

La marca del vampiro

Por Sebastián Vivarelli

De Nosferatu a la saga Crepúsculo, un recorrido por el cine de vampiros a través de sus posters.



Desde aquel lejano y expresionista Nosferatu, pasando por los monstruos marca Universal & Hammer, la vida entregada al mito de Béla Lugosi, hasta la actual —y edulcorada— saga Crepúsculo, la figura del vampiro trascendió épocas y modas. Su mitología abarcó géneros

tan variados como la acción, el drama y la comedia. Incluso íconos sexuales de la talla de Tom Cruise y Brad Pitt, no pudieron sucumbir a la tentación. Y hasta el mismísimo Abraham Lincoln se ocupó de darles caza. Pasen y lean entonces, antes de que caiga la noche.



Posters de *Nosferatu, el Vampiro*.

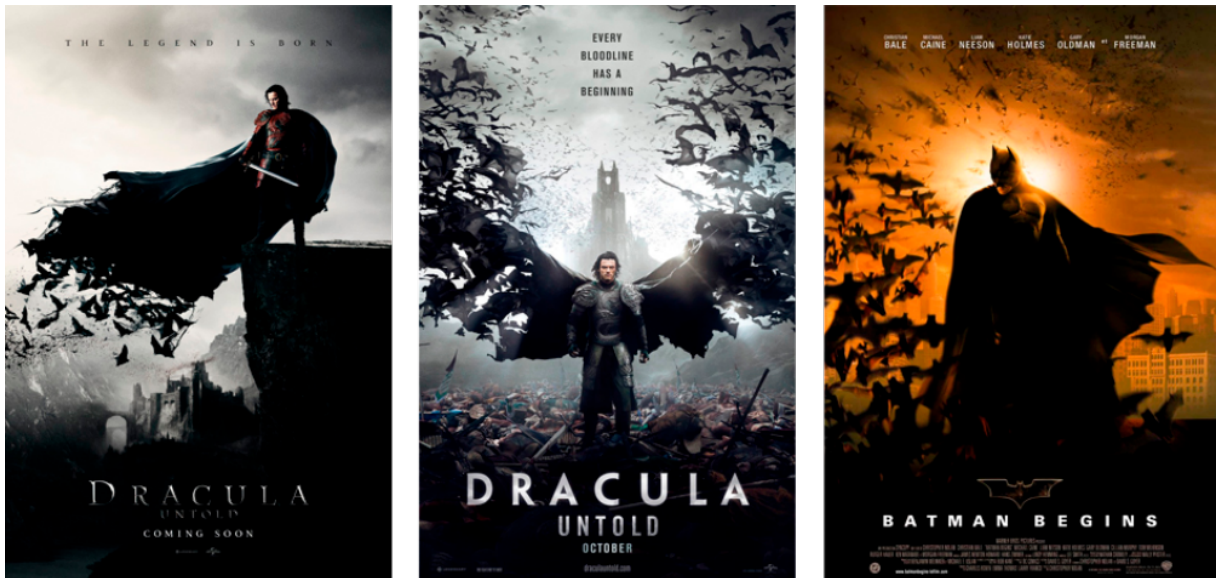
Terror primario, miedo ancestral. Sensaciones que despiertan los pósteres de *Nosferatu* (1922). Estéticamente más cercanos a la xilografía (técnica de impresión con madera) o a los sellos exlibris que a un cartel. En su minimalismo late —como el corazón delator de Poe— una atmósfera inquietante: ratas, ataúdes, seres deformes. La diferencia estilística la propone el afiche de *Nosferatu The Vampyre* (1979, Werner Herzog), que toma al arte de Alphonse Mucha —máximo exponente del Art Nouveau— como musa.



Posters de *Let the Right One In*.

Fantasmático. Es el clima que respiran los pósteres de *Let the Right One In* (2008). La

estética etérea, intimista, dominada por claroscuros, sombras y transparencias, anticipa el tono visual de la película. El frío y la nieve, determinantes para la atmósfera del film, se replican en las piezas gráficas.



Posters de *Dracula Untold*.

