

POÉTIQUES DU GÉNÉRIQUE DE CINÉMA : L'EXPRESSIONNISME EN MOUVEMENT

Nelson Zagalo

De Boeck Supérieur | « Sociétés »

2011/1 n°111 | pages 131 à 140

ISSN 0765-3697

ISBN 9782804165413

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-societes-2011-1-page-131.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour De Boeck Supérieur.

© De Boeck Supérieur. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

POÉTIQUES DU GÉNÉRIQUE DE CINÉMA : L'EXPRESSIONNISME EN MOUVEMENT

Nelson ZAGALO *

Résumé : Cet essai propose d'aborder le cinéma avec un autre regard, un regard qui le prend comme un exemple plus complet à partir de la communication visuelle (Block, 2001). Il se concentre sur les génériques de films, en s'approchant de ses compétences de communication vers l'animation et le graphisme, surtout vers le domaine du *motion design* (Krasner, 2008). Ce changement de regard donne une autre dimension à la compréhension et à la perception du spectateur qui est en train de voir et de faire l'expérience du film.

Mots clés : générique, graphisme, mouvement, cinéma.

Abstract : This essay proposes a new regard of film, one that presents a more complete admiration of the entire artefact from the visual communication (Block, 2001) domain. We'll concentrate on film main titles approaching specifically communication competencies packed in animation and graphics elements, the grounds of motion design (Krasner, 2008). This changing of perspective in relation to the visual form of film creates a new dimension for the comprehension and perception of the spectator experience.

Keywords : main titles, graphic design, motion, film.

« Le générique au cinéma a été très peu étudié et débattu. L'histoire du générique (ses diverses facettes économiques, politiques et narratives, ses nombreux créateurs et graphistes de l'ombre, ses multiples et passionnantes esthétiques) reste éludée ou marginalisée. »

Alexandre Tylski ¹

Les génériques ont une double fonction qui se divise en forme et en contenu. Leur contenu est par nature très clair en ce qui concerne la présentation des participants à la création du film. En ce qui concerne la forme, elle a évolué et est devenue très

* Centre d'Études de Communication et Société (CECS), Université du Minho, Braga, Portugal. nzagalo@ics.uminho.pt

1. Tylski A., « Le générique au cinéma : regard sur un lieu fantôme », *Positif*, n° 540, février 2006, pp. 50-53.

centrée sur les effets créés sur les spectateurs. « La nouveauté de ces séquences réside dans leur capacité à régler la tonalité du film et à créer une signature visuelle et sonore, afin de synthétiser les éléments iconographiques de l'œuvre cinématographique déterminée. Les meilleurs émergent comme des pièces autonomes, tandis que d'autres servent simplement à l'introduction du film ². »

Cette nouvelle façon de créer et de construire les entrées des films justifie l'impression d'un mélange entre les composantes narratives du film et le marketing, bien qu'elle ne soit ni l'une ni l'autre. À l'image des couvertures des livres, elle dépasse la simple information pour devenir l'un des principaux appels à l'achat, au même titre que l'affiche ou la bande-annonce du film, mais avec une différence cruciale : le générique s'offre à un public qui est en train de visionner le film et qui a déjà payé l'accès. Le générique, dès le moment où il se présente, ne fonctionne pas, tout au moins dans l'immédiat, comme publicité, il ne se résume pas à un outil de marketing. Il mobilise, néanmoins, tout son dispositif de persuasion pour mobiliser les spectateurs dans l'univers du film. D'une certaine façon, le générique propose, plutôt que des listes d'informations, des visualisations synthétisées du film, véritables prologues ou épilogues, qui animent ou donnent une nouvelle vie aux extrémités du film.

Dans la première partie, nous introduisons les artistes, les films et les studios de création de génériques de notre découpage. On tentera de construire une poétique historique qui nous permettra de signaler un type d'esthétique claire utilisée par un certain type de cinéma. Le but est d'évaluer l'évolution du générique au cinéma, compte tenu des nouvelles techniques du graphisme et de l'animation, mais surtout de saisir les grandes lignes esthétiques d'un des groupes (compagnies et artistes) les plus influents dans le design de génériques au cinéma à ce jour.

