

Recibido el 15_11_2017 | Aceptado el 26_12_2017

ANÁLISIS DE LA EDICIÓN, LA POSTPRODUCCIÓN Y EL DISEÑO GRÁFICO EN EL 'OPENING' DE LA SERIE 'NARCOS' (NETFLIX): PROPUESTA DE MICROANÁLISIS FÍLMICO PARA UNA SECUENCIA DE APERTURA PARA TELEVISIÓN

ANALYSIS OF THE EDITING, THE POST-PRODUCTION AND THE GRAPHIC DESIGN IN THE OPENING OF THE TELEVISION SERIE 'NARCOS' (NETFLIX): PROPOSAL FOR FILM MICROANALYSIS FOR AN OPENING SEQUENCE FOR TELEVISION

José Patricio Pérez Rufí y Juan Ángel Jódar Marín
| patricioperez@uma.es | jajodar@ugr.es |
Universidad de Málaga y Universidad de Granada

Resumen. El objeto de estudio de este trabajo es el *opening* de la serie *Narcos*, producida para la plataforma de televisión VOD Netflix. El objetivo de esta investigación es descomponer las piezas de la secuencia de apertura seleccionada desde un punto de vista formal, a fin de descubrir sus principios de construcción en lo relativo a planificación, edición, postproducción, uso de tipografías y aplicación de fundamentos del diseño gráfico. Aplicaremos una metodología de microanálisis fílmico en el que atenderemos a los aspectos formales de la pieza audiovisual. Los resultados muestran que la edición, tanto de los planos como de los textos, crea una impresión de *collage* visual. Incluso si los textos no son cinéticos y se busca la legibilidad, la correcta "lecturabilidad" de los textos no parece el objetivo final. Concluiremos que en el *opening* de *Narcos* la edición de la pieza y la multiplicidad de elementos y recursos gráficos priman una naturaleza creativa de la secuencia y, consecuentemente, un propósito antes ornamental que funcional, quedando en segundo plano la voluntad informativa ligada a la presentación de los textos relativos al reparto y a la plantilla responsables de la ficción seriada. **Palabras clave:** postproducción audiovisual; diseño gráfico; *opening*; serie de televisión; microanálisis fílmico.

Abstract. The paper's subject matter is the opening of the television serie *Narcos*, produced for the VOD television platform Netflix. The purpose of this paper is to deconstruct the selected opening sequence in pieces from a formal point of view, in order to discover its principles of creation with reference to filming, editing, post-production, uses of typography and the application of the basis of graphic design. We will apply a film microanalysis methodology with special attention to the formal aspects in the audio-visual work. The results show that the editing of shoots and texts creates a perception of visual collage. Even if the texts are not kinetics and there's a search for legibility, the right readability in the texts seems not to be the final goal. We will conclude that in the opening of *Narcos* the editing of the sequence and the multiplicity of different elements and graphic resources prevail a creative character in the sequence and, therefore, an ornamental purpose rather than functional. The informative purpose will remain in the background, associated to the introduction of the texts relative to the cast and production staff responsible for the television serie. **Keywords:** audio-visual post-production; graphic design; opening; television serie; film microanalysis.

1. Introducción

El *opening* de una serie de televisión es una secuencia integrada dentro de un discurso mayor, el capítulo, a su vez perteneciente a un producto de entretenimiento audiovisual para televisión estructurado en diferentes entregas, la serie. Con una función en principio eminentemente informativa (comunicar el título de la serie y los nombres y roles del personal implicado en su producción), el *opening* heredó del cine su voluntad de convertirse en síntesis de la identidad y marca del propio producto, así como la intención de seducir a la audiencia para lograr su atención.

El análisis de una secuencia de dichas características y con tal funcionalidad desde los parámetros del análisis del discurso audiovisual se hará considerando las particularidades del microanálisis filmico, esto es, «basado en el análisis de la forma como lugar donde se trabaja la significación filmica más allá de banas ensoñaciones cinéfilas» (Talens, 2016: 13).

Proponemos en esta investigación un microanálisis del *opening* de *Narcos*, serie estadounidense producida desde 2015 para su distribución en la plataforma de televisión VOD Netflix. Justifica esta elección un muestreo por decisión razonada que después desarrollaremos; consideramos que resulta un caso modélico y adecuado al objetivo de la investigación, centrado en el estudio de la edición y de la aplicación de herramientas y recursos procedentes del campo del diseño gráfico. Este análisis partirá de una fragmentación de los recursos de una manera descriptiva para después discutir sus resultados y atender a los posibles efectos connotativos de las elecciones de la edición.

El objetivo principal del análisis será descomponer las piezas de la secuencia desde un punto de vista formal a fin de descubrir sus principios de construcción en lo relativo a planificación, edición, postproducción, uso de tipografías y aplicación de fundamentos del diseño gráfico. No ocultamos que pretendemos cumplir con ello un objetivo didáctico: el valor de la propia secuencia de apertura hace de su análisis un método eficaz de aprendizaje para profesionales del montaje y la edición, docentes y estudiantes de análisis y creación audiovisual.

La hipótesis que planteamos es que en el *opening* de *Narcos* la edición de la pieza y la multiplicidad de elementos y recursos gráficos terminan por dotar de tal naturaleza artística a la secuencia que, consecuentemente, resulta una pieza con un propósito antes creativo que funcional. Queda así en segundo plano la voluntad informativa ligada a la presentación de los textos relativos al reparto y a la plantilla responsables de la ficción seriada.

Se logra así una pieza de alto valor creativo en la que, como en otros formatos audiovisuales más cercanos a la experimentación formal, la realización y la edición se alejan tanto de la funcionalidad en la articulación del lenguaje audiovisual como de la función informativa que se le supone a la secuencia. Como ocurre con el videoclip, la experimentación formal del formato y la voluntad por distanciarse de los códigos clásicos del discurso cinematográfico (e incluso televisivo) provocarán «la dificultad que implica su modelización» (Pérez-Rufi y Rodríguez-López, 2017b: 150).

Los antecedentes a los estudios acerca de los *opening* de las series hay que encontrarlos en los trabajos acerca de las secuencias de apertura de las películas, también como lugar de encuentro de diversas prácticas. Palacios (2005: 141) sostiene que la llegada de la tecnología de la televisión y el desarrollo de la publicidad crearon un espacio adecuado para la experimentación con el filme y la animación: «es en este contexto en el que se gestará el enlace de dos disciplinas creativas: el diseño gráfico y el arte cinematográfico».

La secuencia de créditos con que suelen comenzar los discursos cinematográficos va más allá de la mera presentación de información textual a través de recursos tipográficos. Así, Castellani (2008: 160) sostiene que «la tipografía está al servicio del significado, genera una diégesis, proporciona una clave de recepción para la película». En este sentido, como fragmento filmico integrado dentro de un discurso mayor, transmite un mensaje que contextualiza el relato, ofrece las claves genéricas e incluso la de la propia trama.

Gungor (2015) considera la secuencia de apertura como el primer contacto con el espectador, que en pocos minutos subraya las intenciones de los cineastas y establece las expectativas de los que miran. Como elemento tan funcional como creativo, apunta quiénes son las personas implicadas en su

producción, al tiempo que algunas de ellas marcan la historia de la película, mientras que otras recrean un tono determinado.

Con respecto a la funcionalidad de la secuencia de créditos, Braha y Byrne (2013) afirman que una de las funciones primarias de la secuencia de títulos es establecer el tono de la película, tomando un sentido del género y ritmo simplemente experimentando durante los primeros segundos. De esta forma, las secuencias de títulos efectivas enganchan y excitan a la audiencia, insinuando algunos de los temas y, en algunos casos, los retos que los personajes tienen que afrontar. La intención es crear suspense, algunas veces revelando algunos de los rasgos de los protagonistas y en otras ocasiones creando el contexto de unas preguntas cuyas respuestas se hallarán posteriormente en la película (Braha y Byrne, 2013).

