



Universidad Abierta Interamericana

Facultad de Cs. De la Comunicación | Lic. En Publicidad

“El afiche publicitario y su relación con el cine”

*“ Los cuatro puntos mas importantes para crear son:
emoción, concepto, coherencia y ejecución”.*

Victor Serriá.

*Para
Mi Familia
Hugo Berti
Virginia Beduino
y Valen Tudino.
Gracias!*

Resumen:

El presente trabajo se elabora a partir de un recorrido que reseña y contextualiza la relación entre el afiche publicitario y el cine contemporáneo.

Este escrito valora la relación de antaño entre estos dos medios de comunicación y busca poder reconocer cuáles son los recursos actuales utilizados. También pretende encontrar qué elementos, conceptos o ideas de la película son susceptibles de adecuarse al medio gráfico y porqué son elegidos ellos entre toda la cantidad de componentes que participan en la producción audiovisual.

Keywords:

Publicidad – Afiche - Cine – Relaciones – Intertextualidad - Lenguaje – Gráfico – Audiovisual - Medios – Comunicación -

Indice:

I - Introducción

II - Marco Teórico

1. Procesos Intertextuales

1.1 Definición y Características

1.2 Adaptaciones en el medio publicitario

1.3 Adaptaciones del lenguaje cinematográfico a los afiches gráficos.

2. El afiche publicitario

2.1 Definición Y Características

2.2 Breve Reseña Histórica

2.3 El afiche como medio publicitario

2.4 Funciones del afiche

2.5 Elementos del lenguaje gráfico

2.5.1 Composición

2.5.2 Factores que influyen en la disposición de los elementos

2.5.3 Estructura básica de la composición

3. El cine

3.1 Características

3.2 Géneros

3.3 Articulaciones del lenguaje audiovisual

3.3.1 Dirección fotográfica

3.3.2 Dirección de Arte

3.4 Análisis de contenido

4. Lenguaje Gráfico VS Lenguaje Audiovisual

III – Metodología

1. Tipo de investigación

2. Técnica de Investigación

3. Eje de Observación

4. Corpus

IV – Análisis

1. Minons

2. Rápido y Furioso 7

3. Intensamente

4. El Clan

5. Mundo Jurásico

6. Los Vengadores 2

7. Star Wars VII

8. Hotel Transylvania 2

9. 50 Sombras de Grey

10. Pixeles

11. Terremoto la Falla de San Andres

12. Búsqueda Implacable 3

13. Abzurdah

14. Una Noche en el museo 3. El secreto de la tumba

15. Sin Hijos

V - Conclusiones

VI - Bibliografía

I-Introducción

El motivo de la investigación se basó principalmente en analizar la relación entre el afiche publicitario y el lenguaje cinematográfico.

La publicidad es un género proclive a recurrir a otros muchos discursos. En cada anuncio hay huellas, unas veces claras y otras no tanto, de otros géneros discursivos. Esta innegable capacidad de la publicidad para asumir como propias las peculiaridades de otros tipos de discurso, es una característica general aplicable a todo tipo de texto.

Por un lado, la investigación buscó analizar las adaptaciones del lenguaje audiovisual al lenguaje gráfico. Es sabido que desde los comienzos del cine se ha usado el cartel para publicitar las producciones cinematográficas. Los métodos y técnicas que se producen para representar sintéticamente en el afiche publicitario los contenidos de las películas, han ido cambiando a lo largo de la historia. El objetivo era identificar los recursos utilizados en la actualidad.

No conformes con solo reconocer la manera de adaptarse al nuevo medio, el trabajo tuvo como propósito incrementar el valor encontrando significaciones valiosas en relación al contenido de la película. A través de una mirada más profunda se buscó encontrar qué elementos, conceptos, ideas de las películas eran susceptibles de adecuarse al medio gráfico.

Otro punto que surgió naturalmente fue el de encontrar elementos comunes y diferenciados entre las piezas analizadas por su género. Verificar si esta clasificación tiene el mismo peso en el campo gráfico, como lo tiene en el audiovisual.