Ce qui est en discussion ici est avant tout la capacité de définir un style prétendument créé par un découpage particulier de génériques, qui se concentre sur un groupe de sociétés de production de génériques cinématographiques et sur ses artistes. Savoir précisément quel type de relation esthétique entre l'œuvre créée par Greenberg Associates (R/GA) dans les années 1970, avec le travail créé dans les années 1990 par Imaginary Forces, puis dans les années 2000 par Prologue et Yu+Co. Rechercher des traits stylistiques communs dans le travail des artistes – Greenberg, Cooper, Yu, Fong et Yount – et découvrir s'ils peuvent définir un courant esthétique.

Notre analyse suit l'apport de Thompson ³, associé au néo-formalisme, en privilégiant l'approche exploratrice au détriment de la vérification d'une théorie concrète du cinéma. Thompson nous dit, à propos de ce refus de la théorie unique, qu'une approche nous permet de construire tout un modèle d'analyse en fonction du type de film que nous voulons aborder. Nous partageons une perspective heu-

2. <http://aspectratio.wordpress.com/2008/03/19/death-of-the-title-sequence/>

3. K Thompson, *Breaking the glass armor: neoformalist film analysis*. Princeton, Princeton University Press, 1988.

ristique concernant le choix des questions à poser à notre objet d'étude : « Un ensemble de suppositions à propos des traits partagés par différentes œuvres d'art, à propos des procédures que les spectateurs utilisent pour comprendre les œuvres d'art et à propos des façons dont les œuvres d'art se rattachent à la société ⁴. »

Dans ce cadre, nous nous sommes inspiré des théories du design de communication visuelle dans une perspective historique qui envisage la poétique en termes de « formes » et de « stylistiques ». Dans le répertoire d'études de communication visuelle, nous avons retenu le travail d'Arnheim ⁵ sur le rapport entre l'image et l'expérience bâtie sur l'abstraction générée par les éléments visuels de l'œuvre visuelle. Ce rapport est très important dans les cas spécifiques de notre corpus très centré sur des éléments graphiques animés qui varient depuis des formes légèrement définies jusqu'à l'abstraction totale. Pour Arnheim, les niveaux plus élevés d'abstraction sont construits par des images qui s'écartent du mimétisme, c'est-à-dire qui convoquent des symboles et de cette façon véhiculent des idées clefs généralisables ⁶. En ce qui concerne la conception graphique, nous avons suivi le travail de Dondis ⁷, principalement la synthèse des techniques et des « stratégies de communication visuelle », mais les génériques ne se résument pas à des formes, ils comportent aussi d'autres objectifs ; le plus important étant le soutien de Cooper, celui de « raconter une histoire » ⁸, donc nous y ajoutons la contribution de Block ⁹ à propos de la narrative visuelle.

Ainsi, nous commençons par Greenberg Associates (R/GA), dont le studio a été créé en 1977 et a d'abord versé dans l'animation 2D. Aujourd'hui, R/GA ne se consacre plus aux génériques, mais uniquement au design interactif. Cependant, en 1978, R/GA réalise un des grands génériques de l'histoire du cinéma, *Superman*. Il en réalise ensuite beaucoup d'autres, comme *Alien* (1979), *Altered States* (1980) et *Zelig* (1983). Néanmoins, *Superman* a marqué une nouvelle façon d'aborder l'ensemble des génériques avec un concept développé par Stephen Frankfurt et par le design de Richard Greenberg.

Superman est souvent relégué à l'arrière-plan des études et de l'histoire des génériques. Cependant, son importance ne se résume pas seulement au fait d'être le premier générique créé par R/GA, mais surtout au fait d'être le premier générique à utiliser la technologie numérique ¹⁰. À partir d'ici, R/GA va poursuivre jusqu'à faire le générique le plus révolutionnaire qui soit, un des plus grands responsables

4. *Ibid.*, p. 3.

5. R. Arnheim, *Visual Thinking*. University of California Press, California, 1969.

6. *Ibid.*, p. 151.

