

Creo que la paleta de colores, el rojo, negro y gris siempre han sido una combinación esencial en el diseño moderno. También creo que es importante su conexión con el pasado. Tiene referentes de la cultura pop de los años 50 y de un famoso diseñador de esa época: Saul Bass.

La paleta cromática de este cartel se reduce a cuatro colores: los neutros negro, blanco y gris (Wong, 1992), y el cálido rojo. Este último se emplea, entre otras cosas, para crear acentos: el *11* de la imagen es rojo (el único elemento rojo de la imagen; es decir, del plano icónico), y así mismo aparece el rojo en la tipografía de los textos, para marcar, para acentuar: primero el día de la fecha de estreno, el *07*, que, aprovechando la forma de escribir las fechas en inglés, aparece en el centro en rojo, escoltado por el mes, *12*, y el año, *01* (2001), en negro; y después el *tagline*, que está todo en rojo.

El resto de los textos, como ya hemos señalado, aparecen en negro. El negro, que es el color predominante en las figuras (el otro color en ellas es el blanco). El gris es el color de las sombras, un color más que suficiente sobre el fondo blanco para aludir al pasado.

Las figuras, que avanzan en diagonal, aparecen recortadas: la primera desde el pecho, y a medida que se avanza hacia atrás, efecto del encuadre y la perspectiva, se va haciendo más bajo. Lo importante aquí es la imposibilidad de identificar las figuras.

El fondo blanco, ese espacio negativo, es aún más esquemático que las figuras, y centra toda la atención en estas. A esto ayuda, entre otras cosas, el ángulo de la imagen: un picado.

Este picado junto con la disposición diagonal del avance (que aporta dinamismo), reforzada por las líneas del *11*, logra centrar la atención sobre la acción

que se realiza. Así, la importancia o la mayor relevancia recae sobre el camino, esa entrada al casino que representa el *11*, acento gráfico y alfombra.

Analizar la perspectiva. El *11* marca el eje diagonal del cartel. Las figuras posterizadas avanzan en ese eje. El cambio de tamaño de las figuras simula la perspectiva.

Todo en la imagen —poses de caminata, la disposición en el eje de la diagonal que va del ángulo superior izquierdo al ángulo inferior derecho, la ilusión de perspectiva significada con el escorzo del *11* y el tamaño de las figuras posterizadas— apunta al movimiento. Y más aún al movimiento hacia una entrada. Encima, las figuras muestran una seguridad, una confianza en sí mismas, que caracteriza las personalidades de los personajes en la película. No otra cosa que calma y seguridad expresan esos movimientos pausados, dado que las poses de la caminata son muy moderadas, los pies apenas despegan del suelo, la primera figura camina con su mano derecha en un bolsillo del pantalón, la que está a su derecha —cuadrícula del ángulo superior derecho— muestra un movimiento mesurado de su brazo derecho. En fin, no hay movimientos bruscos, sino todos los signos de la caminata flemática de una pandilla (tal vez sería mejor llamarle panda, para aprovechar al menos dos de las acepciones de este término que aquí son muy pertinentes: la de ‘pandilla’ y la de algo ‘que se mueve lentamente, como los ríos cuando van por tierra llana’ —Real Academia Española, s.f., definiciones 2 y 9—) heroica. Como un paseo. No hay dramatismo, sino absoluta seguridad, confianza en su infalibilidad, como si ya antes de trasponer la entrada del casino significada por esa alfombra que es el *11* hubieran vencido. Y esta impresión es reforzada, además, por el hecho de que las figuras aparezcan moviéndose en la diagonal que señalamos más arriba, porque, como ya vimos anteriormente, esta diagonal “crea un efecto de pasividad” (Lotman, 1996, p. 24).

3.7.4 Análisis del Equilibrio de la Composición

Este cartel fue seleccionado por la revista *Entertainment Weekly* como uno de los clásicos de los últimos 25 años, y fue escogido además por esta misma publicación como uno de los cinco afiches perfectos en atención a su integridad artística, así como al hecho de haberle dado a la película *Ocean's Eleven* (*La gran estafa*, 2001) una identidad única y contemporánea, y de lo que quizá sea lo más trascendente: haber establecido una tendencia (Ciuffardi, 2008).

“Hicieron una categoría aparte para los cinco afiches perfectos y el de *Ocean's Eleven* estuvo entre ellos por un balance de cualidades: integridad artística, establecer una tendencia y darle a la película una personalidad única con un toque contemporáneo”. Pero veamos algunos elementos fundamentales del equilibrio dinámico que presenta la composición de este cartel.

Siguiendo la regla de los tercios, todas las figuras posterizadas se concentran en el tercio superior del cartel y el *11* abarca casi la totalidad de los otros dos tercios horizontales —el central y el inferior—, exceptuando una cuadrícula, la del ángulo inferior izquierdo (ver Figura 53). Así vemos que se cumple eso que postula Villafañe (2006, p. 178) de que

si en una imagen un elemento tiene determinado peso visual, para contrapesarlo y conseguir el equilibrio habrá que situar otro elemento de un peso similar en una zona adecuada del plano original; este segundo elemento no debe ser necesariamente figurativo.

En este caso, las figuras posterizadas y el *11* se contrapesan visualmente en el mismo eje diagonal, algo a lo que ayudan sus elementos plásticos: el contraste entre el color negro de las primeras y el color rojo del segundo, así como el hecho de que las primeras sean elementos icónicos, mientras el segundo es un símbolo matemático, no icónico, aunque por su forma y su posición a los pies de las figuras

posterizadas asuma cierto estatuto icónico al representar las alfombras rojas tan usuales en los casinos de Las Vegas (ver Figura 52).

3.7.5 Comprensión de la Categoría Fílmica de la Obra a través de los Elementos Utilizados para la Composición del Cartel de Cine

Como hemos visto, los elementos que forman parte de este cartel revelan suficientemente el género de la producción cinematográfica que anuncia. El 11 rojo sobre fondo blanco habla de comedia. (Según Rodríguez —2020—, “Verdesoto, señala que en los carteles de comedias suele usar una fotografía ‘limpia’ de los protagonistas en actitud cómica, sobre un fondo completamente blanco y con letras rojas para el título de la cinta”). Su contraste con el negro habla de acción. Hay que ver que el color rojo de este 11 ya estaba codificado con esta significación, y así mismo su contraste con el negro, y con el blanco, ese espacio negativo que centra la atención en la diagonal roja y negra, que da lugar a la entrada dramática del equipo en acción (véase que esta, en Hollywood, es casi una secuencia obligada de este género cinematográfico). El contraste de estos colores para identificar la película ya había sido establecido por Saul Bass cuando diseñó el *motion graphic* para los créditos de la película de 1960. Ya desde entonces el 11 era rojo (ver Figura 61).

Dejando a un lado, por el momento, el hecho de que esta producción cinematográfica es un remake, y que, por lo tanto, el espectador ya cuenta al menos con una información básica que solo requiere los significantes mínimos para ser actualizada, el cartel ofrece además la información sobre el tema, e incluso sobre la estructura narrativa, suficiente como para identificar el género, o los varios géneros, que implica. Además de la imagen, los textos, aunque concisos, son bastante explícitos: una constelación de estrellas de Hollywood (introducidas por el “starring in alphabetical order”, una frase que, para traducirla con toda fidelidad al español, es

decir, con las connotaciones que tiene en inglés, habría que decir: “estelarizada en orden alfabético”, con lo que de alguna manera se implicaría la palabra “estrella”, algo que el verbo en inglés hace; ya lo del “orden alfabético” es insistir en la paridad (como estrellas de cine) asociadas, de manera general, con determinados géneros, y acompañada cada una por su apodo o su función en la película, lo que, estableciendo el esquema actancial de la historia, habla por supuesto del tema y de los géneros implicados. Ya el *tagline*, como hemos visto, viene a anclar estas significaciones.

Y retomando el hecho de que se trata de un remake, tenemos todos los elementos antes señalados que hacen referencia a los significantes ya establecidos por la película de 1960: en la imagen, el equipo avanzando, acompañado cada integrante por su sombra; en el texto, la aparición de los nombres de las cinco estrellas principales, incluida la estrella femenina —que tanto en el cartel de la película de 1960 como en su remake de 2001 aparece de última—, en representación de todo el equipo —de actores y de personajes—, todo habla de una producción cinematográfica que mezcla acción, comedia, suspenso (*thriller*).

Figura 61

Fotograma de la secuencia de apertura de la película *Ocean's Eleven* (1960), diseñada por Saul Bass



Nota. Tomado de *Ocean's Eleven* (1960), por B. Radatz, 2012, Art of the Title (<https://www.artofthetitle.com/title/oceans-eleven/>).

3.8 Cartel de la Película *Bride of the Wind* (*La novia del viento*, 2001)

En el cartel (ver Figura 62) de la película *Bride of the Wind* (*La novia del viento*, 2001), del director australiano Bruce Beresford, James Verdesoto recurre nuevamente al uso de la fotoplástica, pero esta vez para establecer una relación intertextual con el simbolismo y el modernismo¹¹ —específicamente con la producción artística y cartelística de la Secesión vienesa— que va desde la apropiación más franca y evidente hasta el pastiche más sutil. La primera, que es toda una cita o una apropiación en regla, y que es obvia, o debería ser obvia (no olvidemos que todo depende del intertexto lector de cada espectador, de su bagaje

¹¹En español se conoce como *modernismo* al movimiento de renovación artístico “internacional que tomará varios nombres según el país en que se desarrolle —Art Nouveau, Jugendstil, Liberty, Modern Art, etc.—”. Este movimiento “determinó un lenguaje común en el que todos los artistas participaron en mayor o menor medida, enlazando sus orígenes y su desarrollo con otro importante filón de la cultura del siglo XIX, el Simbolismo” (Semenzato, 1996, p. 459).

cultural¹²; además, ya la interpretación de la resignificación de esta referencia *obvia* no es tan intuitiva) con la pintura *El beso* (1908) de Gustav Klimt (quien tuvo una breve relación con Alma Mahler, el personaje protagónico de la película; precisamente fue con él con quien ella tuvo su primer beso erótico, como se refleja en la película), y no solo porque el personaje de este aparezca en la trama de la película, sino porque este artista y su obra marcaron la época en que ella está ambientada: la Viena de la *belle époque*.

La segunda relación intertextual —el orden que le damos responde a la obviedad de la referencia o de los intertextos discursivos—, también motivada en parte por su referencia a elementos que aparecen en la película, es la que se establece con la producción cartelística de la Secesión vienesa.

Y la tercera relación intertextual, que ya no es tan obvia, porque se refiere a una referencia más sutil, pero para nada apofénica, es la que se establece con la obra del pintor austríaco Oskar Kokoschka que da título a la película: *La novia del viento* (1914).

¹² Como dice Eco (1984, p. 21), “no text is read independently of the reader’s experience of other texts”; y esto es algo que se extiende a cualquier tipo de texto, incluidos los visuales.

Figura 62

Cartel de la película *Bride of the Wind* (La novia del viento, 2001), realizado por James Verdesoto



Nota. Tomado de *Bride of the Wind*, Indika Entertainment Advertising (<https://indika.com>).

3.8.1 Análisis de los Aspectos Textuales del Cartel

Lo primero que destaca en cuanto a los aspectos textuales en este cartel es la tipografía *art nouveau* con que aparece el título (ver Figura 62). La intención de esto es doble: por una parte, aludir a la época y el lugar en los que se ambienta la

historia de la película (de manera general, la Europa de finales del siglo XIX y principios del XX, y específicamente la Viena de la *belle époque*), y, por la otra, anclar las significaciones del plano icónico, o redundar en ellas.

Pero no solo se trata de anclaje y redundancia entre el plano lingüístico y el plano icónico, también se trata de una referencia a la cartelística de finales del siglo XIX y principios del XX —específicamente al cartelismo de la Secesión vienesa—, lo que implica una referencia al género del cartel publicitario, y, por tanto, un guiño autorreferencial, nuevamente.

Más adelante veremos lo que aporta el recuadro en el que aparecen recogidos todos los textos del cartel, ahora lo que nos interesa es señalar que los textos (principalmente el del título) además de armonizar con los elementos estilísticos y cromáticos de la imagen del cartel, redundan en las mismas significaciones de esta, a saber: el juego intertextual con la época que refleja la película, con el movimiento artístico de la Secesión vienesa¹³ y con la producción cartelística que se desarrolló dentro de este movimiento. Esto, por supuesto, más allá de las connotaciones de feminidad y sensualidad, entre otras, propias de los elementos plásticos del *art nouveau* en general —o del modernismo— tanto en la producción artística como en la producción del cartel publicitario.

Como se puede ver en la Figura 62 todos los textos verbales del cartel, así como un texto no verbal: la notación de una frase musical (que alude al protagonismo o la importancia que cobra la música en la historia de la película, ya que el personaje protagónico de la película, Alma Mahler, se dedicó a la creación musical y su primer esposo fue Gustav Mahler), se encuentran recogidos en el recuadro que acabamos de mencionar. Se trata de cuatro capas de texto verbal

¹³ La Secesión vienesa (1897-1914) fue un movimiento de renovación artística austríaco que estuvo directamente relacionado con el modernismo o *art nouveau*. Este movimiento abordó de manera especial el cartelismo, el diseño editorial y la tipografía.

(cuatro cuerpos). La que presenta una tipografía de mayor jerarquía —nivel primario— es la del título de la película, que recurre a las aportaciones del *art nouveau*, el cual se inspiraba en la naturaleza y la feminidad, y por tanto se decantaba por las formas onduladas y redondas y las líneas curvas, procurando la asimetría visual.

Ahora bien, aunque el título de la película que aparece en el cartel presenta ciertas similitudes en su tipografía con el que aparece en la película, difiere de este en el tipo de fuente (fuera de la *B* y la *I*, que son bastante similares en los dos, sin llegar a ser iguales, todas las demás letras son diferentes) y en el color. Las similitudes tipográficas entre los dos se aprecian primeramente en el estilo, ya que ambos están resueltos con variaciones tipográficas del *art nouveau*, y después en el grosor de las letras. También en el hecho de que la preposición (*of*) y el artículo (*the*) aparecen con una tipografía de menor tamaño, aunque en la película estos aparecen dispuestos horizontalmente, en la misma línea, mientras que en el cartel hacen verticalmente, es decir, una palabra debajo de la otra; asimismo, en el cartel los sustantivos (*bride* y *wind*) aparecen en la misma línea, mientras que en la película aparecen en líneas diferentes: uno debajo del otro (ver Figuras 62 y 63). Y esto tiene una connotación que, más que representativa de la película, resulta dialógica.

Por otra parte, tenemos que se da una compleja relación de anclaje y relevo entre el título y el plano icónico. El significado lingüístico del título identifica, de manera inmediata, a la figura del plano icónico como la “novia del viento”, y a su vez el plano icónico le pone un rostro a esa “novia del viento”: el de la actriz Sarah Wynter interpretando el papel protagónico. Véase, además, que en el cuerpo de texto en el que aparecen los nombres de los tres principales actores de la película, que tiene la disposición como de un podio de premiaciones, se destaca el de Sarah

Wynter por su posición: en el medio de los otros dos nombres y una línea más arriba que ellos (ver Figura 62).