II - Marco teórico

1. Procesos intertextuales

"Todo se ha escrito, todo se ha dicho, todo se ha hecho, oyó Dios que le decían y aun no había creado el mundo, todavía no había nada. También eso ya me lo han dicho, repuso quizá desde la vieja hendida Nada. Y comenzó. Una frase de música del pueblo me cantó una rumana y luego la he hallado diez veces en distintas obras y autores de los últimos cuatrocientos años. Es indudable que las cosas no comienzan cuando se las inventa. O el mundo fue inventado antiguo".

Macedonio Fernández. Cuadernos de todo y nada (fragmento).

1.1 Definición y características:

El germen del concepto de intertextualidad lo hayamos en la teoría literaria de Mijail Bajtín, formulada en los años treinta, la cual concibe la novela, en particular las de Rabelais, Swift y Dostoievsky, como “polifonías” textuales donde resuenan, además de la propia, otras voces, como una apropiación y recreación de lenguajes ajenos. Según Bajtín la conciencia es esencialmente dialógica, y la idea, de hecho, no empieza a vivir sino cuando establece relaciones dialógicas esenciales con ideas ajenas. (López Mora, 2007)

Años mas tarde fue Julia Kristeva quien, a partir de las intuiciones bajtinianas sobre el dialogismo literario, acuñó en 1967 el término intertextualidad, entendida como “ el conjunto de relaciones que acercan un texto determinado a otros textos de varia procedencia: del mismo autor o más comúnmente de otros, de la misma época o de épocas anteriores, con una referencia explícita (literal o alusiva) o la apelación a un género, a un arquetipo textual o a una fórmula imprecisa o anónima”. (Rodríguez Ferrándiz, 2003).

La relación se manifiesta entre dos textos concretos en un proceso dinámico en el cuál un emisor, deliberadamente toma de la enciclopedia semiótica universal un texto o un signo, en forma de cita o alusión. Colocando en muchos casos alguna señal intertextual o pista que llame la atención del destinatario, y un receptor capaz (como reacción al estímulo de la señal intertextual) de trascender del mero significado denotativo,

infiriendo en su carga connotativa. Aquí, el texto o signo atraviesa el “espacio intertextual” que lo separa de su destino “exponiéndose a sufrir alguna transformación en el camino” y se integra de forma armónica en el nuevo texto, desempeñando una o varias funciones. (Hatim & Mason, 1995)

El abanico de formas que puede tomar un intertexto es muy amplio, no obstante, lo significativo en cualquier caso no es que un intertexto tome alguna de las formas específicas, sino que represente un valor añadido al meramente denotativo de las palabras.

El proceso intertextual no se cierra con éxito hasta que el receptor procesa las connotaciones que envuelven al texto. (Broich & Pfister, 1985). En este proceso le serán de ayuda las pistas o señales intertextuales tales como títulos, múltiples referencias a un mismo texto, protagonismo en un plano de una portada, etc.

La confluencia de dichas pistas hace que se puedan establecer diferentes relaciones que podrían condicionar la traducción. Zabalbeascoa (2001) recoge los siguientes tipos de relación: complementariedad, redundancia, dependencia, separabilidad e incoherencia.

Para concluir, citamos a Barthes (1994) quien considera que “Un texto no está constituido por una fila de palabras, de las que se desprende un único sentido sino por un espacio de múltiples dimensiones en el que se concentran y se contrastan diversas escrituras, ninguna de las cuales es la original; el texto es un tejido de citas provenientes de los mil focos de la cultura. (...) El escritor se limita a imitar un gesto siempre anterior, nunca original, el único poder que tiene es el de mezclar las escrituras, llevar la contraria a unas con otras, de manera tal que nunca se pueda uno apoyar en una de ellas”.

1.2 Adaptaciones en el medio publicitario:

Al igual que en otros medios, los avisos no sólo son su forma, sino también su contenido. Numerosas publicidades están influenciadas por referencias. Es decir, el carácter esencial del texto funciona atravesado por multitud de otros textos situados a su alrededor, y procedentes de los más variados dominios.

López Mora (2007) expone “... la publicidad es un medio que imita, homenaja, parodia, sintetiza todos los lenguajes conocidos”.

