

PROPUESTA TAXONÓMICA PARA LAS CABECERAS DE SERIES DE FICCIÓN TELEVISIVA

A TAXONOMICAL CLASSIFICATION PROPOSAL TO OPENING TITLE SEQUENCES OF TELEVISION FICTIONS

Silvia Magro-Vela^{1,a} 

¹ Universidad Rey Juan Carlos, España

 a^{silvia}.magro@urjc.es

Recibido: 27/05/2023; Aceptado: 11/09/2023

Resumen

El objetivo del presente artículo es plantear una propuesta para clasificar los diferentes tipos de *openings* que se utilizan al comenzar un episodio y que conviven en la actualidad en el ecosistema de las series de ficción televisiva. Este fin viene determinado por dos cuestiones primordiales: de un lado, la ausencia de modelos taxonómicos específicos para el estudio de las cabeceras; de otro, la relevancia adquirida en las últimas décadas por la ficción en el medio televisivo, que se ha erigido como centro gravitacional de la programación de muchos canales. La llegada de las plataformas ha hecho que se intensifique esta cualidad y aumente la producción. A pesar de la dificultad que supone establecer categorías, se ha perfilado un conjunto de grupos que sirven como base para realizar una observación más completa y compleja que favorece la investigación y revierte en un mayor conocimiento de estos reductos creativos.

Palabras clave: Diseño Gráfico Audiovisual; cabeceras; taxonomía; ficción; series de televisión.

Abstract

The aim of this paper is to suggest a classification proposal of the different opening title sequence types that are used at the beginning of an episode and that coexist nowadays in the TV series ecosystem. This goal is determined by two main issues: on the one hand, the absence of specific taxonomical models aimed to opening titles sequences study. And, on the other hand, the relevance acquired in recent decades by fiction on television, which has emerged as the gravitational center of the programming of many channels. The irruption of digital content platforms has intensified this feature and has increased production. Despite of difficulty of stablishing categories, it has been possible to outline a set of groups which work as a basis to make a complete and complex observation that favors research and results in a greater knowledge of this creative redoubts.

Keywords: Audiovisual Graphic Design; Openings; Taxonomy; Fiction; TV Series.

1. INTRODUCCIÓN

Al igual que sucediera con el cine en el siglo pasado, las series de televisión se han convertido en un fenómeno sociocultural emergente en paralelo con el albor del siglo XXI (Solana y Boneu 2016, 97). Un hecho que, para Cascajosa (2016, 24), ha supuesto que la ficción televisiva alcance una posición central a la hora de vertebrar el entorno cultural contemporáneo, y que se debe a la confluencia de factores provenientes del ámbito tecnológico, industrial y social.

En este contexto ficcional, los *openings* o cabeceras dan continuidad a sus homólogos cinematográficos, los títulos de crédito, en la labor de «enmarcar» el relato (Labaig 2006, 2). La cabecera, que se caracteriza por ser más creativa (Gamonal 2013, 245), es el pasillo que separa lo real y lo inventado, la sutil transición que sucede durante la inmersión del espectador en el universo creado. A este respecto, Stanitzek (2009, 48) afirma que los títulos de crédito de un largometraje se encuentran incrustados en una compleja zona intermedia y se cuestiona dónde comienza realmente la película.

A pesar de las similitudes, Hervás (2002, 16) sostiene que esta pieza narrativa de apertura tenía un impacto más directo en la televisión inicial que en el cine. La razón para justificar esta afirmación está en la naturaleza fragmentada del medio y en la serialización que impera en su contenido. De esta forma, Cuadrado (2017, 222) enfatiza la cualidad de «producto de continuidad» del *opening*, que debe mantener el interés de la audiencia durante el *impasse* producido entre el final de un capítulo y el inicio del siguiente.

Este lapso temporal suele presentar una duración periódica semanal en lo que a la televisión tradicional se refiere, ya que esta fragmentación se flexibiliza de nuevo en las plataformas digitales de contenido en las que se puede realizar un consumo múltiple de episodios.

Precisamente de esta discontinuidad parte la necesidad de recordar al espectador habitual lo concerniente a la serie y de acercar el contenido a aquellos que no se han incorporado desde el primer episodio de su emisión, para convertirlos de potenciales espectadores, en espectadores *per se*.

No obstante, el estudio de los *openings* es aún muy limitado, motivo por el que el objetivo de esta investigación contribuye con una propuesta que aporta una herramienta eficaz para el análisis y la clasificación de estos.

2. UNA APROXIMACIÓN TEÓRICA A LOS *OPENINGS*

La arquitectura del contenido de ficción serializado posee cierta complejidad y en ella se encuentran diversas partículas que orbitan en torno a la diégesis del episodio. A pesar de una despreocupación teórica inicial por estos fragmentos en el ámbito cinematográfico, existe un concepto recogido en los estudios de otras disciplinas —como en la literatura (Genette 1997), posteriormente en los de cine (como Metz 1993 o Betancourt 2018) y, finalmente, en los de televisión (Stanitzek 2005, entre otros)— que podría servir para catalogar las secuencias introductorias tanto en películas como en series televisivas. Este concepto que retoman Matamala y Orero (2011) es el «paratexto», fragmento dependiente del texto principal que aporta complejidad en la transmisión al espectador.

Entre estas partículas es donde se encuentran los *openings* o cabeceras en las que se centra este estudio, pero no son las únicas. Algunas de ellas preceden al episodio: *previously*, *teaser* y *opening*; mientras que el *pre-ending* o el *ending* se ubican tras el episodio, tal y como recoge Bort (2012).

No todos los formatos de ficción hacen siempre uso del conjunto completo de partículas. A pesar de lo anterior, la cabecera o secuencia de títulos es determinante en todos ellos, al igual que sucede en los contenidos de no ficción, pues es la última de las que se disponen previamente y, en consecuencia, va adherida al arranque del propio relato.

2.1. Características y funciones

Un inicio inexorable pasa por definir qué son las cabeceras circunscritas al medio televisivo. Una primera propuesta conceptual es la de [Hervás \(2002, 38-39\)](#), en la que engloba todos los genéricos de un programa de televisión con independencia del género y el formato al que pertenezca el contenido.

Sin embargo, los denominados *openings* no se ajustan totalmente a la descripción de lo que es una cabecera para un programa televisivo. Estos segmentos presentan una naturaleza y composición híbridas entre dichas secuencias de apertura y los títulos de crédito cinematográficos. Así pues, y como consecuencia de esta complejidad y de la personalidad propia que han adquirido las *intros*, es posible que una definición más ajustada sea la de Bort:

Partícula extradiegética estructural de una serie de televisión que, a través de múltiples posibilidades formales y de integración en el relato, se presenta, de modo reiterativo, en la apertura de cada uno de sus episodios, con el objetivo de informar al espectador acerca del título de la serie y, con frecuencia, del creador, reparto protagonista y otros créditos limitados de especial relevancia. En su representación establece diálogos a distintos niveles con el discurso estético y temático de la serie, así como con otras partículas como el previously, el teaser, el pre-ending o el ending (Bort 2012, 247).