Por supuesto, la semiosis que propone el cartel implica también a un espectador ideal —un espectador implícito— que no solo es capaz de decodificar los significantes icónicos, cromáticos y tipográficos que hablan de una determinada época y lugar (las referencias a la obra de Gustav Klimt, a la Secesión vienesa, al cartelismo publicitario que se desarrolló dentro de este movimiento, etc.), sino que además es capaz de identificar que el título de la película hace referencia a la obra homónima de Oskar Kokoschka y que, así mismo, domina la información relativa a la génesis de esta obra (la relación que tuvieron Kokoschka y Alma Mahler), por lo que puede ir más allá e identificar al personaje principal de la película: Alma Mahler.

Esto significa que, ya desde el plano textual, se propone una representatividad de la película que también basa su semiosis en supuestos cultos. Se propone, por tanto, una semiosis con varios niveles de lectura. En el más inmediato, el que tiene un carácter puramente informativo, se ubica en primer lugar el cuerpo de texto de los créditos, y después el que contiene los nombres de los actores principales, los cuales, por cierto, aparecen con el mismo color, aunque con una jerarquía diferente, ya que el segundo ocupa la jerarquía secundaria después del título, todo lo cual es una manera de sumarlo a los créditos de la película y a la vez de destacarlo (el color lo suma y la jerarquía lo destaca). También se ubica en este nivel con un carácter predominantemente informativo el texto verbal que alude al director de la película, el *copy*: “From acclaimed director Bruce Beresford”, que aparece con una tipografía de color blanco sobre fondo negro, lo cual lo ubica en el nivel de jerarquía terciario entre los textos. No obstante, este texto exige del lector cierto conocimiento: el relativo a la obra anterior de este director de cine (Bruce Beresford, con anterioridad a esta película, había realizado, entre otras, *Driving Miss*

Daisy —1989—, una película que tuvo bastante éxito). De cualquier manera, se añade el calificativo ponderativo “acclaimed” que, aunque suele ser de rigor, va dirigido principalmente a aquellos que no cuentan con este conocimiento. Y, de manera general, apela al prestigio de este director, por lo que tiene connotaciones publicitarias.

Después están los niveles que exigen una lectura más compleja, una lectura que le exige un mayor bagaje de conocimientos al espectador, el cual debe dominar cierta información para hacer las inferencias pertinentes. Siguiendo en el plano del texto verbal, debe dominar, por ejemplo, la información más relevante sobre la tipografía *art nouveau* para poder identificarla e inferir, con el apoyo de otros elementos (de este mismo plano y del plano icónico), la época que se representa en el cartel como modelización representativa de la película, y en última instancia el juego intertextual que se propone y hasta la intención autorreferativa (el cartel publicitario que se disfraza de cartel publicitario en una suerte de reduplicación de su propia condición; cierto también que no se disfraza de sí mismo, sino de un cartel publicitario otro, apelando al historicismo posmoderno, pero esto no cambia esencialmente la intención del gesto, sino que hace su intención más patética, es decir, más reveladora). Pero, además, debe conocer la información relacionada con el título de la que hablamos más arriba a fin de poder anclar los significados propuestos en el cartel (Magariños, 2008, pp. 63 y 64); de lo contrario, la información que le aportaría el título no pasaría de una interpretación de la metáfora que este enuncia con el apoyo de otros elementos presentes en el cartel. Así, más allá de la asociación del personaje de la “novia” con la figura femenina que aparece en el plano icónico, el espectador podría inferir, cuando más, que esta “novia del viento” se refiere a una mujer sexualmente liberada, dado que en el plano icónico

aparece la figura femenina recostada mientras un hombre la toma por el talle y la besa en el cuello.

Figura 63

Título en la película Bride of the wind (La novia del viento, 2018), de Luis Ortega



Nota. Fotograma extraído de la secuencia de apertura de la película *Bride of the wind (La novia del viento, 2018)*, de Luis Ortega.

3.8.2 Análisis de los Aspectos Icónicos del Cartel

Ya habíamos señalado que este cartel también está resuelto mediante el uso de la fotoplástica. La fusión de fotomontaje y pintura —o ilustración— aquí es decisiva, con la peculiaridad de que la pintura, el espacio ilustrado, ha sido trabajado digitalmente. Se trata entonces de una simulación pictórica, o más exactamente de una simulación fotoplástica.

Empecemos analizando la capa más externa del cartel, la que contiene el recuadro en el que se recogen todos los textos. Sin dudas, este recuadro pertenece al plano icónico. Se trata de un significante que, como ya hemos apuntado, funciona como un atractor que se actualiza en un intertexto bien conocido: el de los carteles publicitarios *art nouveau* en general, y, específicamente, el del cartelismo de la

secesión vienesa (ver Figuras 65 y 66). Si la película va a reflejar o a abordar, principalmente, la *belle époque*, el cartel va a simular un cartel *art nouveau*. Y uno de los componentes más usuales de los carteles *art nouveau* era precisamente la creación de un espacio negativo, muchas veces enmarcado, para colocar textos verbales (ver Figura 65 y 66).

Ya hemos visto lo referente a la tipografía, veamos ahora lo referente al marco de este recuadro, específicamente lo que atañe a su forma. Se trata de un marco muy sencillo que, con su color blanco que contrasta con el color negro del fondo del recuadro y sus esquinas redondeadas, a la vez que logra destacarse del resto de la composición, redonda icónicamente en los significantes del *art nouveau*, y así en la modelización de la *belle époque*. El título de la película que aparece en este recuadro, como ya hemos visto, ayuda a anclar este significado tanto con su tipografía *art nouveau* —también con su color dorado— como con el hecho de que se trata, a su vez, del título de una obra pictórica cumbre de la *belle époque*: el cuadro expresionista que el pintor austríaco Oskar Kokoschka le dedicara a Alma Mahler en 1914, el cual no solo signó simbólicamente el final de su relación amorosa, sino también el de la *belle époque*.

Ahora bien, más allá de la utilidad práctica que pueda tener —facilita la sustitución de los textos traducibles, como el título— y de la función de redundar en la significación (connotativa) de la *belle époque* a través de la referencia múltiple al *art nouveau*, este recuadro funciona como un significante autorreferencial, que en última instancia problematiza, y “estetiza”, su propia condición de cartel. Y a la vez “narrativiza”, carga de temporalidad, al cartel, dado que, como señala Mangel (2022, p. 34), “cuando leemos imágenes –de hecho, imágenes de toda clase, sean pintadas, esculpidas, fotografiadas, construidas o en movimiento–, les agregamos la temporalidad propia de la narrativa”. Ahora bien, no solo carga a la imagen —al

plano icónico— del cartel de temporalidad, digamos, intradiegetica, sino también extradiegetica, estableciendo un diálogo con el género del cartel de cine. Por ello, también podría hablarse de una suerte de guiño emblemático.

Debajo o detrás de este recuadro, se encuentra una imagen que es, principalmente —o de manera más evidente—, una apropiación de la pintura de Klimt *El beso*. En esta obra, que es un ejemplo del Período Dorado de Klimt, inspirado en los mosaicos bizantinos que habían impresionado al artista en su viaje a Rávena, se representa a dos amantes a tamaño natural rodeados de pan de oro, sobre una suerte de orilla florida, y cubiertos de diversos motivos (cuadrados, rectángulos, círculos, espirales, etc.), y así mismo aparecen en la imagen del cartel, solo que en esta los motivos geométricos no se limitan al estampado de las vestimentas, sino que además se superponen a la imagen formando una capa que la dota de alguna manera de tridimensionalidad.

Por otra parte, una similitud muy significativa entre la imagen de *El beso* de Klimt y la imagen del cartel es la de que en ambas se escamotea la figura del hombre. Y otra es que en ambas la figura femenina tiene la boca y los ojos cerrados; sin embargo, en la figura femenina de la pintura de Klimt, apoyada por otros elementos (el hombro pegado a la cara, y las posiciones de las manos), se aprecia una expresión extática, mientras que en la de la imagen la expresión es de relajamiento. Los dos rostros tienen casi la misma expresión, y en ninguno de los dos es de éxtasis; sin embargo, los significantes que añaden los demás elementos (los gestos y las posiciones de los brazos, incluidas las manos, del cuello y del cuerpo en general, así como el hecho de que la figura de la pintura esté arrodillada y la de la imagen del cartel esté acostada) diferencian las impresiones que dan las dos figuras femeninas. Sin pretender dar una interpretación exhaustiva, ciertamente

esta figura femenina del cartel representa con bastante fidelidad la impresión que causa el personaje de Alma Mahler en la película *La novia del viento*.

Al mismo tiempo, la imagen del cartel también alude, de una manera que puede parecer un tanto alejada, pero que no lo está de ningún modo (más bien, como señala Spitzer —como se cita en Péninou, 1976—, se trata de un detalle que tiene una relación esencial con la obra), a la pintura de Kokoschka que da título a la película: *La novia del viento*. La alusión está en la orientación que tiene la figura femenina en el cartel (ver Figura 62): se ubica en la diagonal que va del ángulo inferior derecho al ángulo superior izquierdo. Ya hemos visto que esta diagonal “crea un efecto de pasividad”, según Lotman (1996, p. 24). El brazo, no obstante, se levanta en la diagonal contraria, aunque mantiene el antebrazo paralelo al cuerpo con la mano lánguida sobre la cabeza de la figura (se diría que ese arco, o círculo que se cierra en ella misma, describe, más allá de la sensualidad, una suerte de uróboro).

De esta misma forma, es decir, en esta misma diagonal, están orientadas las figuras en la pintura de Kokoschka (ver Figura 67). Esto por supuesto que no es coincidencia: se trata de la obra de la que la película toma el título (título que, al aparecer en el cartel, propicia esta lectura), y el personaje de Kokoschka, así como esta obra, juegan un papel muy importante en su trama.

Ciertamente, aquí la interacción entre el texto verbal —el título— y la imagen es muy peculiar. Funciona, pero hay que desentrañarlo. El título remite a un intertexto aparentemente ausente en la imagen: la obra homónima de Kokoscha, y al mismo tiempo problematiza el intertexto que aparece: la obra de Klimt, dado que no le corresponde. Esta problematización del intertexto que aparece lleva al cuestionamiento de las variaciones propuestas por su apropiación en el cartel. En la obra de Klimt (ver Figura 64) las figuras están dispuestas verticalmente, mientras

que en el cartel las figuras están dispuestas, como apuntamos más arriba, en la diagonal que va del ángulo inferior derecho al ángulo superior izquierdo (ver Figura 62). De ahí a asociar el título, y, por tanto, la obra de Kokoschka (ver Figura 67), con la posición que tienen las figuras en el cartel solo resta un espectador avisado, o insomne.

Tenemos así que Verdesoto utiliza códigos de ambas pinturas y los suma a los códigos de la película para representarla temáticamente. De aquí que los motivos, principalmente del *art nouveau* de Viena (Viena Jugendstil), pero también del movimiento Arts and Crafts, propios de la obra *El beso*, de Klimt, estén imitados al detalle, así como su paleta en general (más adelante veremos con más detalle todo lo relacionado con el color), pero que, sin embargo, la posición sea diferente. Y no es que se trate de un fotograma extraído de la película, porque no lo es: esa fotografía no aparece como fotograma en la película. La cara del hombre también se semioculta, pero desde otro ángulo: en la pintura de Klimt la cara del hombre se oculta de lado, mientras que en la imagen del cartel se oculta de frente tras la figura femenina (ver Figuras 64 y 62). Y esto es algo que confirma la intención de la imagen del cartel de citar la orientación que tienen las figuras en el cuadro de Kokoschka *La novia del viento*.

Como ya hemos señalado, a toda esta apropiación de motivos plásticos o de códigos de obras pictóricas, Verdesoto suma la fotografía para componer una imagen fotoplástica. Ahora bien, la fotografía en la imagen de este cartel intenta, si no simular la pintura, sí acercar bastante la imagen fotográfica y la pictórica (por ahora prescindimos del análisis del color, que es también un elemento que influye en este acercamiento), amén de proporcionar otras significaciones (idealización, delicadeza, etc.), desenfocando o difuminando un tanto la imagen de la actriz Sarah

Wynter en el personaje de Alma Mahler y del hombre que la besa en el cuello, y retocándolas digitalmente.

Figura 64

El beso (1908), de Gustav Klimt



Nota. Tomado de *El beso. Un beso dorado de dos enamorados*, por E. Bolaño, 2018, HA! (<https://historia-arte.com/obras/el-beso-de-klimt>).

Figura 65

Cartel de Gustav Klimt para la primera exposición de carteles de la secesión vienesa (1898)



Nota. Tomado de Cartel para la I Exposición de la Secession, Artehistoria (<https://www.artehistoria.com/es/obra/cartel-para-la-i-exposici%C3%B3n-de-la-secession>).

Figura 66

Cartel Frommes Kalender de Koloman Moser



Nota. Tomado de *The image that sums up our anxieties?*, por K. Grovier, 2018, BBC Cultural (<https://www.bbc.com/culture/article/20181228-the-image-that-sums-up-our-anxieties>).

Figura 67

La novia del viento, de Oskar Kokoschka (1914)



Nota. Tomado de *La novia del viento*, por M. Calvo, 2017, HA! (<https://historia-arte.com/obras/la-novia-del-viento>).

3.8.3 Análisis de los Aspectos Cromáticos, la Iluminación y el Ángulo

Fotográfico

Algo muy significativo en este cartel es el contraste que se establece entre el encuadre y el marco. El encuadre, que, como señala Joly (2009a, p. 101), es la distancia entre el sujeto de la fotografía y el objetivo, no es muy próximo, de hecho, es de cuerpo completo (plano entero), pero se ve recortado por el marco.

El encuadre, entonces, presenta la imagen como recortada, como si se tratara de un fragmento de una obra mayor. Así la figura femenina aparece hasta la cintura aproximadamente (las piernas quedan fuera del encuadre, o fuera de campo) y parte de su mano izquierda desaparece en el borde superior del marco (esto incluso es algo que excede la composición de Klimt, aunque es igualmente propio de la influencia que ejercieron las estampas japonesas en el arte de la *belle*

époque). Con el fondo, ese fondo que es a la vez figura, sucede lo mismo. Como señala Joly (2009a, p. 101), este “procedimiento nos remite implícitamente al universo cinematográfico, ya que desde hace mucho tiempo el cine nos familiarizó con este juego de campo/fuera de campo”. Pero primeramente denota una referencia al encuadre que presenta la pintura de Klimt en la que la cabeza de la figura masculina está muy próxima al borde superior del marco. Y esta verticalidad del encuadre, además, resalta la disposición predominantemente horizontal —ya vimos que está dispuesta en la diagonal que va del ángulo inferior derecho al ángulo superior izquierdo— de la figura femenina y así llama la atención sobre su condición de cita de la pintura que da título a la película: *La novia del viento* de Kokoschka.

El tratamiento cromático de la fotografía y su difuminación intentan confundir los dos medios, el fotográfico y el pictórico, con ese hundimiento —nos referimos a la impresión que produce— de la imagen fotográfica en la pictórica, o con la integración de ambas.