7. D. Dondis, *Primer of Visual Literacy*. Cambridge, MIT Press, 1973.

8. R. Edgar, *Micro Film*, in *World Art*, n° 18, 1998, pp. 24-29.

9. B. Block, *The Visual Story: Creating the Visual Structure of Film, TV and Digital Media*. Burlington, Focal Press, 2001.

10. G. Solana et A. Boneu, *Uncredited. Graphic Design and Opening Titles in Movies*. Barcelona, Index Book, 2007, p. 214.

de tous les changements qui ont eu lieu à la création du paysage des génériques depuis les années 1990, le générique de *Se7en* (1995).

L'impact de *Se7en* va produire des vagues dans toutes les directions, y compris à l'intérieur de R/GA qui venait de lancer ses nouveaux bureaux à Los Angeles – R/GA avait à l'époque quatre ans et se transforma ainsi dans la très connue Imaginary Forces (IF) en 1996¹¹. Les mentors de cette nouvelle société sont Kyle Cooper, le créateur du générique de *Se7en*, Peter Frankfurt, le fils de Stephen Frankfurt, et Chip Houghton producteur exécutif de R/GA. De la R/GA pour la IF partira aussi Karin Fong qui avait déjà été embauchée à R/GA par Kyle Cooper. Comme il le dit dans une interview pour *Variety* : « nous avons passé beaucoup de temps à construire et à raffiner cette équipe créative et de production (...) maintenir ce groupe ensemble, comme notre propre studio, c'est très excitant »¹². Chez Imaginary Forces vont passer quelques-uns des talents les plus prometteurs de l'univers créatif des génériques internationaux, certains vont ensuite créer leurs propres studios, à l'exemple de Garson Yu qui créa Yu+Co en 1998. Pour sa part, Kyle Cooper poursuivra chez Imaginary Forces jusqu'en 2003, date à laquelle il créa son nouveau studio Prologue. *Spider-man* (2002) sera l'un des derniers génériques à être largement critiqué durant sa présence à Imaginary Forces et, comme l'indiquent les paroles de Grant Curtis, coproducteur de *Spider-man* à Wired¹³ : « C'est un mélange unique d'auteur et de génie créatif qui rend ces séquences mémorables – mais pas au détriment du film... Ce qui rend Cooper vraiment unique, c'est sa sensibilité innée pour que les séquences de générique d'ouverture ne soit pas séparées du film, elles font partie de celui-ci ». Cooper est de plus en plus une figure incontournable de notre recoupage, et son nouveau studio Prologue, une entreprise de petite dimension, lui permettra de mieux contrôler ses travaux¹⁴. Danny Yount l'accompagnera, l'un des meilleurs *motion designers* du studio Digital Kitchen.

Suite à l'introduction des acteurs (studios et artistes), nous allons maintenant procéder à l'analyse des objets eux-mêmes.

Dans *Superman*, le générique fonctionne comme une sorte de passerelle vers un nouveau monde sur un fond étoilé de l'espace. Les crédits en bleu sont placés sur un horizon ce qui crée une notion de perspective. L'utilisation de la technologie 3D permet une projection des crédits vers le spectateur et contribue à mettre l'accent sur l'idée de la visualisation immersive et de la participation. Pour éviter la monotonie, qui serait créée peu après l'exposition, la projection des crédits sera faite en marche avant et arrière, ainsi que son fond étoilé qui est affecté par des incohérences stellaires et des formes fragmentées avec des mouvements imprévisibles et dispersés autour de l'écran. Le générique utilise uniquement des compo-

11. http://www.variety.com/index.asp?layout=print_story&articleid=VR1117435870&categoryid=38.

12. *Ibid.*

13. http://www.wired.com/wired/archive/12.06/cooper_pr.html.

14. http://www.watchthetitles.com/designers/Kyle_Cooper.

sants graphiques et R/GA explique : « Nous avons été engagés pour créer le générique de *Superman* – avant les premières prises de vue du film. On avait une absence d'éléments à l'exception des noms des acteurs. Nous avons donc donné à ces noms le traitement de super-héros ¹⁵. »

C'est dire qu'il n'y avait pas de matériel photographique à travailler en tant que tel, mais seulement de l'animation numérique à traiter. Cette voie allait permettre aux concepteurs de se concentrer sur les crédits et le logo pour générer à travers l'abstraction une grande force de contraste à travers l'utilisation d'un fond noir et le recours aux couleurs du personnage de *Superman*, le bleu et le rouge, qui vont apparaître comme la base d'une palette fortement saturée. L'objectif consiste à trouver le point d'exaltation capable d'exprimer la force surhumaine du personnage du film.