Desde la literatura, el cine y la televisión, la pintura, el cómic, la música, la mitología y la historia, la ciencia, la actualidad política, social y cultural, las jergas sociales y profesionales, las frases hechas, hasta la propia publicidad (como discurso dotado ya de una historia textual, y por lo tanto reutilizable intertextualmente) son un fiel reflejo de la teoría bajtiniana.

Desde los inicios del discurso publicitario, con las aportaciones que le hicieron ciencias como la psicología o la sociología, se ha venido desarrollando un “paradigma semiótico” (Barthes, 1970) que tiene en cuenta que el contenido del discurso publicitario depende no solo de los contextos que lo rodean sino de los discursos que lo inspiran, y de este modo, le influyen. Así, el discurso publicitario, recurre a menudo al préstamo e imitación del arte en cualquiera de sus formas.

El empleo de los códigos utilizados por la publicidad no es aleatorio sino que responde a la exigencia de expresar un mensaje, con un fin determinado pero de manera diferente: “La intertextualidad, entre otros códigos, es una evidencia a la que acude el discurso publicitario para poner en manifiesto la frecuente evolución e innovación que su carácter mercantil le niega, ya que su fin y objeto no es la experiencia estética del receptor, sino la consolidación de una ideología consumista”. (Zambrano, 2012).

Los publicitarios buscan en el imaginario colectivo aquellos símbolos, marcas o pequeños objetos fetiches de la vida cotidiana que más allá que puedan generar empatía con el público, explotan al máximo el mundo de las sensaciones. Segarra (2001) señala: “es una técnica parásita, aprovecha para su beneficio el talento de otros, reutiliza hallazgos, vampiriza ideas. No deja de ser lógico. En nuestro afán por concretar con el consumidor resulta más seguro, y también más cómodo, aprovecharnos de aquello que ya ha alcanzado el alma de nuestro público”. (citado en Jiménez Martín & García Benitez, 2012)

Antagónicamente hay quienes reconocen que muchos autores beben de otras fuentes y que más allá de la finalidad comercial, tanto directores como agencias encuentran en el arte un principio de inspiración que conlleva una producción simbólica para crear pequeñas obras de arte.

1.3 Adaptaciones del lenguaje cinematográfico a los afiches gráficos:

“El impulso que dio origen al texto audiovisual sigue activo en muchas direcciones

previstas por el autor, pero también en otras que solo son definidas e impuestas por cada espectador que entra en contacto, significaciones que aporta su propia cultura y experiencias afectivas”. (Garaycochea, 2007).

Perales Bazo (2007) garantiza al afiche como uno de los más antiguos e influyentes medios de promoción cinematográficos. El autor considera al afiche como una especie de texto autónomo estrechamente vinculado a la película que referencia: “toda obra cinematográfica se convierte en objeto autorreferencial mediante los signos textuales y visuales que usan”. En otras palabras, el afiche utiliza alusiones sobre la película para crear una pieza pública.

En efecto podemos llegar a comprender por qué De Felipe (2006) afirma “... la publicidad recorta un fragmento, un fotograma o un ambiente. Cada vez más, sus efectos tanto estéticos como referenciales son utilizados en multitud de anuncios. Alusiones icónicas, verbales y musicales sobre películas, personajes o actores que forman parte del imaginario colectivo, mientras que en otros se recurre a cuestiones estéticas que apelan directamente al film: color, puesta en escena, iluminación”.

Citamos a Moreno Peinado (2005) para entender mejor cómo funcionan los procesos de adaptación del texto: “El profesional de la traducción, como competente artesano, tiene ya unos criterios claros sobre las cualidades de la materia prima, sobre las prioridades funcionales y estilísticas, y sobre las limitaciones técnicas de su oficio; le falta únicamente establecer las estrategias y seleccionar las herramientas a aplicar para la consecución de los objetivos. Luego llegará la etapa de auditoría interna cuyo objetivo no es otro que verificar si se han respetado las prioridades funcionales y formales, y detectar posibles incoherencias que puedan traducirse en transformaciones y pérdidas de información o matices significativos”.