3.8.4 Análisis del Equilibrio de la Composición

La composición fotoplástica en este cartel, como sucede, por ejemplo, en el cartel *Pulp Fiction* (1994), tiene un peso enorme. Ya hemos visto cómo se logra esta y la aportación que hace a la significación global del cartel, resta ver una relación de peso que le proporciona al cartel un equilibrio simétrico casi perfecto. Nos referimos a la relación compositiva que se establece entre el recuadro *art nouveau* que contiene los títulos y la imagen. Como se puede apreciar en la Figura 62, las cabezas de las figuras (los elementos de mayor pregnancia de la imagen) se reúnen en la cuadrícula central del tercio superior, y la cabeza y el brazo levantado de la figura femenina (la actriz Sarah Wynter en el papel de Alma Mahler) se extienden por las restantes cuadrículas del tercio superior; es decir, los elementos de mayor pregnancia de la imagen se ubican en el tercio superior, creando un acento en la

cuadrícula central de este tercio. Por su parte, el recuadro con las capas de texto se ubica en el tercio inferior, con una mayor presencia en la cuadrícula del centro de este tercio. En esta cuadrícula, además de aparecer la mayor parte de la capa de texto del título y el *copy* ("From acclaimed director Bruce Beresford"), aparece, bien centrado, como una suerte de acento, el nombre de la actriz que protagoniza la película: Sarah Wynter (ver Figura 62).

De esta manera, dos elementos de un peso equivalente se ubican en los extremos verticales dotando al cartel de un equilibrio simétrico. Este sin dudas es el equilibrio que predomina; no obstante, la sensualidad de la figura femenina, los motivos geométricos circulares y espirales, así como la disposición de la figura en la diagonal, crean un dinamismo que compite con el estatismo que propone la simetría vertical.

3.8.5 Comprensión de la Categoría Fílmica de la Obra a través de los Elementos Utilizados para la Composición del Cartel de Cine

Como hemos visto, todo en este cartel apunta a un género cinematográfico bien definido: el biopic. Desde las relaciones intertextuales más evidentes que presenta, las que establece con la obra *El beso* de Gustav Klimt y con el cartelismo de la Secesión vienesa, hasta la más intrincada, la que establece con la obra de Oskar Kokoschka sirve de título a la película y que el cartel ostenta, todo está dirigido a significar una época: la *belle époque*, y un lugar casi puntualmente: Europa, pero sobre todo Austria, y específicamente Viena. El plano icónico va a determinar que la protagonista es un personaje femenino, y el plano verbal va a corroborar esta identificación con la posición del nombre de la actriz en un lugar privilegiado. Después la frase musical va a significar que la música está implicada. Con estos datos: el título, la época, el lugar, los personajes implicados, el hecho de que la protagonista sea un personaje femenino, es fácil identificar sobre quién trata

el biopic: indudablemente sobre Alma Mahler, una de las mujeres más célebres de la *belle époque* en Viena, esposa de Gustav Mahler, uno de los músicos más célebres de la época, música ella misma, amante de Klimt y de Kokoscha, y protagonista precisamente del cuadro de este último que da título a la película.

3.9 Cartel de la película *Kiss Kiss Bang Bang* (*Entre besos y tiros*, 2005)

De la misma manera que el director de la película *Kiss Kiss Bang Bang* (2005), el estadounidense Shane Black, tomó el título de la coproducción ítalo-española de 1966, dirigida por el realizador italiano Duccio Tessari, para nombrar su película, Verdesoto se remitió a uno de los carteles de esta coproducción para componer el suyo (ver Figura 68). Pero al contrario de la relación que tiene la película de Shane Black con la de Duccio Tessari, que, independientemente de ciertos contactos genéricos, se reduce al título¹⁴, el cartel de Verdesoto sí va a apelar a uno de los carteles de la coproducción ítalo-española como intertexto explícito.

Básicamente, la composición es la misma: dos figuras, una en el tercio vertical de la izquierda y otra en el de la derecha, mientras que los textos verbales se ubican en el tercio vertical del centro (ver Figuras 68 y 69); incluso el fondo, o el espacio negativo, va a tener el mismo color: blanco. Evidentemente aquí también hay un guiño dialógico, una cita que ilumina y tematiza el género —el cartel de cine—, es decir, hay una intención marcadamente autorreferencial.

Figura 68

¹⁴ Dicho así puede resultar un tanto reductor —y valga la redundancia—, o simplificador, ya que la elección de este título tiene una significación nada deleznable en el juego intertextual que propone la película, y, por consiguiente, en su significación o sentido global; pero comparativamente el cartel de Verdesoto para la película *Kiss Kiss Bang Bang* del 2005 establece relaciones incluso compositivas mucho más directas que las que establece esta película con su homónima de 1966, hasta el punto de que, en el caso del cartel de Verdesoto, puede hablarse de una auténtica “apropiación” (Guasch, 2001, p. 342).

Cartel de la película Kiss Kiss Bang Bang (Entre besos y tiros, 2005), realizado por James Verdesoto



Nota. Tomado de Kiss Kiss Bang Bang, Indika Entertainment Advertising (<https://indika.com>).

Figura 69

Cartel de la película *Kiss Kiss... Bang Bang* (1966) del director italiano Duccio Tessari



Nota. Tomado de *Kiss Kiss... Bang Bang*, ABCPlayCine (<https://www.abc.es/play/pelicula/kiss-kiss-bang-bang-25448/?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>).

3.9.1 Análisis de los Aspectos Textuales del Cartel

En el cartel de James Verdesoto para la película *Kiss Kis Bang Bang* (2005) del director Shane Black, encontramos cinco capas de texto (cinco cuerpos), dispuestas todas en el tercio vertical del centro (ver Figura 70). Como hemos señalado, esta disposición, básicamente, cita la que tienen los textos en uno de los carteles de la película *Kiss Kiss... Bang Bang* de 1966 (ver Figura 69), pero si en este remeda una columna, una suerte de mupi¹⁵ con el que interactúan los

¹⁵ Soporte de publicidad al aire libre.

personajes —el personaje masculino de una manera más evidente, dado que aparece recostado a él—, en el cartel de Verdesoto para la película *Kiss Kiss Bang Bang* del 2005, se independizan de las figuras; es decir, no se integran diegéticamente con ellas, sino que funcionan como una suerte de nivel de la enunciación, en alusión indudable a las diferentes formas de narración que aparecen en la película.

Además, en el cartel de Verdesoto, los cuerpos de texto aparecen flanqueados todo el tiempo por las dos figuras, mientras que en el cartel de la película italiana de 1966 el cuerpo de texto de los créditos aparece debajo de las figuras, ocupando la mitad de abajo del tercio inferior del cartel.

En cuanto a la tipografía, sintomáticamente en cuatro de los cuerpos de texto (en todos menos en el de los créditos) del cartel de Verdesoto se emplea la misma fuente: la Underwood 1913; solo que con tamaños o colores diferentes.

Como se sabe, esta fuente es una imitación de los tipos —la fuente— propios de las máquinas de escribir Underwood, en la que incluso se remeda la impresión de una máquina de escribir. El objetivo o el sentido último del empleo de esta fuente es, por una parte, aludir metonímicamente al género cinematográfico del cine negro. Téngase en cuenta que la película de Shane Black está basada parcialmente en una novela de Brett Halliday (seudónimo literario del escritor estadounidense Davis Dresser —1904-1977—, cuyo personaje, el detective privado Michael Shayne, protagonizó durante los años 40 del siglo XX siete películas producidas por 20th Century-Fox, en las que, además de los códigos de la comedia y otros géneros, se empleaban los del cine negro), y que, en la fusión de géneros que presenta la película, los componentes del cine negro son esenciales. Y, por otra parte, se alude a un elemento esencial en la diégesis de la película, una suerte de pivote o de núcleo de todas las relaciones intertextuales que ella propone: la referencia

reiterada a la obra de un autor ficticio de novelas baratas, Joe Chester, y al personaje protagónico de su saga de crímenes y misterios, el detective Jonny Gossamer. Así, además de las relaciones genéricas con el cine del pasado, se tematizan las relaciones con la literatura popular también del pasado (véase que esta literatura popular fue utilizada muchas veces para la realización de películas de Hollywood, como fue el caso, ya citado, de algunas de las novelas de Brett Halliday, a quien le fueron producidas un total de doce películas en Hollywood, por lo que también se alude a los guiones realizados para estas adaptaciones) y por extensión con la cultura popular en general.

Ahora bien, el texto de mayor jerarquía que aparece en el cartel, el que ocupa el nivel primario de la jerarquía tipográfica, es, por supuesto, el del título. Así lo propicia, además de la fuente que utiliza —la ya mencionada Underwood 13 con esa textura que simula una impresión defectuosa—, el tamaño de sus letras, que son las más grandes del cartel, la presencia cacográfica de dos letras en mayúscula en palabras en las que el resto de las letras, incluidas todas las iniciales, están en minúscula, la combinación de colores que presenta, su disposición —se encuentra en la cuadrícula del centro— y su orientación en el cartel, así como el hecho de que, más allá de las cualidades plásticas que exhibe, presente rasgos icónicos, como la salpicadura y el hilo rojo que chorrea desde la última *G*, los cuales, por supuesto, denotan la sangre y, específicamente, la sangre derramada a consecuencia del disparo que se representa con la onomatopeya *banG* (ver Figura 70).

Fuera de los colores de la tipografía y del espacio negativo que funciona como fondo, amén de pequeñas variaciones en la composición tipográfica —principalmente en cuanto a la posición y la orientación de algunas palabras y letras—, el título del cartel reproduce casi exactamente la composición que presenta el título en la secuencia de apertura de la película, desde la fuente empleada, que

es textualmente —nunca mejor dicho— la misma, la Underwood 13, hasta la representación icónica y plástica de la sangre alrededor de la G final, que, si no igual, es muy similar, pasando por la misma distribución de minúsculas y mayúsculas (ver Figuras 72 y 73). Así, el título en el cartel aparenta ser, esencialmente, el positivo del negativo que es el título en la película (véase que en el título que aparece en el *motion graphic* de la secuencia de apertura de la película se invierten los colores de la tipografía y del fondo: la primera aparece en blanco y el segundo, en rojo; mientras que en el título que aparece en el cartel el fondo es blanco y la tipografía, azul y roja).

Sin importar si se trató de una exigencia de la dirección de arte de la película o si fue una decisión creativa de Verdesoto, la elección de esta composición tipográfica tuvo un final feliz al integrarse perfectamente en el cartel contribuyendo de manera decisiva a la conformación de su sentido y al logro eficaz de su objetivo más elemental: plasmar la representatividad de la película que promociona.

Después del título, el cuerpo de texto que presenta una mayor jerarquía, y que por tanto ocupa el nivel secundario en cuanto a la jerarquía tipográfica, es el *tagline* (ver Figura 71). Pero lo que decide esto no es precisamente el tamaño de su tipografía, que está entre las menores del cartel, sino, en primer lugar, su posición: ocupa la cuadrícula del centro en el tercio superior del cartel, lo que lo convierte en el primer cuerpo de texto que encontramos en una lectura sana (de arriba hacia abajo). Luego, está el hecho de la pregnancia que le aportan su color y el contraste que establece con el espacio negativo del fondo. Y, por último, tenemos esa suerte de caligrama que forma un triángulo equilátero (nótese que, desde el punto de vista de la composición, el espacio vacío entre los dos párrafos tiene precisamente ese objetivo: formar un triángulo equilátero), algo que lo dota de una cualidad simbólica,

que, más que ocultamiento, parece tentación, como si prometiera un sentido oculto y reclamara, por consiguiente, su develación.

Por supuesto, la fuente —la Underwood 13— también aporta lo suyo en cuanto a la pregnancia, con esa textura que simula la impresión defectuosa, y anticuada, de una máquina de escribir; pero al no ser un elemento distintivo de este texto, creemos que los componentes plásticos e icónicos antes mencionados son los que deciden su pregnancia.

En cuanto al significado lingüístico de este texto, llamarle *party* a una mezcla de *sex*, *murder* y *mystery* es, aparte de una ironía, una metáfora que resume telegráficamente el tema de la película aludiendo además a su género o a la mezcla de géneros que actualiza.

Curiosamente, la primera parte del *tagline*, la que presenta las palabras *SeX*, *MurdEr* y *MyStery* (alineadas una debajo de la otra y cada una terminada con un punto, tres oraciones o líneas contundentes y tentadoras como si de versos sentenciosos y de sobornos se tratara; y encima están dispuestas de tal manera que también forman un triángulo), propone, a través de las letras destacadas cacográficamente en mayúscula, un acróstico en el que se vuelve a leer —insanamente; es decir, de abajo hacia arriba— la primera palabra que aparece en el *tagline*: *SEX* (ver Figura 71).

Decimos “curiosamente” porque la insistencia en esta palabra parece de momento una promesa —ya lo dijimos, un soborno—, pero, mirada más detenidamente y contrastada con el plano icónico, se advierte cierta incongruencia¹⁶: la repetición de esta palabra no encuentra un apoyo decisivo en la imagen (véase en 3.11.2 *Análisis de los aspectos icónicos del cartel* un análisis más

¹⁶ Joly (2009b, pp. 140 y 141), refiriéndose a la armonización entre los signos icónicos y plásticos —la cual puede ser extendida a la relación entre los signos icónicos y verbales, al menos en ciertos casos, nada escasos— prefiere hablar de “congruencia” en lugar de “redundancia”.

detallado de esta cuestión). Cabe la posibilidad de que esta palabra cumpla en la significación del cartel una función de relevo, proporcionando una información complementaria, una información o un sentido que no se encuentra en la imagen (Barthes, 1986, p. 37). Pero también podría tratarse de un guiño autoral —de Verdesoto—: la repetición de esa palabra en el *tagline* del cartel estaría entonces indicando que el sexo en la película se reduce a palabras (“Palabras, palabras, palabras”, como dijera el príncipe de Dinamarca). Ciertamente, esta es una lectura posible, inclusive antes de constatarlo en la película, donde se habla mucho de sexo —de diversas variantes de este: sexo heterosexual, homosexual, pedófilo e incestuoso, y hasta ninfomaniaco, o algo muy cercano—, pero escasean las secuencias de sexo explícito. Digamos que los ingredientes del cine de explotación son, más que nada, referidos, y de una manera acaso recatada y sin exceso de dramatismo; para nada son abordados con la jovialidad y la crudeza con que aparecen en la película de Quentin Tarantino, *Pulp Fiction* (1994).

Así, la incongruencia, o la falta de otros signos icónicos que complementen la significación denotada o connotada del sexo, aísla al signo verbal —la palabra *sex*—, haciéndolo único responsable de esta significación. Y entonces aparece el acróstico, que, a la vez que tacha con la ironía y el ejercicio de cifra, de mensaje oculto, más que la palabra, su referente, escribe y traza verticalmente un sexo femenino (ver Figura 71).

Otra relación es la que establece la palabra *murder* —*MurdEr*— del *tagline* con la representación icónica de la sangre que chorrea de la *G* final del título. Aquí la palabra cumple una función estricta de anclaje (Barthes, 1986, p. 36), limitando o precisando el significado del significante icónico. Así, la sangre derramada a consecuencia de un disparo no significa ‘herida’, ni ‘duelo’, sino ‘muerte’ y ‘crimen’; en fin, ‘asesinato’.