Según Peters, el hecho de que las secuencias de créditos se encuentren física e históricamente en la periferia de los filmes explica que con frecuencia hayan sido más experimentales, una ojeada al futuro del cineasta (Boxer, 2000). Ken Coupland hace equivaler los créditos de títulos con una transición entre el sueño y el despertar (Boxer, 2000). Ese concepto de los créditos como discurso autónomo y periférico del discurso —que no marginal— es también referido por Metz (1993).

Este juego con los niveles de realidad que plantea el filme desde su secuencia de apertura puede llevarse a la misma naturaleza de su materia prima: recoge los nombres y las funciones del reparto y del personal implicados en la producción de la película o la serie, al tiempo que introduce genérica o temáticamente el motivo argumental o ideológico de aquella, con lo que podríamos concluir que en él confluyen la realidad de los creadores con la ficción de aquello que se está representando o narrando.

El *opening* de la serie de la televisión, objeto de nuestro estudio, hereda del cine la función y la forma de la secuencia de créditos de apertura, si bien Bort (2012: 1.237) afirma que aunque «las partículas narrativas integradas en la apertura y clausura de las series de televisión dramáticas norteamericanas contemporáneas [recogen] los recursos expresivos y narrativos propios de sus referentes cinematográficos e historiográficos», los subvierten «para así constituirse en nuevos paradigmas discursivos».

En televisión, el *opening* cumple una función similar a la de la secuencia de créditos del filme. Por una parte, titula la producción e informa acerca de los participantes en la misma, al tiempo que introduce la clave de género al que pertenece la película, adelanta o sugiere elementos de la trama o de ideas asociadas a ésta y seduce al espectador, invitándolo a continuar su visionado.

Además, en la serie de televisión, el *opening* refuerza una identidad de marca en torno al producto, la diferencia de otras producciones televisivas, crea una conti-

nidad entre episodios y separa el episodio de la emisión de contenidos en sucesión tanto de la televisión convencional como de la televisión ‘almacenada’. Entendemos el concepto de ‘televisión almacenada’ como equivalente a VOD (Video On Demand) o vídeo bajo demanda, esto es, aquella plataforma de distribución *online* de contenidos audiovisuales accesible al usuario en el momento que desea y no dependiente de la voluntad de un programador. El *opening* se convierte así en el mejor exponente de la identidad audiovisual de la serie, tanto en el aspecto gráfico como en el sonoro, al venir habitualmente acompañado de una composición musical o de una banda de sonido que también dotará de identidad al producto.

2. Metodología

Realizaremos un análisis textual del formato, según lo entienden Casetti y Di Chio (1991) en relación al filme: descompondremos las piezas presentes en la muestra y las recompondremos para así descubrir sus principios de construcción y su funcionamiento. Dado que no tomaremos un discurso audiovisual completo sino un fragmento del mismo, realizaremos un microanálisis filmico. El riesgo es, como apunta Zunzunegui (2016), llegar a unos resultados hipertrofiadamente microscópicos, puramente formalistas y, a la postre, huecos. Consideramos, sin embargo, que el objetivo didáctico de nuestro estudio justifica un análisis basado en una descripción formalista y detallada, si bien intentaremos compensarla introduciendo la interpretación y el comentario a los resultados obtenidos.

A través del análisis textual del discurso audiovisual intentamos descubrir el modo de articulación de la pieza audiovisual, la configuración de la puesta en escena y, de manera especial, la intervención de recursos de edición y postproducción y su interacción con la materia tipográfica y otros elementos de composición relacionados con el diseño gráfico.

Tomaremos una sola pieza para su análisis, el *opening* de la serie *Narcos*, producida por Gaumont International Television para la plataforma de televisión VOD Netflix. Frente a una alternativa de búsqueda de la variedad de muestras, abogamos por un análisis en profundidad de una sola secuencia, aspecto que permitiría el planteamiento didáctico de este trabajo.

La articulación de una investigación de estas características a partir del análisis de una secuencia supone, por otra parte, una práctica habitual en el análisis textual del discurso audiovisual, como hacen los trabajos de Gamonal (2005) sobre Saul Bass, de Kociemba (2006) acerca del *opening* de *Buffy the Vampire Slayer* o de Gunger (2015) en relación con la secuencia de apertura de la serie *Homeland*. Incluso un trabajo más amplio en extensión como la tesis doctoral de Blay (2011) se dedica al análisis de una secuencia de apertura, la del filme *Seven* (*Sev7n*, David Fincher, 1995).

La confluencia de diversos factores nos ha llevado a la elección del *opening* de la serie de Netflix. Así, partíamos de la premisa del estudio de las secuencias de créditos de productos originales y exclusivos de la plataforma VOD. Acudimos a la base de datos *online* IMDB para conocer la valoración de los usuarios acerca de las mismas y optar por el *ranking* de las series mejor puntuadas en octubre de 2017. De esta forma, introducíamos un criterio no tanto de calidad —algo más complejo de justificar— como de aceptación por parte del espectador.

En los primeros cinco puestos se encontraban las series *House of Cards*, *Stranger Things*, *Orange is the New Black*, *Making a Murderer* y *Narcos*. Aunque todas ellas cuentan con excelentes *opening*, optamos por el que posiblemente resulte el caso de análisis más complejo: *Narcos*. Hemos de añadir que de la muestra inicial de cinco títulos señalados, la secuencia de apertura de *Narcos* fue la única nominada al premio Emmy Award for Outstanding Main Title Design en 2016. En la convocatoria de 2017 sería nominado el *opening* de *Stranger Things*.

El *opening* de *Narcos* muestra una secuencia de imágenes de brevísima duración filmadas para la producción y de imágenes fotográficas reales y vídeos documentales, con diversas capas y elementos superpuestos, más allá de los propios textos del reparto y del personal de la producción, lo que dota a la edición de la pieza —nuestro objeto de interés— de un carácter barroco, abigarrado y profuso en contenidos.

Según Tom O'Neill, director creativo de Digital Kitchen Los Ángeles, la productora de la pieza, el *software* empleado para la edición completa del *opening* fue Adobe After Effects, además de un plano editado con Maxon Cinema 4D (Perkins, 2015). La relativa accesibilidad del programa, comercializado por Adobe y muy expandido entre editores profesionales y personal en formación en el área, hace de la pieza objeto de análisis un modelo de ejercicio que tomar como aplicación práctica del programa, frente a otras producciones editadas con *software* especializado o de más difícil acceso.

Hemos realizado, por tanto, un muestreo «subjetivo por decisión razonada», en el que las unidades de la muestra no se eligen desde procedimientos estilísticos, sino «en función de algunas de sus características» (Corbetta, 2007: 288-289). Según Corbetta, este tipo de muestreo resulta útil cuando el tamaño de la muestra es muy limitado, como podría ocurrir en nuestro trabajo.

El primer apartado del análisis será la fase previa, donde tomaremos nota de los datos relativos a la producción de la pieza: serie a la que pertenece, años de producción, temporadas, autoría, duración del *opening* y un breve análisis de contenido.

La segunda fase de análisis será la de análisis formal audiovisual. Identificaremos en primer lugar los aspectos relativos a la articulación formal de la secuencia para, a continuación, segmentarla en cada uno de sus planos y atender a diversos aspectos formales. Así, categorizaremos cada uno de los planos en el orden en que se presentan, donde seguiremos la tradicional escala europea de encuadres: Gran plano general (GPG); Plano general (PG); Plano entero (PE); Plano americano (PA); Plano medio (PM); Primer plano (PP) y Plano detalle (PD) (basado en Millerson, 1991).