En este proceso, no debemos olvidar las características del destinatario. Más allá del modo en que sea tratado el texto de origen (imitación, influencia, copia, etc.) juega un papel muy importante el saber enciclopédico del receptor, el cual en definitiva, es a quien se le está intentando hacer llegar un mensaje determinado.

Bien planteada y orientada hacia su target, el uso del intertexto en los afiches gráficos da lugar a muchos aspectos beneficiosos y positivos para la campaña. Resulta así esencial fomentar relaciones en las que el público pueda conectar, recordar y asociar a la película con la idea del aviso.

Garaycochea (2007) explica en pocas palabras las relaciones que se producen entre el lenguaje cinematográfico y su síntesis gráfica expresada en el afiche publicitario: “Los textos invitan a su audiencia, la seducen para que naveguen por su cuenta y por otros textos con los que se encuentran relacionados y que completan su proceso de significación. Así, la obra de arte es percibida en relación con las demás obras y con ayuda de las asociaciones que se establecen con ellas”.

2. El afiche publicitario

“El artista ha de tener algo que decir, pues su deber no es dominar la forma sino adecuarla a un contenido”.

Wasily Kandinsky

2.1 Definición y características:

El afiche es un medio de comunicación.

Es la “carta de presentación” y el factor clave, por excelencia, que nos conduce al cine.

Es un soporte gráfico compuesto por imágenes y textos, que refieren principalmente a la película a la cual promociona y cuyo objetivo es justamente, introducirlo a ella. Más que informar, persuade a través de sus formas.

El afiche debe tener la capacidad de síntesis justa para ser advertido. No debe ser tan explícito para evitar que el espectador piense que conoce sobre la película sin haberla visto aún. Debe ser claro y legible desde un primer momento ya que es bastante probable que la atención hacia este se pierda en un instante.

Ha sido definido como “un grito en la pared” porque precisamente debe atrapar la atención de forma inmediata y conseguir transmitir el mensaje deseado. El elemento sorpresa juega un papel primordial, el afiche debe desconcertar, maravillar y sorprender.

Según Moles (1973) “...es una imagen generalmente coloreada, portadora, la más de las veces, de un único tema, y acompañada de un texto “líder” que excede rara vez las 20 palabras, y se esgrime de un único argumento. Está hecho para ser pegado y expuesto a la vista de un transeúnte”.

Para Sontag (1959) “Los carteles no son simplemente avisos públicos. (...) Un aviso público aspira a informar y a dirigir. Un cartel aspira a seducir, a exhortar, a vender, a

educar, a convencer, a suplicar. Mientras que un aviso público proporciona información para ciudadanos interesados o alertas, un cartel trata de detener a los que, de otra manera, lo ignorarían. Un aviso público pegado a un muro es pasivo, y requiere que el espectador se detenga ante él para leer lo que lleva escrito. Un cartel reclama atención a distancia. Es visualmente agresivo”.

“El lenguaje del afiche no es el de la pintura ni el de la ilustración. Es un lenguaje bi media, es decir que integra imágenes y textos. Es un lenguaje para el exterior, la ciudad, el aire libre. Un lenguaje para comunicar al instante y de forma eficaz”. (Moles & Costa, 1999).

En definitiva, por el corto periodo que se dispone para ser visto, el afiche debe transmitir la esencia en una sola imagen estática, sino el observador no puede asimilar ni realizar un juicio de valor y menos aún moverlo a la acción buscada: ver esa película.

2.2 Breve Reseña Histórica:

Barnicoat (1972) expresa “ los anuncios públicos tienen una larga historia cuyos orígenes se remontan a la Antigüedad. Por ejemplo los festivales egipcios, 300 años a.c, se anunciaban mediante las pinturas en las paredes, algunas de ellas muy descriptivas. Otro ejemplo son los axones griegos y los álbumes romanos. Los axones eran pilares cuadrados en movimiento con algún color, y los álbumes, eran unas tablillas blancas en las cuales se escribían avisos o notificaciones. Las tablillas estaban colocadas en un lugar público para que una gran cantidad de personas pudieran enterarse de la información. También en las ruinas de Pompeya se encontró un variado catálogo de carteles y lemas, de carácter político y comercial. En cuanto a los carteles romanos, que eran ilustrados con dibujos y colores, se sabe que anunciaban las batallas de los gladiadores y las peleas de fieras utilizando textos muy explícitos, los cuales redundaban sobre la gracia y las virtudes del emperador correspondiente, sobre los motivos de los juegos, sobre las características de los contrincantes”.