Una de las cuestiones que tanto los títulos de crédito como los *openings* comparten es su funcionalidad. Con el paso de las décadas ha dejado de ser meramente informativa y se han ido incorporando otras funciones como la narrativa o incluso la identificativa ([Re 2016](#)). [Gamonal \(2013, 246\)](#) menciona cuatro funciones a destacar: informativa, narrativa, persuasiva e identificativa. Otros autores como [Bednarek \(2014\)](#) las desgranar en muchas más, sin embargo, la clasificación de Gamonal las engloba a todas ellas de manera más simplificada y organizada.

La primera función, la informativa, tiene que ver con el origen de estas secuencias, incluso cuando ni siquiera podían ser consideradas con esa denominación. Como señalan [Ràfols y Colomer \(2014, 106\)](#), «la función principal de los títulos de crédito es de carácter legal y abarca la presentación de los artistas protagonistas, del equipo técnico y de producción que participa en la realización de la película». Además de cumplir con el reconocimiento autoral de la obra, también presenta otros datos esenciales como el nombre de la serie.

La segunda de las funciones que enumera [Gamonal \(2013, 246\)](#) es la narrativa. Desde este punto de vista, según [Bednarek \(2014, 127-128\)](#), se introducen personajes, tramas y elementos del contexto sociocultural, así como también otros que definen el género de la serie y crean ciertas expectativas en los potenciales espectadores.

Las dos últimas funciones expuestas por Gamonal, la persuasiva y la identificativa, están en estrecha relación con la pretensión de captar la atención del público. En palabras del propio autor, las cabeceras, en su función persuasiva, «crean la ambientación y la inmersión, intentan enganchar al público desde el primer segundo» ([Gamonal 2013, 246](#)). Al hilo de esta idea, [Delamorclaz \(2016, 9\)](#) explica que es fundamental crear expectativas apelando a las emociones y sirviéndose de recursos como, por ejemplo, temas sonoros pegadizos.

Con respecto a la funcionalidad de estas secuencias como fuente de identificación para los espectadores, esta cristaliza al marcar de forma única una serie de televisión ([Bednarek, 2014:](#)

128), del mismo modo que se hace con cualquier producto. En este sentido, [Weinman \(2013, 55\)](#) afirma que la mayoría de los programas de televisión simplemente no pueden prescindir de la cabecera porque es lo que permanece en el recuerdo de la gente.

2.2. Breve recorrido por su evolución

De la misma manera que las transformaciones se han producido a gran escala en los medios que contextualizan el objeto de estudio —como son el cine y la televisión—, esas mutaciones han profundizado a todos los niveles y han calado también en los *openings*. Su proceso evolutivo, enraizado originalmente en los títulos de crédito, se ha desarrollado a lo largo de los años y ha provocado distanciamientos y aproximaciones entre ambos hasta llegar a ser lo que son hoy en día, como se deja entrever en el recorrido que realiza [Magro-Vela \(2023\)](#) de estas partículas a lo largo de su historia.

El principio de las cabeceras se circunscribe a la década de los años cincuenta, cuando el nacimiento y auge del medio televisivo permitirán su aparición. Paralelamente a lo que estaba viviendo la industria cinematográfica donde los títulos de crédito habían adquirido relevancia con nombres como el de Saul Bass, las cadenas televisivas americanas comenzaron a contratar diseñadores, animadores, fotógrafos o directores de cine para que se unieran a sus equipos.

Una vez terminada la guerra, la televisión se erigía como una nueva oportunidad para que profesionales de otras disciplinas pudieran ampliar su ámbito laboral ([Vega 2013](#); [Spigel 2016](#)). El diseño de *intros* en programas, series y promociones se convirtió entre los años cincuenta y sesenta en una herramienta artística para diferenciar los contenidos de las principales cadenas televisivas.

Los siguientes veinte años estuvieron marcados por la irrupción de nuevas tecnologías que propiciaron la digitalización y, con ella, el aumento de las posibilidades creativas. En 1984 llegó el ordenador Macintosh, que pasó a ser una herramienta imprescindible en el diseño gráfico. A pesar de todo esto, diferentes autores, como [Solana y Boneu \(2007, 254\)](#) o [Sellers \(2012\)](#), coinciden en el retroceso que se produjo con respecto a los años previos, en relación con la dirección utilitaria que tomó el diseño de cabeceras de ficción televisiva, que se caracterizaban por su constante previsibilidad.

Durante los años noventa volvieron a emerger los posos creativos de las décadas pasadas. Para [Inceer \(2007, 16\)](#) y [Matamala y Orero \(2011, 40\)](#), lo anterior, unido a los nuevos avances tecnológicos e informáticos, hizo que los títulos de crédito cinematográficos se adaptasen a las nuevas audiencias que habían crecido en un contexto donde lo audiovisual dominaba. No obstante, era demasiado pronto para las cabeceras de ficción televisiva, que mantenían una postura continuista y eminentemente clásica ([Barthes 2017](#)) donde la presentación de personajes, actores y temática era su preocupación central. Sin embargo, cabe precisar que ya se vislumbraban pequeños destellos innovadores que serían pioneros en la transformación de estas partículas narrativas.

El arranque del nuevo siglo vino acompañado de un nuevo florecimiento creativo en el diseño de cabeceras de televisión y dio lugar al término de *quality openers* acuñado por [Sellers \(2012\)](#). Esta etiqueta, según puntualiza [Picarelli \(2013, 5\)](#) se refiere a aquellas secuencias de títulos de crédito creadas para introducir series de culto que son destacables por el encapsulamiento de preocupaciones temáticas de forma icónica.

A modo de resumen de esta somera cronología, sirva la idea de que el diseño de *openings* o cabeceras de ficción ha alcanzado una posición similar a la de los títulos de crédito y ahora comparten estándares creativos, pero también presupuestos económicos.

3. METODOLOGÍA

El objetivo principal que aborda este trabajo es diseñar una propuesta clasificadora que ayude a tipificar los *openings* o cabeceras de series de ficción televisiva basada en su presentación visual, ya que se ha detectado la escasez de modelos de estas características que puedan servir como herramienta para investigadores que compartan el objeto de estudio.

Para este cometido se han tenido en cuenta las categorizaciones perfiladas para sus antecesores, los títulos de crédito, por Inceer (2007); Solana y Boneu (2007); Barroso (1996, 302); de la Cuadra y Marcos (2007); o Bort (2012, 198-230). Este último bebe de los mismos autores mencionados, aunque su clasificación está orientada a la investigación de las partículas narrativas de las series de ficción para televisión, más cercana al objeto de estudio.