Anotaremos junto a cada plano la naturaleza de la imagen, donde indicaremos si se trata de una imagen filmada, una imagen fija (fotografía) o un 'cartón' (esto es, una imagen fija generada con *software* digital, con un color sólido o cualquier otro tipo de composición). Comentaremos la naturaleza de la imagen como contenido original creado para la producción, como contenido de archivo y documental o como contenido original creado a imitación del material de archivo.

El siguiente aspecto dentro de este apartado consideraría la duración de cada plano. Ponemos así en relación el número de planos y su duración total con la duración media de cada plano, a través de la unidad de medida denominada ASL (Average Shot Length) (Salt, 2006: 389), con el objetivo de tener un valor referencial del ritmo de cambio de plano. Adaptaremos la medida del ASL a la del número de segundos y *frames*, como unidad de medida más familiar en la edición audiovisual.

Desde un punto de vista técnico, en cuanto a la medición de planos, hemos optado por mantener los criterios formales propios del sistema de televisión PAL, en el que cada segundo de vídeo está formado por 25 *frames* (en lugar de los 30 *frames* del NTSC). Expresamos las duraciones en segundos y *frames* separados por dos puntos (ss:ff), de tal forma que, por ejemplo, una duración de 01:03 significará que el plano dura un segundo y tres *frames*.

Atenderemos igualmente a la percepción de ritmo creada por la duración media de los planos y por la duración efectiva de cada uno de los planos, así como por la confluencia del resto de elementos discursivos observados, si bien realizaremos dichas apreciaciones en el comentario de resultados y no en la tabla de análisis. Aunque no lo recojamos dentro de la tabla, dada la escasa notoriedad del efecto, comentaremos el tipo de transición que se realiza entre los planos y el modo en que pudiera influir en la percepción del ritmo.

En relación directa con la atención a la planificación vendría el comentario de los cambios de encuadre que pudiera tener el plano, esto es, los movimientos de cámara (*travelling*, *zoom*, *travelling* digital). Se tomará nota de los cambios de encuadre a fin de interpretar su posible función en el discurso y sus consecuencias estilísticas.

Como siguiente elemento que consideraremos dentro del análisis de la edición será la presencia de recursos gráficos (incluyendo los textos usados en un modo ornamental o gráfico antes que como elemento de significado textual) integrados en el discurso a través de multicapas superpuestas a los planos. En el comentario de resultados interpretaremos el posible cometido de dichos recursos gráficos.

La observación de los que hemos denominado recursos gráficos, así como la introducción de caracteres textuales, que dejamos para el siguiente apartado del análisis, pueden integrarse en la atención hacia otro tipo de efectos visuales o Visual FX (VFX). Señala Jódar (2017: 126) que con la implementación de las tecnologías digitales en las fases de producción y postproducción audiovisual, «el videoclip se ha convertido en trampolín de propuestas visuales hasta ahora nunca vistas gracias a la aplicación de efectos digitales (VFX) en la postproducción». Este mismo carácter innovador del vídeo musical, como formato promocional musical de breve duración, puede aplicarse también al *opening*, pieza con la que comparte el mismo afán por la innovación y la experimentación formal, además de su naturaleza como expresión audiovisual de breve duración ligada a la identidad o marca de un producto cultural (al que subordina su función informativa o comercial).

En el comentario de resultados del análisis formal de la realización y la edición de la pieza, tomamos las categorías en las que clasifica las secuencias de créditos de Inceer (2007). Esta categorización supone un referente muy básico que, si bien no atiende a la complejidad de las prácticas reales, podría resultar eficaz por cuanto permite una primera clasificación dentro de la enorme variedad de casos posibles. Inceer parte de cuatro tipos de secuencias de créditos: 1) Títulos sobreimpresos en un espacio en blanco; 2) Títulos acompañados por imágenes fijas; 3) Títulos acompañados por una serie de imágenes en movimiento; 4) Títulos creados a partir de animación y *Motion graphics* (elementos gráficos en movimiento).

El tercero de los apartados de nuestra plantilla de análisis atiende al uso de tipografías dentro del *opening*. Recordemos que la función primitiva de la secuencia de créditos es informar a través del uso de textos del título de la producción, nombre de la productora, reparto y plantilla en diversos puestos técnicos y creativos.

Así, contabilizamos el número de tipografías utilizadas en la secuencia. Es una norma habitual en los manuales de diseño gráfico que la diversidad de tipografías sea muy limitada a causa de la confusión que podría provocar una mezcla excesiva de tipos (Williams, 2015). La cuestión en este caso sería conocer si la creatividad artística del *opening* justificaría pasar por alto las cuestiones de diseño ligadas a la eficacia comunicativa de las composiciones o no.

El siguiente paso consistiría en clasificar las tipografías para atender tanto a la legibilidad de las mismas como a las funciones atribuidas a dichas categorías. La tipografía no deja de ser una figura sobre un fondo y, más allá de la denotación del contenido que expresa en palabras, connota de valores y emociones al texto, aportando así un significado adicional no siempre muy evidente. Son muchas las clasificaciones de familias tipográficas, desde las de Francis Thibodeau en 1921, Maximilien Vox en 1954 o Aldo Navarese en 1958, hasta las de asociaciones como la Association Typographique Internationale en 1962 o la British Standards Institution en 1965.

Partiremos en nuestro caso —por su simplicidad y facilidad en el reconocimiento de los tipos— de la propuesta de Robin Williams (2015), a partir de la combinación y simplificación de las anteriores clasificaciones. Williams distingue seis categorías: Oldstyle (tipografías con serifa con remates en ángulo, transición grueso/fino moderado y distribución de partes más finas o acento diagonal), Modern (tipografías con serifa con remate horizontal delgado, transición grueso/fino radical y acento vertical), Slab Serif (tipografías con serifa con remate horizontal grueso, sin apenas transición grueso/fino y acento vertical), Sans Serif (tipografías sin serifa), Script (tipografías que imitan la escritura manual a través de cualquier instrumento) y Decorativas (todas las demás fuentes que no siguen los parámetros de las categorías anteriores).

El tercer punto que comentaremos dentro de este apartado será la forma de integración de los textos dentro del discurso. Siguiendo la distinción de Casetti y Di Chio (1991: 97), identificamos si los textos son diegéticos o extradiegéticos. Los textos diegéticos son aquellos que pertenecen al plano de la historia, es decir, aquellos que han sido filmados como elemento integrado dentro de la puesta en escena; los textos no diegéticos (o extradiegéticos) serían aquellos «extraños al mundo narrado, aunque formando parte del mundo de quien narra», o sea, los textos que no pertenecen a la puesta en escena y son incorporados en la edición de la pieza de manera fotográfica, electrónica o digital. En los siguientes dos puntos consideraremos la composición tipográfica, tanto con respecto a los otros textos como con respecto al encuadre completo.

La descripción de la permanencia o duración de los textos en pantalla va a requerir tal atención al detalle que preferimos extraerlo de este apartado del análisis para desarrollarlo aparte. Es así como, en el cuarto punto de este análisis, proponemos la medición de las permanencias de cada texto en pantalla, así como la duración del tiempo en que no aparecen textos hasta el siguiente texto. Con objeto de apreciar la jerarquización de textos en pantalla, más allá del orden de aparición de los mismos, contaremos el número de caracteres y de palabras presentes en cada composición tipográfica en pantalla.

Dividiremos el número de *frames* en que cada texto aparece entre el número de caracteres, a fin de lograr una medida del tiempo de exposición de cada texto que pueda contrastarse con las diferentes composiciones tipográficas que irán apareciendo. Esta unidad de medida tendrá un valor muy relativo, dado que la legibilidad de los textos no va a venir determinada únicamente por la relación entre número de caracteres y tiempo de exposición, sino que inciden otros factores como la elección tipográfica, la composición de los textos entre sí y dentro de la pantalla, la presencia de otros recursos gráficos en la pantalla, la animación o no de textos y de imágenes fijas o móviles de fondo, la aplicación de efectos visuales digitales, el idioma de los textos e incluso la propia interacción del contenido visual con el contenido sonoro.