Los otros dos textos, el que muestra los nombres de los dos actores o las dos superestrellas que representan los papeles principales de la película: Robert Downey Jr. y Val Kilmer, que ocupa la cuadrícula central del cartel (ver Figura 70), y el *copy* (con todas esas mayúsculas cacográficas que no logramos descifrar¹⁷; ver Figura 74), que aparece en la parte inferior de la cuadrícula central del tercio inferior del cartel, y que de arriba hacia abajo es el último texto verbal (ver Figura 70), tienen una doble condición. Por una parte, su fuente, la Underwood 13, los conecta con los demás textos, exceptuando el de los créditos. Y, por otra parte, el color de cada uno lo conecta con los textos que tienen su mismo color: la tipografía gris de los nombres de los actores lleva a la tipografía gris de los créditos, mientras que la tipografía roja del *copy* lleva a la tipografía roja del *tagline*, así como a la última palabra del título, y por contaminación al título en general (ver Figura 68).

Pero todavía hay algo más con respecto al *copy* (ver Figura 74). De manera inferencial, este texto nos informa que la película trata, entre otras cosas, sobre la amistad de dos hombres, e incluso que se trata de un *buddy film* (película de amigos), es decir, de una película en la que la amistad y el contraste de personalidades de dos personajes protagónicos masculinos estructura la trama. Puede que la evocación —que en estos casos siempre tiene algo de invocación— del blockbuster¹⁸ anterior del director Shane Black, la película *Lethal Weapon (Arma letal, 1987)*, apele primeramente a su éxito comercial, y, por lo tanto, a su popularidad, con la intención de explotar su prestigio; pero luego esta misma popularidad garantiza que una gran cantidad de espectadores puedan asociar el

¹⁷ Por supuesto, sirven para llamar la atención, como cualquier otra anomalía (pensamos en esa concupiscencia que suele provocar lo anormal o lo inusual, como la referida por Sócrates en la *República* —Platón, trad. en 1986, p. 234—, cuando Leoncio, hijo de Aglayón, ante la vista de unos cadáveres, se debatió entre la repugnancia y el deseo de mirarlos, para terminar diciéndoles a sus propios ojos: “Mirad, malditos, satisfaced con tan bello espectáculo”); pero también puede que estén ahí solo para velar o servir de camuflaje al mensaje oculto del *tagline*. En fin, para despistar.

¹⁸ “An extremely successful movie, show, etc.” (Cambridge Dictionary, n.d.)

género del *buddy film* que caracteriza a la película *Lethal Weapon* (*Arma letal*, 1987) con la película *Kiss Kiss Bang Bang* (2005), algo que además pueden confirmar de manera inmediata en el plano icónico del cartel de Verdesoto al ver las dos figuras posterizadas.

Figura 70

Cartel de la película Kiss Kiss Bang Bang (2005) dividido en cuadrículas según la regla de los tercios



Figura 71

Tagline del cartel de la película *Kiss Kiss Bang Bang* (2005)

SeX.
MurdEr.
MyStery.

Welcome to
the party.

The tagline is presented in a typewriter-style font. The words 'SeX.', 'MurdEr.', and 'MyStery.' are stacked vertically in red ink. Below them, the phrase 'Welcome to the party.' is written in black ink.

Nota. Imagen extraída del cartel de la película *Kiss Kiss Bang Bang* (2005), realizado por James Verdesoto.

Figura 72

Título en el cartel de la película *Kiss Kiss Bang Bang* (2005), de Shane Black

kiss
kISS
bAng
bANG

The title is written in a typewriter-style font. 'kiss' is in blue, 'kISS' is in black, 'bAng' is in blue, and 'bANG' is in red. The red 'bANG' has a red ink splatter effect extending downwards.

Nota. Imagen extraída del cartel de la película *Kiss Kiss Bang Bang* (2005), realizado por James Verdesoto.

Figura 73

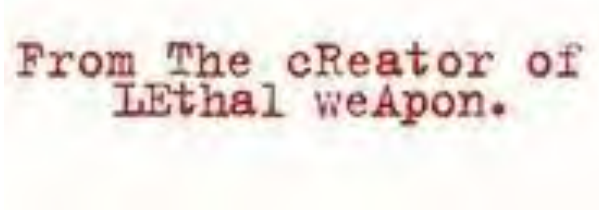
Título en la película *Kiss Kiss Bang Bang* (2005), de Shane Black



Nota. Fotograma extraído de la secuencia de apertura de la película *Kiss Kiss Bang Bang* (2005), de Shane Black.

Figura 74

Copy del cartel de la película *Kiss Kiss Bang Bang* (2005)



3.9.2 Análisis de los Aspectos Icónicos del Cartel

En este cartel se aprovecha, de alguna manera, el *motion graphic* de la secuencia de apertura de la película, pero a través de la fotografía, o más exactamente del tratamiento fotoplástico.

Veamos primero el contraste que proponen las figuras y la compleja significación que encierran en su aparente simplicidad. En un primer momento, aun cuando sea por su jerarquía —o su pregnancia— y por el hecho de contener otras imágenes, tenemos el trabajo de la fotografía de los actores, las superestrellas, que representan a dos de los personajes protagónicos de la película, Val Kilmer y Robert Downey Jr. en los personajes de Gay Perry y Harry Lockhart respectivamente. (No vamos a detenernos en el análisis de la función publicitaria, digamos, primaria, que

tiene la representación de las superestrellas). A primera vista, la figura retórica de la antítesis parece dominar el plano icónico.

En primer lugar, porque las dos figuras posterizadas aparecen enfrentadas, cada una ocupando uno de los tercios verticales del cartel (el de la izquierda una y el de la derecha la otra), y cada una empuñando una pistola —lo que ya de por sí, entre figuras enfrentadas, podría sugerir oposición, enfrentamiento—. Sin embargo, mientras la figura de Val Kilmer en el personaje de Gay Perry parece apuntar a la figura de Robert Downey Jr. en el personaje de Harry Lockhart, este último mantiene la pistola hacia abajo. Y esto apunta más hacia el contraste entre una posición activa y otra pasiva, lo cual de cierta manera caracteriza a los personajes.

Y, en segundo lugar, porque cada una de las imágenes de estas dos figuras enmarca o comprende en su interior un collage de fotografías en el que, además de imágenes que reflejan escenas de la película, aparecen la fotografía de la otra protagonista de la película, la actriz Michelle Monaghan en el papel de Harmony Lane, así como la imagen fotográfica de su contrario (algo que redobla la atención sobre los personajes protagónicos masculinos es el hecho de que sus cabezas en las fotografías de los collages interiores coinciden con la línea de fuerza horizontal superior, según la regla de los tercios; ver Figura 70). Es decir, dentro de cada una de las figuras posterizadas aparecen las fotografías de los otros dos protagonistas (solo la figura posterizada de la izquierda, la de Robert Downey Jr. en el personaje de Harry Lockhart, incluye también su propia fotografía).

Y ya esto, de cierta manera, resuelve la antítesis, dado que el hecho de que las figuras de ambos personajes “internalicen” o incorporen al otro, a la imagen del otro, puede que hable de identificación, de complicidad, y, por lo tanto, de amistad (adelantemos que el empleo de un mismo color, básicamente de tonalidades azules,

en todas las imágenes, tanto en las posterizadas como en las fotográficas, ayuda a anclar esta significación).

Por otra parte, el hecho de que las imágenes posterizadas de estos dos personajes incorporen la fotografía del personaje protagónico femenino, o de la actriz Michelle Monaghan en el papel de Harmony Lane, de una manera acaso sexual (en la Figura 72 podemos ver que las dos fotografías del personaje femenino se ubican en el tercio central del plano horizontal del cartel, en la pelvis de las figuras posterizadas masculinas, y esto es algo que podría tener connotaciones sexuales, máxime cuando la primera palabra que aparece en el *tagline*, como ya hemos visto, es precisamente la palabra *SeX*), produce significados ambiguos. Evidentemente hay una relación estrecha entre los tres personajes. Pero ¿esta relación se limita a la amistad y la complicidad, o es también sexual?

En realidad, no hay en el plano icónico un significante que responda esta pregunta, habría que atender a la compleja relación que establecen los signos de este plano, el icónico, con los signos de los demás planos —el verbal y el plástico—, para determinar inferencialmente una respuesta. No obstante, algo sí queda claro: la posición de las fotografías del personaje femenino no parece un significante suficiente para la isotopía del sexo. Es cierto que el personaje femenino —la actriz Michelle Monaghan en el papel de Harmony Lane— viste en las dos fotografías una camiseta muy escotada, lo cual se aprecia mejor en la fotografía que está en la figura posterizada de Val Kilmer, donde también es cierto que el espacio negativo entre las piernas de esta figura forma una hoja puntiforme y blanca, una suerte de cuchillo de piedra, que apunta al seno izquierdo, o al corazón, del personaje femenino; pero, independientemente del hecho de que Gay Perry, el personaje interpretado por Val Kilmer, es gay (en la película se intenta un chiste a propósito de esta coincidencia del nombre y la sexualidad del personaje), algo que el espectador

no puede saber hasta después de ver la película¹⁹, la expresión del personaje femenino es cualquier cosa menos sensual, o al menos la sensualidad no es lo que predomina. Si acaso puede hablarse de una expresión de sorpresa, de susto, tal vez de alarma, pero no de seducción (ver Figura 68).

Además, está el hecho de que las fotografías que aparecen en los collages, incluidas las de los personajes, representan acciones de la película, y así estos collages parecen representar primordialmente la diégesis en general de la película, antes que las relaciones entre los personajes.

Y encima el color no apoya la significación sexual; pero esto es algo que veremos más adelante al analizar los aspectos cromáticos.

Ahora bien, como señala Joly (2009a, p. 83), “una parte de la significación global del mensaje está ligada con la naturaleza misma de su soporte: fotografía, dibujo, pintura, grabado, imagen de síntesis, etcétera”, y precisamente uno de los contrastes más significativos que aparecen en el “mensaje visual” de este cartel es el que se da entre los soportes de las imágenes externas (las imágenes posterizadas de los protagonistas masculinos) y las imágenes internas (las fotografías que aparecen enmarcadas por las imágenes externas). Las primeras están resueltas gráficamente a través de la posterización, mientras que las segundas son fotografías propiamente dichas, fotografías de alta definición, y, por lo tanto, con un grado de iconicidad mucho mayor. Así, el contraste en cuanto al grado de iconicidad alude a la ficcionalización, al carácter ficcional, tanto de la película como de la imagen del cartel, y, por tanto, al carácter de espacio codificado. En

¹⁹ Eso que señala Barthes (1989, p. 23), refiriéndose a la relación entre el texto y la imagen, de que “a menudo, el texto produce (inventa) un significado enteramente nuevo que, en cierto modo, resulta proyectado de forma retroactiva sobre la imagen, hasta el punto de parecer denotado por ella”, se puede extender a la relación entre una película y su cartel: una vez vista la película, se pueden proyectar en la imagen del cartel significados que carecen de significantes en él. No obstante, también se pueden leer de una manera más acertada los signos que sí tienen una presencia efectiva en él, o, dicho con otras palabras, se pueden determinar los significados de los significantes presentes en él, sin tener que “inventar” nada.

otras palabras, este contraste, que no es antítesis sino oxímoron, revela su condición de espacio signifiante —espacio semiológico— y, por lo tanto, exige su lectura.

Partiendo entonces de todos los posibles sentidos que hemos anunciado hasta aquí, y atendiendo al imperativo que debe cumplir todo cartel de cine, el de representar la producción cinematográfica que promociona, nos parece que el oxímoron que propone el contraste entre las imágenes posterizadas y las fotografías, entre esas “imágenes fabricadas” y las “imágenes como registro” (Joly, 2009a, pp. 44 y 45), así como el hecho de que las primeras incluyan a las segundas en la forma de un collage en el que, además, aparecen acciones de la película, lo que ilumina o indica que no se está denotando simplemente al personaje, sino al personaje en una acción de la película —véase que todas las fotografías de este collage representan recortes de fotogramas de la película—, y, de manera general, la diégesis de la película, podemos concluir que aquí también se está significando la narración. De esta manera se está aludiendo, nuevamente, a la metalepsis narrativa (Genette, 1989, pp. 289-292) que distingue a la película.

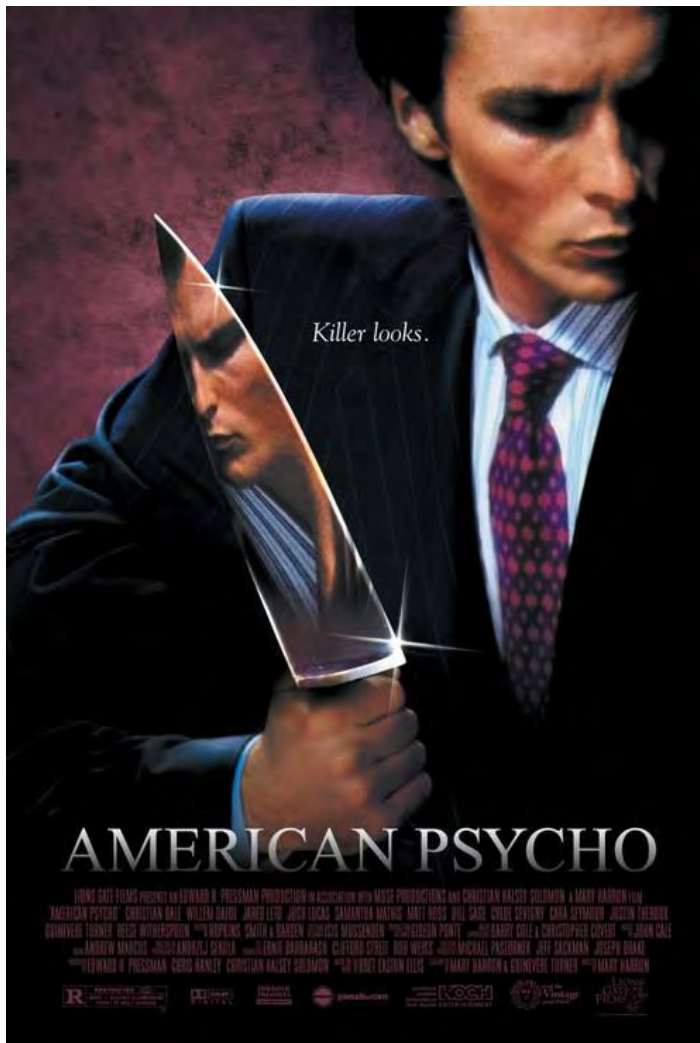
Téngase en cuenta que en la película se emplea el recurso de un narrador protagonista, desempeñado por el personaje de Harry Lockhart (Robert Downey Jr.), así como intertítulos que asumen el nivel de la enunciación o de la narración. Las veces que se recurre a la narración de Harry Lockhart, este refiere acontecimientos que protagonizó. De aquí que su fotografía también aparezca en el collage que está dentro de su imagen posterizada. No sucede así con el otro protagonista masculino, que solo asume la narración una vez, al final de la película, y es para dirigirse al narratorio (al espectador) y terminar la película apagando lo que simula ser la pantalla de un dispositivo audiovisual.

Esto de incorporar imágenes dentro de imágenes ciertamente es un recurso bastante socorrido en la cartelística cinematográfica, principalmente en la estadounidense; sin embargo, no parece muy usual en la cartelística de Verdesoto. Lo ha empleado, como en el caso de este cartel y del cartel de la película *American Psycho* del 2000 (ver Figura 75), así como del documental *Severe Clear* del 2009 (ver Figura 76), pero revisando en toda su cartelística la frecuencia de uso de este recurso es estadísticamente muy baja.