En lo referente al periodo de emisión de las series que han servido de corpus para la investigación, este es eminentemente actual y está enmarcado en las últimas dos décadas. Este hecho responde a la necesidad de ajustar la clasificación a los *openings* que se producen en el presente. Sin embargo, y en aras de que la tipificación pueda servir para cualquier estudio y, por tanto, atienda a todas las posibilidades, se recogen ejemplos de cabeceras más antiguos debido a la ausencia de producciones recientes o a la transformación de ciertos modelos con el paso de los años.

El análisis se ha realizado mediante una ficha que cuenta con 124 variables agrupadas por bloques y que forma parte de una investigación más amplia. Los bloques están formados por variables que atienden al estudio narrativo de estas partículas, a la naturaleza y procedencia de las imágenes que intervienen, a la banda de sonido, a la composición de los elementos textuales y, por último, al proceso de edición y postproducción. Para la presente clasificación únicamente se ha tenido en cuenta la técnica de producción de las imágenes que componen la secuencia y su relación con la forma de integrar en ella los elementos textuales principales, es decir, el título y los créditos más relevantes.

En este sentido, la presente aportación de corte teórico-práctico busca servir como guía para la investigación de los *openings* desde un punto de vista concreto y relativo al proceso técnico. Si bien es cierto que la categorización responde a la forma de elaboración de los genéricos y a su *visualidad*, está en estrecho vínculo con otros aspectos inherentes a la imagen, como son su naturaleza (Inceer 2007; Solana y Boneu 2007) o su iconicidad (Villafañe y Mínguez 2006, 31).

4. RESULTADOS

La propuesta taxonómica de las cabeceras de series de ficción televisiva se presenta acompañada de ejemplos que ayudan en la comprensión de las sutilezas propias de estas secuencias tan complejas. Asimismo, se reconoce de antemano la dificultad clasificatoria de los *openings* por ser entidades poliédricas.

4.1. Texto simple sobre fondo estático

Estos títulos de crédito provienen de los primeros años del cine donde la única forma de introducir los nombres era escribir sobre cartones negros o más tarde sobre telas. Con el paso de los años se pueden diferenciar varias subcategorías.

4.1.1 Blanco sobre negro

En la etapa primigenia del cine, y hasta la llegada del color, la introducción de los títulos escritos en blanco sobre un fondo generalmente negro no era una elección intencionada, sino más bien la única opción viable. Hoy esta práctica puede llevar a la idea de que se está ante un producto con un ínfimo presupuesto y, sin embargo, [Solana y Boneu \(2007, 20\)](#) afirman que no necesariamente es así, y abogan por su cualidad a la hora de crear estilo a través de la elección tipográfica, su composición y su cuerpo de una forma sintética.

Este estilo de secuencias de crédito suele ser más común en cine que en televisión, donde frecuentemente se tiende a relegar el blanco sobre negro a los créditos finales de las series de ficción. No obstante, [Bort \(2012, 206\)](#) explica su integración dentro de otros tipos de genéricos, donde, en palabras suyas, para introducir los primeros créditos de producción o el título, muchas veces se opta por esta combinación.

Fig. 1 *Openings* de tipo blanco sobre negro



Fuente: Netflix y Art of the Title. Elaboración propia.

Con esta idea es fácil identificar algunas series de ficción televisiva que optan por esta técnica, al menos como parte de sus *intros* ([fig. 1](#)). Por ejemplo, la serie *Bodyguard* (BBC One, 2018) que intercala los rótulos con imágenes del *previously* de episodios anteriores.

Otros ejemplos son *Perdidos* (*Lost*. ABC, 2004-2010) o *Fleabag* (Netflix, 2016-2019). En ambos casos se opta por la reducción de la cabecera al título de la serie; en el primero, el texto aparece por medio de una animación y tiene un ligero degradado en gris; en el segundo, texto blanco simple sobre fondo negro para arrancar con el episodio.

Esta estrategia puede derivar de la idea planteada por [Solana y Boneu \(2007, 20\)](#) acerca de que existen algunos directores que poseen tanta confianza en la historia narrada, y a su vez no creen en el *marketing*, que optan por simplificar los títulos de crédito o, incluso, eliminarlos.

Un ejemplo de la utilización de este tipo de secuencias en cine es la que hace el director Woody Allen, quien ha aplicado habitualmente en todas sus películas créditos de estas características. En su integración apenas ha introducido mínimas modificaciones como el uso de distintas fuentes, aunque todas ellas dentro de la misma categoría tipográfica.

4.1.2 Colores sólidos

Esta categoría parte de la anterior como una evolución en busca de variantes de esa imagen blanco sobre negro o negativo del negro sobre blanco. [Bort \(2012, 207\)](#) afirma que las características formales son semejantes a las de la categoría previa, con la salvedad de que en esta aplicación las posibilidades son infinitas mediante la combinación de los colores existentes.

Fig. 2 *Openings* que utilizan colores sólidos

Fuente: HBO y Netflix. Elaboración propia.

Así, los textos en color rojo sobre fondo negro son bastante recurrentes, pero no solo como mezcla única, a veces se unen los tres: blanco, negro y rojo (fig. 2). Es el caso del *opening* de *El cuento de la criada* (*The Handmaid's Tail*. HBO, 2017-) que aplica esta triada sobre el texto plano para presentar su título. Una serie que utiliza la mezcla bicolor de negro y rojo en su cabecera es *Stranger Things* (Netflix, 2016-).

De la misma forma, también hay ejemplos que se decantan por el uso de otros colores como puede ser la comedia *The Good Place* (NBC, 2016-2020), que utiliza un fondo verde sobre el que se despliega el título con tipografía blanca (fig. 2), o la serie dramática *Killing Eve* (BBC America, 2018-2022), que presenta variedad de colores tanto en los textos como en los fondos según sus episodios (fig. 3).

Fig. 3 *Openings* de varios episodios de *Killing Eve* (temporada 1)

Fuente: HBO. Elaboración propia.

4.1.3 Texturas y degradados

De nuevo, dentro de la gran categoría de texto simple sobre fondo estático, se debe hacer una escisión para diferenciar la aplicación de degradados y texturas a los fondos, que dejarían de ser netamente colores sólidos, sea negro o cualquier otro del espectro. Inceer (2007) no hace distinción en este sentido, y Solana y Boneu (2007) la clasifican aparte para discriminar si se emplean como fondo estático o dinámico. En cualquier caso, Bort (2012, 207) considera que «podría buscar precisamente los mismos objetivos y persigue similares planteamientos estéticos y procedimentales».