En todo caso, pretendemos determinar si existe una relación entre el número de caracteres y la duración de su presencia en pantalla, a fin de concluir si permite la obtención de resultados o aportaciones de interés o no. Asumimos así un carácter exploratorio con esta metodología que necesitará de una posterior evaluación de su eficacia.

El quinto apartado analizará la banda de sonido del *opening*. Como ocurría con la división entre textos diegéticos y extradiegéticos, observaremos en primer lugar, siguiendo las categorías de Casetti y Di Chio (1991: 99) si el sonido es diegético, es decir, «si la fuente está presente en el espacio de la peripecia representada» o si es extradiegético, en el caso de que el origen del sonido «no tiene nada que ver con el espacio de la historia». Casetti y Di Chio entran posteriormente en la focalización o no de la fuente para establecer una nueva categoría más detallada, pero la naturaleza del *opening* no invita a pensar en resultados eficaces de la aplicación de esta segunda categoría, razón por la que no la aplicaremos.

Siguiendo la tradicional clasificación de la naturaleza de las fuentes sonoras presentes en el discurso audiovisual, comentaremos si dentro de la secuencia de créditos aparece la voz (como elemento externo a la canción), el ruido, la música y el silencio.

Adelantamos que el *opening* objeto de nuestro análisis no cuenta con voces o ruido y que el único componente sonoro es una canción compuesta especialmente para el programa e interpretada por Rodrigo Amarante titulada “Tuyo”. Dicho tema musical, más allá de aportar un tono y un estado de ánimo preciso sobre la banda de imágenes, ofrece claves narrativas para una comprensión más completa del relato.

En el comentario de los resultados de cada parte del análisis se introducirá la interpretación para ofrecer conclusiones acerca de la configuración formal del *opening*, el tratamiento y articulación de las composiciones tipo-

gráficas y la relación entre estas y el contenido visual con objeto de crear significado. El estudio de la edición del *opening* desde la perspectiva del microanálisis fílmico queda ligado a metodologías cualitativas y esta plantilla de análisis no quiere cerrarse al uso crítico que la interpretación como herramienta científica tiene.

3. Resultados y discusión

Ofreceremos los resultados representando en los cuatro primeros apartados una tabla con los principales datos obtenidos en el análisis para, tras cada tabla, comentarlos. Estructuramos la presentación de resultados en cada uno de los apartados del análisis para facilitar el acceso a los resultados.

3.1 Fase previa y análisis de contenido

FASE PREVIA	
Serie	Narcos
Años producción	2015-2017 (3 temporadas; 10 capítulos cada temporada). En producción en 2017
Género	Thriller, policíaco.
Autoría serie	Chris Brancato, Carlo Bernard y Doug Miro
Autoría <i>opening</i>	Digital Kitchen Los Angeles Cliente: Gaumont International / Netflix Creative Director: Tom O'Neill Production Designer: Harshit Desai Lead Animator/Compositor: David Badounts CG/Design Lead: Joshua Smith Editor: Nik Kleverov Producer: Paul Makowski Live Action Producer: Chad Stanley Executive Producer: Cynthia Biamon Executive Producer: Erica Coates
Software	Adobe After Effects. Maxon Cinema 4D
Secuencia analizada	Opening del capítulo 5, temporada 1 https://www.youtube.com/watch?v=qjUQcLnEMCQ&t=111s
Premios	Nominación 68th Primetime Emmy Award "Outstanding Main Title Design" (2016).
Contenido	Mezcla de imágenes filmadas para el <i>opening</i> e imágenes documentales que recogen la historia de Colombia en los años ochenta, el origen del imperio de la droga en torno a la figura de Pablo Escobar y su desarrollo, imágenes relacionadas con el poder y las consecuencias políticas, sociales y económicas del tráfico de cocaína, así como con la investigación criminal por parte de agencias de seguridad colombianas y estadounidenses.

Tabla 1: Fase previa de análisis y contenido. Elaboración propia.

El *opening* analizado pertenece al capítulo 5 de la primera temporada de la serie *Narcos* (disponible en el siguiente enlace: goo.gl/LM2999), producido por Gaumont International para la plataforma de televisión VOD Netflix. *Narcos* se inspira en la historia real del origen y crecimiento del imperio del tráfico de cocaína en Colombia a partir del seguimiento de la experiencia vital del capo de la droga Pablo Escobar (durante las dos primeras temporadas), focalizando el protagonismo en la investigación policial y el seguimiento de las actividades de Escobar por parte de agencias de seguridad de Colombia y Estados Unidos, el ejército, el poder político y judicial.

La serie recoge igualmente la tensión y rivalidad entre diversos cárteles que pugnan entre sí, como poderosa industria en la sombra, por el dominio de la producción y distribución internacional de la droga. Los aspectos ligados a la actividad profesional de policías y narcotraficantes se alternan con una visión más personal de sus diversas experiencias.

Según Hennessy (2015), la parte visual del *opening* comunica sobre todo la idea de que la historia de Colombia y la historia de Escobar son la misma. Digital Kitchen (2017) afirma que la secuencia de créditos captura la esencia y la complejidad de la industria mundial de la droga a través de una persona clave en esta era con una sensibilidad moderna. De esta forma, aprovecha el alcance de Pablo Escobar y el Cártel de Medellín en la cultura, la política y la jurisdicción internacional.

Las imágenes del *opening* recogen aspectos ligados a la producción de la cocaína, con planos de polvo en suspensión y textos y elementos gráficos superpuestos que suponemos científicos, dispositivos de grabación magnética, planos de la ciudad de Medellín y documentos ligados a la investigación y seguimiento criminal de los narcotraficantes, como recortes de prensa. Aparecen igualmente imágenes documentales reales en las que aparece el propio Escobar (en imagen de vídeo y fotografía), planos de la toma del secuestro del Tribunal Supremo colombiano rodados en vídeo, así como imágenes de mujeres rodados en escenarios oscuros y de una forma sensual, que suponemos asociadas al mundo de los jefes del imperio de la droga. Este conjunto de imágenes, que funcionan a modo de *collage*, logran componer un *puzzle* de piezas que describen el universo del tráfico de drogas en Colombia desde diferentes perspectivas (policial, científica, periodística y personal). La serie pretende, de esta manera, hacerse eco de los múltiples aspectos que rodean e incumben a la industria de la droga.

En octubre de 2017 la producción contaba con tres temporadas de diez capítulos cada una. El *opening* de las dos primeras temporadas es el mismo en cada una de las emisiones y enfatiza la presencia del antagonista, el

narcotraficante Pablo Escobar. Definimos a Escobar como antagonista y no como protagonista desde el momento en que, incluso si adquiere una focalización prioritaria en el desarrollo de la serie, un análisis formal del personaje como rol llevaría a una evaluación de la posición moral del personaje como negativa y opuesta a la de los héroes representados (Casetti y Di Chio, 1991). Con la desaparición de Escobar y del policía protagonista en la tercera temporada, el *opening* cambia; en lugar de imágenes de Medellín, se recogen planos de Cali y de Nueva York, fotografías y vídeos de los nuevos capos del narcotráfico, así como de Bill y Hillary Clinton, entre otros. Se actualizan pues personajes, escenarios y motivos históricos. Sin embargo, mantiene la misma identidad gráfica, el mismo estilo y recursos gráficos y de postproducción similares. Además conserva el tema musical “Tuyo”, incluso si éste venía ligado a la figura de Pablo Escobar, pero que dota de mucha identidad a la serie.

La producción del *opening* es responsabilidad del estudio situado en Los Ángeles Digital Kitchen, con Tom O’Neill como director creativo, Harshit Deal como diseñador productor y Kil Kleverov como editor, entre el resto del personal. La pieza, según recoge la entrevista a O’Neill realizada por el portal web Art of the Tittle (Perkins, 2015), incorpora planos filmados en Bogotá y en Los Ángeles con otras imágenes documentales en las que se recogen personajes y acontecimientos reales. Entre estas imágenes documentales se encuentran algunas procedentes del archivo documental de ‘El Chino’, fotógrafo personal de Pablo Escobar.