Hemos visto que la combinación de tratamiento gráfico y fotografía en este cartel encuentra un recurso muy sagaz para significar la apelación posmoderna a un género histórico: el cine negro, y para representar elementos temáticos y estructurales de la película. Asistimos así a una imagen actualizada —*updated*— en la que se perciben al unísono las impresiones históricas y modernas. A la consumación de esta *imago* posmoderna, por supuesto, contribuye de una manera muy acertada la utilización del color, así como de otros elementos o signos plásticos; pero esto es algo de lo que hablaremos más adelante.

Figura 75

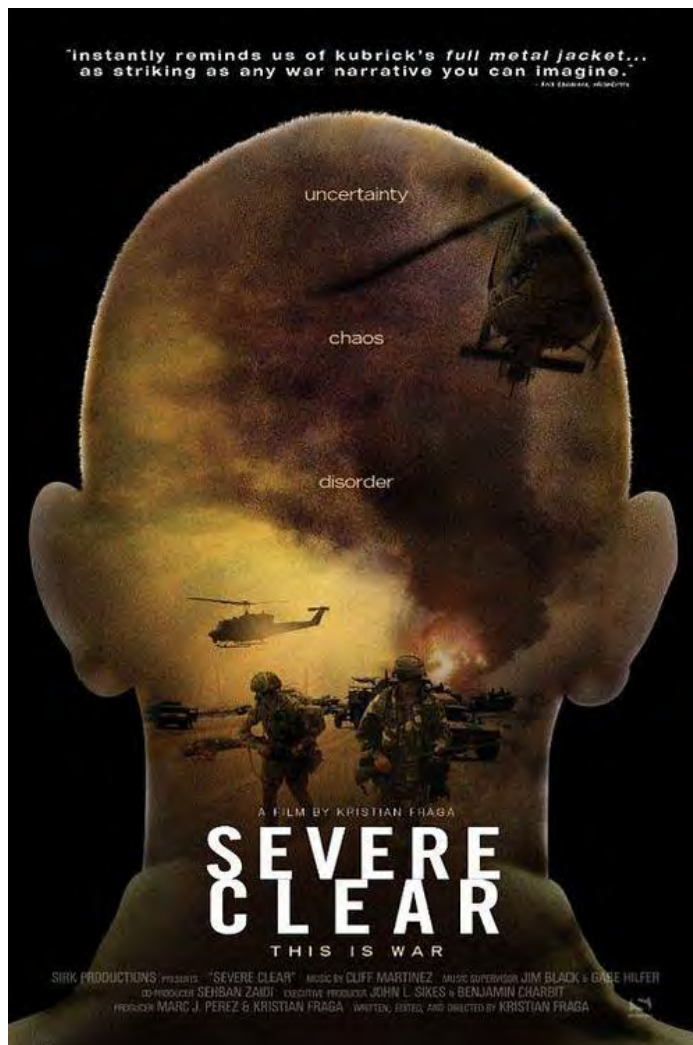
Cartel de la película American Psycho (2000), realizado por James Verdesoto



Nota. Tomado de *American Psycho*, Indika Entertainment Advertising. Archive (1983-2019) (<http://indika.com/poster-archive>)

Figura 76

Cartel de la película *Severe Clear* (2009), realizado por James Verdesoto



Nota. Tomado de *Severe Clear*, Indika Entertainment Advertising. Archive (1983-2019) (<http://indika.com/poster-archive>)

3.9.3 Análisis de los Aspectos Cromáticos, la Iluminación y el Ángulo

Fotográfico

Después del color blanco del fondo, un espacio negativo en puridad, el color más recurrente es el azul, al punto de que, como hemos visto, todas las figuras, así como la tipografía de tres de las cuatro palabras del título, aparecen en tonalidades azules (ver Figura 68).

Ahora bien, más allá de todas las connotaciones que pueda tener el color azul gracias a la interacción con los signos de los demás planos —el verbal y el

icónico—, su contraste de temperatura con el color rojo (contraste este que ya de por sí es muy intenso, dado que se establece entre tonalidades cuasi complementarias²⁰, pero que encima es resaltado por el color blanco del fondo²¹, así como por el hecho de que, aparte del blanco, que, aunque predominante, se relega al fondo, haciendo las veces de espacio negativo, y de un gris que parece desvanecerse en ese fondo blanco, son los dos únicos colores, y encima son primarios), limita su significación a las isotopías de la amistad y la complicidad, más que a las del sexo, del que, como hemos señalado antes, en la película se habla mucho, pero se exhibe muy poco. Esto es así porque el color azul ante el rojo redobla su frialdad.

Por otra parte, como ya habíamos apuntado antes, las tonalidades azules redundan en el sentido que tiene el contraste entre los soportes gráficos (las figuras posterizadas) y fotográficos (los collages de fotografías), aludiendo a las pantallas de dispositivos audiovisuales, dado que en la película cada vez que aparece una pantalla de un dispositivo audiovisual, las tonalidades azules predominan en ellas. Y esto no es algo que, para poder descifrarlo, sea necesario ver antes la película. No. El color azul de las figuras posterizadas, y de los collages de fotografías que están dentro de ellas, produce esa impresión, digamos, de imagen televisiva.

Siguiendo con el contraste entre el color azul y el rojo, algo que puede parecer un detalle pero que cuando se analiza resulta muy significativo (uno de esos detalles que, como dijera Péninou —1976, p. 17— aparentan no tener importancia y, sin embargo, pesan “decisivamente en la significación”), hasta el punto de terminar decidiendo las significaciones de estos colores en el cartel, es el contraste que se

²⁰ Según Wong (1992, p. 51), “los tonos contrastan significativamente cuando están separados por 90 o más grados en el círculo de color”, y al azul y el rojo están separados por más de 90 grados en el círculo de color.

²¹ Según Wong (1992, p. 26), “el blanco es ideal como superficie para recibir colores, porque puede mostrar las manchas más tenues y no distorsiona los colores, aunque los oscurece ligeramente”.

dan entre estos colores en la tipografía del cuerpo de texto del título. Contrariamente a buscar una asociación sencilla: poner las dos primeras palabras en azul y las dos últimas en rojo, a la manera que se resolvió en el cartel de la película *Kiss Kiss... Bang Bang* de 1966²², Verdesoto optó por poner las dos ocurrencias de la palabra *kiss* y la primera de la palabra *bang* en azul, y solo la última ocurrencia de la palabra *bang* en rojo (ver Figura 72). De esta manera, el primer *bang* se contagia con la significación de las dos palabras *kiss* para terminar significando ‘complicidad’, mientras que el segundo *bang* se carga con la connotación de ‘adversidad’.

Ahora, la intención, digamos, primaria de esto, evidentemente, era evitar la asociación exclusiva de la isotopía del amor, con las figuras de la imagen, cuyo color principal es el azul, y, por ende, asociar con ellas todo el título, tanto la isotopía del crimen como la isotopía del amor, que, sin excluir el sexo, privilegia la amistad (y esto no solo entre los personajes protagónicos masculinos, sino también entre ellos y el personaje protagónico femenino), porque en definitiva de eso es de lo que trata este *buddy film* (ver Figura 68).

Una vez cargado el color azul con esta significación, se puede entender el sentido global que adquiere en las figuras del cartel. Sin negar otras significaciones, como la de aludir a las pantallas, la de servir para representar la nocturnidad, incluso en alguna medida el sexo (ya vimos que la promesa de sexo que aparece enunciada en el *tagline* presenta una tipografía roja, y este color conecta al *tagline* con el título, el cual a su vez se conecta con las figuras posterizadas y los collages de fotografías), el color azul hace referencia principalmente a la isotopía de la amistad. De aquí que todas las imágenes que forman parte del plano icónico, las

²² En el cartel de la película *Kiss Kiss... Bang Bang* (1966), del director italiano Duccio Tessari, los colores de la tipografía del título identifican o relacionan *KISS KISS* —en rosado— con la figura femenina y *BANG BANG* —en azul— con la masculina a través de sus respectivas correspondencias con los colores de la tipografía de las palabras que están debajo de cada una de las figuras: *TECNICOLOR* en rosado debajo de la figura femenina y *TECHNISCOPE* en azul debajo de la figura masculina (ver Figura 71).

dos figuras posterizadas y los collages de fotografías que están en su interior, estén resuelto en tonalidades azules.

Esto es algo que apoya las significaciones que hasta aquí hemos decodificado en el cartel: se redunda, por ejemplo, en la idea de que las fotografías interiores representan la diégesis de la película y de que las figuras posterizadas, además, aluden a los recursos narrativos empleados en ella. (Las figuras posterizadas no solo aluden a las acciones y los recursos narrativos de la película, sino que también tienen otras connotaciones, como la de aludir al género del *buddy film*). Asimismo, el color rojo del último *bang*, además de contribuir a la significación del crimen, redunda —porque la fuente ya los conecta— en la conexión del título con los otros textos que tienen el mismo color —el *tagline* y el *copy*—, y, por tanto, en la significación de otro de los recursos narrativos empleados en la película, otro de los recursos que representan la problematización del nivel de la enunciación en la película: los intertítulos.

Tenemos así que el color como componente o signo plástico (Joly, 2009a, p. 43) desempeña un papel decisivo en la significación y en el sentido global del cartel. Su interacción con los signos de los otros planos —el icónico y el verbal— llega a reducir o anclar (Barthes, 1986) su significación hasta el punto de cobrar entidad icónica. Por ejemplo, en la última palabra del título del cartel (*banG*), el color rojo asume cualidad icónica: representa la sangre. Como ya hemos visto, este significado no se fundamenta solo en el color: la salpicadura y el hilo que cae de la G, sumados a la significación lingüística de la palabra (*banG* es la onomatopeya de un disparo), ayudan a precisarlo (ver Figura 72).

Y, así mismo, el color rojo, al denotar la sangre y connotar la isotopía del crimen en el título gracias al anclaje operado sobre él por parte de la palabra *murder* que aparece en el *tagline*, contamina a su vez a los textos verbales que aparecen en

rojo —el *tagline* y el *copy*—, y por extensión a todos los demás (dado que tanto el título como el *tagline* y el *copy* comparten la misma fuente con el texto de los nombres de los dos actores principales, y este comparte el mismo color con el texto de los créditos; y así todos, sin estar en rojo, es como si lo estuvieran), con la significación de la sangre y el crimen. De esta manera, el color rojo inviste a los textos verbales, que, como ya hemos señalado, hacen las veces de escrito literario o de guion cinematográfico, de la temática del crimen. Dicho con otras palabras, los textos verbales terminan representando no solo un escrito literario o un guion cinematográfico, sino además un escrito literario o un guion cinematográfico sobre crímenes (y de *mystery*, y aun de *sex*, como promete capciosamente el *tagline*, dado que estos entran en la isotopía del crimen y están claramente enunciados; véase que la calidez del color rojo acompañada por la reiteración de la palabra *sex* —primero *SeX* y después *SEX*—, no deja de connotar al sexo, aun cuando este se contamine de criminalidad). Esto no es óbice para que también representen a los intertítulos; de hecho, los intertítulos en la película hacen referencia a los recursos literarios y guionísticos. Y tampoco es óbice para que completen su representación de la temática de la película con el tema de la amistad (el *buddy film*), dado que el color azul en el título, como hemos visto, así lo ha procurado (más allá del hecho de que, como hemos señalado anteriormente, en el plano verbal el *copy* lo revela).

También debemos referirnos a la conexión que se establece mediante la textura entre los textos y las figuras posterizadas. Ciertamente, esa textura de impresión defectuosa que tiene la fuente Underwood 13, la cual, como ya hemos visto, caracteriza a cuatro de los cinco cuerpos de texto que aparecen en el cartel, resulta, más que redundante, muy congruente, para usar la expresión de Joly

(2009b, p.140), con la textura de las figuras posterizadas. Y esto es algo que, además del valor compositivo que tiene²³, asocia sus significaciones.

Sin pretender agotarlas todas, digamos que, por una parte, ayuda en la representación de dos componentes del nivel de la enunciación de la película: los personajes narradores y los intertítulos; y, por otra parte, hace que en la diégesis del cartel los cuerpos de texto no solo representen un escrito literario o un guion cinematográfico sobre crímenes —y misterio y sexo—, sino que además apunten hacia sus personajes, y así terminen revelando el género al que pertenecen: el *buddy film* y el cine de acción. A más de que la impresión de vejez que produce esta textura, tanto en las figuras posterizadas como en los textos con la fuente Underwood 13, alude al juego intertextual con géneros cinematográficos y literarios del pasado, a saber: el cine negro de los años 40 y 50 y la literatura popular de crímenes y misterio que le fue contemporánea. Y así termina representando uno de los géneros de la película: el *neo-noir*.

Por otra parte, una variación importante entre este cartel de Verdesoto y el cartel de la película *Kiss Kiss... Bang Bang* de 1966 es la que se aprecia en el encuadre seleccionado. Los dos carteles están resueltos con un ángulo normal (a nivel), y los dos presentan las figuras humanas en un plano entero; pero mientras el cartel de 1966 encuadra las figuras enteras dentro del marco (ver Figura 69), el cartel de Verdesoto hace que se confunda el marco con el encuadre produciendo un fuera de campo, dado que las dos figuras aparecen cortadas por arriba a nivel del cabello y por abajo a nivel de los pies, y, así mismo, aparece cortada una parte de sus cuerpos a lo largo de los bordes izquierdo y derecho del cartel (ver Figura 68). Esto, por supuesto, persigue, como señala Joly (2009a, p. 101), aludir al “universo

²³ Según Villafañe (2006, p. 189), “los objetos y elementos plásticos con un acabado texturado pesan más que aquellos que ofrecen un acabado pulido”.

cinematográfico”, toda vez que “desde hace mucho tiempo el cine nos familiarizó con este juego de campo/fuera de campo”. Y en el caso de este cartel es un recurso muy pertinente, no solo porque se trata de un cartel de cine, es decir, un cartel publicitario cuyo objeto de promoción es una obra cinematográfica —parece inevitable usar un encuadre propio del cine para aludir al cine—, sino también, o sobre todo, porque contribuye (como también contribuye ese efecto de naturalización que logra el ángulo normal, el cual crea esa ilusión de realidad tan propia de la imagen cinematográfica; y, paradójicamente, a la vez que vela al enunciador, lo representa o lo significa en el cartel) de manera decisiva a la propuesta diegética del cartel, y así a su sentido global. De esta manera se logra una representatividad de la película en todos los niveles.

3.9.4 Análisis del Equilibrio de la Composición

Aparentemente, la simplicidad compositiva de este cartel de Verdesoto es proverbial: dos figuras posterizadas que contienen collages de fotografías, cinco cuerpos de texto y cuatro colores (de nuevo esa economía de colores que apreciamos en otros carteles de Verdesoto como el de la película *Ocean’s Eleven* del 2001), de los cuales dos son neutros, el blanco, que predomina siendo el color de la superficie, del espacio negativo, y el gris, que redunda en la significación de la vejez, con esa “sensación de brumosisidad y de suavidad”, al decir de Wong (1992, p. 31), que produce sobre la superficie blanca. Como podemos ver en la Figura 72, la simetría, la regularidad y la simplicidad son extremas: las dos figuras ocupan los dos tercios verticales de los extremos (el de la izquierda, una, y el de la derecha la otra; sintomáticamente, la figura de la izquierda, donde debe empezar la lectura, es la del protagonista principal, si se nos permite el pleonasma²⁴: Robert Downey Jr. en el

²⁴ Muchas veces en los *buddy films* uno de los dos protagonistas tiene mayor relevancia, como sucede, por ejemplo, en la película anterior del director Shane Black, *Lethal Weapon* (1987), en la que el personaje del sargento Martin Riggs, interpretado por Mel Gibson, es el *protagonista principal*.

papel de Harry Lockhart), mientras que los textos ocupan todo el tercio vertical del centro. Sin embargo, la complejidad de relaciones entre sus elementos es, así mismo, extrema.