Esta categoría apareció en cierto modo como una pequeña evolución de los títulos de crédito blanco sobre negro y, aunque no es fácil encontrar secuencias puras que utilicen esta técnica actualmente, es un recurso que no ha dejado de utilizarse como hibridación con otros tipos de genéricos. Solana y Boneu (2007, 103) afirman que «la posibilidad de la abstracción

simple de una idea conceptual por el método de utilizar como fondo una determinada textura relacionada con la idea del film es tan antigua como lo es la posibilidad de sobreimpresionar».

En este sentido, el uso de degradados y texturas actualmente es alterno y se puede dar tanto en los fondos como en las propias tipografías. La serie *The Walking Dead* (AMC, 2010-2022) integra texturas que van cambiando con cada temporada en la tipografía que conforma el título de la serie, al final de la cabecera. Con esta misma idea, otras series como *You* (Netflix, 2018-) aplican este recurso también en el texto y en su fondo (fig. 4).

Fig. 4 *Openings* que utilizan texturas



Fuente: Art of the Title y Netflix. [01] *main title shot* de las dos primeras temporadas de la serie *The Walking Dead*; [02] *main title shot* de la temporada 9; [03] *main title shot* de la primera temporada de *You*. Elaboración propia.

Es posible que el mejor ejemplo de las texturas como fondo en series actuales se encuentre en la cabecera de la ficción islandesa *Atrapados* (Ófærð, RVK Studios, 2015-). El diseño (fig. 5) presenta un montaje de imágenes realizadas con tomas aéreas y planos macro de distintas texturas obtenidas del cuerpo humano y de la naturaleza. Pero esta *intro* manifiesta un inconveniente como ejemplo puro de esta categoría porque las imágenes tienen un ligero movimiento, no son estrictamente estáticas, así que también podría entrar en el apartado de imagen dinámica de forma más precisa.

Fig. 5 Texturas en la cabecera de *Atrapados*



Fuente: BBC. Elaboración propia.

4.1.4 Fondo de imagen estática

Como último subtipo dentro de la categoría de texto simple sobre fondo estático está la sobreimpresión de texto sobre imagen, que, para Bort (2012, 209), sería la opción más evolucionada dentro del grupo. Al hablar de fondo estático puede ser una imagen de naturaleza real o también una ilustración, siempre y cuando no esté animada. Inceer (2007, 20) plantea que el desarrollo de este tipo de secuencias de crédito vino determinada por la necesidad de alargar su duración para incorporar más nombres aparte de la figura del director. Por tanto, el *studio-system* influyó en el desarrollo de estas.

En línea con Bort (2012, 210), aunque es cierto que esta opción ha caído en desuso, la serie *Lovecraft Country* (HBO, 2020) presenta en las cabeceras de cada uno de sus episodios una imagen dibujada (fig. 6) acorde con la temática de la entrega. La cámara realiza un *zoom out* para dejar ver la imagen al completo y el título juega con texturas que aparecen para después desvanecerse.

Fig. 6 Imagen estática en la cabecera de *Lovecraft Country*



Fuente: HBO. Elaboración propia.

Esta *intro* no posee una duración extensa por lo que se presupone que la elección no está determinada por la necesidad de incluir los nombres de todo el elenco, sino que nace como una decisión estética que conecta con su ambientación en los años cincuenta en Estados Unidos. Sin embargo, de nuevo se incluye un ligero movimiento, lo que la aleja de ser un ejemplo puro de la categoría.

Una utilización que, sin embargo, sí puede verse en las cabeceras de series como *Wagon Train* (NBC, 1957-1962; ABC, 1962-1965) o *Cheyenne* (ABC, 1955-1963) (fig. 7). Ambas son series de temática *western* que utilizan este recurso para sobrepresionar los nombres y el título sobre ilustraciones no animadas. En los dos casos se sirven de dibujos creados en torno al concepto del título de la serie como carruajes, retratos de los personajes u otros elementos del Viejo Oeste.

Fig. 7 Genérico de la serie *Cheyenne*



Fuente: Canal Warner Archive de Youtube. Elaboración propia.

4.2 Imagen real dinámica

Si al establecer las diferentes etiquetas, dentro de la sobreimpresión de texto sobre imagen estática, se podía apreciar la evolución sufrida derivada de los avances y las nuevas necesidades generadas, no es difícil imaginar que esto mismo siguió sucediendo. El primer paso fueron las imágenes fijas, ya solo hubo que añadir movimiento.

Así fue como comenzó la grabación de imágenes que no se utilizarían dentro de las propias películas o series, sino que se pensarían con el objetivo de que sirvieran de soporte al

texto de los créditos. Sin embargo, también se pueden encontrar diferencias en su integración, ya que pueden presentarse como secuencias independientes de la serie o del film, pero también formar parte del contenido narrativo al insertarse a la par que comienza el episodio o relato filmico.

De cualquier forma, Solana y Boneu (2007, 33-34) se refieren a ello como «títulos dentro del contexto» y estiman que «gracias a la incrustación los títulos pueden ser el prólogo que la acción necesita. Ya no se depende exclusivamente del estilo de las tipografías para lograr la premisa narrativa principal de cualquier planteamiento cinematográfico».

Con todo esto, se pueden diferenciar tres estilos de cabeceras que se sirven de la imagen real dinámica como base para la tipografía: la inserción de texto sobre imágenes diegéticas, sobre imagen no necesariamente diegética y la diegetización plena.

4.2.1 Inserción de texto sobre imagen real diegética

Al seguir a Bort (2012, 212) para definir este tipo de cabecera, entrarían a formar parte de ella aquellos *openings* que utilicen texto sobreimpresionado en planos de la película o serie, en este caso, para acreditar el título y los miembros principales del equipo. No obstante, se presenta una dicotomía: las secuencias que se diseñan como un completo¹ y los créditos que se insertan dentro del propio contenido mientras que la acción arranca. Es decir, por un lado, los denominados *live action credits* (Solana y Boneu 2007, 33) y, por otro, la inserción sobre secuencia de inicio.

Estos genéricos han evolucionado y se materializan con otros estilos audiovisuales más contemporáneos, como en *Aquellos maravillosos años* (*The Wonder Years*. ABC, 1988-1993) o, un par de décadas más tarde, en *Californication* (Showtime, 2007-2014). Sus *openings* ofrecen montajes de imágenes protagonizadas por los personajes a modo de vídeo casero, en el primer ejemplo, y de videoclip, en el segundo. No obstante, existen muchas y variadas formas de realizar cabeceras mediante imagen real diegética.

En los inicios las series de ficción televisiva tendían hacia lo que se diseñaba en cine; por eso no es extraño encontrar genéricos del estilo de *Highway Patrol* (Syndication, 1955-1959) o *Rawhide* (CBS, 1959-1965), basados en los *live action credits*.