Debido a problemas con derechos de autor, algunas imágenes fueron recreadas por el equipo de producción del *opening* (como los planos de la chica con la banda donde pone escrito ‘Colombia’ o la imagen del policía armado tras una mesa con paquetes de droga incautada). Una de las fotografías tomadas por ‘El Chino’, la entrada a la finca Hacienda Nápoles fue animada tras su recreación tridimensional con el programa Maxon Cinema 4D para simular una naturaleza de imagen grabada en vídeo de calidad doméstica.

El tono documental y la aparente voluntad de fidelidad a los hechos históricos y a la vivencia de personajes reales se potencia, además de con el uso de fondos gráficos documentales, con la mezcla de recursos que ‘ensucian’ la imagen a modo de transparencias con documentos policiales, vídeo analógico de aparente baja resolución y el uso de filtros de postproducción que otorgan a la imagen un aspecto de vídeo propio de la década de los años ochenta y los años noventa, momento en que se desarrolla la serie.

3.2 Análisis formal audiovisual

ANÁLISIS FORMAL, REALIZACIÓN Y POSTPRODUCCIÓN						
Número de plano	Tipo plano	Naturaleza imagen	Duración	Movimiento	Capas	Observaciones, VFX, etc.
1	Cartón	Cartón	00:18			Audio, sin imagen
2	PD	Film	01:03		Transparencia, desenfocado	
3	PD	Film	02:01	Panorámica	Transparencia, técnica	
4	PD	Film	01:08	Panorámica	Transparencia, técnica	Enlace con plano siguiente con inserto de PG
5	GPG	Foto	04:22	Zoom out	Transparencia, cuadrícula, localizaciones	
6	PD	Film	00:18		Transparencia, ilustración ciencia, textos	
7	PD	Film	00:22		Pizarra	
8	PD	Film	01:12		Transparencia, pizarra, textos	
9	PD	Film	01:14		Pizarra, textos	
10	GPG	Film	02:01	Panorámica	Texto, suciedad	
11	PM	Film	04:10	Panorámica	Suciedad, ojos tachados	Transición panorámica
12	PD	Film	01:14	Zoom in	Transparencia, ilustración	
13	PD	Film	00:17	Zoom in	Suciedad	
14	PD	Film	00:19	Zoom in	Suciedad	
15	PD	Film	02:19	Panorámica	Suciedad	
16	PMC	Film	03:16	Zoom in	Transparencia, textos	
17	PM	Film	03:08	Zoom in	Transparencia, textos, sello	
18	PD	Film	01:22	Travelling	Transparencia, textos	
19	PA	Film	02:10	Travelling	Transparencia, textos	
20	PD	Film	02:10		Transparencia, textos	
21	PG	Film	02:08	Travelling		Falso archivo, generado ICG
22	PE	Film	01:23	Travelling		Archivo

ANÁLISIS FORMAL, REALIZACIÓN Y POSTPRODUCCIÓN (Continuación)						
Número de plano	Tipo plano	Naturaleza imagen	Duración	Movimiento	Capas	Observaciones, VFX, etc.
23	PG	Film	01:09	Travelling		Archivo
24	PP	Film	01:11	Zoom out		
25	PE	Film	02:18	Zoom out		Archivo
26	PD	Film	01:06	Travelling		
27	PG	Film	01:06	Travelling		
28	PM	Foto	02:05	Zoom in	Suciedad	
29	GPG	Film	03:03	Travelling	Transparencia, cuadrícula	
30	GPG	Film	03:05	Travelling	Transparencia, cuadrícula, textos	
31	PG	Film	03:06	Zoom digital	Transparencia, textos prensa	Archivo
32	PG	Film	02:00	Travelling		Archivo
33	PG	Film	01:20	Zoom out		Archivo
34	PMC	Foto	03:17	Zoom in	Transparencia, textos, tachados	Archivo
35	PM	Foto	02:20	Zoom in	Transparencia, sello	Archivo, fotocomposición
36	GPG	Film	05:17	Travelling	Trama y texto (logo)	
37	PG	Film	07:10	Zoom in		VFX: fuego y humo
Total	<p>Número de planos: 37</p> <p>ASL: 2.37</p> <p>Duración media de cada plano: 02:09</p> <p>Encuadres: Cartón: 1 (2.7%); PD: 15 (40.5%); PP: 1 (2.7%); PM: 5 (13.5%); PA: 1 (2.7%); PE: 2 (5.4%); GPG y PG: 12 (32.4%).</p> <p>Movimiento de cámara: Travelling: 11 planos (29.7%); Panorámica: 5 planos (13.5%); Zoom: 13 planos (35.1%). Total: 29 planos (78.3%).</p> <p>VFX: Multicapas con transparencias, mezcla de imagen filmada para la producción e imagen de archivo, unificadas con multicapas con recursos gráficos y filtro "VHS".</p> <p>Categoría: 3) Títulos acompañados por una serie de imágenes en movimiento.</p>					

Tabla 2. Análisis formal, realización y postproducción. Elaboración propia.

El análisis formal nos permite constatar la preferencia por los planos detalles (un 40,5 por ciento del total de planos), hecho que refuerza la idea de que el *opening* ha cuidado con esmero cada elemento presente en la pantalla, al punto de conformar una composición preciosista, cargada de pequeños elementos que se solapan para, mediante la acumulación de significantes, transmitir un mensaje de sofisticación y de caos.

El encuadre corto también tiene por objetivo ocultar la identidad de los personajes y así despersonalizar los contenidos. Los rostros son sistemáticamente ocultados en esta secuencia y sólo son percibidos con claridad (en primer plano o plano medio) los de la modelo colombiana y, muy especialmente, los de Pablo Escobar y un agente de policía estadounidense, a la postre protagonistas de las dos primeras temporadas de la serie. El conjunto de la industria de la droga se despersonaliza en líneas generales para poner así el acento en Escobar.

El 86,5 por ciento de los planos son imágenes filmadas (preferentemente en vídeo), frente a sólo cinco planos (el 13,5 por ciento restante) basados en fotografías. Como caso particular confuso, apuntemos a que la imagen del policía que posa frente a una mesa con droga incautada a los narcotraficantes simula ser una fotografía pero, si atendemos, descubriremos que se trata de una imagen de vídeo animada.

La velocidad de cambio de plano en el montaje es muy rápida, dado que en menos de un minuto y medio (01:28) se suceden 37 planos, resultando así un ASL de 2.37 y una duración media del plano de 02:09 (segundos/*frames*). Esta velocidad sólo puede ser comparada con la del videoclip. Según Pérez-Rufí y Rodríguez-López (2017a: 46), la duración media del plano en el videoclip está en torno a los 01:18, es decir, 16 *frames* menos que en el *opening* objeto de nuestra atención. Del total de planos, 14 (el 37,8 por ciento) supera esta duración media, por lo que el 62,2 por ciento de los planos dura menos de 02:09. De estos 14 planos de duración superior a la media, seis se localizan entre los últimos ocho planos, de donde resulta una desaceleración del ritmo de edición conforme va concluyendo la pieza.

Localizamos únicamente cinco planos con duraciones inferiores al segundo (entre los 22 y los 17 *frames*). Estos cinco planos, entre los primeros 14, se editan en continuidad, salvando el plano en negro con que da inicio el *opening*: la repetición de motivos en planos consecutivos permite la reducción de duraciones de dichos planos porque el contenido queda reforzado y es posible su percepción visual.

