

Color y tipografía en la narrativa cinematográfica: el caso de Cruella de Craig Gillespie (2021)

Arreola Montenegro Andrea Victoria¹, Magallón Uribe Angélica², Orenday Nuñez Ana Paola³, Jimenez Arredondo Victor Hugo Dr⁴, Reyes Espino Victor Manuel Mtro⁵.

División de Ingenierías, Campus Irapuato Salamanca, Universidad de Guanajuato.

av.arreolamontenegro@ugto.mx.mx¹

a.magallonuribe@ugto.mx.mx²

ap.orendaynunez@ugto.mx.mx³

vhjimenez@ugto.mx.mx⁴

vm.reyes@ugto.mx.mx⁵

Resumen

En el presente artículo, se pretende con base a un análisis intertextual, reconocer el diálogo entre un texto artístico visual y un texto fílmico. Para tal fin se tomó como elementos de análisis los presupuestos visuales desarrollados en las piezas de Barbara Kruger y su vinculación connotativa con la expresión visual desarrollados en la película *Cruella* (2021). Así, pretendemos demostrar la interacción entre éstos y como se constituye una narrativa para el desarrollo de productos culturales de consumo masivo.

Palabras clave: Tipografía, color, Barbara Kruger, Ideología, Industrias culturales, Cultura de masas

Introducción

Las fronteras entre el arte y la cultura de masas se ven cada vez más difusas. La emergencia y consolidación de la publicidad en las culturas contemporáneas, con una elaboración que incorpora cada vez más formas expresivas provenientes del arte, crean una confusión en las fronteras que separan una narrativa dirigida a la promoción de productos para el consumo, de aquéllas que se configuran para la problematización de la vida del hombre. La transnacionalización de la industria publicitaria hace de ésta una homologación de procesos de mercado e incide directamente en la conformación de una industria que tiene por objeto el entretenimiento, incorporando paulatinamente los circuitos habilitados para la creación, desarrollo y distribución de productos artísticos.

La conformación de una industria que congrega, organiza y monopoliza los procesos de elaboración de los universos simbólicos de las colectividades, converge hacia la creación de monopolios transnacionales que matizan de entretenimiento todo lo intangible que se incorpora a estos de manera compleja, así los universos simbólicos "ordenan la historia localizando los eventos en una secuencia que incluye el pasado, el presente y el futuro. En relación con el pasado establecen una "memoria", compartida por los componentes de una colectividad; con respecto al futuro, definen un conjunto de proyecciones, modelos para las acciones individuales" (Ortiz, 2004, p.137), al ser administrados por grandes corporativos pueden ir conformando una lectura unidireccional de la historia incidiendo en un control de los posibles discursos críticos derivados, por ejemplo, de la propia práctica artística al separar las formas de las sustancias y adaptar de una manera dócil sus narrativas.

Un ícono de dicha industria del entretenimiento y uno de los conglomerados más grande del mundo en este rubro, lo constituye la transnacional *Disney Enterprises, Inc* ® la cual encuentra, entre sus divisiones comerciales más rentables, la producción cinematográfica donde ha tenido una evolución y desarrollo en cuanto algunos tratamientos narrativos, incorporando elementos propios de las culturas populares de los lugares hacia los que van dirigidos sus productos o bien elementos de las narrativas artísticas emergentes o consolidadas. Así es que surge el interés de nuestra investigación, ya que se detectó que en la producción de *Cruella* (2021) de Craig Gillespie, se reconocieron ciertos patrones expresivos utilizados por la artista visual Barbara Kruger para esbozar, desde una construcción intertextual, una formulación visual no reconocida por la productora o el propio director del filme.

Desarrollo

Para explicar la forma en que los patrones expresivos de Kruger operan en la narrativa del filme *Cruella* (2021) recurrimos a los presupuestos desarrollados por Gerard Genette acerca de la transtextualidad. Originalmente este autor se refería al concepto como architextualidad para referirse al “conjunto de categorías generales o transcendentales - tipos de discurso, modos de enunciación, géneros literarios, etc.- del que depende cada texto singular” (Genette, 1989, p. 9) partiendo de la idea de cada texto contiene siempre algún tipo de influencia o matiz de otros textos, sin que éstos se den siempre de forma explícita. Al final Genette termina por definir cinco tipos de relaciones transtextuales pero pone especial acento en lo que él denomina como hipertextualidad, en donde un texto puede hablar en otro texto y al que, desde una operación de transformación, “evoca más o menos explícitamente, sin necesariamente hablar de él y citarlo” (1989, p.14). Así, puede no ser necesario tener conciencia de la cita de un texto en otro, pero sin embargo ambos poseen un vínculo. Este es el caso que se ha reconocido entre el que constituye el filme de Cruella y como el de segundo grado, las expresiones de Barbara Kruger, donde ambos comparten similitudes en función de que existe uno por causa del otro. A continuación, haremos una descripción de ambos para derivar en los puntos de intervención hipertextual que, de acuerdo con nuestra hipótesis, configuraron el desarrollo artístico visual del filme.