Qu'il nous soit permis un mot à propos du générique de *Se7en* (1995), l'un des génériques les plus analysés dans des livres tels ceux de Codrington ¹⁶, de Solana et Boneu ¹⁷, aussi bien que dans la plupart des interviews de Cooper. Il importe surtout de considérer les influences de dessin et de communication à l'œuvre dans ce générique. *Se7en* subit une grande influence de la part des dynamiques graphiques sur pellicules créées par le cinéaste Brakhage ¹⁸. Par ailleurs, la typographie s'approche du travail de subversion de la forme entreprise par le designer David Carson, notamment en ce qui concerne la « bonne lisibilité », ce que l'on peut appeler « typographie déconstructive » ou « dessin sale » (Blackwell, 1995). Au niveau conceptuel, Cooper se laisse emballer, comme il le réfère lui-même, sur le travail de Stephen Frankfurt, connu par le générique de *Du silence et des ombres* (1962) et par le concept de *Superman*. Le générique de *Se7en* va exercer, à son tour, une grande influence. Deux des plus importants designers de génériques du moment choisissent ¹⁹ ce générique comme leur favori et considèrent qu'il synthétise l'objet et l'essence de ce que doit être un bon générique. Ajoutons que le magazine *New York Times* a classifié le générique de *Se7en* comme « l'une des plus importantes innovations du design des années 1990 » ²⁰.

Nous passons à l'analyse de *Spider-man* (2002), l'un des derniers travaux de Cooper pour la IF : le dessin conceptuel de *Spider-man* est à mi-chemin entre *Superman*, de Richard Greenberg, et *Se7en*, de Kyle Cooper. Il est vrai qu'il s'appuie sur

15. Commentaire de R/GA sur la vidéo du générique chargée sur sa page de Facebook. <http://www.facebook.com/RGA#!/video/video.php?v=114040994649>.

16. Codrington A., *Kyle Cooper (Monographics)*. New Haven, Yale University Press, 2003.

17. Solana et A. Boneu, *Uncredited*, op. cit.

18. Une partie du travail de Stan Brakhage peut être vue dans une rétrospective publiée par Criterion, *By Brakhage: An Anthology*, volumes 1 et 2.

19. Voir les interviews en ligne : <http://www.youtube.com/user/SubmarineChannel>.

20. Reconnaissance référencée dans des biographies de Kyle Cooper, comme celle-ci au Submarine Channel http://www.watchthetitles.com/articles/00170-Kyle_Cooper_interview_pt_1_2.

l'abstraction permise par la toile d'araignée, mais le trait des crédits rappelle *Se7en*, avec sa volonté de fragmentation, quoique sur une base à trois dimensions très rigide comme chez *Superman*. L'animation créée par ordinateur est proche des rythmes rapides de *Se7en* mais les mouvements dans l'espace et en avant-arrière renvoient à *Superman*.

Le fond noir de *Spider-man* ne varie pas, comme chez *Superman*, avec les petites fragmentations stellaires. Le générique est construit sur une narrative qui comporte des personnages, la ville et des contextes d'action. C'est un générique qui évoque le film et qui s'assume comme une sorte de prologue. Il s'écarte de *Superman*, qui se limite à souligner un attribut du super-héros, *Spider-man* va au-delà, il s'attache au substrat narratif, un peu comme chez *Se7en*. Sur ce mode de construction du générique et sa relation avec le récit du film, Cooper déclare dans une interview : « J'essaie de descendre au cœur d'une idée, l'immuable, le fragment, et construire à partir de là ²¹. »

Voilà pourquoi Gibson dit que les cinéastes ne font pas appel à Cooper à peine pour avoir son nom ; « ils l'embauchent pour creuser sous le celluloïd et découvrir le symbolisme visuel du film » ²².