Villafañe (p. 179), refiriéndose específicamente a la imagen, señala que “lo que hace que una imagen sea compleja y, por tanto, posea mayores posibilidades de significación es la diversidad de las relaciones plásticas que los elementos de la imagen pueden crear”. Y en el caso de un cartel de cine esto cobra una complejidad aún mayor, toda vez que en su conjunto se trata un signo mucho más complejo dada la cantidad de elementos icónicos, plásticos y verbales que lo conforman.

Así, en este cartel de Verdesoto para la película *Kiss Kiss Bang Bang* (2005), de Shane Black, las relaciones que se establecen, no solo entre los elementos de la imagen, y no solo entre los elementos plásticos, sino entre todos los signos de todos los planos — icónico, plástico y verbal—, como hemos visto, es de una extrema complejidad, una complejidad que sin dudas rebasa la intención publicitaria de un cartel de cine, su obligada legibilidad. Aquí, en este cartel de Verdesoto, todos los signos, en su interacción, una interacción que puede calificarse de congruente (Joly, 2009b, pp. 140 y 141) más que de redundante o de relevo (Barthes, 1986), contribuyen al sentido global. No hay, o no hemos podido percibir, nada gratuito o superfluo. Y todo dispuesto de tal manera que encuentra su justificación compositiva: crear relaciones, significados, sentidos, sin sacrificar el equilibrio.

Veamos otro ejemplo, fuera de los ya analizados. Habíamos mencionado esa suerte de cuchillo de piedra que cobra forma entre las piernas de la figura posterizada de Val Kilmer en el personaje de Gay Perry, y que apunta al seno izquierdo, o al corazón, de Michelle Monaghan en el personaje femenino de Harmony Lane. Resulta que una imagen muy similar se forma entre las piernas de la figura posterizada de Robert Downey Jr. en el personaje de Harry Lockhart, y

nuevamente esta forma apunta a otra fotografía de Michelle Monaghan en el personaje de Harmony Lane, solo que esta vez la zona apuntada es el vientre de ella. Estas formas, por supuesto, no son gratuitas, son signos, lo que quiere decir que son significantes con significado y que tienen un referente.

Pero hay más. Estas dos formas triangulares —continuemos llamándoles *cuchillos de piedra* por la irregularidad de su bordes—, que se ubican en los tercios laterales del cartel, principalmente en las cuadrículas inferiores, aunque las puntas llegan hasta las cuadrículas centrales, se ven reproducidas por una forma similar, otro cuchillo de hoja irregular, en el tercio vertical del centro del cartel. Pero esta vez está formado, no por el espacio negativo, sino por los textos verbales, unos textos sangrantes, como ya hemos señalado. De esta manera, dos formas triangulares, trazadas por el espacio negativo flanquean otro triángulo (cuyo vértice superior es la palabra *sex* con una tipografía roja; más aún, ya lo dijimos, es la reiteración verbal de esa palabra que representa plástica e icónicamente un sexo femenino), pero esta vez formado por el espacio positivo, por la marca. La complejidad de su significación es enorme. Apuntemos algunos posibles significados.

En primer lugar, las dos formas del espacio negativo tiene más o menos la misma altura y son considerablemente menos largas que la forma del espacio positivo. Dado que hay tres personajes, dos masculinos y uno femenino, y que las formas del espacio negativo apuntan (¿fálidamente?; de cualquier manera, es una forma de identificar, de señalar a la tercera protagonista) a la fotografía del personaje femenino, inferimos que las formas del espacio negativo representan a los personajes masculinos —como que, además, están entre las piernas de las figuras posterizadas— y la forma del espacio positivo al personaje femenino (ver Figura 70).

Sin embargo, esto no significa que se señale al personaje femenino como el principal de los tres protagonistas. Su representación, aunque ocupa el tercio central del plano vertical del cartel, es simbólica, mientras que las representaciones de las figuras posterizadas que la flanquean, las de los dos personajes masculinos, presentan un grado de iconicidad mucho mayor (sin prescindir del hecho de que, con las piernas abiertas, también evocan formas triangulares; así los triángulos formados por los espacios negativos entre sus piernas están comprendido dentro de los triángulos formados por las figuras posterizadas), y así mismo es mayor su altura. De esta manera tenemos una representación de los tres protagonistas, así como una distribución de su relevancia en la diégesis de la película: en la izquierda —donde empieza la lectura, ya lo dijimos— el protagonista principal, en la derecha el secundario —nótese que hablamos de protagonista, no de personaje— y en el centro el terciario. (Ver Figura 70).

Ahora bien, hemos hablado de *cuchillos de piedra* —hojas de cuchillos de piedra, en realidad— y de triángulos, porque esta última es básicamente su forma, la de un triángulo agudo. Y hemos visto cómo se repite este elemento plástico en toda la composición del cartel. Incluso podríamos añadir que en el espacio negativo que hay a cada lado del *tagline* y las figuras posterizadas se forman dos triángulos con el vértice superior invertido (ver Figura 68), forma esta que simboliza, entre otras cosas, el corazón, y también el sexo femenino. Y, así mismo, podríamos hablar de las *visual lines*, las miradas de las que habla Villafañe (2006, p. 190), refiriéndose a las direcciones que relacionan los elementos representativos. En este caso, las miradas de las figuras posterizadas masculinas parecen dirigirse al centro ocupado por la representación simbólica del personaje femenino, tanto a esos triángulos invertidos formados en los espacios negativos como al vértice superior del

triángulo formado por los textos verbales. Sí, no se miran uno al otro, sino que la miran a ella.

Según Marzal (2007, p. 200),

las formas geométricas regulares, como el triángulo, el círculo o el cuadrado, son menos dinámicas que las formas irregulares. Cuanto más difieran de las formas simples, mayor tensión introducirán en la composición. No obstante, cabe recordar que el triángulo es una forma más tensional y dinámica que el círculo o el cuadrado, por los ángulos que lo definen.

Tenemos así que estas formas triangulares, que no tienen formas estrictamente regulares —por eso hablamos de *cuchillos de piedra* en algún momento—, contribuyen de manera decisiva al equilibrio dinámico que presenta la composición de este cartel.

Por último, queremos referirnos a la *G* final del título. Ya hemos señalado que es el final o la consecuencia de un *bang*, de un disparo. A nuestro entender este es el núcleo de todas las relaciones que se establecen en la composición del cuadro. Su peso es enorme, por sus componentes plásticos —el color rojo y la textura de impresión defectuosa propia de su fuente, la Underwood 13—, por su significación —ya vimos que aisladamente representa el resultado fatal de un disparo, si no todavía una muerte, sí una herida, y una hiancia, no otra cosa es esta suerte de mancha en el cartel— y por su posición —se ubica en uno de los puntos fuertes del cartel según la regla o ley de los tercios— (ver Figura 70). Sin dudas este sea uno de esos detalles de los que hablaba Spitzer (como se cita en Péninou, 1976, p. 55). De cualquier forma, este elemento, que ya de por sí es un acento (según, Dondis — p. 139—, el acento “consiste en realzar intensamente una sola cosa contra un fondo uniforme”), inicia de manera centrífuga toda una serie de contagios y relaciones

recíprocas que terminan justificando la composición del cartel y determinando su significación.

3.9.5 Comprensión de la Categoría Fílmica de la Obra a través de los Elementos Utilizados para la Composición del Cartel de Cine

Como hemos visto, todos los significantes de este cartel aluden a la mezcla de géneros que presenta esta película como parte indisociable de su representatividad. Incluso por separado, cada uno de los planos —el plano de los signos plásticos, el plano de los signos icónicos y el plano de los signos verbales— comprende de alguna manera una alusión a esta mezcla de géneros.

El texto del título, por ejemplo, connota tanto el género de la comedia (exactamente el subgénero de la comedia negra, que se caracteriza por tratar temas escabrosos o espantosos, muchas veces tabúes, de una manera humorística — Britannica, T. Editors of Encyclopaedia, 2022—) como el género del *neo-noir*, que se caracteriza por utilizar el estilo visual y los temas del cine negro de las décadas de los años 40 y 50, actualizándolos y añadiendo nuevos elementos estéticos (Ostberg, 2022). Y esto desde la elección de la composición tipográfica; aunque es verdad que se ve apoyada por signos plásticos como el color rojo y por signos icónicos como la salpicadura y el hilo que cae de la *G* final. Ya vimos que, con esto solo, se logra aludir a la comedia negra mediante el uso del humor negro, a la vez que se alude a la isotopía del crimen, uno de los temas característicos tanto del cine negro como de su sucedáneo: el *neo-noir*.

También, por supuesto, hay una representación del género del cine de acción. Algo que el plano icónico, como ya hemos señalado, significa sobradamente. Así, los collages fotográficos que están dentro de las figuras

posterizadas denotan y connotan todo el tiempo este género. Y así mismo lo hacen las dos figuras posterizadas, cada una de las cuales empuña una pistola.

Pero hay más, como hemos visto el cartel llega incluso a especificar el subgénero del cine de acción conocido como *buddy film* (película de amigos), que se caracteriza esencialmente por “ensalzar la camaradería masculina” (Konigsberg, 2004), presentando la amistad que se desarrolla entre dos personajes masculinos con personalidades contrastantes. Y esto lo logra destacando a los dos protagonistas masculinos (Robert Downey Jr. en el papel de Harry Lockhart y Val Kilmer en el de Gay Perry). Ya hemos visto que su presencia en el cartel es casi absoluta, tanto en el plano icónico (sus imágenes posterizadas ocupan dos tercios del cartel, pero además sus fotografías aparecen en los collages interiores) como en el plano verbal, ya que los nombres de los actores masculinos que protagonizan este *buddy film* aparecen en la cuadrícula central del cartel, así como en la capa de texto de los créditos (ver Figura 70). Y también hemos visto cómo se representa la isotopía de la amistad, algo a lo que contribuyen, como hemos visto, los signos de todos los planos, incluido el plano lingüístico o verbal (véase lo que explicamos a este respecto en el análisis del *copy* que aparece en 3.11.1 Análisis de los Aspectos Textuales del Cartel, párr. 16)

Más allá, está el hecho de que la combinación o la interacción de todos los significantes, o signos, presentes en todos los planos —el verbal, el plástico y el icónico— de este cartel anclan de una manera más precisa la representación de la mezcla de géneros que caracteriza a la película *Kiss Kiss Bang Bang* (2005).

3.10 Cartel del Documental *Great Directors* (*Grandes Directores*, 2009)

En el cartel realizado por James Verdesoto para el documental *Great Directors* (*Grandes directores*, 2009), de la realizadora Angela Ismailos, se reitera el

gesto posmoderno tan recurrente en la producción cartelística de Verdesoto de dialogar, no solo con el diseño, sino además con el arte — principalmente, la pintura, la fotografía y el cine— del pasado. Y así, vuelve a recurrir a la cita, al pastiche.

La imagen de este cartel (ver Figura 77) muestra una cámara con trípode cuyo lente apunta al espectador. En el objetivo, un ojo inmenso. La primera conexión se hace con el cartel constructivista de los hermanos Vladímir y Georgui Stenberg, para quienes el cine no solo era el arte de los nuevos tiempos, de lo que luego Benjamin (2003) llamaría la “época de la reproductibilidad técnica”, atendiendo precisamente al cine y la fotografía, sino además el símbolo del progreso y la forma artística por excelencia. Y dado que, al igual que muchos teóricos y realizadores (léase Dziga Vértov, Serguéi Eisenstein, Vsévolod Pudovkin), los hermanos Stenberg consideraban que la forma pura —una de las obsesiones de las vanguardias históricas: la búsqueda de las formas puras de las artes— del cine se resumía en el montaje, lo asumieron como el principio rector de la composición del cartel de cine. Se trataba de ser coherentes con el nuevo medio que se promocionaba y encontraron la forma de hacer arte sobre el arte.

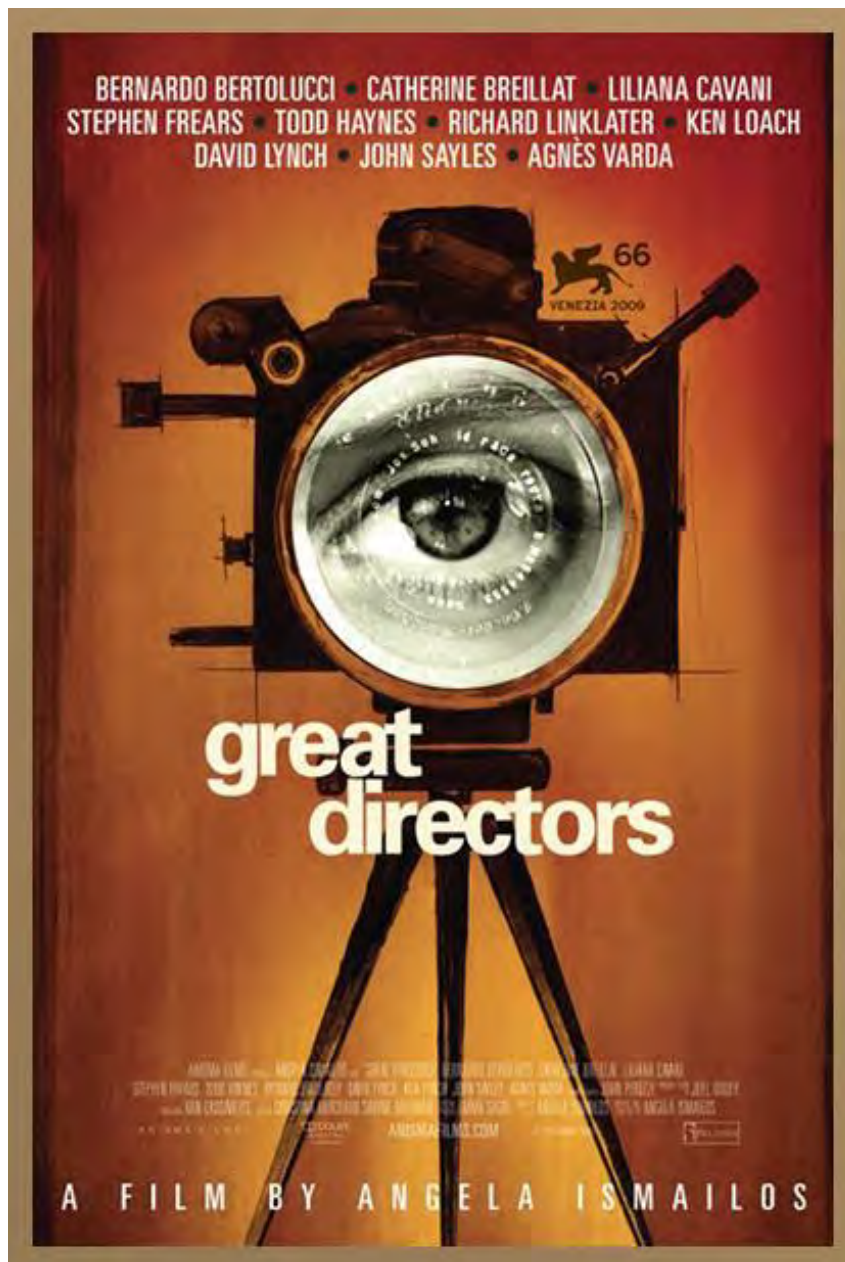
Y así en el cartel que los hermanos Stenberg realizaron para promocionar el documental de Dziga Vértov, *El hombre de la cámara* (ver Figura 78), aparece una cita de esta obra cinematográfica: el fotograma antológico del ojo en el objetivo que simboliza la teoría del Cine-Ojo de Vértov (ver Figura 79).