La película *Cruella* (2021) es una muestra de la industria cultural y el tratamiento que la transnacional da a sus productos como parte de su estrategia de consumo cinematográfico. El filme, solo se estrenó en la plataforma digital de *streaming Disney +*® y no en cines. Llegó a 686 000 hogares únicamente en Estados Unidos en su primer fin de semana, según Samba TV, recaudando así alrededor de \$85.8 millones de dólares. Para esta investigación el filme aportaba los elementos necesarios para identificar la disonancia ideológica que hay con el producto cinematográfico y la expresión artística de Barbara Kruger la cual se caracterizaba por construir desde sus obras una retórica contra el consumismo, el abuso de poder y la monopolización.

Con relación al trabajo de Barbara Kruger, y para los fines del presente artículo la analizaremos a partir de dos elementos: por un lado, describiremos brevemente el entramado conceptual que mueve la generación de su obra, y por otro, las características gráficas que constituyen su desarrollo visual, el cual se sintetiza en el siguiente esquema:

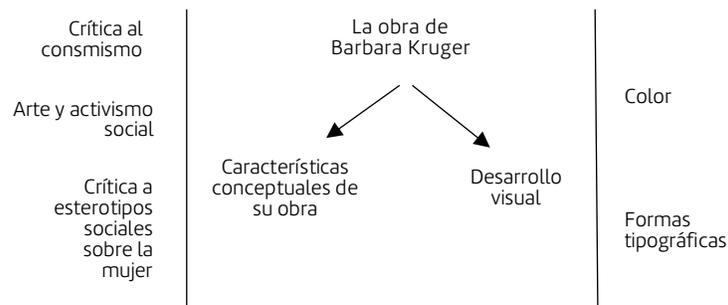


Figura 1. Elementos para el análisis.
 Fuente: Elaboración propia

Kruger (New Jersey, 1945) se caracteriza por ser una artista conceptual que, desde su formación como diseñadora gráfica, elaboró un estilo propio que desarrolló tomado elementos interdisciplinarios y cuya incursión en el mundo de la moda, incorporó en la consolidación de un concepto artístico que a los años fue madurando y que desarrolló bajo una estructura continua: “El mundo de Kruger se sustenta en la triada de representaciones en torno a feminismo-consumismo- poder, que articulan temas como el abuso doméstico, los estereotipos de la femineidad, la prostitución y la explotación general de la mujer en las sociedades contemporáneas”(Gutiérrez, 2017, p.21)

Las piezas de Kruger se exhiben con componentes concretos a la percepción social, queriendo transmitir un sentido crítico ante el consumismo prevaleciente específicamente a través del cuestionamiento de los

mensajes publicitarios que buscan esquematizar ideologías sobre imágenes colectivas. Sus trabajos no se limitan únicamente a museos o galas expositivas, sino que también abordan lugares públicos con la intención de resignificarlos e incorporar formas expresivas de lo que visualmente circulaba en el ámbito urbano para articular narrativas donde lo artístico y la cultura de masas encontrarán un punto de confluencia.

De igual forma busco desarrollar una especie de contra-publicidad con la intención de impulsar la crítica y coadyuvar en las luchas sociales de la época con una clara filiación al activismo con la convicción de cómo las opiniones de una persona pueden afectar a la sociedad y pueden evidenciar la violencia social oculta. Gracias al efecto visual que causaban sus foto-texto el espectador creaba un juicio sobre la publicidad invasiva que los rodeaba, sembrando la duda sobre la veracidad de los medios de comunicación y expresando su opinión sobre género, sexualidad y otras cuestiones estereotipadas desarrolladas en los diversos contextos culturales.

B. Kruger configura a la mujer como icono y rechazaba una aceptación impulsiva del perfeccionismo como la publicidad la representa. Se involucró en la tercera ola del movimiento feminista, exponiendo temas como la violencia de género, el aborto, etc. En esta etapa existía una estrecha relación entre el diseño y el arte. Esto le abrió paso a que fuera parte del auge del momento, se dio cuenta que al reducir su paleta de colores al rojo blanco y negro le daría a su trabajo una inmediatez sorprendente la cual es necesaria cuando se trata este tipo de temas. Al apropiarse de la publicidad crea una propuesta donde la mujer pasa de ser un objeto, a formar parte del mensaje y enfrentar a los estereotipos impulsados desde esta industria.