Esta velocidad crea una impresión de ritmo trepidante, ritmo al que contribuye el movimiento constante dentro del encuadre y la superposición de capas con transparencias que recargan aún más de contenidos cada plano. De todos los planos, 31 (esto es, el 83,7 por ciento del total) activa algún tipo de movimiento, por lo general un leve zoom de acercamiento o un *travelling* impreciso realizado cámara en mano. Es poco habitual que en planos de tan breve duración se realicen movimientos de cámara, aspecto que incrementará la percepción del ritmo. El zoom de acercamiento tiene aquí por objeto destacar

alguna parte del encuadre, mientras guía la mirada del espectador, además de incrementar la impresión de aceleración de la secuencia de imágenes, incluso si el zoom se hace a una velocidad muy lenta.

Apuntemos que todas las transiciones entre planos son al corte, salvo entre los planos número 10 y 11, donde la panorámica hacia la derecha de una pista de aeropuerto con dos aviones enlaza con el mismo desplazamiento con lo que suponemos el interior de un avión. La transición al corte es la más contundente y la más limpia, y contribuye a crear un mayor impacto en el cambio de plano, así como una mayor impresión de velocidad en el montaje.

Las capas que hemos denominado transparencias en la tabla ‘ensucian’ las composiciones, en el sentido de que recargan aún más de contenidos cada uno de los planos. Representan textos manuscritos (ilegibles), cuadrículas sobre planos que localizan objetivos, ilustraciones científicas sobre el procesamiento químico de la droga, o recogen documentales aparentemente policiales o recortes de prensa. El conjunto sirve para ofrecer el punto de vista desde el que se focaliza la serie, el de la investigación criminal por parte de policías, ejército y agencias de espionaje. Además, otorga credibilidad a la pieza, dada su apariencia de documentos históricos reales, como conjunto de pruebas documentales en torno a una investigación.

Desde el plano estético, aportan continuidad a la pieza, desde el momento en que dichas transparencias están presentes en la mayor parte de los planos. La ‘suciedad’ que genera potencia no solamente la impresión de realidad y la posible evaluación moral negativa que hacemos de los hechos representados, sino que también contribuye al carácter retro del momento representado. El contexto social, cultural, geográfico y político invita a pensar en un Estado en vías de desarrollo, unido a otro contexto, esta vez tecnológico e histórico, donde la tecnología analógica ‘mancha’ el contenido, frente a la pulcritud y la perfección de la tecnología digital contemporánea.

Es así como el principal efecto visual digital aplicado sobre las imágenes, más allá del uso de transparencias con los recursos gráficos mencionados, sea la aplicación de filtros que simulan el vídeo analógico para televisión. Dicha estética puede proceder de la propia conversión de formatos de vídeo analógico empleados (aumentado a 4K para la producción del *opening*), pero también de la inserción de filtros tipo VHS, que ‘ensucian’ la imagen y le aportan un carácter antiguo.

Netflix es consciente de que la nostalgia vende, como sostiene Reynolds (2012) con respecto a la cultura pop y su obsesión por la mirada al pasado iniciada con el cambio de siglo. La plataforma de televisión *online* explota dicha nostalgia en buena parte de sus producciones originales, esto es, aque-

llas producciones producidas, co-producidas o distribuidas de manera exclusiva por Netflix, y remite a su carácter retro en la identidad visual creada en torno a aquellas, como hace en el *opening* de *Narcos*. Entre estas series de producción propia que aluden a la nostalgia se encuentran, por ejemplo, aquellas ambientadas en décadas pasadas (*Stranger Things*, *The Crown*, *Las chicas del cable*, *Glow*, *The Get Down*, *Marco Polo*, *F is for Family*, *Mudbound* o la propia *Narcos*), pero también las que remiten a la tecnología analógica (*Por trece razones*), a los viajes en el tiempo (*Dark*) o al recuerdo de la adolescencia desde un sarcasmo adulto (*Big Mouth*, *Chewing Gum*).

La mezcla entre ficción y realidad y la pretendida estética retro y analógica se ven reforzadas, como ya hemos comentado, por la alternancia de imágenes de vídeo y fotográficas reales tomadas de fondos documentales. El uso de filtros que envejecen y ensucian todas las imágenes permite así dar continuidad en la mezcla de diferentes calidades y dotar de unidad al conjunto, incluso si el *opening* busca una identidad gráfica próxima al *collage* visual. La base musical, como comentaremos, contribuirá igualmente a otorgar unidad a la secuencia.

3.3 Análisis tipográfico

ANÁLISIS TIPOGRÁFICO	
Número tipos	Dos, para los textos con los nombres de reparto y producción y para el logotipo con la marca "Narcos". Como recursos gráficos de fondos, otros que no contemplamos.
Fuentes	Textos reparto/producción: Helvética (en dos pesos, mismos cuerpos, minúsculas y mayúsculas). Logo: Berthold Akzidenz Grotesk Medium Condensed
Diégesis textos: Extradiegéticos.	Tipografía cinética: No.
Efectos	<i>Fade in</i> de cuatro <i>frames</i> y <i>fade out</i> de cuatro <i>frames</i> , salvo textos más largos. El logo con el título de la serie aparece 'ensuciado' sobre una trama de color negro.
Composición tipos	Textos alineados entre sí o con una sola línea de flujo de la información. Alineación a la izquierda salvo el primer rótulo (productora, centrado).
Composición encuadres	Textos en el margen del encuadre izquierdo o derecho, nunca centrado salvo el nombre de la productora y de la serie.

Tabla 3. Análisis tipográfico. Elaboración propia.

Atenderemos aquí al uso de las tipografías como elemento informativo capaz de aportar información acerca del reparto y del personal de producción y creativo, en cuyo caso aparece la mención a su rol profesional. Hemos obviado así los textos que se usan como recursos gráficos a través del uso de transparencias que ya comentamos en el apartado anterior: desenfocados, manuscritos,

ilegibles y sin otra función que recargar la imagen de elementos antes gráficos que textuales.

Frente al carácter cargado y barroco de la banda de imágenes editadas con multicapas y el dinamismo que aporta la veloz edición del conjunto, encontramos unos textos en Helvética con una óptima legibilidad, limpios, alineados entre sí y bien compuestos, en los que se alternan dos pesos: uno más ligero para indicar el cargo en la producción y otro más pesado con los nombres propios. Todos los textos tienen el mismo tamaño y sólo habrá modificaciones en el título de la serie, a modo de logotipo, en otra tipografía y con otro tamaño y efectos.

Entendemos que el objetivo es transmitir la información textual con la mayor claridad y neutralidad posible. Las diversas variantes de la Neue Haas Grotesk (verdadero nombre de la Helvética, últimamente denominada Neue Helvética) funcionan como categoría *sans serif* modélica, ordenada y de una pulcritud y neutralidad emocional que compensa un contenido visual tan barroco. La Helvética tiene además la facultad, desde su supuesta imparcialidad, de ‘absorber’ las características del entorno en que se sitúa, con lo que no connota de nuevas ideas el mensaje.

La pulcritud de la Helvética se suma a su carácter estático (no se trata pues de tipografía cinética) como texto extradiegético, inserto en el discurso a través del *software* y no perteneciente, por tanto, a la escena filmada.

La alineación de los textos es uniforme o refuerza una línea de flujo de la información (Williams, 2015) y se coloca discretamente dentro de los encuadres a la izquierda o a la derecha, salvo el texto con el nombre de la productora abriendo la secuencia y el nombre de la serie, que aparecen centrados. Estos modos de composición tipográfica tan academicistas (dentro del diseño basado en el uso de una rejilla propio del movimiento de diseño suizo o diseño internacional) compensan el efecto *collage* y la multitud de elementos del resto del discurso visual.

El título de la serie se presenta como un logotipo, precedido de la introducción de una trama de fondo de color negro que permite mejorar la legibilidad del texto (de color blanco) y crear una animación que destaque el texto. Con una duración superior a los cuatro segundos, también se trata de uno de los textos con mayor presencia en pantalla. En este caso la tipografía es Berthold Akzidenz Grotesk Medium Condensed y aparece ‘ensuciada’, respondiendo así a la identidad sobrecargada y sucia del *opening* en su conjunto.