Retournons à *Imaginary Forces* pour parler du générique de *Top Chronos* (2002), créé par Karin Fong, membre fondateur de IF, auteur de dizaines de génériques, dont *Un cadavre sur le campus* (1998), *Daredevil* (2003) et *Terminator Renaissance* (2009). Fong partage les motivations des dessins de Cooper. *Top Chronos* est bien la preuve de cette connexion, c'est un film sur un thème cher à la science-fiction : le voyage dans le temps. Dans ce cadre, Fong crée une simulation d'un voyage à l'intérieur d'une horloge avec un univers macroscopique de mécaniques de différents types d'horloges. « Plusieurs films de mécanismes d'horlogerie, d'éclairages et de textures riches furent composés et déformés dans le temps pour symboliser la distorsion du temps dans un monde virtuel ²³. »

La forme visuelle conjugue l'exagération de l'augmentation de l'horloge et la fragmentation des mécaniques et des crédits qui s'envolent et se plient à l'intérieur de l'horloge. La base rythmique élevée est accompagnée par la musique qui imprime au spectateur le mouvement du tempo avec des accélérations et des arrêts qui s'ajustent à l'esprit narratif du film. Du point de vue graphique, Fong se sert de la palette de couleurs utilisée dans les effets spéciaux du film alors que les formes graphiques s'approchent de la machinerie qui marque les arrêts du temps. Une forte connexion entre le générique et le film est ainsi assurée.

En 2006, Zack Snyder provoquera, avec son film *300*, une énorme discussion autour de la question de la forme et du contenu au cinéma, en raison de l'intensité

21. G. Solana et A. Boneu, *Uncredited*, op. cit., p. 263.

22. J. Gibson, « The Dark Genius of Kyle Cooper », in *Wired.com*, Issue 12.06, June 2004, <http://www.wired.com/wired/archive/12.06/cooper.html>.

23. J. Krasner, *Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics*. Burlington, Focal Press, 2008.

visuelle du film et de sa force narrative tellement brute qu'elle devient presque ridicule. Par ailleurs, Garson Yu apporte une contribution originale au festin visuel du film avec l'un des plus importants génériques des années 2000.

Dans un plan de séquence unique, Yu va se concentrer sur une série de tableaux sur lesquels il imprime un mouvement de caméra particulier. Ce mouvement est créé par la combinaison de deux styles, créés auparavant par Yu : dans le premier, *Mission impossible 2* (2000), il dessine l'action à partir de la projection de tableaux sur les faces d'un cube en plastique réfléchissant ; dans le deuxième, *Desperate Housewives* (2004), le mouvement de caméra se promène au-dessus d'un plan où se détachent, en relief, des images en papier.

Yu parvient à créer un nouveau langage du graphisme visuel en mixant harmonieusement des taches de sang bidimensionnelles, comme si elles sortaient directement d'un livre de bande dessinée, avec des personnages tridimensionnels. Yu réussit à construire un mouvement intégré avec une pleine profondeur en jouant sur différentes dimensions.

Encore une fois, dans le style de Cooper et Fong, Yu manifeste son intérêt à lier la séquence au leitmotiv narratif du film. Le sang jeté établit une liaison ombilicale entre le générique et le film, à la ressemblance de la toile de *Spider-man* et de l'horloge dans *Stop Chrono*. Ce qui nous suggère que les génériques fonctionnent comme des compacteurs d'essences visuelles, capables de traduire en très peu d'images la nature et l'esprit du film.

Le dernier générique, *RocknRolla*, de 2008, fut créé par Danny Yount, le plus jeune des designers ici considérés, mais pas le moins important. Il a reçu un Emmy en 2002 pour le générique de *Six pieds sous terre* (2001-2005) alors qu'il travaillait encore à Digital Kitchen. Mais ce sera chez Prologue qu'il va diriger ses premiers génériques pour le cinéma, comme *Kiss Kiss Bang, Bang* (2005), *Iron Man* (2008) et *Sherlock Holmes* (2009).