En cuanto su desarrollo visual, retoma una retórica propia de la publicidad de la época, con titulares llamativos y sencillos, frases cortas que resignificarán las imágenes que acompañaban. Kruger ejecuta esta misma estrategia, pero con la finalidad de que el espectador se cuestione las ideologías que los monopolios implementan a través de sus medios publicitarios. Impulsa una fuerza visual al emplear imágenes en blanco y negro, acompañadas de frases cortas, contundentes y sin ambigüedades. Al mismo tiempo cuida de su composición, la cual busca ser muy precisa y que contribuya a la narrativa que quiere presentar. Así, los mensajes incorporados se vuelven contra los propios medios de donde se nutre su obra.

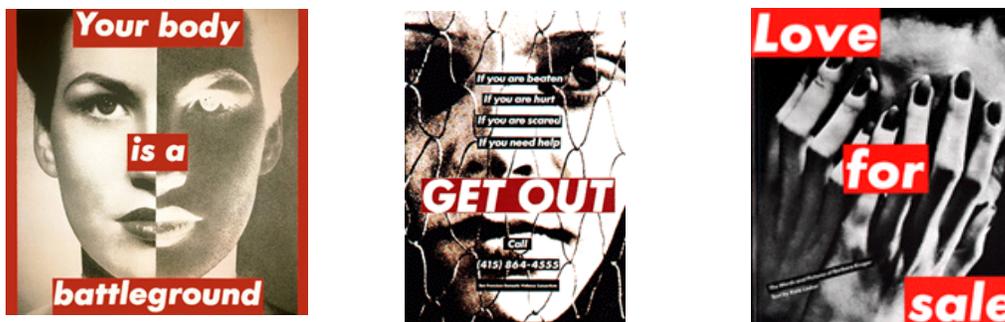


Figura 2. Trabajos de Barbara Kruger.
 Fuente: <http://www.barbarakruger.com>

Con relación al uso de color, como se mencionó, sus obras se basan principalmente en imágenes a blanco y negro, retomadas del mundo comercial, con el fin de darles un sentido completamente distinto con ayuda de otros elementos gráficos; como el uso de franjas rojas; éste se trata de un bermellón potente en busca de simbolizar la esencia femenina. El manejo de esta paleta tan estrecha garantiza la atención de los observadores y una armonía que perfectamente conduce la información que Kruger intenta transmitir. Reconocemos en *Crulla*, el uso de esta paleta de colores a lo largo del film, enfatizado en el diseño visual del personaje protagonista, por ejemplo, en la unión de dichos colores en su rostro, en el vestuario que porta, y en lo general, desarrollando una firma cromática que le caracteriza. En cuanto al trabajo tipográfico es fundamental para su obra, tiende a realizarlo con base formas simples, peso casi uniforme, contrastante con respecto al fondo.

Análisis.

De acuerdo con la categorización desarrollada por Genette (1989), el ámbito la hipertextualidad, opera en el desarrollo narrativo visual de la película de Cruella, cuando identificamos dos textos que se evocan sin necesariamente generar una cita directa pero que, sin embargo, se encuentran vinculados. Para identificar dicha operación se desarrolló una categorización fundada en las características tanto visuales como conceptuales de la obra de Barbara Kruger y elaborar desde éstas las etiquetas que nos permitirían desarrollar el análisis correspondiente. Una vez establecido se procedió al análisis de cada uno de los fotogramas del filme para la identificación de las etiquetas correspondientes obteniendo los resultados presentados en la figura 3.

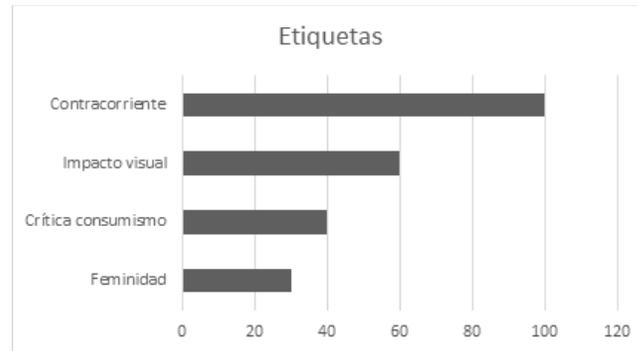


Figura 3. Cantidad de fotogramas clave que responden a las etiquetas establecidas.