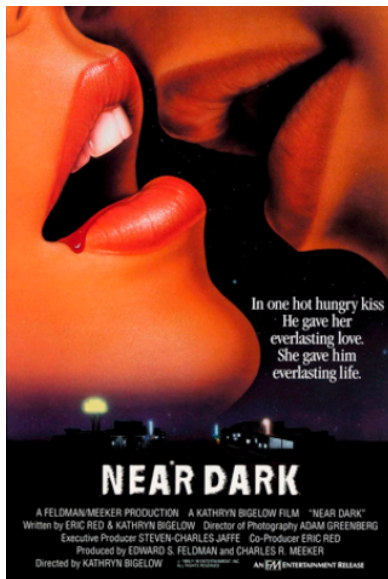
¿Es un pájaro? ¿Es un murciélago? ¿Es Batman? *Dracula Untold* (2014) se apropia de códigos estéticos del cine de superhéroes. Tanto, que su afiche podría pertenecer a la trilogía del justiciero de Gotham filmada por Nolan. Basta comparar las imágenes para despejar todo tipo de duda.



Posters de *A Girl Walks Home Alone at Night*, *The Fearless Vampire Killers* y *The Hunger*.

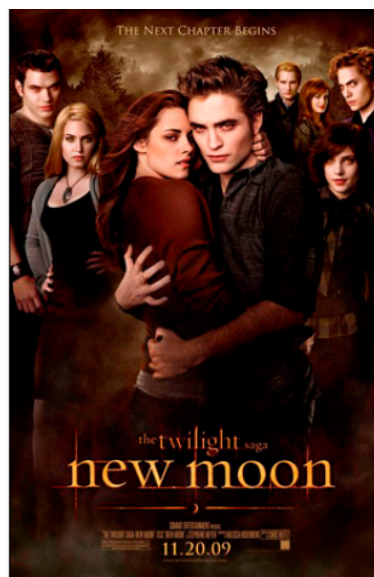
Algunos pósteres se liberan de códigos gráficos —tipologías— establecidos por un género

específico, en busca de la libertad creativa. Por sus características podrían independizarse del film que les dio vida. De tan camaleónicos se vuelven libres de ataduras semánticas. *A Girl Walks Home Alone at Night* (2014), *The Fearless Vampire Killers* (1967) y *The Hunger* (1983), pertenecen a ese grupo de raras avis: únicos, personales, inasibles.



Comunicar con inteligencia, sugerir al vampiro sin mostrarlo.

Comunicar con inteligencia implica evitar clichés. Sugerir al vampiro sin mostrarlo, es un claro ejemplo de ello. Si bien existen diversas metáforas posibles (la sensualidad del beso, rastros de sangre en la boca, insectos devenidos vampiros), *Dracula Has Risen from the Grave* (1968) es, por lejos, el que mejor concreta un mensaje sutil. Tan sugerente es la idea que ni siquiera expone la clásica mordida. Basta la imagen del cuello de una mujer (en blanco y negro), donde destacan dos apósitos de color rosado. El uso del color como retórica visual.



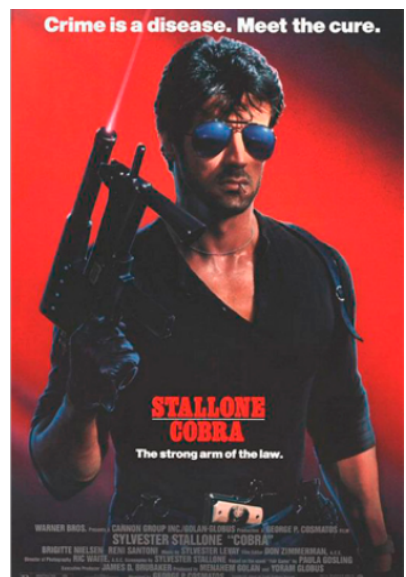
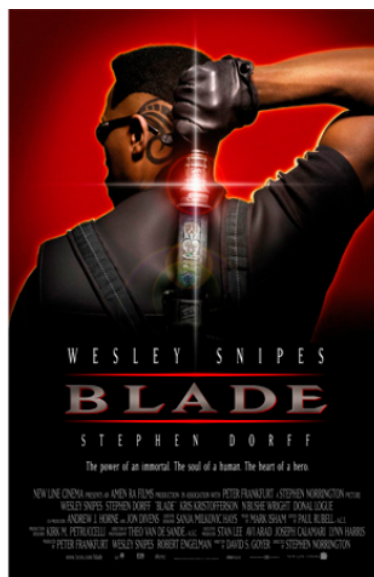
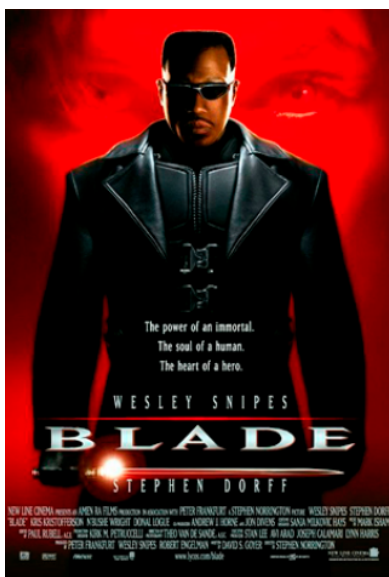
Posters de *The Twilight Saga*.