Verdesoto, entonces, cuando hace el cartel para un documental sobre directores de cine encuentra en este ícono el símbolo que resume con su prestigio la idea de la producción cinematográfica que representa. Descartada la parodia, toda vez que hablamos de pastiche, aquí la cita más que homenaje o nostalgia, es aprovechamiento.

El ojo que aparece en el objetivo de una antigua cámara de cine no es aquel ojo que lo quiere ver todo, sino un ojo reposado, un ojo que lo ve todo. Y así no es el ojo de un individuo, sino un ojo humano y profesional. El título debajo del objetivo lo confirma: "great directors".

Figura 77

Cartel del documental Great Directors (Grandes directores, 2009), realizado por James Verdesoto



Nota. Tomado de *Great Directors*, Indika Entertainment Advertising (<http://indika.com/documentaries>).

Figura 78

Cartel del documental *El hombre de la cámara* de Dziga Vértov, realizado por los hermanos Stenberg en 1929.



Nota. Tomado de *Ven y mira* (Vladimir y Georgii Stenberg), por D. Domínguez, 2013, La escuela de los domingos (<http://www.laescueladelosdomingos.com/2013/07/ven-y-mira-vladimir-y-georgii-stenberg.html>)

Figura 79

Fotograma del ojo en el objetivo de la cámara del documental El hombre de la cámara (1929) de Dziga Vértov



Nota. Tomado de *Un repaso a la historia: Dziga Vértov y el cine-ojo*, por D. Reszka, 2013, TAI blog (<https://blog.taiarts.com/un-repaso-a-la-historia-dziga-vertov-y-el-cine-ojo/>).

3.10.1 Análisis de los Aspectos Textuales del Cartel

Este cartel presenta de manera general una tipografía sin serifas y toda de color blanco, exceptuando la que acompaña al logo del festival de cine de Venecia del 2009 que aparece a la derecha sobre la figura de la cámara en el cartel (ver Figura 77). Los textos se distribuyen en tres posiciones principales: en el extremo superior, los nombres de los directores de cine sobre los que trata el documental *Great Director (Grandes directores, 2009)* de la directora greco-norteamericana Angela Ismailos; en el extremo inferior, los créditos generales de la producción cinematográfica en la jerarquía más pequeña y debajo de ellos el nombre de la directora del documental con una jerarquía mayor y una separación entre letras también mayor; y un poco más debajo de la mitad del cartel, el título del documental con un tamaño de letra mayor que todos los demás textos.

Ahora bien, todos los textos aparecen en mayúsculas, menos el texto del título. Y ese contraste que se establece en el título entre letras en minúsculas y la mayor jerarquía (es el texto que presenta el tamaño de letra mayor de todos los textos del cartel y a la vez es un texto con un tamaño de letra gigantesco) redobla la atención sobre el título y como que viene a enfatizar tipográficamente lo que enuncia —denotativamente— el texto.

3.10.2 Análisis de los Aspectos Icónicos del Cartel

Verdesoto (como se citó en Vinuesa, 2013) dijo en una entrevista:

cada vez que veo una foto o una ilustración que se me cruza, me obsesiona encontrar la fuente original, la primera referencia. Me resulta fascinante comprender el progreso del arte: cómo los fotógrafos de hace treinta años se basaron a su vez en fotógrafos de treinta años antes que ellos. Y hay que conocerlos a todos, porque entender el trabajo anterior es clave para construir tu propio vocabulario visual. (...) Yo trabajo en carteles, así que tengo que entender todas las referencias visuales que pueda.

Y en este cartel (ver Figura 77) se confirma ese diálogo con textos —entendido el término “texto” en el sentido más elemental y amplio de espacio codificado, de artefacto— y referencias múltiples, ese pastiche de intertextos. La imagen de este cartel muestra una cámara con trípode ilustrada, es decir, dibujada —aparecen restos de las líneas guías del dibujo, así como otros trazos, que revelan la hechura con una clara intención autorreferativa, es decir, que tematizan su propia condición de ilustración—. En el objetivo de la cámara aparece un ojo, que no es simplemente el ojo del hombre que está detrás de la cámara, sino un ojo maquínico, un ojo objetivo. La asociación inmediata es con la imagen más prestigiosa: el fotograma de ese clásico del documental cinematográfico que es *El hombre de la cámara* (1929) de Dziga Vértov, en el que se muestra el plano detalle de un ojo

extremadamente abierto dentro del objetivo de una cámara, el cual ya de por sí es el producto de una superposición de imágenes, y que arrastra consigo referencias iconográficas diversas, es decir, infinidad de intertextos. Sin negar eso que señala Perales (1995) de que “la influencia de los éxitos predecesores va a influir en representaciones iconográficas posteriores, insistiendo en los signos visuales de películas y carteles anteriores”, que, por supuesto, también está, habría que destacar primero ese recurso por sus aportes semánticos, por el efecto que tienen en la producción de sentido de ese artefacto que es el cartel.

Ahora bien, este fotograma ya había sido utilizado antes por los hermanos Vladimir y Georgui Stenberg, artistas constructivistas rusos, cuando realizaron el cartel del documental de Vértov (ver Figura 78). Y encima lo habían colocado en el objetivo de una cámara de cine con trípode. Exactamente de la misma manera que lo hace Verdesoto en este cartel, aunque con algunas diferencias: en primer lugar, en el diseño de las cámaras, dado que, si el diseño de los hermanos Stenberg presenta un trípode de patas largas sobre las que aparece en comparación una cámara pequeña con un ojo muy abierto, que remeda el ojo atento que simboliza la teoría del Cine-Ojo de Vértov y por supuesto el fotograma del documental, el de Verdesoto presenta patas cortas y una cámara grande en la que casi todo el espacio lo ocupa el objetivo, en el que aparece un ojo con una abertura natural, un ojo que mira reposadamente, un ojo que recuerda más a la imagen que incluyó Man Ray en su *ready-made* titulado *Object to Be Destroyed* (ver Figura 80); y en segundo lugar, en el empleo de la ilustración en el cartel de los primeros, los hermanos Stenberg, y de la fotografía en el segundo, el cartel de Verdesoto: los hermanos Stenberg no emplearon fotografías en su cartel, sino dibujos de fotografías, Verdesoto, más fiel al fotograma original va a resolver la imagen del ojo mediante la fotografía.

Figura 80

Object to Be Destroyed (1923), Man Ray



Nota. Tomado de SAAM, Smithsonian American Art Museum (<https://americanart.si.edu/artwork/indestructible-object-33672>).

3.10.3 Análisis de los Aspectos Cromáticos, la Iluminación y el Ángulo

Fotográfico

Las referencias a los hermanos Stenberg, y en particular a su cartel para el documental de Dziga Vértov, *El hombre de la cámara*, también se extienden al tratamiento del color. En el cartel de los hermanos Stenberg, cuya obra se caracteriza por un peculiar sentido del color y un uso de colores muy vivos, encontramos primordialmente el empleo de colores primarios (rojo y amarillo básicamente), así como del blanco (véase ese reflejo blanco en el ojo que reproduce el original, y así mismo su uso para significar iluminaciones) y el negro.

Verdesoto empleará estos mismos colores en su diseño, una paleta cálida en la que las iluminaciones se logran con el empleo de diferentes tonalidades.

Por otra parte, en ambos carteles, como en el fotograma original, el ojo aparece en blanco y negro, algo que, si bien en ambos carteles contrasta con el colorido del resto de la composición, en el cartel de Verdesoto se ve redoblado por su condición de fotografía en blanco y negro —ya se ha señalado que en el cartel de los Stenberg se trata del dibujo de una fotografía— frente al carácter de ilustración que tiene el resto de la composición. Y así mismo este contraste se ve redoblado por su tamaño y posición: si en el cartel de los hermanos Stenberg la imagen del ojo ocupa un espacio ínfimo en la parte superior derecha, en el de Verdesoto ocupa buena parte del tercio central.

El ángulo es normal —neutro o a nivel—, con lo que la cámara y especialmente ese ojo que aparece en el objetivo interpela al espectador, enfoca al espectador. O, más bien, como señala Comolly (2010), “el ojo filmado, motivo vertoviano por excelencia, es a la vez el del personaje, del espectador en el filme, del espectador del filme y por supuesto, el objetivo de la cámara”.

3.10.4 Análisis del Equilibrio de la Composición

Este cartel se resuelve de manera notoria a base de contrastes. En primer lugar, aparece el contraste entre las formas geométricas (principalmente líneas rectas y círculos) realizadas con instrumentos y las realizadas con trazos a mano alzada, trazos que apelan, tal vez nostálgicamente —o anamnésicamente—, al boceto.

Después, se establece un contraste entre las formas geométricas: básicamente entre líneas rectas y círculos. Las primeras están trazadas por la tipografía (dispuesta horizontalmente en cada tercio del cartel), los bordes horizontales y verticales de la cámara (en los que, además, quedan restos de las

líneas guía del dibujo), la pata central del trípode y los brochazos verticales del fondo. Los segundos, por supuesto, los círculos concéntricos que están en el objetivo enorme de la cámara, así como varios círculos de menor tamaño que forman parte del dibujo de la cámara.

Por último, las tres líneas de las patas del trípode —una vertical, dos diagonales—, partiendo del nombre de la directora del documental en la parte inferior del cartel, convergen formando una suerte de punta de flecha en el título del documental, así como en la cámara que lleva al texto en la parte superior, donde aparecen los nombres de los grandes directores de cine abordados en el documental. Y, así mismo, el sentido contrario, el natural de la lectura —de arriba abajo—, también está logrado: partiendo del tercio superior del cartel, donde está el texto con los nombres de los directores abordados en el documental, se pasa al tercio del medio, donde está la imagen de la cámara y la información del título, y de ahí parten las tres patas del trípode para llevar al tercio inferior del cartel, donde está el texto con menor tamaño: los créditos, y finalmente el texto con la identificación de la directora del documental. De cualquier manera, el sentido de lectura condicionado por el diseño del cartel parte siempre del tercio central, debido principalmente a que allí aparece la mayor parte de la imagen y a que la jerarquía de la tipografía es también allí la mayor.

Este es uno de los carteles de Verdesoto en el que más se evidencia, en cuanto a su artisticidad, y las connotaciones estéticas de su composición, la influencia de la primera tendencia que se abordó en el capítulo 2 (ver Problema, capítulo 2), dentro de la que se incluye, entre otros, el cartelismo del cine soviético de los años 20 del siglo XX, signado por la estética del constructivismo.

3.10.5 Comprensión de la Categoría Fílmica de la Obra a través de los Elementos Utilizados para la Composición del Cartel de Cine

El orden de lectura presupuesto por el cartel irradia desde el tercio central, tanto hacia el tercio superior como hacia el inferior. Así, el espectador enfrenta primero el título de la producción cinematográfica: “*great directors*” (grandes directores), que concreta la polisemia de la imagen de la cámara con el ojo en el objetivo, es decir, la amplia avenida de significados que propone la imagen es reducida a una significación más puntual: la producción cinematográfica que anuncia el cartel trata sobre directores de cine. De este tercio central, siguiendo las patas del trípode —que guían con la significación más socorrida que tiene el trípode, la de su función: apoyatura, y que conectan estos dos tercios con una doble direccionalidad—, se pasa al texto que aparece en el tercio inferior, donde se obtiene la información de que el cartel anuncia una producción cinematográfica (“A film”), así como el nombre de la realizadora de esta producción (“by Angela Ismailos”), además de los créditos; y yendo hacia el texto que aparece en el tercio superior del cartel, donde se enuncian los nombres de los directores de cine que son abordados en la producción, todos mundialmente reconocidos, la información queda concretada aún más: al mismo tiempo que se determinan los directores de cine que son abordados, se especifica el género de la producción cinematográfica: documental. El color blanco de la tipografía del cartel también redundante en esta significación.

3.11 Cartel del Documental *Shadowman* (2017)

Este cartel fue realizado por James Verdesoto para el documental *Shadowman* (2017), del realizador Oren Jacoby, que se estrenó el 21 de abril de 2017 en el Festival de Cine de TriBeCa, donde fue nominado en la categoría de Mejor documental. Trata sobre la vida y obra del pintor estadounidense Richard

Hambleton (1952-2017), quien muriera el 29 de octubre de 2017, solo unos meses después de su estreno.

Aquí Verdesoto vuelve a recurrir al fotomontaje, así como a la técnica fotoplástica, y también a la apropiación y el pastiche. Esta vez yuxtapone dos fragmentos de fotografías del fotógrafo estadounidense Hank O'Neal (ver Figura 82) para recrear una idea plasmada en otra fotografía (ver Figura 83): la de Susan Aimee Weinik del año 1984 en la que aparece un joven Richard Hambleton recostado en una esquina de New York dándole la espalda a una de las sombras que pintó en esa década no solo en muchos de los muros de esa ciudad sino también en algunos de varias ciudades del mundo, incluido el Muro de Berlín (Pérez, 2017).

En la parte inferior del cartel aparece el título del documental en letras rojas que contrastan con los colores neutros con los que está resuelta la imagen del cartel, una clara alusión a la vida y obra del artista plástico canadiense Richard Hambleton (1952-2017) al que se dedica el documental. *Shadowman* es el título del documental, pero antes de eso fue el nombre con el que se conoció cada una estas obras —al conjunto se apelaba y se apela en plural: *Shadowmen*— de Hambleton de los años 80, y también el sobrenombre que consecuentemente se le dio a él (Sandomir, 2017).