3.4 Análisis de textos y permanencia en pantalla

ANÁLISIS DE TEXTOS Y PERMANENCIA EN PANTALLA					
Texto	Duración	Duración sin texto posterior	Número carácter	Palabras	Frame / carácter
A Gaumont International TV Presentation	02:12	00:18	42	5	1.47
Wagner Moura	02:23	00:02	11	2	6.63
Boyd Holbrook	02:16	00:03	12	2	5.5
Pedro Pascal	02:21	00:05	11	2	6.45
Joanna Christie, Maurice Compte	02:17	00:03	27	4	2.48
André Mattos, Roberto Urbina, Diego Cataño	02:16	00:06	35	6	1.88
Jorge A. Jimenez, Raúl Méndez, Stephanie Sigman	02:10	00:09	38	7	1.57
Bruno Bichir, Manolo Cardona, Paulina Gaitan	02:16	00:15	37	6	1.78
Guest Starring, Luis Guzmán	02:16	00:22	23	4	2.86
Juan Pablo Raba, Ana de la Reguera, Patrick St. Esprit	02:22	00:09	42	10	1.71
Richard T. Jones, Danielle Kennedy, Gabriela de la Garza	02:15	00:03	45	8	1.44
Producer Paul Eckstein	02:11	00:07	20	3	3.05
Produced by Mariano Carranco	02:06	00:04	25	4	2.24
Supervising Producer Allison Abner	02:05	00:08	31	4	1.77
Co-Executive Producer Dana Calvo	01:19	00:18	28	5	1.57
Co-Executive Producer Carlo Bernard & Doug Miro	02:20	01:17	39	6	1.79
Executive Producers Katie O'Connell, Elisa Todd Ellis	02:08	00:08	50	8	1.16
Executive Producers Sidonie Dumas, Christophe Riandee	02:03	01:14	47	6	1.12
Executive Producer Cindy Holland, Jane Wiseman, Tara Duncan	02:21	01:13	51	8	1.39
Executive Producers Chris Brancato	04:17	03:19	30	4	3.9
Executive Producer Eric Newman	04:12	00:09	27	4	4.14
Executive Producer José Padilha	02:20	01:10	27	4	2.59
NARCOS	04:14	00:03	6	1	19
Created by Chris Brancato, Carlo Bernard & Doug Miro	03:18	00:02	46	9	2.02
Written by Dana Ledoux Miller	02:01	00:02	25	5	2.04
Directed by Andi Baiz	01:11		18	4	2
Duraciones totales 01:28:11	01:12:07	16:04			
Medias	02:19	00:16	793/26: 30.5	131/26: 5	2.27

Tabla 4. Análisis de textos y permanencia en pantalla. Elaboración propia.

La permanencia de los textos en pantalla muestra una gran homogeneidad desde el momento en que el 77 por ciento de los rótulos (20 de los 26) son editados con una duración de entre dos y tres segundos, siendo la media de 02:19. El 23 por ciento restante está conformado por seis composiciones textuales, de las cuales cuatro duran más de tres segundos (dos de ellos dedicados a dos productores ejecutivos, uno para los creadores y, el más largo, para el título de la serie) y dos menos de dos segundos (los textos para un productor co-ejecutivo y el director del capítulo).

La uniformidad en las duraciones de los textos, con ligeras variaciones entre los dos y los tres segundos, no muestra así ninguna adaptación a la cantidad de texto presente (ya sea según el número de caracteres o el de palabras). Este hecho provocará que aquellas composiciones tipográficas con más caracteres (entre ocho y 10 palabras o 42 y 51 caracteres) tengan una consecuente menor ‘lecturabilidad’, razón por la cual la capacidad informativa del texto adquiere un rol secundario.

La relación que hemos calculado entre el número de *frames* y el número de caracteres de cada composición de texto no aporta así resultados eficaces más allá de la constatación de que, como ya observamos sin necesidad de mediciones, los textos más largos con menor exposición en pantalla serán más difíciles de leer.

Este aspecto refuerza la idea de jerarquía de los nombres presentados en el *opening*, no ya sólo por el orden de su presentación, sino también por la mejor legibilidad de aquellos nombres presentados de manera individual.

Cada composición tipográfica entrará en pantalla con una entrada progresiva (*fade in*) de alrededor de cuatro *frames* (excepto para los textos con líneas más largas, que llega a seis *frames*) y una salida gradual (*fade out*) también de alrededor de cuatro *frames*. Frente al ritmo y la dureza del montaje al corte uniformado con capas con transparencia, la entrada mínimamente gradual del texto suaviza su presentación.

Los segundos del *opening* con presencia de títulos en pantalla son mayoría (01:12:07 con texto frente a 16:04 sin texto), aspecto que nos transmite la idea de que son muchos los nombres que tienen que aparecer y muy reducido el tiempo dispuesto para ello. Los momentos sin texto en pantalla tienen una duración de pocos *frames* y solamente en cinco ocasiones esta ‘espera’ supera el segundo de duración, siendo la más larga los 03:19 entre los textos con los nombres de los dos productores ejecutivos que permanecen más tiempo en pantalla (para Chris Brancato y Eric Newman). La pequeña pausa entre textos devuelve el protagonismo a la composición en su conjunto y destaca los textos que le siguen, dado el suspense que puede generar este ‘silencio’ textual.

Considerando la ‘suciedad’ de la composición y la multitud de capas con transparencias y diversos recursos gráficos, no podemos concluir que la introducción del factor temporal en la secuencia de textos contribuya a mejorar la legibilidad. Por el contrario, incluso si como hemos dicho la tipografía Helvética tiene una óptima legibilidad, confirmamos que la función informativa de la presentación de textos es secundaria y que se impone la creación de una identidad gráfica, de una marca, con valores altamente artísticos antes que comunicacionales o ligados a los objetivos de comunicación clara y eficaz que se propone el diseño gráfico.

3.5 Análisis de la banda de sonido

En el análisis de la banda de sonido no entraremos en un análisis musicológico para el que no estamos preparados, sino que atenderemos a la aportación que el contenido sonoro realiza a la secuencia analizada. Así, como ya adelantamos, el componente sonoro no incluye ruido, palabras o silencio, sino que se ocupa con un tema musical, “Tuyo”, compuesto especialmente para la serie por el músico brasileño Rodrigo Amarante.

El tono melancólico y triste del tema funciona como contrapunto a la banda de imágenes, dedicadas, como ya comentamos a la historia de la cocaína y la industria de la droga. Como canción a medio camino entre el bolero y la balada gruperá, de ritmo pausado, rompe por completo con los tópicos musicales asociados a las series de televisión de temática policial o *thriller*.

El contraste del tema con el contenido visual del *opening* y con el propio género de la serie aporta un significado adicional al contrapunto musical que activa: es así como se adelanta la relativa humanización tanto de los personajes como de los temas tratados. La canción pretende hacer un acercamiento a la parte más íntima de la historia desarrollada desde su tono melódico, suave y triste; en el inicio y el final de la cadena de producción y distribución de la droga pero también en su persecución criminal se encuentran personas que se verán afectadas en lo personal por su dedicación, aspecto al que consideramos que alude el tema de Amarante.

El género musical y la letra en castellano ubican espacialmente el tema en un contexto latinoamericano. Recordemos que la acción de la serie se desarrolla en Colombia, con lo cual hay una coherencia estilística pese al contrapunto temático que apuntamos.