En *Rawhide*, la secuencia de créditos (fig. 8) estaba protagonizada por un montaje con diferentes imágenes de vaqueros sobre sus caballos que cuidaban al ganado y sobre las que se introducían el título y los nombres más relevantes del elenco y del equipo.

Fig. 8 Cabecera de la serie *Rawhide*



Fuente: Canal Steven Brandt de Youtube. Elaboración propia.

En lo que refiere a la sobreimpresión de títulos en la secuencia de inicio, Bort (2012, 211) insiste en la necesidad de planificación extra que exige la inserción de los créditos sobre la propia narración, ya que, al no ser una secuencia pensada para ello, necesita un trabajo

complementario de composición. La televisión presenta algunas discrepancias con respecto a estos mismos créditos en cine. El tiempo de los episodios es mucho más limitado por lo que no pueden realizar genéricos extensos. Según Bort (2012, 211), «la acción dramática televisiva da comienzo inmediatamente y los créditos deben ser tan informativamente relevantes y reglamentarios como suficientemente desapercibidos y no obstaculizantes».

Así ocurre en *I am not okay with this* (*Esta mierda me supera*. Netflix, 2020) o en *The Boys* (Prime Video, 2019-) (fig. 9) donde no siempre se cumple el mismo patrón a la hora de insertar el título en los primeros planos en todas sus entregas.

Fig. 9 Main title shot de algunos episodios de la serie *The Boys* (temporada 1)



Fuente: Prime Video. Elaboración propia.

En otras ocasiones las series optan por una hibridación consistente en un pequeño *opening*, que contenga el título de la serie y los nombres principales, para dar paso después a la secuencia inicial del relato en la que se sobreimpresionan el resto de los rótulos. Este recurso permite ahorrar minutos, escasos en los contenidos televisivos, pero a la par acreditar a los principales intervinientes.

4.2.2 Inserción de texto sobre imagen real no diegética

Aunque a priori todas las imágenes que forman un *opening* serían diegéticas para con el fragmento y su propia narrativa, se pueden dar composiciones que utilicen material no necesariamente diegético de la propia serie. Esto viene a ser cuando se diseñan cabeceras que pueden funcionar incluso como una suerte de «spot publicitario o un cortometraje abstracto» (Solana y Boneu 2007, 33). Si en la anterior tipología se podían acortar los tiempos al incrustar los rótulos directamente sobre la imagen, en esta no cabe dicha posibilidad y solo pueden concebirse como secuencias completas que anteceden a la historia.

Así pues, esta clasificación es una variación de la anterior en la que el funcionamiento es similar, pero cambia la naturaleza de las imágenes. Son ilustrativos los genéricos de series como *Vikingos* (*Vikings*. History Channel, 2013-2020) o *Masters of Sex* (Showtime, 2013-2016). En el caso de *Vikingos*, Rama Allen, el creador de la secuencia explica:

The goal of this sequence is to place the viewer in a cold, lonely, primal, violent, ancient, supernatural, sensual, and haunting world. We're building in intensity so that, you know, by the time the first frame of the show starts we've already transported the viewer from their everyday reality into the reality of the show (Rama Allen, citado en Landekic y Perkins 2016)².

Hasta la cuarta temporada —en la que se introducen imágenes diegéticas de temporadas anteriores— la cabecera de la coproducción entre Irlanda y Canadá sumerge al espectador en la atmósfera bárbara que rodea a los vikingos con imágenes evocadoras de batallas cruentas y rituales (fig. 10).

Fig. 10 Fotogramas de las *intros* de *Vikings* y *Masters of Sex*

Fuente: Art of the Titles. *Vikings* [superior] y *Masters of Sex* [inferior]. Elaboración propia.

Por su parte, *Masters of Sex* se inicia con una cabecera que se sirve de material de archivo para trasladar de manera sutil pero efectiva el argumento de la ficción (fig. 10). Leanne Dare, director creativo de Elastic —estudio encargado del *opening*— expone cómo surgió la idea:

The initial concept originated from days of collecting and staring at visual research. Of all the images, I found myself fixated on a photograph of a flower. It had no direct implications to sex, but it kept calling my attention. From there it gradually developed into asking, "How could I show sex without showing it?" So, I started to collect some images, and after a bit of shuffling and playing, some pretty funny things started to emerge. It was a really simple idea —but it just clicked (Leanne Dare, citado en Landekic y Albinson 2014)³.

En definitiva, el abanico de posibilidades para llevar a cabo el diseño de una cabecera mediante el uso de imágenes no necesariamente diegéticas es ilimitado.

4.2.3 Títulos diegetizados

Esta última tipología dentro de las cabeceras que se sirven de la imagen real para presentar sus contenidos sería la más evolucionada y, como afirma Bort (2012, 213), «respondería a los casos en los que los mismos títulos se tornan tan diegéticos como el material en el que son incrustados». Así, elementos tipográficos de origen y naturaleza externa a las imágenes pasan a formar parte, a ser diegetizados.

Lo habitual en estos casos es, como sucedía con otras categorías, que las *intros* no se circunscriban por completo a esta práctica, pero es común que el título de la serie se presente diegetizado y el resto de los créditos se incrusten sobre la acción o se pasen al final del episodio. En cualquier caso, este recurso se puede apreciar en algunos episodios de *Weeds* (Showtime, 2005-2012), que durante sus ocho temporadas pasó por diferentes estrategias y una de ellas fue la diegetización de sus créditos. Es posible encontrar desde el título de la serie inserto en un cartel de la autovía, en la etiqueta de un envase de alimentos, en un monitor cardiaco hasta en el envoltorio de un profiláctico. También *The Umbrella Academy* (Netflix, 2019-) integra el título de la ficción sobre distintos paraguas según la secuencia y el episodio de la primera temporada (fig. 11).

Fig. 11 *Main title shot* de algunos episodios de la serie *The Umbrella Academy* (temporada 1)

Fuente: Netflix. Elaboración propia.

4.3 Secuencias dinámicas construidas a partir de la animación

La animación ha estado presente en el cine desde sus orígenes a través de los animadores y dibujantes; sin embargo, no fue hasta la década de los noventa cuando comenzó a ser más popular (Inceer 2007, 23). Cabe precisar que al hacer referencia al término animación, al igual que hace Bort (2012, 216), se engloban todas las modalidades de esta denominación tan general, y se incluye la animación primitiva, los *cartoons* o la animación infográfica.

A pesar de que presentan una raigambre compartida, hoy en día es posible diferenciar dos tipos de secuencias de apertura en televisión: las realizadas mediante animación tradicional —o tratan de simular su parecido con técnicas de ilustración y animación tradicionales— y las diseñadas con técnicas de naturaleza digital o CGI —*Computer Generated Image*—.