El nacimiento del afichismo se produce en el siglo XV con la invención de la imprenta. Para estudiar su evolución, los autores consultados nos ubican en Inglaterra en el año 1477 cuando se produjo el primer anuncio impreso realizado por William Caxton, quien buscaba ilustrar las propiedades de las aguas termales de Salisbury. Sin embargo, no es hasta 1630 que podríamos encontrar los primeros afiches con intencionalidad

publicitaria.

En el siglo XIX, con la segunda revolución industrial, se produjeron dos acontecimientos que abrieron las puertas hacia el afiche moderno: el inicio de la producción en serie y el invento de la litografía que facilitaba la ilustración a color, lo que permitió crear grandes carteles de mejor calidad que aumentaron su difusión de forma acelerada.

Chéret fue el creador del afiche moderno. En 1867 realizó el cartel de una obra teatral, dándole más importancia a la ilustración que hasta ese momento estaba subordinada por el texto. Esta manera de trabajar se expandió rápidamente por Europa y América, tanto en carteles teatrales como en publicidad de productos comerciales.

Esta nueva metodología sedujo a artistas del Art Nouveau alcanzando su máximo esplendor hacia finales del 1800. “En la década de 1890 el cartelista Toulouse Lautrec introdujo importantes variaciones en el contenido y estilo artístico del cartel, tomó de los grabados japoneses la utilización de grandes zonas de colores lisos y abandonó el impresionismo lírico. Las representaciones femeninas idealizadas fueron sustituidas por personas reales aunque algo estilizadas. Redujo más aún la importancia del texto invitando al espectador a concentrarse en los aspectos pictóricos del cartel... en una de sus últimas obras, *Jane Avril* (1893), el texto fue completamente eliminado, con excepción del nombre del artista. Este cartel estableció el paradigma de todos los carteles modernos”. (Luna, 2006).

Con el comienzo de la primera guerra mundial, los fines por los cuales se producían los afiches cambiaron y pasaron a ser una herramienta propagandística.

Hacia los años 1929 con la llegada del cine sonoro, hubo un incremento en la producción de afiches cinematográficos, utilizados para atraer a los transeúntes e interesarlos a vivir una experiencia hasta entonces desconocida.

Así lo demuestran los carteles en los que “se exalta el momento cumbre de la película o alguna alegoría de su temática, y en otros se muestran los rostros de los personajes más famosos que aparecen en él... En cualquiera de los casos, la marca de la productora siempre ocupó un lugar visible, esto se hacía como reafirmante de calidad y prestigio en el mercado. Más adelante, con la llegada y posicionamiento del star-system, lo más importante era mostrar las caras de los protagonistas, y tanto los directores como

productoras y demás participantes, pasaron a un segundo plano, como elementos de atracción de la película”. (Diez, 2013).

Fue en esa misma época cuando el cartelismo pasó a ser una actividad propia de los diseñadores gráficos, por lo que dejó de ser considerado un producto artístico para convertirse en un medio comunicativo. El cartel se insertó rápidamente en la creciente industria publicitaria y se convirtió en una herramienta para promocionar.

Los diferentes movimientos artísticos y los sucesos históricos han ido marcando el trazo estético de los afiches a lo largo de los años. Sin embargo los diseños europeos y americanos tomaron diferentes caminos. Mientras que Europa estuvo influenciado por las vanguardias artísticas, los norteamericanos le dieron más importancia al realismo fotográfico aportando “credibilidad”, privilegiando la denotación sobre la connotación.