RocknRolla (2008) se fait remarquer pour plusieurs raisons : l'une repose sur le fait que la production réussit un impact visuel sur les spectateurs dans une durée de temps très courte. Le générique a environ trente secondes alors que les autres ici analysés varient entre deux et trois minutes. Au-delà de la question du rapport entre quantité et qualité, il faut convenir que parvenir à créer, dans une durée de trente secondes, une identité visuelle qui reste en mémoire après un film entier, c'est assez notable. Raison suffisante pour lui dédier une analyse plus approfondie.

Dans ces trente secondes, nous constatons une synchronie parfaite entre la musique et le graphisme en mouvement. Les battements forts et le rythme rapide sont accompagnés, en pleine consonance, par une communication visuelle frénétique et très saturée. Yount fait appel aux illustrations dessinées par Chris Nunez. Sur ses personnages et ses scénarios, il crée un mouvement à partir de techniques d'animation de coupure. L'animation associe des traits caricaturaux aux différents personnages suivant leurs personnalités et, en décalquant des acteurs réels, les figures des personnages évoluent dans une inconstance entre le réel et le dessin. Les dessins des personnages, pour cause d'être décalqués des acteurs réels, souffrent

d'une inconstance visuelle qui augmente la tension expressive. Toute cette animation, caractérisée par un double chromatisme qui combine le marron et le rouge, crée une atmosphère de *vintage* d'une récolte ancienne de qualité exceptionnelle.

En ce qui concerne le rapport au film, le chromatisme est une conséquence directe des filtres de couleurs utilisés par Guy Ritchie dans le film. Mais ce qui sera le leitmotiv graphique et qui va s'inscrire symboliquement au cœur du film, ce sont les éclats et les éclaboussures des coups de feu, de la sueur et du sable parsemés partout dans l'écran à partir des impacts sur les corps des personnages. Cette forme par nature très fragmentée, exprime l'impact de la violence inhérente au film et synthétise la narrative de la brutalité et de la violence qui caractérise le film.

De cette analyse, certaines conclusions sont évidentes, surtout dans les modèles de motivation des artistes. Ce qui les motive dans la pensée du générique et ce qui attire leur attention à propos de la structure visuelle, comme le résume Danny Yount : « créer le ton pour le film... juste conduire l'enthousiasme des gens pour ce qu'ils vont voir... »²⁴. Cooper va dans le même sens, « en ce moment vous êtes heureux d'être dans ce théâtre et prêts à voir ce film, cela vous fait plaisir de n'être nulle part ailleurs et surtout prêts à voir quelque chose d'incroyable »²⁵.

Ainsi, à travers les différents génériques énoncés ci-dessus, il y a une grande tendance à créer un impact visuel, quelque chose qui saisit toute l'attention du spectateur, qui rentre par les yeux du spectateur jusqu'à son intérieur sensoriel. Pour que cela fonctionne, les concepteurs se trouvent dans le besoin d'aller au fond des thèmes, dans les récits des films sur lesquels ils travaillent pour trouver une réponse visuelle requise. Et c'est exactement sur ce mode de la capacité à rechercher et à étudier que les travaux de ce groupe se détachent. Karin Fong se réfère à cette étape quand elle dit : « C'est une de mes étapes préférées – la recherche et la phase de conception, où nous essayons d'apprendre tout sur le film et son monde »²⁶. Cooper, dans une interview, exprime toute sa fascination pour la recherche et la rigueur de la forme : « J'aime étudier les choses, j'aime regarder... sortes de détails en macro, des choses que vous n'observez pas normalement »²⁷.

C'est une façon de travailler avec une constante nécessité de rechercher le Saint-Graal de l'impact visuel. Pour obtenir ce Graal, ils doivent atteindre non seulement les idées, mais il est également nécessaire de créer des techniques innovatrices qui permettent de créer du spectacle, du « jamais vu ». Comme le dit Yu, « à chaque fois qu'un designer de mouvement graphique crée une nouvelle technique, tout le monde le suit et il est à la mode... »²⁸.