4.3.1 Con técnicas de animación tradicional

La animación ha servido tradicionalmente para introducir ficciones ya sean de acción real o contenido de animación. De esta forma, se pueden ejemplificar cabeceras que acompañan a series de animación actuales como *BoJack Horseman* (Netflix, 2014-2020), *Big Mouth* (Netflix, 2017-) o *Tuc & Bertie* (Netflix, 2019, Adult Swin, 2021) (fig. 12). La longeva serie americana *The Simpsons* (20th Television, 1989-) también se presenta a través de una cabecera de este tipo (fig. 12); con Bart escribiendo en la pizarra del colegio, Homer saliendo de la central nuclear, Marge haciendo la compra con Maggie y Lisa en clase de música con su saxofón, que finaliza con todos en el sofá frente al televisor para ver aparecer los créditos principales en ella.

Fig. 12 Fotogramas de los genéricos de *Embrujada*, *The Simpsons* y *Tuc & Bertie*

Fuente: Canal Steven Brandt de Youtube y Netflix. *Bewitched* [línea superior], *The Simpsons* [segunda línea] y *Tuc & Bertie* [línea inferior]. Elaboración propia.

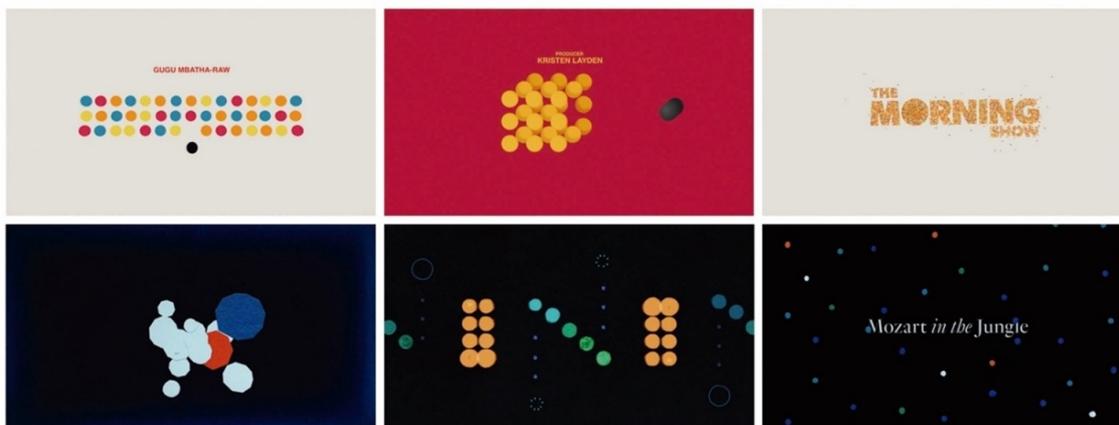
Sin embargo, también hay ejemplos donde la cabecera es de animación, pero no así la serie, este es el caso de *Bewitched* (*Embrujada*. ABC, 1964-1972). En el genérico (fig. 12) se exhibe la naturaleza mágica de la protagonista que sobrevuela la ciudad de noche para dibujar el título de la serie. Después se presenta a la actriz que la encarna y al actor que hace de su marido.

4.3.2 Con técnicas de animación digital

El *Motion Graphics* al que se refiere Inceer (2007, 23) o la generación de animación mediante técnicas infográficas como la denomina Bort (2012, 216), es lo que en España se conoce también como diseño audiovisual, grafismo audiovisual y gráficos animados.

Para Alonso (2016, 104), los *openings* «[...] son una técnica con gran capacidad de expresión [...] pueden traducir una compleja idea en un mensaje claro con unos pocos segundos de animación». Además, Ràfols y Colomer (2014, 9) puntualizan que «pueden utilizar todos los recursos expresivos propios del medio, y añadirles de una manera sustancial el sentido gráfico de la forma».

Los orígenes de la animación digital parten de la animación experimental y representa, desde el punto de vista de Alonso (2016, 105), la unión entre la infografía, la animación y el diseño gráfico. Artistas como Walter Ruttmann, Oskar Fischinger o Len Lye y Norman McLaren fueron determinantes en el inicio de este estilo con sus experimentaciones que buscaban anexionar imágenes abstractas en movimiento con el ritmo de la música. Las cabeceras de *Mozart in the Jungle* (Amazon Instant Video, 2014-2018) o *The Morning Show* (Apple TV+, 2018-) parecen haber trasladado estas prácticas al diseño de *openings* (fig. 13).

Fig. 13 Imágenes de las intros de *The Morning Show* (temporada 2) y *Mozart in the Jungle* (temporada 4)

Fuente: Art of the Titles. Elaboración propia.

El desarrollo de las nuevas tecnologías ha aportado al campo de los *openings* la capacidad de llevar a cabo cualquier idea o planteamiento narrativo o formal. Asimismo, Bort (2012, 218) asegura que este tipo de secuencias son las más prolíficas cuando los directores quieren dotar a sus títulos de crédito de unidad y notoriedad.

En esta categoría es reseñable la secuencia de créditos de *Mad Men* (AMC, 2007-2015), que consiguió un premio Emmy por el diseño de su cabecera en 2008 con la silueta del hombre que se desploma desde la azotea de un edificio (fig. 14).

Fig. 14 Fotogramas de los *openings* de *Mad Men* y *Feud*

Fuente: Art of the Title. *Mad Men* [línea superior] y *Feud* [línea inferior]. Elaboración propia.

Asimismo, son ejemplos de animación también los de la miniserie *Feud: Bette and Joan* (FX Network, 2017) (fig. 14) o la serie *Locke & Key* (Netflix, 2020-2022), ambos *openings* con la utilización de siluetas recortadas y colores contrastados presentan reminiscencias de los trabajos de Saul Bass, especialmente la cabecera de *Feud* en la que Kyle Cooper con su estudio Prologue está involucrado en el diseño.

Sin embargo, hay una tercera posibilidad en la elección del CGI como medio técnico para la creación de una cabecera. Del uso de formas y colores, se sube un escalón en cuanto a la iconicidad del objeto representado, como se ve en *Mad Men*. El perfeccionamiento de esa

animación digital se alcanza cuando el nivel de realismo es prácticamente idéntico al de su referente real.

En el *opening* de la ficción británica *The Crown* (Netflix, 2016-), la corona alcanza tal nivel de detalle durante su forja que a ojos del espectador es imposible confundirla con cualquier otra corona. Algo similar sucede con la secuencia de créditos de *Guillermo del Toro's Cabinet of Curiosities* (*El gabinete de curiosidades de Guillermo del Toro*. Netflix, 2022), a pesar su ambientación fantástica dentro del género de terror logra la normalización e identificación de los diferentes objetos y reliquias que habitan el pasillo expositor que se recorre hacia el universo de ficción (fig. 15).

Fig. 15 Diferentes momentos de las intros de *The Crown* y *El gabinete de curiosidades de Guillermo del Toro*



Fuente: Art of the Title. *The Crown* [línea superior] y *El gabinete de curiosidades de Guillermo del Toro* [línea inferior].
Elaboración propia.

