

# 24 viñetas por segundo: Cine, Cómic y Diseño

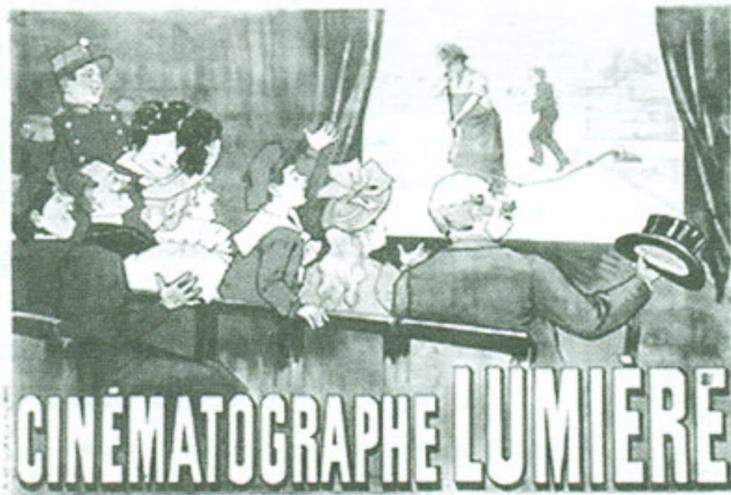
Mauricio Matamoros

Periodista y crítico de cine

En su libro *Principios de diseño*, Wucius Wong escribe que “diseñar es un proceso de creación visual con propósito. A diferencia de la pintura y la escultura, que son la realización de la visión y sueños personales del artista, el diseño responde a necesidades prácticas”.

Para este diseñador chino un buen trabajo en dicha materia es la mejor expresión visual posible de la esencia de “algo”, ya sea un mensaje o un producto, en el que también vayan implícitos estética y funcionalidad además de, por supuesto, un guiño a las modas imperantes al momento.

Efectivamente, un buen diseño, en resumen, parece ser la concreción idónea de la suma de una idea y el ejercicio de la misma. Si lo vemos de esa forma, incluso las obras artísticas deben delimitarse por una idea de diseño, pues responden a una necesidad expresiva que, a fin de cuentas, estará definida por la búsqueda de una forma que encuentre corresponsabilidad con la sensibilidad del público para provocar una sensación placentera o una idea de conocimiento.



Cartel de los hermanos Lumiere para la película *L'Arroseur Arrose*



Imagen del cómic *Kingdom Come*, 1997

Es así que, virtualmente, el diseño se encuentra en cada una de nuestras ideas, palabras y cosas que nos rodean: el tejido de un texto, compuesto por la redacción y la sintaxis, no es otra cosa que una forma modulada de ideas a través de un ritmo de palabras escritas; la conjunción de la guitarra, el bajo, la voz y las letras, a partir de la pauta dada por los acordes de la batería, no es otra cosa que un diseño coherente de sonidos que ilustran una idea; la composición de los distintos ingredientes que conforman un taco al pastor producen una reacción corporal cuya sensación es distinta a la provocada por un taco de suadero.

Y aunque podemos hablar de distintos tipos de diseño, el diseño gráfico, a fin de cuentas, responde a las mismas necesidades que los otros tipos.

El cine y la historieta son dos artes, aún modernas, profundamente vinculadas con el diseño gráfico: su forma final es resultado de la misma encrucijada de necesidades, ideas y delimitaciones que componen la tarea del diseñador gráfico.

Al igual que el concepto y delimitación de lo que es considerado como diseño gráfico, el cine y la historieta surgen en el momento de esplendor del cartel a finales del siglo XIX. Recordemos que ambos medios y artes

nacen de manera oficial con muy pocos meses de diferencia, el primero el 28 de diciembre de 1905 (con la exhibición de la primera filmación de Louis Lumiere) y el segundo en octubre del siguiente año (con la aparición en el New York Herald de la tira *The Yellow Kid and His New Phonograph*).

Si bien, es cierto que ambos medios presentaron distintos desarrollos, y en momentos diversos, los paralelismos que los caracterizan no son pocos, además de que dos de sus más grandes autores coinciden en varios puntos.