Como se puede observar, en el filme de Cruella, reconocemos la huella conceptual de B. Kruger, como texto de segundo grado, en términos de lo que se denominó como contracorriente, como referencia al ámbito del activismo social impulsado en la obra de Kruger, seguido de grandes referencias visuales identificadas en el uso del color, composición o uso tipográfico, y por último en menor grado, las huellas visuales identificadas con mayor claridad con relación a la crítica al consumismo o estereotipos vinculados al género. Para el desarrollo de dicho análisis se identificaron y seleccionaron cuatro secuencias (A, B, C y D) con base a las etiquetas anteriormente señaladas y en las cuáles se identifican de forma más clara las huellas textuales de segundo grado.

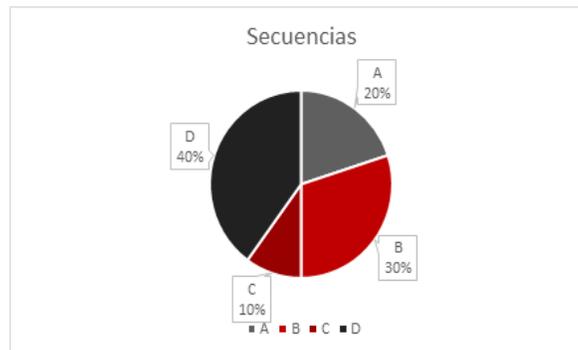


Figura 4. Contenido de los fotogramas clave en las secuencias elegidas.

En la secuencia A, se identificaron dos fotogramas clave (A1 y A2), en éstos es posible identificar la disrupción en espacios públicos propios de la obra de Kruger. Específicamente en el fotograma A2 de esta secuencia se aprecia como el personaje de Cruella se apodera del espacio público, tomando como lienzo un edificio en el que se proyecta su nombre coadyuvando en la fuerza visual y composición aludiendo a un texto de segundo grado (fig. 5).

Secuencia A



Figura 5. Secuencia A y fotogramas clave.

En la secuencia B se identificaron tres fotogramas (B1, B2, y B3), aquí el personaje se adueña de la imagen y cubre con su vestido por completo el automóvil, la composición que exalta la presencia femenina fuertemente vinculada con otras etiquetas como es el uso del color, las tipografías y una clara referencia a la industria de la moda (figura. 6). A partir de ésta secuencia y hasta la D (figura 8), en cada una de las incrustaciones tipográficas podemos ver el sello que imprime Barbara Kruger en sus piezas; se identifican frases concisas, además de utilizar, específicamente, en el fotograma B3, D2 y D4, la misma tipografía con la que Barbara configuraba su obra. En los fotogramas A1, B3 y C1 corresponden a la manejo de la espacialidad que la artista incluía en sus obras, al colocar una imagen como icono de la publicidad y delante de ésta se colocaba la tipografía. Así, en el filme queda evidenciada la intertextualidad propuesta por Genette.

Secuencia B



Figura 6. Secuencia B y fotogramas clave.

Es de destacar que en la mayoría de las secuencias elegidas se evidencia la lucha entre sectores que en su desarrollo narrativo toman características de algún tipo de opresión social o económica, y otros los que ejecutan el rol de opresión. Existe una dialéctica de confrontación constante y de cierta denuncia, por ejemplo en las luchas y enfrentamientos entre el poder que la baronesa ejerce y la posición del personaje principal en sintonía con el resto de los trabajadores en la industria de la moda. Incluso en la secuencia D (figura 8) donde ella desde las sombras actúa conspirando contra el régimen totalitario de la baronesa.

Secuencia C



Figura 7. Secuencia C y fotogramas clave.

En la secuencia D, con cuatro fotogramas, se insiste en el desarrollo tipográfico. Narrativamente hay una

referencia a la uniformidad que finalmente se impone en el mundo de la moda. Es importante recordar que un eje fundamental en el desarrollo de las piezas de Kruger es la referencia constante a elementos de la cultura popular, específicamente los derivados de los discursos publicitarios en torno a la moda y construir con base a éstos una postura crítica que permita visibilizar el absurdo prevaeciente en la misma en cuanto formulación social de sentido. Las paletas de colores ocres, que resaltan la firma visual de la artista en términos de formulación discursiva que enfatiza los conceptos que se han venido señalando, son constantes en el filme, afianzando la noción de subtexto que se ha venido formulando.

Secuencia D



Figura 8. Secuencia D y fotogramas clave.