24. Interview pour le Submarine Channel : <http://www.youtube.com/watch?v=Su4j3Df4-AA>.

25. Interview au portal de design Thunder Chunky : <http://www.thunderchunky.co.uk/articles/talking-title-sequences-with-the-master-kyle-cooper/>

26. Interview au Submarine Channel : <http://mmbase.submarinechannel.com/interviews/index.jsp?id=24451>.

27. Interview Submarine Channel : http://watchthetitles.com/articles/00170Kyle_Cooper_interview_pt_1_2.

28. Interview texte au Motionographer. <http://motionographer.com/features/interview-garson-yu-of-yuco>.

Toute cette motivation a marqué le travail de ces artistes et de ces studios de génériques. La recherche est basée sur la super-stimulation sensorielle et émotionnelle du spectateur par tous les moyens permis par la forme visuelle. La forme et l'hyperbolique sont ainsi essentielles à la construction de cette poétique des génériques. Il y a une constante utilisation des formes symboliques et abstraites en tant que formateurs de généralisation conceptuelle et qui en même temps abordent des questions complexes d'une manière résumée.

Pour approfondir davantage et voir ce qui est à la base de cette poétique, nous avons suivi les stratégies de communication visuelle définies par Dondis²⁹. En conséquence, nous pouvons dire, après l'achèvement de notre analyse, que les travaux de ce groupe se configurent sous les catégories suivantes :

Exagération	Distorsion
Complexité	Rondeur
Variation	Audace
Irrégularité	Profondeur

Dans notre analyse, et comme déjà mentionné, ce qui est en jeu n'est pas seulement l'utilisation de la forme, mais aussi d'agir sur le fond narratif. Block³⁰ a défini un principe qu'il a appelé « contraste et affinité », à propos de la relation d'équilibre dans la communication visuelle des histoires qui divisent un balancement visuel entre les images « contrastées » et les images d'« affinités » pour bien fonctionner narrativement. Cependant, malgré cette volonté de dessiner de la narration au cœur des génériques, nous remarquons que les stratégies mises en valeur utilisent fortement le contraste au détriment de l'affinité, le tout au nom de l'intensité de la forme visuelle. Ce qui vient en quelque sorte dévoiler comment la forme se superpose sur le contenu narratif ou même sur l'information des crédits.

Le cadre stratégique que nous venons de tracer, autant la forme que les motivations derrière la visualisation du contenu de l'information, se configure dans le cadre de quelque chose qui peut être trouvé à travers l'histoire des différents arts et qui a été appelé « mouvements ou styles expressionnistes »³¹. Un mouvement caractérisant, dans le contexte des objets de mouvement graphique, toute une poétique expressionniste du mouvement. Ainsi, nous sommes en face d'une poétique qui s'exprime par la provocation de coups émotionnels en fonction de la forme et qui travaille sur l'expérience de l'immédiat, la perception de l'inconnu tout en stimulant des sentiments fortement saturés.

29. D. Dondis, *Primer of Visual Literacy*, op.cit., p. 131.

30. B. Block, *The Visual Story*, op.cit., p. 10.

31. D. Dondis, *Primer of Visual Literacy*, op. cit., p. 171.

Références bibliographiques

- Arnheim R., *Visual Thinking*. University of California Press, California, 1969.
- Blackwell L., *The End of Print: Graphic Design of David Carson*. London, Laurence King Publishing, 1995.
- Block B., *The Visual Story: Creating the Visual Structure of Film, TV and Digital Media*. Burlington, Focal Press, 2001.
- Codrington, A., *Kyle Cooper (Monographics)*. New Haven, Yale University Press, 2003.
- Dondis D., *Primer of Visual Literacy*. Cambridge, MIT Press, 1973.
- Edgar R., Micro Film, in *World Art*, n° 18, 1998, pp. 24-29.
- Gibson, J., « The Dark Genius of Kyle Cooper », in *Wired.com*, Issue 12.06, June 2004, <http://www.wired.com/wired/archive/12.06/cooper.html>.
- Krasner J., *Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics*. Burlington, Focal Press, 2008.
- Solana G. et Boneu A., *Uncredited. Graphic Design and Opening Titles in Movies*. Barcelona, Index Book, 2007.
- Thompson K., *Breaking the glass armor: neoformalist film analysis*. Princeton, Princeton University Press, 1988.
- Tylski A., « Le générique au cinéma : regard sur un lieu fantôme », *Positif*, n° 540, février 2006, pp. 50-53.