4.4 *Opening* como visualización de la marca

Lo primero que ha de tenerse en consideración es que esta última categoría posee un carácter transversal a todas las anteriores y a la par está dotada de entidad propia. Su naturaleza transversal se explica por ser parte indispensable en cualquier secuencia de títulos de crédito o cabecera de televisión; el *main title shot* o fotograma con el nombre de la película o serie es esencial sin importar cómo es el diseño de la secuencia, si es que la hay. En cuanto a su existencia como categoría, se explica porque, en ocasiones, en la presentación del contenido se prescinde de un *opening* clásico y se opta por mostrar únicamente el título. Es ahí donde su etiquetado recae sobre esta tipología.

El origen de esta práctica, lejos de ser novedoso, tiene su raíz en el cine de Hollywood de los años treinta y en el uso comercial que hacían las *majors* de su nombre. Solana y Boneu (2007, 56) explican cómo en el contexto del cine como industria los estudios tuvieron la necesidad de crear marcas reconocibles para los espectadores.

Así, los títulos como visualización de la marca requieren un diseño exhaustivo que combine el trabajo en el ámbito tipográfico, visual y compositivo, ya que, según Bort (2012, 221), se erigen como valor de imagen que puede adscribirse a otros elementos como el cartel de la película o incluso convertirse en un valor expresivo en conexión con su temática, sus características formales o narrativas.

En el ámbito televisivo, esta estrategia se ha convertido en una de las utilizadas en los últimos años para agilizar la presentación de las series. Esto se traduce en secuencias minimalistas de apenas unos segundos en las cuales solo se muestra el título del formato y donde «[...] toda la pieza se concibe y construye para representar la aparición del título, y sólo en algunos casos queda tiempo para la figura del created by como rótulo inmediato» (Bort 2012, 249). El mismo autor, en su definición de esta categoría, concluye que los títulos como logotipo...

[...] surgen en principio de un uso atávico de los títulos de crédito como ente diferencial e individualizador de las películas, para acabar convirtiéndose en su evolución a día de hoy en el método que con mayor diferencia equilibra las funciones de información, captación, ambientación y establecimiento del tono de la secuencia dentro del film (Bort 2012, 224).

Tanto en el caso de la serie *Watchmen* (HBO, 2019) como en el de la cuarta temporada de la comedia americana titulada *The Marvelous Mrs. Maisel* (*La maravillosa Sra. Maisel*. Amazon Prime Video, 2017-2023), el modo en el que se conforma el título de la ficción en cada episodio va variando (fig. 16). Mientras que en *Watchmen* la propia tipografía se altera modificando colores, formas y soportes de presentación, en la cuarta temporada de *La maravillosa Sra. Maisel* se emplean pequeñas animaciones a modo de cortinillas y separadores cercanos al ámbito del teatro y la televisión, propios de la comedia de *stand up* y la época de los años cincuenta y sesenta en la que está ambientada.

Fig. 16 Ejemplos de *openings* como visualización de la marca



Fuente: Amazon Prime Video y HBO. *The Marvelous Mrs. Maisel* [línea superior] y *Watchmen* [línea inferior]. Elaboración propia

5. CONCLUSIONES

El resultado de esta investigación es una propuesta taxonómica para las cabeceras de las series de ficción que se diseña como un instrumento para abordar el análisis de estas partículas desde el punto de vista de la técnica de elaboración de la imagen y la integración textual. Esta aplicación se puede realizar con independencia del género, año de producción o país de procedencia, lo que la convierte en una herramienta válida tanto para un estudio único, como para incluirla en un instrumento de análisis más amplio que atienda a otras cuestiones vinculadas con los *openings*.

Asimismo, se ha de señalar como una limitación la dificultad para llevar a cabo una clasificación taxonómica puramente excluyente. A pesar de las pretensiones de crear tipologías estancas, se dan ejemplos en los que concurren mezclas. Algo que queda patente en las *intros* que ilustran esta tipificación, que difícilmente se pueden adscribir a una única etiqueta. Este fenómeno genera hibridaciones múltiples de distintos estilos y grados. Así, por ejemplo, en series como *Pachinko* (Apple TV+, 2022-) se mezcla imagen real dinámica y estática, donde se incluye material de archivo, por tanto, se combina así lo diegético y no diegético.

De igual manera, en el futuro habrá que observar cómo afecta la integración de inteligencia artificial generadora de imágenes a la producción, dada su reciente incorporación para la creación del *opening* de *Secret Invasion* (*Invasión secreta*. Disney+, 2023-). Sin embargo, no solo se pueden tener en cuenta aspectos técnicos a la hora de clasificar las cabeceras, ya que, a la par, son conjuntos discursivos con entidad propia y de una riqueza prácticamente inabarcable. Por esto, otros elementos como la banda de sonido o la composición narrativa de los genéricos, por mencionar alguno, son interesantes para ser abordados en otras investigaciones.

A lo anterior hay que sumar que estas piezas tienen una naturaleza cambiante, como se puede observar a través de su evolución. Unas transformaciones que, a veces, son el resultado de la confluencia de todos esos factores económicos, tecnológicos y sociales. Así, la modificación de los hábitos de consumo con la llegada de las plataformas ha hecho que se busquen estrategias para mantener la atención del espectador durante el *opening*. En este sentido, *WandaVision* (*Bruja Escarlata y Vision*. Disney+, 2021) introduce cada episodio con una cabecera que simula un recorrido por la propia evolución del medio televisivo y remarca la metamorfosis de la ficción a lo largo de su historia.

Por todo esto, los *openings* son un objeto de estudio vivo que permanece en constante cambio, lo cual permite que, al realizar aproximaciones y estudios analíticos aplicados, sigan surgiendo nuevas categorías futuras que modifiquen en algún grado las preestablecidas o las amplíen.