Acercándonos más a nuestros días y los procesos de creación de autores más contemporáneos Pérez Rufi (2010) dice “...en cuanto a criterios de composición observados en los carteles de los últimos diez años: resaltamos la simplificación al máximo de los elementos gráficos y textuales para conseguir con ello una imagen potente, atractiva y llamativa. Reducidos en su parte gráfica a un único motivo y lejos de collages y composiciones más complejas características de etapas previas, el cartel parece desnudarse de elementos que pudieran saturar informativamente el mensaje, subordinando la presencia y tratamiento de los componentes que lo conforman a la eficacia producida por el impacto visual que provoca. Nos hallamos ante lo que podríamos denominar el cartel minimalista...”.

Así se utiliza el término minimalista no como categorizador y clasificador del afiche cinematográfico en estilo, sino como adjetivo al que se le suponen implícitos los rasgos de sobriedad y austeridad.

2.3 El afiche como medio publicitario:

El afiche no es más que un medio de comunicación entre el comerciante y el público.

Al imponerse el capitalismo como el principal sistema económico mundial, las artes también debieron sincronizar sus objetivos en relación al nuevo sistema. La primacía de un valor estético más elaborado en los afiches fue decayendo al someterse a los fines comerciales que exigía el nuevo régimen económico. El reclamo de “funcionalidad”,

propio del sistema, convirtió a los afiches publicitarios de cine en súbditos de un mercado: la industria del entretenimiento. Así, el afiche se constituyó como uno de los medios más importantes e influyentes a la hora de llenar las salas de cine.

Desde la concepción de la campaña se exportará a cada uno de los soportes la imagen de marca creada para el producto, expresadas a través de ideas, tipografías, iconos, contenidos simbólicos y todos lo referente para formar parte de dicha identidad. Si bien el afiche no supone el centro ni el origen de la imagen de marca de una película, representa una pieza fundamental dentro de una estrategia más amplia diseñada para lanzar al mercado una batería de mensajes destinados a atraer la atención del público”. (Pérez Rufi, 2010).

A través de un soporte gráfico compuesto por imágenes y textos, quedará la tarea de cautivar y conquistar a los receptores de forma inmediata. El afiche es un medio simple, popular y directo. Es uno de los fenómenos artísticos de mayor difusión y uno de los medios de masas, como el cine y la televisión, cuyo público es la mayoría de la población.

El objetivo principal es conseguir la atención de los transeúntes para introducirlos y luego convencerlos a que vean la película que se promociona.

2.4 Funciones del afiche:

Si uno toma un mensaje gráfico notará la presencia de una serie de rasgos, una elección compositiva determinada, asignada adrede y con intenciones concretas “... el modo en que estos actúan en la recepción del mensaje, ayuda a que se produzca, en el receptor, algún efecto favorable a las intenciones del emisor: prestarle más atención, entenderlo en la manera deseada, sentirse aludido, identificarse con las ideas transmitidas”(en <https://visualgrafica.files.wordpress.com/2012/03/moduloafiche-2012.pdf>).

Cháves (1989) reconoce seis funciones del afiche: poner en contacto al emisor con el receptor, informar al receptor de aquello que el emisor quiere, persuadir al receptor de lo que se está diciendo, poner en evidencia al emisor, avisar cómo se ha de leer aquello y agradar al receptor.

El contacto se esfuerza por captar la atención e incitar a su lectura. La visibilidad, legibilidad, pregnancia, auto identificación, ordenamiento de la lectura, son factores que deben tenerse en cuenta para lograr esta primera fase.

La información trabaja sobre la capacidad del mensaje para referir sobre las cuestiones que el emisor intenta hacer llegar a los receptores y “ suscitar en ellos representaciones, ideas e imágenes pertinentes al tema de la comunicación concreta. Referencialidad, semántica, significación, denotación, connotación, son otras nociones asociadas a esta función”.

Luego se encuentra la función persuasiva, es decir, la capacidad del mensaje para producir en los receptores efectos posteriores a la propia comunicación, ciertas secuelas en relación a las creencias o conductas sobre este tema.

La identificación, lograda a través del estilo personal, del tono del mensaje emitido, permite que el receptor reconozca quién es el que esta hablando y pueda o no, identificarse con él.