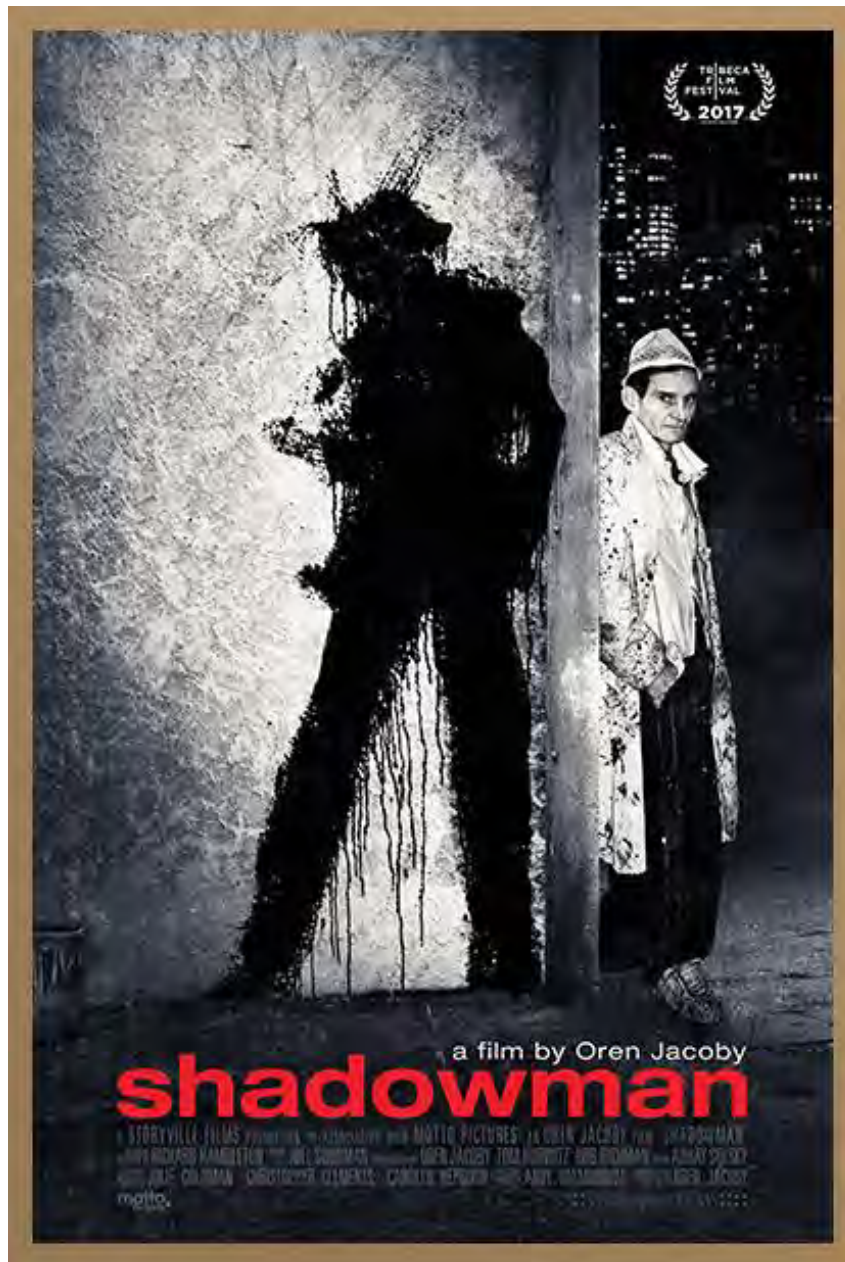
Después se le empezó a conocer, o a reconocer, como el *godfather* del arte urbano (Carlson, 2013). Y esta imagen de “padrino”, y sobre todo de precursor del *street art*, que el documental, entre otras cosas, quiere reivindicar, y que muestra al artista ya avejentado y enfermo, es precisamente la que escoge Verdesoto para contraponerla —espalda con espalda como un Jano Bifronte— a uno de sus *Shadowmen*, y representar así al hombre y su sombra, al artista y su obra, retomando las palabras que le dijera Hambleton a la revista *People* en 1984: “They

[*Shadowmen*] could represent watchmen or danger or the shadows of a human body after a nuclear holocaust or even my own shadow” (Sandomir, 2017), y condensando la idea principal del documental.

Verdesoto logra, además, con esta composición una serie de connotaciones que, a la vez que vehiculan la representatividad del documental, rebasan lo meramente representativo, es decir, publicitario. Una serie de elementos, como son la iluminación de la obra —el *Shadowman* pintado en la pared—, su desproporción con respecto a la imagen de Hambleton —estas obras eran en realidad de tamaño natural—, la noche urbana, denotada por el fondo a la derecha —edificios alumbrados en la noche— y el juego de luces y sombras del suelo, así como la figura del artista, más que oculta, asomada a una esquina, sombra de su sombra, propician múltiples lecturas. Incluso es significativo lo que omite: el idilio de las élites con el artista maldito que se refleja en el documental —sin cuestionamiento—, y este silencio irónicamente apunta a su propia condición de cartel de este idilio.

Figura 81

Cartel del documental *Shadowman* (2017), realizado por James Verdesoto



Nota. Tomado de *Shadowman*, Indika Entertainment Advertising (<http://indika.com/documentaries>).

Figura 82

Dos fotografías de Hank O'Neal



Nota. Izquierda: *Standing Man*, fotografía de Hank O'Neal de la obra de arte urbano de Richard Hambleton situada en una esquina del Lower East Side, Manhattan (New York). Derecha: Fotografía realizada por Hank O'Neal de Richard Hambleton junto a una de sus obras.

Figura 83

Richard Hambleton, New York, 1984. Fotografía de Susan Aimee Weinik



Nota. Tomado de NY: (FILE) New York Graffiti; A Look Back. Getty Images (https://www.gettyimages.es/detail/fotografía-de-noticias/artist-richard-hambleton-outside-at-night-with-fotografía-de-noticias/53367081?fbclid=IwAR2nWUUDOsAEo6BmkheQG-qQK8WFLzuJo14iEDVgINLOWmL2mnRCpnn_LGA).

3.11.1 Análisis de los Aspectos Textuales del Cartel

Exceptuando el texto que forma parte del logo del Festival de Cine de TriBeCa, festival este en el que, como ya hemos dicho, se estrenó el documental *Shadowman* y donde fue nominado en la categoría de *Mejor documental* (lo cual permite la presencia de este elemento paratextual en el cartel, y, por tanto, su aprovechamiento con una función principalmente publicitaria), todas las capas de texto aparecen reunidas en la parte inferior del cartel; más exactamente, ocupan la mitad inferior del tercio inferior del cartel (ver Figura 84). Y esto hace que casi todo el espacio del cartel esté dominado de manera exclusiva por la imagen (nos referimos al hecho de que en la mayor parte del espacio del cartel solo aparece la imagen, entendiendo que, si bien esta ocupa todo el cartel, en algunos puntos presenta capas de texto superpuestas), o por los elementos fundamentales del plano icónico, es decir, por los signos propiamente icónicos, exclusión hecha de los signos plásticos que acompañan a los elementos del plano verbal o lingüístico: “colores, formas, composición interna, textura” (Joly, 2009a, p. 43).

Ahora bien, tres son las capas de texto principales que aparecen en esta ubicación: la del título de la producción cinematográfica, *Shadowman*; la del *copy* que reza: “a film by Oren Jacoby”, y la de los créditos (ver Figura 84).

Estas tres capas de texto principales presentan tipografías totalmente diferentes, porque diferentes son las fuentes, el tamaño, el grosor y el color de las letras de estos tres textos entre sí. Sin embargo, por su posición y su composición, funcionan de manera conjunta como una suerte de pedestal caligramático de la imagen. Nótese que, dejando el mismo margen a cada lado del cartel, se extiende casi exactamente debajo de las dos figuras (ver Figura 84). Pudiera hablarse de un pie de foto, es decir, de la simulación de un pie de foto, y ciertamente este digamos

atractor está presente, pero al superponerse a la imagen y, sobre todo, al disponerse formando un bloque rectangular a los pies de las figuras, parece aludir más a un pedestal, lo cual cobra pleno sentido tomando en cuenta la significación global del cartel y su intención representacional, ya que el documental es en buena medida un homenaje a la vida y obra de Richard Hambleton, y nada indica mejor un homenaje que un pedestal.

Sin detenernos demasiado en la significación de la capa de texto de los créditos (ya hemos visto anteriormente las connotaciones que esta capa de texto puede aportar a la significación global del cartel más allá de la información que denota), debemos señalar que su composición en bloque —texto justificado y sin espaciado entre palabras, con márgenes idénticos a izquierda y derecha, algo en lo que lo acompaña el título a ambos lados y el *copy* a la derecha—, así como el hecho de que la tipografía de esta capa sea la de menor tamaño, y en general la de menor jerarquía, es la que aporta de manera decisiva este valor icónico de pedestal caligramático. Sus letras en mayúsculas sostenidas, independientemente del hecho de que algunas palabras presenten un tamaño menor, así como su color, contribuyen también a esta impresión de pedestal.

Contrariamente, el título y el *copy* —excepción hecha de las letras iniciales del nombre y el apellido del director que aparecen en este último— presentan todas sus letras en minúscula. Asimismo, ambos presentan fuentes sin serifas. Y con esta informalidad —el empleo de minúsculas de palo seco— se ancla la referencia al arte urbano, o la significación de este, dado que se representa o se reproduce el grafiti.

El *copy* (ver Figura 81), cuyos significados publicitarios son, de manera general, muy similares a los de los que hemos abordado anteriormente (identificación del producto que se publicita, en este caso un documental, y apelación al prestigio de su realizador; véase que Oren Jacoby es un reconocido

realizador y productor estadounidense de documentales que cuenta en su haber con el premio del Festival de cine de Tribeca de 2004 en la categoría de Mejor cortometraje documental, así como con una nominación en 2005 a los Premios Oscar en esa misma categoría), oficia como una suerte de antesala o presentación del título, tanto por su posición (directamente encima del título y alineado a la derecha con él) como por todos los contrastes que establece con este: de color (más adelante abundaremos sobre el contraste que se establece entre el color blanco de su tipografía y el color rojo de la del título; baste señalar por ahora que la calidez de este último color dota al primero de connotaciones frías) y de jerarquía en general (principalmente por su tamaño, que es mucho menor que el del título).

En cuanto al título (ver Figura 81), las relaciones que este establece tanto con la imagen como en su interior son muy complejas. Así, por una parte, tenemos que el significado verbal, además de denotar el título del documental que publicita el cartel, está identificando las dos figuras que aparecen en la imagen: la del artista y protagonista del documental Richard Hambleton y la de una de sus obras (ya hemos visto que cada una de estas obras se conocía como *Shadowman* y que así también se le llamaba a su creador cuando era desconocido; algo muy congruente, porque se trataba de pinturas sin título de sombras de figuras masculinas y su misterioso creador las realizaba —o perpetraba, porque eran ilegales— amparándose en la noche). De esta manera se puede decir que el texto verbal (el título) cumple una función ambigua: al mismo tiempo de relevo (aporta, para los que no están familiarizados con la vida y obra de Hambleton, una información que no está presente en la imagen) y de anclaje (limita la significación de la imagen a una representación del tema del documental: la vida y obra del artista estadounidense Richard Hambleton).

Y, por otra parte, el significado verbal —comprendido tanto el plano denotativo como el connotativo— se ve congruentemente reproducido y ampliado por los elementos plásticos que conforman el significante lingüístico.

Desentrañemos esto. Hablamos de congruencia, más que de redundancia, siguiendo a Joly (2009b, pp. 140 y 141), porque todo lo que determina su jerarquía (de nivel primario), principalmente el tamaño, el peso (véase que en estos dos aspectos difiere de manera desproporcionada de las demás capas de texto) y el color rojo de sus letras, así como el hecho de estar resuelto en letras minúsculas de palo seco, apunta a una representación del grafiti y por extensión del arte urbano, y de esta manera complementa tanto el nivel semántico del texto verbal como la significación de la imagen, del plano icónico (al que de hecho pertenecen todos los elementos del significante de esta capa de texto que coadyuvan a la representación del grafiti).

Figura 84

Cartel del documental *Shadowman* (2017) dividido en cuadrículas según la regla de los tercios



3.11.2 Análisis de los Aspectos Icónicos del Cartel

La imagen en este cartel (ver Figura 81), como ya se ha señalado, domina de manera exclusiva casi todo el espacio. Para componerla, Verdesoto recurrió al fotomontaje de fragmentos de dos fotografías del fotógrafo estadounidense Hank O'Neal: un fragmento de la fotografía *Standing Man* (1982), en la que se captura

una de las siluetas masculinas —uno de los *Shadowmen*— pintadas por el artista estadounidense Richard Hambleton (1952-2017) en los muros de Manhattan (New York), específicamente la que se encontraba en una esquina del Lower East Side, y de otra en la que aparece Richard Hambleton, ya viejo y enfermo, junto a otro de sus *Shadowmen*, pero esta vez de los que pintó sobre otros soportes (ver Figura 82).

De la primera fotografía Verdesoto aisló la imagen de la obra (el *Shadowman*), y de la segunda la imagen de Hambleton, y las montó para componer con ellas una imagen que recrea una composición ya recogida básicamente en otra fotografía realizada en 1984 por la fotógrafa norteamericana Susan Aimee Weinik, en la que aparece Richard Hambleton de joven, recostado a una pared en una esquina de New York y dándole la espalda a uno de sus *Shadowmen* (ver Figura 83).

Las diferencias entre estas dos composiciones —la de la fotografía de Weinik y la del cartel—, aparte de la ya señalada en cuanto a la edad de Hambleton en cada una y de que recogen diferentes realizaciones de sus *Shadowmen*, radican primeramente en el tratamiento con software al que Verdesoto sometió la suya (notorio sobre todo en la iluminación, significativamente artificial —y con esto queremos decir que no proviene ni de una fuente de luz natural, ni de ninguna luz propia de la locación— de la pared en la que está pintado el *Shadowman*, así como de la figura de Hambleton, y en la reconstrucción del borde de la esquina que separa las dos figuras, además de la adición del codo izquierdo a la pintura del *Shadowman* y la sustracción del codo derecho de la imagen de Hambleton), y después en la sustitución del fondo a la derecha: ambas reflejan la noche, pero en la fotografía de Weinik aparece el Empire State Building con su iluminación, lo cual identifica a la ciudad de New York, mientras que en la composición de Verdesoto

aparecen edificios con luces encendidas, lo cual también es un índice de una ciudad, pero de una ciudad indeterminada (ver Figuras 81 y 83).

Tenemos así que, aunque la composición es básicamente la misma (véase que se trata de los mismos elementos principales, incluso la bolsa que está a los pies del *Shadowman* en la fotografía de Weinik es sustituida por un latón de basura en la imagen del cartel), las variaciones en los elementos que emplea Verdesoto dotan a la del cartel de connotaciones diferentes a las de la fotografía de Weinik, como también diferentes son las connotaciones que tiene la imagen del cartel de las que tienen las fotografías de O'Neal. De hecho, las connotaciones son tan diferentes que resultan contrarias.

Si la figura de Hambleton en la fotografía de Weinik (ver Figura 83) muestra a un hombre que, más que aterido de frío, parece que se oculta (esconde su rostro tras el cuello del abrigo y de unas gafas oscuras, que ni abrigan ni son necesarias en la noche), un hombre con un poder (el de la subversión y la disidencia, cierto cimarronaje) que lo hace amo de la noche con su ejército de sombras (véase que la pose en esta fotografía pudo haber ganado en simetría si Hambleton se recostaba a la esquina de la misma manera que lo hace el *Shadowman*, pero del lado contrario, como para representar la idea del artista y su obra, del hombre y su sombra, su doble, su imagen especular; pero eso habría exigido alguna revelación, y por ello se coloca de espaldas al *Shadowman*, de lado al objetivo de la cámara, embozado en el cuello del abrigo, con los pies cruzados, lo que se antoja también como un gesto de ocultamiento, y mirando de soslayo a la cámara tras unas gafas oscuras), la figura de Hambleton en el cartel de Verdesoto (es la misma que la de O'Neal —ver Figura 82 derecha—, pero en este contexto cobra otra lectura, toda vez que Hambleton aparece en la escena del crimen, a la intemperie, en la noche, iluminado y con el rostro descubierto; pero, además, iluminado por una luz aparatadamente