Georges Méliès, sin duda el primer maestro del cine, fue un autor que comenzó a realizar sus historias a partir de su experiencia en el teatro y el espectáculo en general, provocando francas alucinaciones y pesadillas cinematográficas enmarcadas por un diseño de escenarios muy en deuda con sus anteriores oficios. Por su parte, el extraordinario ilustrador e historietista estadounidense Winsor McCay aplicó sus conocimientos como diseñador de escenarios para teatro y circo, además de su fabuloso conocimiento en el art deco para crear su clásico *Little Nemo in Slumberland*, una historieta que hoy día continúa siendo vanguardia y un claro ejemplo de la importancia del diseño integral —esto es, en el orden de las imágenes y el mensaje o ideas que se presenten a través de estas— en la historieta.

En la historieta, o cómic, podemos ver un peculiar y único amasijo de diseños que desatan, como resultado de su experiencia frente al lector, una reacción intelectual y muchas veces visceral. Porque el cómic o historieta, a diferencia del cine, exige una mayor interacción por ser un medio fundado en la elipsis: si bien, la secuencia de cuadros o viñetas presentes en una historieta llevan un orden lógico y cronológico —por no hablar de las libertades autorales y el uso de flashbacks, entre otros artilugios del

medio—, entre cuadro y cuadro el lector debe de llevar mentalmente la continuidad de la historia, se trate de segundos, horas, días, meses o años el espacio de diferencia que se dé entre cada cuadro.

El cine, a pesar de ser una ilusión de movimiento, resultado del efecto del paso de 24 cuadros de imágenes proyectados por segundo, también le debe mucho de su forma a la elipsis, presente en su edición y montaje. Pero en el cine, en muchas ocasiones, la forma que tome cada historia estará dictada por la idea del director expresada a través del storyboard —que no es otra cosa que una historieta que sirve como base para los encuadres y la forma visual general del filme—, una herramienta que está dictada precisamente por un diseño de ideas.

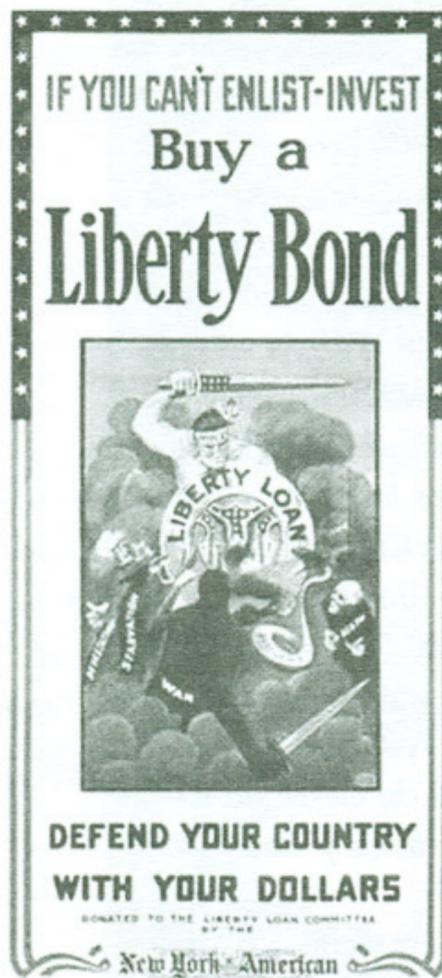
Ejemplo claro de esta tecnología, es la secuencia clásica de 45 segundos —y conformada por 70 planos— del asesinato en la bañera en *Psycho* (Alfred Hitchcock, 1960), la cual fue diseñada meticulosamente por Saul Bass, autor fundamental en el desarrollo del cartel contemporáneo.

En la actualidad, la presencia del diseño gráfico tanto en la historieta como en el cine va muchos más allá de los ejemplos mencionados pues el proceso de pensamiento del hombre actual, enmarcado en una cultura global de la inmediatez dentro de una Torre de Babel, exige varios niveles de lectura en el mismo instante.

Es de esa forma que hoy, el diseño, el cine y la historieta no pueden entenderse por separado: para disfrutar y analizar uno de ellos, hay que poner un pie en el ambiente de los dos restantes.



Imágenes del cómic *Feather* 2003



Cartel de McCay Winsor