resultado muchas veces presentaba una hibridez de estilo apoyada presuntamente por el gusto popular y la pluralidad de las influencias devenidas de los fuertes flujos inmigratorios que caracterizaron a la primera mitad del siglo XX en la Argentina.

Hipótesis 3: El paso de la dictadura militar a la democracia, dada cierta explosión en la libertad de expresión, repercutió en el diseño de los afiches cinematográficos de la década del '80.

La situación política y social particular de la argentina de postguerra y la posterior restauración de la democracia, generó importantes cambios en la representación gráfica urbana, teniendo como principal referente a los afiches cultura-

les y políticos de la época.

En el afiche de cine, particularmente, se ponía el acento en los aspectos sociales y humanos tanto como en los propiamente bélicos: censura, represión, guerra, libertad de expresión, reclamo por los derechos humanos, etc. Con respecto al color, el negro, blanco y rojo fueron predominantes. El negro asociado con la muerte. El rojo, simbolizando la violencia vital, relacionado con el fuego y la sangre y el blanco, para expresar la paz, la inocencia, el frío y la pureza.

En tiempos de guerra también era notable la preponderancia del verde, en un amplio espectro de variaciones y desaturación.

Las imágenes tenían más protagonismo que la tipografía. Estas eran hiperrealistas, tanto fotografías como ilustraciones o collage.

Hipótesis 4: Los avances tecnológicos produjeron un cambio positivo en cuanto a la creatividad de los afiches de cine argentino en la década del 90.

De los datos arrojados por la investigación se puede observar que los afiches argentinos en la última década, expandieron los límites del diseño, proponiendo nuevas alternativas de estética y desarrollo, vinculados al auge de la tecnología. Sin embargo este proceso no fue fácil. La incorporación de interfaces digitales en los procesos de producción e impresión de afiches, facilitó en forma revolucionaria la capacidad de tratamiento y procesado, permitiendo a cualquier profesional técnicamente formado la manipulación y alteración sensible de la materia prima visual. Sin embargo rápidamente se pudo observar que las piezas gráficas comenzaban a parecerse peligrosamente entre sí, revelando las limitaciones que el mal uso de la tecnología o la falta de motivación creativa comenzaban a producir.

Otro importante cambio fue la experimentación tipográfica que permitió tanto la fácil adquisición de familias digitales (a través de la interface TrueType) como los programas de creación y edición de nuevas fuentes.

En los últimos años se observa una técnica mixta que suma a los procesos digitales, fotografía analógica, ilustración o texto manuscrito, en una interesante búsqueda de un lenguaje visual singularizado y más subjetivo.

Recuperemos el oficio.

Carlos Menéndez

Cuando en 1841 a un norteamericano se le ocurrió producir los avisos de sus anunciantes, por supuesto, no podía haber imaginado nunca como los estamos realizando hoy.

¿Por qué me remonto a aquellas épocas? Simplemente porque me imagino lo que significó poder llevar a cabo aquellas producciones y lo trabajoso que pudo haber resultado producir un aviso. Teniendo en cuenta que hasta no hace mucho, era casi todo manual, a diferencia de hoy que contamos con herramientas como para lograr una mayor perfección, sin negar su absoluta eficiencia, no estoy de acuerdo con la forma de utilizarlas. Me animo a decir que, en muchos casos, la herramienta usa al operador y no el operador a la herramienta. La tecnología no suplantaré jamás al gesto creativo, este es imprescindible antes de llegar al proceso tecnológico. Me refiero en especial a la sensibilidad necesaria de todo creativo,

sobretudo el gráfico, para, por ejemplo: seleccionar una familia tipográfica, hacer que el espaciado entre letras concuerde con la idea o la estética del aviso, dejar los blancos adecuados, etcétera. En suma, el oficio.

Cuando en otras épocas dibujábamos las letras, las conocíamos profundamente, nos íbamos encariñando con ellas, con su elegancia, con la armonía de sus formas, con los detalles de cada familia. Esto significaba el mejor aprovechamiento estético de las mismas a la hora de diseñar un título o un copy.

De ningún modo pretendo volver al lápiz y a los pinceles, mi deseo es que los nuevos creativos, y particularmente los directores de arte, entiendan que deben usar al ordenador (como lo denominan en España) y no dejarse usar por él.

Nancy Rice, directora de arte norteamericana, dijo: «Creo que el Director de Arte debe pasar una cantidad razonable de tiempo pensando cómo obtener una idea, antes que gastar un montón de tiempo con la computadora. Si no podés plasmarlo con un lápiz 2B probablemente no sea una buena idea.»

Por la década del '70 un gran director de arte primero y luego magnífico director creativo, incrustó, sí incrustó el acento dentro de la letra, eso fue un rasgo creativo de personalidad y audacia, recurso muy válido por cierto, para lograr el efecto y la estética deseados.

La tecnología pone a disposición de los directores de artes elementos ya construidos que les impiden intervenir con su propio estilo o aporte. El hecho de que las tipografías –por ejemplo- ya estén incluidas en el programa, que no se necesite dibujarlas o pegarlas, impone una distancia que si no se rompe, reduce la iniciativa personal. Escribimos un texto y lo aplicamos como el programa lo determina, sin saber que podemos intervenir más allá de esa determinación, tocar, romper, subir, bajar, agrandar. Si el programa hace las cosas de una manera eso no significa que no se puedan crear maneras nuevas de hacerlo. Eso es justamente lo que sucedió en el caso del acento incrustado.

Hace tiempo en general los redactores provenían del periodismo y los directores de arte de la Academia de Bellas Artes, así se fueron formando en el oficio. Aquel director de arte podía plantar un story board, un pack de producto o un título con solvencia. No es necesario volver a la Academia de Bellas Artes para ser director de arte, pero sí deberíamos formar exhaustivamente a tales creativos.

Trabajar cómodos, tal lo que la tecnología nos permite, debiera servirnos para intentar nuevas cosas, para crear más y no para conformarnos con lo que ya está hecho. Ahí es donde cada director de arte debe tener la suficiente lucidez, para aprovechar al máximo las posibilidades de sus herramientas y las de su mente. Tratando de establecer un paralelo, imaginemos que al inventarse la fotografía todos los fotógrafos se hubiesen conformado con la forma en que la luz fue captada por la cámara y no se hubiesen permitido crear sus propias luces, como desde siempre hicieron los pintores. Pero un día, alguien decidió cerrar un poco el diafragma, o exponer un poco más a la hora de revelar, y lo que estaba determinado por la cámara fue cambiado por la creatividad personal. Esa misma libertad, esa misma curiosidad por modificar lo que nos viene dado es el oficio que proponemos recuperar.