Amor entre vampiros, pero bañado en romanticismo (sí, como en las telenovelas de la tarde). Los afiches de **The Twilight Saga** llevan al límite el ideal de romance edulcorado: acercamiento de labios, abrazos, sensualidad, miradas sugerentes. Todo, claro, sazonado con una buena dosis de azúcar.



Posters del Drácula de Béla Lugosi

Yo vampiro, eslogan que podría sintetizar el mito: Béla Lugosi, el actor de origen húngaro que devino vampiro de tanto interpretar al Conde. Si hasta fue enterrado vestido de Drácula. Si bien el final de su carrera fue decadente, el tiempo parece haber hecho justicia. El póster original de la versión de *Drácula* (1931), con su rostro —esa mirada gélida— en primer plano, fue subastado en 2017 como el más caro de la historia, por la suma de 525.800 dólares (hiela la sangre).



Posters de Blade y Cobra.

El cuerpo como extensión de las armas, el culto al músculo, la postura belicista. Todos esos tópicos sublimados por el cine de los 80, son revisitados por *Blade* (1998). Mímesis que resulta evidente al comparar sus afiches con los del inolvidable *Cobra* (1986) de Stallone. Ambos, sin dudas, conformarían una dupla anti-vampiros letal.



Christopher Lee: el otro *Drácula*, el sucesor de Bela Lugosi.

(Sir) Christopher Lee: el otro *Drácula*, el sucesor natural de Béla Lugosi, figura central de la productora Hammer. Su rostro (claramente destacado en los afiches) devino símbolo del cine de horror. El póster de *Dracula Prince of Darkness* (1966), presenta un rasgo visual llamativo: el uso del color recuerda a la estética del cine giallo, más precisamente a las películas de Dario Argento.



What We Do in the Shadows, un reality de terror.

Comedia, documental, reality show. Todo eso —y más— es *What We Do in the Shadows* (2014), un híbrido que se adentra en los problemas existenciales del vampiro. La composición de sus pósters adelanta una película coral, donde cada personaje importa.

Observando con atención cada detalle (miradas, gestos, postura corporal) anticipa el corpus del film: conoceremos la intimidad de los vampiros más humanos que hayan existido.



Posters de Bram Stoker's Dracula.

El hecho de que los pósteres del *Drácula* (1992) de Francis Ford Coppola destaquen la frase «*Love never dies*» (El amor nunca muere) anticipa el centro temático del film: la historia de amor imposible, eterna y trágica entre el Conde y su amada Mina; enfatizada en la versión del cartel que los ubica como centro. En las demás piezas destaca la caligrafía en color rojo sangre (alternando entre «Drácula» y la frase «Ten cuidado»). La gárgola demoníaca es el único elemento repetido en todas las piezas.



Tom Cruise, Brad Pitt, Abraham Lincoln: celebridades vampiros.

Nadie escapa a la tentación de ser vampiro. Iconos sexuales hollywoodenses de la talla de Tom Cruise (sus ojos azules —a modo de hipnosis— nos clavan la mirada) y Brad Pitt, sucumbieron al encanto en *Interview with the Vampire* (1994). Y hasta el mismísimo Abraham Lincoln —hombre con ocupaciones importantes si los hubo— dedicó su vida a darles caza. La luna llena (más asociada al hombre lobo), lo acompaña en cada uno de los pósteres.



Posters de *The Lost Boys*, *Vampires* y *From Dusk till Dawn*.

Ciertos afiches vampirizan —valga el juego de palabras— estéticas ajenas: el western, el rock, películas de pandillas. El poster de *The Lost Boys* (1987) se acerca más a una banda de rock (algo del espíritu de Billy Idol yace allí) que a uno de vampiros. El fondo rojo sangre, es el único elemento con anclaje semántico en el género. *Vampires* (1998) de John Carpenter y *From Dusk till Dawn* (1996) de Robert Rodriguez, homenajean al western: siluetas recortadas, atardeceres y armas humeantes.

Es sabido que los espejos no reflejan al vampiro. El cine (trascendiendo épocas, modas y estéticas) devolvió —a modo de espejo deformante— una galería inolvidable de seres noctámbulos, que aún hoy, por suerte, disfrutamos.

Publicado el 14/05/2019



ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/la-marca-del-vampiro>