Conclusiones

Como se planteó al principio de nuestro trabajo, reconocíamos como existen tendencias contemporáneas, afianzada actualmente por la incidencia de los algoritmos, a que la industria cultural, sobre todo en el rubro del entretenimiento, se concentre en monopolios destinados a administrar los patrimonios intangibles, incidiendo en la formulación de los diversos universos simbólicos propiciando una lectura unidireccional de la historia y matizando los posible discursos críticos derivados, por ejemplo, del mundo del arte. Un icono de este tipo de corporativos lo constituye sin duda Disney, que desde sus diversos productos y plataformas tiene una política muy definida en función de convertir en objetos de consumo cualquier expresión derivada del arte, tal como lo sugiere Martel en entrevista que realiza Hamburger, creativa del corporativo:

La estrategia cultural de Disney está muy centrada en el *crossover*. En *Disney Creative Entertainment* mezclan constantemente el arte con la cultura de masas. "Nuestro objetivo es borrar la frontera entre el arte y el *entertainment* y aquí ideamos a la vez auténticas obras de teatro, desfiles, espectáculos de marionetas, fuegos artificiales y eventos *larger than life*" *Larger than life*: me encanta esta expresión que resume muy bien el trabajo de Anne Hamburger consistente en imaginar personajes que superan su condición, edad y país para convertirse en universales y *mainstream*. (2010, p.59)

Así corroboramos que la producción cinematográfica, una de las divisiones comerciales más rentables de este corporativo, elabora una serie de textos en los que incorpora mediante operaciones intertextuales elementos no de la cultura popular, sino de expresiones artísticas, que si bien en su origen se desarrollaron como un cuestionamiento a ciertos patrones culturales de la época, para, al ser asimilados, reconfiguran el sentido original, a partir de un despojo que se logra en la intervención y asimilación del plano de la expresión y despojar del plano del contenido, llevando a la construcción de un producto más que será consumido y desechado bajo las normas impuestas en las lógicas del mercado.

Referencias

- Álvarez, E. (2018, 19 diciembre). *BARBARA KRUGER O EL PODER DE LA PALABRA*. madridartprocess.com. <http://www.madridartprocess.com/tendencias-arte-cultura/37-tendencia/517-barbara-kruger->
- Baleares, I. (2017, 5 julio). *Barbara Kruger | Cuando la cultura de masas y el consumismo se convierten en collages de protesta*. infomag.es. <https://infomag.es/2017/07/02/barbara-kruger-la-cultura-de-masas-y-el-consumismo-se-convierten-en-collages-de-protesta/>
- Blasi, J. (2018). *Futura, de Paul Renner. 90 años de una tipografía conquistó el mundo*. Experimenta. <https://www.experimenta.es/noticias/grafica-y-comunicacion/futura-de-paul-renner-90-anos-de-una-tipografia-conquisto-el-mundo/>
- Diseñadoras Gráficas. (2018, 11 julio). *Barbara Kruger* •. <https://www.disenadorasgraficas.com/archivo/barbara-kruger/>
- Fernández, P. (2020, 29 marzo). *Barbara Kruger, la artista que dio la vuelta al concepto de publicidad* -. VEIN Magazine. <https://vein.es/barbara-kruger-la-artista-que-dio-la-vuelta-al-concepto-de-publicidad/>
- Genette, G. (1989) *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*. Madrid: Ed. Taurus.
- Gutiérrez, M.L (2017) *Arte, tecnología, género y espacio público. Un análisis a través de las obras de Jenny Holzer y Barbara Kruger, Prometeica, Revista de filosofía y ciencias*, ISSN: 1852-9488 – no 15. Disponible en línea https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/75645/CONICET_Digital_Nro.260c24bc-acc4-4307-88ea-b6a5337be8f1_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y.
- Martel, F. (2010) *Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*. España: Ed. Taurus.
- Martin, N. (2022) *Female Iconoclasts: Barbara Kruger*. Artland <https://magazine.artland.com/female-iconoclasts-barbara-kruger/>
- Ortiz, R. (2004) *Mundialización y cultura*, Colombia: Ed. Del convenio Andrés Bello.
- Rodríguez, F, Segovia M. (2021, julio). *Análisis de la obra realizada por Bárbara Kruger entre 1981 y 1991*. Universidad de Valladolid. <https://www.experimenta.es/noticias/grafica-y-comunicacion/futura-de-paul-renner-90-anos-de-una-tipografia-conquisto-el-mundo/>
- tok.wiki. (s. f.). *Futura (tipografía) Lanzamiento y Uso*. hmong.es. [https://hmong.es/wiki/Futura_\(typeface\)](https://hmong.es/wiki/Futura_(typeface))
- Girón, F. (1985-1995) *La mirada múltiple a la realidad*.
- Wolf, J. (2012) *Barbara Kruger Artis Overview and Analysis*. The Art Story Contributors <https://www.theartstory.org/artist/kruger-barbara/>