REFERENCIAS

- Alonso Valdivieso, C. 2016. «Qué es Motion Graphics». *Con A de animación* 6 (Especial motion graphics): 104-116. <https://doi.org/10.4995/caa.2016.4799>
- Barroso, J. 1996. *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Barthes, S. 2017. «The Rise and Fall of TV Opening Credits». *Anthology*, 20 de septiembre de 2017. <https://anthology.hypotheses.org/308>
- Bednarek, M. 2014. «'And they all look just the same'? A quantitative survey of television title sequences». *Visual Communication* 13(2): 125-145. <https://doi.org/10.1177/1470357213507509>
- Betancourt, M. 2018. *Title Sequences as Paratexts. Narrative Anticipation and Recapitulation*. Nueva York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203701034>
- Bort Gual, I. 2012. «Nuevos paradigmas en los telones del relato audiovisual contemporáneo: partículas narrativas de apertura y cierre en las series de televisión dramáticas norteamericanas». Tesis doctoral, Universitat Jaume I. <https://www.tdx.cat/handle/10803/81927>

- Cascajosa, Virino, C. 2016. «El ascenso de los ‘showrunners’: creación y prestigio crítico en la televisión contemporánea». *index.comunicación* (6) 2: 23-40. <https://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/255/491>
- Cuadra de Colmenares, E. de la y J. C. Marcos Recio. 2007. «Cabeceras de series de ficción: símbolo y documento. Análisis de las cabeceras de series estadounidenses desde los 70 hasta hoy». *XIV Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación. La Cultura y el entretenimiento de los medios de Comunicación*. Málaga: Universidad de Málaga.
- Cuadrado Alvarado, A. 2017. *Narración audiovisual*. Madrid: Síntesis.
- Delamorclaz Ruiz, C. 2016. «‘Gravity Falls’, Títulos de crédito como carta de presentación». *Con A de animación* 6 (Especial Motion Graphics): 8-14. <https://doi.org/10.4995/caa.2016.4784>
- Gallardo, M., y D. García-Reyes. 2022. «Representations and imaginaries of cities in the opening sequences of three U.S. TV series: The Sopranos, Weeds and House of Cards». *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* 95. <https://doi.org/10.21138/bage.3321>
- Gamonal, R. 2013. «Los títulos de crédito de series en la pequeña pantalla». En *Tecnologías audiovisuales en la era digital*, coordinado por M. Rajas y S. Álvarez, 245-262. Madrid: Fragua. <https://tinyurl.com/GamonalTitulosdeseries>
- Genette, G. 1997. *Paratexts: Thresholds of Interpretation*. Cambridge-Nueva York: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511549373>
- Hervás Ivars, C. 2002. *El diseño gráfico en televisión: técnica, lenguaje y arte*. Madrid: Cátedra.
- Inceer, M. 2007. «An Analysis of the Opening Credit Sequence in Film». *CUREJ: College Undergraduate Research Electronic Journal*, University of Pennsylvania. <https://tinyurl.com/InceerOpeningCredits>
- Labaig, F. 2006. «Acerca de los títulos de crédito». *Paperback* 4: 1-9. ISSN 1885-8007. <http://paperback.infolio.es/articulos/labai/creditos.pdf>
- Landekic, L. e I. Albinson. 2014. «Masters of Sex». *Art of the Title*, 11 de febrero de 2014. <https://www.artofthetitle.com/title/masters-of-sex/>
- Landekic, L. y W. Perkins. 2016. «Vikings». *Art of the Title*, 23 de febrero de 2016. <https://www.artofthetitle.com/title/vikings/>
- Magro-Vela, S. 2023. «De los títulos de crédito en cine a los *openings* en series de ficción televisiva. Una evolución histórica desde la perspectiva de las series americanas». *Grafica* 11 (21). <https://doi.org/10.5565/rev/grafica.237>
- Matamala, A. y Orero, P. 2011. «Opening Credit Sequences: Audio Describing Films within Films». *International Journal of Translation* 23 (2), (julio-diciembre). <https://core.ac.uk/download/pdf/20049521.pdf>
- Metz, C. 1993. «Pour servir de préface». En *Le générique du film*, editado por N. Mourgues, 7-9. París: Méridiens Klincksieck.
- Picarelli, E. 2013. «Aspirational Paratext: The Case of ‘Quality Openers’ in TV Promotion». *Frames Cinema Journal*, 3. <https://tinyurl.com/PicarelliAspirationalParatext>
- Ràfols, R., y A. Colomer. 2014. *Diseño audiovisual*. Barcelona: Gustavo Gili.

- Re, V. 2016. «From Saul Bass to Participatory Culture: Opening Title Sequences in Contemporary Television Series». *NECSUS: European Journal of Media Studies*. <https://necsus-ejms.org/saul-bass-participatory-culture-opening-title-sequences-contemporary-tv-series/>
- Sellers, J. 2012. «TV's Golden Age of Opening Credits». *Salon*, 18 de febrero de 2012. https://www.salon.com/2012/02/18/tvs_golden_age_of_opening_credits/
- Solana, G., y A. Boneu. 2007. *Uncredited. Diseño gráfico y títulos de crédito*. Barcelona: Index Books.
- Solana, G., y A. Boneu. 2016. «Secuencias de títulos de animación en series de ficción. Un paisaje general». *Con A de animación* 6 (Especial motion graphics): 96-102. <https://doi.org/10.4995/caa.2016.4798>
- Spigel, L. 2016. «Back to the Drawing Board: Graphic Design and the Visual Environment of Television at Midcentury». *Cinema Journal* 55 (4): 28-54. www.jstor.org/stable/44072149<https://doi.org/10.1353/cj.2016.0038>
- Stanitzek, G. 2005. «Texts and Paratexts in Media». *Critical Inquiry* 32 (1) (Autumn): 27-42. <https://doi.org/10.1086/498002>
- Stanitzek, G. 2009. «Reading the Title Sequence (*Vorspann, Générique*)». *Cinema Journal* 48 (4): 44-58. <https://doi.org/10.1353/cj.0.0142>
- Vega, E. 2013. «La imagen corporativa de la CBS». *Infolio* (Publicación sobre arte, diseño y educación) 1 (febrero). <http://www.infolio.es/01infolio/golden/home.htm>
- Villafañe, J., y N. Mínguez. 2006. *Principios de teoría general de la imagen*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Weinman, J. J. 2013. «Title Fight: Short vs. Long». *Maclean's* 126 (2): 55. <https://www.macleans.ca/culture/television/title-fight-short-vs-long/>

Notas

¹ Entiéndase el concepto de secuencia como un completo de la misma forma en la que Bort (2012, 216) define una secuencia independiente de títulos de crédito: «[...]desde una estancia espacio-temporal al margen del relato, pero no por ello *no integrada* en el mismo [...]».

² El objetivo de esta secuencia es situar al espectador en un mundo frío, solitario, primitivo, violento, antiguo, sobrenatural, sensual e inquietante. Estamos aumentando la intensidad de modo que, ya sabes, cuando empieza el primer fotograma de la serie ya hemos transportado al espectador de su realidad cotidiana a la realidad de la serie.

³ El concepto inicial se originó tras días de recopilación y observación de investigación visual. De todas las imágenes, me encontré obsesionado con la fotografía de una flor. No tenía implicaciones directas con el sexo, pero siguió llamando mi atención. A partir de ahí se transformó en la pregunta: «¿Cómo puedo mostrar sexo sin mostrarlo?». Así que empecé a recopilar más imágenes, y después de barajar un poco y jugar, comenzaron a surgir algunas cosas divertidas. Fue una idea realmente sencilla —pero simplemente funcionó.