Sin entrar al detalle en el contenido de la letra, aspecto que consideramos supera los objetivos de esta investigación, señalaremos únicamente que la canción aparenta ser romántica y dulce pero esconde una importante carga de agresividad detrás. Así, Hennessy (2015) recoge las ideas del compositor,

según quien el tema se inspira y va dedicado al propio Escobar, mostrándolo con un ente dual: protector pero también destructivo. El propio relato desarrollado en la serie de televisión muestra esta doble faceta del narcotraficante, como padre de familia protector de sus hijos pero también de una monstruosa maldad, con lo cual el tema musical se adapta al concepto y a la naturaleza de la propia serie.

Incluso si el personaje de Escobar ya no está presente en la tercera temporada de *Narcos*, el tema se mantuvo en el *opening*. La canción de Amarante dota de una enorme identidad a la serie y un cambio habría implicado un riesgo importante que los productores decidieron no tomar.

4. Conclusiones

El análisis del *opening* de la serie *Narcos* confirma la hipótesis de partida de esta investigación, esto es, que la secuencia de apertura analizada tiene antes una función estética y ligada a la creación de una identidad gráfica en torno al producto que una función informativa, aquella que en principio se le suponía a las secuencias de apertura tanto de cine como de televisión. La edición de múltiples recursos gráficos que ‘ensucian’ la composición, la escasa duración de los planos y de la permanencia de los textos en pantalla, así como el dinamismo y el enorme ritmo del cambio de plano, dificultan la lectura de los textos, incluso si estos usan tipografías con un alto grado de legibilidad y son compuestos aplicando los principios básicos del diseño gráfico (recogidos por Williams, 2015).

Se consigue así un resultado que podríamos calificar de postmoderno, por cuanto la forma antecede a la función y la creación de una identidad gráfica construida desde valores artísticos se impone a su eficacia informativa. Frente a un diseño gráfico constituido como disciplina destinada a la construcción de mensajes con un objetivo comunicativo eficaz, se prima en este caso la emoción, la mezcla de códigos y recursos o la intertextualidad, como valores que podríamos estimar próximos a una estética postmoderna.

Este *opening* se configura como un *collage* visual con multitud de referentes y con una temática sugerida en torno a la industria de la droga desde sus centros de producción en Colombia y alrededor de la figura central del narcotraficante Pablo Escobar. La mezcla de referentes documentales con otros creados para la secuencia dota de credibilidad el relato, basado en hechos históricos y en personajes reales, al tiempo que se tiñe el conjunto de un aire nostálgico desde una estética retro con referencias a personajes, acontecimientos y motivos asociados a los años ochenta y noventa.

Desde el plano más didáctico, consideramos que el microanálisis realizado puede suponer un referente para editores y personal en formación en

producción de contenidos audiovisuales. Como apuntamos en la introducción, la edición realizada con Adobe After Effects hace accesible a sus usuarios el logro de unos resultados similares a los conseguidos en esta secuencia.

Proponemos para un posterior desarrollo de este trabajo la ampliación del número de *opening* analizados con objeto de identificar tendencias comunes o rasgos ligados a la identidad de marca de la plataforma televisiva para la que se crean dichos contenidos.

5. Bibliografía

- BLAY GIL, J.M. (2011). Los nuevos lenguajes del diseño: Motion graphics. Estado de la cuestión y análisis comparativo de la obra de Kyle Cooper. Tesis doctoral no publicada. Universidad Politécnica de Valencia.
- BORT GUAL, I. (2012). Metodología de microanálisis fílmico. *Revista Comunicación*, 10(1), 1.236-1.249. Recuperado de: goo.gl/yYdKvN
- BOXER, S. (2000). Making a Fuss Over Opening Credits; Film Titles Offer a Peek at the Future in More Ways Than One. *The New York Times*, 20/4/2000. Recuperado de: goo.gl/M547CW
- BRAHA, Y. y BYRNE, B. (2013). *Creative Motion Graphic Titling: Titling with Motion Graphics for Film, Video & The Web*. Nueva York y Londres: Focal Press.
- CASETTI, F. y DI CHIO, F. (1991). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- CASTELLANI, J.P. (2008). Los títulos de créditos en el cine de Pedro Almodóvar: un caso ejemplar *Mujeres al borde de una crisis de nervios*. *Historia Actual Online*, 15, 157-163. Recuperado de: goo.gl/TsW8bj
- CORBETTA, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Digital Kitchen (2017). Capturing Escobar. *Thisidk.com*. En: goo.gl/tbkLxu
- GAMONAL ARROYO, R. (2005). Títulos de crédito. Píldoras creativas del Diseño Gráfico en el Cine. *Icono 14*, 12, 1-24. Recuperado de: goo.gl/q5LnWj
- GUNGOR, S. (2015). Homeland's Opening Sequence Reality. *International Journal of Multidisciplinary Thought*, 5(04), 151-159. Recuperado de: goo.gl/UKwM3B
- HENNESSY, J. (2015). Q: In "Narcos," what is the significance of the opening theme song? *Screenprism*, 5/10/2015. Recuperado de: goo.gl/mPn12o
- INCEER, M. (2007). An Analysis of the Opening Credit Sequence in Film. *CUREJ: College Undergraduate Research Electronic Journal*, 65. Recuperado de: <http://repository.upenn.edu/curej/65/>
- JÓDAR MARÍN, J.A. (2017). Evolución del montaje y postproducción del videoclip musical: del jumpcut a los VFX como paradigma de iconicidad y puesta

- en escena. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 8(2), 119-128. Recuperado de: goo.gl/q1Q8Nd
- KOCIEMBA, D. (2006). Actually, it explains a lot: Reading the Opening Title Sequences of Buffy the Vampire Slayer. *Slayage: The Online International Journal of the Whedon Studies Association*, 6(2). Recuperado de: goo.gl/jYZsZa
- METZ, C. (1993). Pour servir de préface, en N. D. MOURGUES: *Le générique de film*, 7-9. París: Méridiens Klincksieck.
- MILLERSON, G. (1991). *Técnicas de realización y producción en televisión*. Madrid: Instituto Oficial de Radio Televisión.
- PALACIOS, C. (2005). El diseño gráfico y el cine. Saul Bass, el pionero del encuentro. *Contratexto*, 13, 140-148. Recuperado de: goo.gl/Xg54NW
- PÉREZ-RUFÍ, J. P. y RODRÍGUEZ-LÓPEZ, J. (2017a). La duración del plano en el videoclip: hacia una categorización de los recursos formales en el vídeo musical contemporáneo. *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, 22(42), 335-52. Recuperado de: goo.gl/rCrFjD
- PÉREZ-RUFÍ, J. P. y RODRÍGUEZ-LÓPEZ, J. (2017b). Edición del videoclip y duración del plano: análisis del montaje de I Took a Pill in Ibiza (Mike Posner). *Doxa Comunicación*, 25. Recuperado de: <http://dspace.ceu.es/handle/10637/8769>
- PERKINS, W. (2015): 'Narcos (2015)'. *Art of the Title*, 22/09/2015. Recuperado de: <http://www.artofthetitle.com/title/narcos/>
- REYNOLDS, S. (2012). *Retromanía. La adicción de la cultura pop a su propio pasado*. Buenos Aires: Caja Negra Editora.
- SALT, B. (2006). *Moving into Pictures. More on Film History, Style, and Analysis*. Londres: Starword.
- TALENS, J. (2016). Prólogo, en S. ZUNZUNEGUI: *La mirada cercana: microanálisis filmico*. Santander: Shangrila.
- WILLIAMS, R. (2015). *Diseño gráfico: principios y tipografía*. Madrid: Anaya Multimedia.
- ZUNZUNEGUI, S. (2016). *La mirada cercana: microanálisis filmico*. Santander: Shangrila.

Para citar este artículo: Pérez Rufi, J. P. y Jódar Marín, J. Á. (2018). Análisis de la edición, la postproducción y el diseño gráfico en el *opening* de la serie *Narcos* (Netflix): propuesta de microanálisis filmico para una secuencia de apertura para televisión. *index.comunicación*, 8(1), 31-55.