La convencionalidad trata de “la capacidad del mensaje para comunicar sus propias claves de decodificación, citándolas, si son preexistentes, o explicitándolas, si son nuevas, de modo de garantizar al máximo la inmediatez de su registro... Mediante códigos visuales compartidos con los receptores se busca una decodificación adecuada. En otras palabras, hablar el mismo idioma”.

Por último, la estética que se encarga constituir mensajes visualmente abstractos, con valores meramente formales, susceptibles de gratificar consciente o inconscientemente a los receptores. “El acento en la satisfacción de esta función es lo que permite, por ejemplo, que ciertos carteles se cuelguen en los cuartos cual si fueran cuadros y que, incluso, lleguen a reeditarse solo a tal fin”.

2.5 Elementos del lenguaje gráfico:

“Un estilo, un lenguaje estable en los carteles de cine de los años 40 y 50 permitía identificarlos como tales mucho antes de poder leerlos. La ilustración dramática en blanco y negro, la diagramación libre de los textos que se acomodaban a los “vacíos” dejando por la imagen, la inevitable columna de nombres del “casting”, el título en letras “de fantasía”, historiadadas, contrastantes con las de lo demás textos... son rasgos que permiten captar el código antes que el mensaje y orientar así el tipo de interés y de lectura. Un fenómeno similar de convencionalidad positiva suele observarse en los carteles de los teatros de ópera o en los recicladísimos carteles de toros”.

(Chaves,1989).

En un mensaje gráfico se pueden observar rasgos muy distintos: ciertas proporciones, cierta diagramación, ciertas características cromáticas, ciertos tipos de imágenes y/o de textos, ciertos contraste de luz, color y forma. Estos atributos ayudan a que se produzca en el receptor algún efecto favorable a las intenciones del emisor.

2.5.1 Composición:

El diseñador, una vez asimilada toda la información sobre aquello que quiere comunicar, ha de empezar a generar soluciones de diseño adecuadas al propósito.

La decisión de qué elementos deben figurar en la composición, cómo deber distribuirse y dónde deben ir ubicados, constituye el proceso creativo en sí. Transmitir lo mas económica y efectivamente posible un mensaje es el objetivo principal a la hora de realizar un afiche.

Para este grado de efectividad comunicativa se requiere planificación. No es tan fácil lograr la correcta armonía entre todas las partes. En función de la forma, tamaño, ubicación, protagonismo que se le asigne, cada elemento experimenta en su significado pequeñas variaciones. En consecuencia, el diseñador debe elegir y seleccionar continuamente la información aportada por cada uno de los elementos gráficos y balancearla de acuerdo a los objetivos comunicacionales que persigue.

El afiche se encuentra condicionado por el formato vertical. Consecuentemente los motivos verticales tendrán mayor fuerza, lo que explica la frecuente aparición de figuras humanas. Sin embargo no hay ninguna norma específica que garantice el éxito.

El realizador de la pieza gráfica ha de tener un profundo conocimiento de las normas que rigen el fenómeno de la percepción. Nada es gratuito en un diseño. Todo está comunicando, y todo lo que está en la pieza puede ser cargado de sentido por el receptor. Por esto, resulta imprescindible encontrar un equilibrio formal entre todos los elementos que constituyen las composiciones, a fin de hallar un sentido gráfico del diseño adecuado y propiciar una comunicación eficaz.

Viera (2009) señala "... algunos elementos de un diseño son más o menos pesados en función de la ubicación que se les asigne dentro de la composición. Los elementos situados a la derecha del área de diseño poseen un mayor peso visual, están adelantados ópticamente y dan idea de proyección y avance en la composición, ponen el acento en la dinámica, en el avance, en el futuro. Mientras que los situados en la zona izquierda

retrotraen la composición y transmiten una sensación de ligereza visual más acentuada logrando mayor solidez y estatismo. La apreciación de los elementos también varía según se los ubique en la zona superior o en el área inferior de la página, lo más “pesado” está siempre abajo, y lo más liviano puede “flotar” porque se percibe con mayor ligereza.”

2.5.2 Factores que influyen en la disposición de los elementos:

Es importante reconocer que ninguno de los elementos que se relacionan tienen un sentido unívoco por sí mismo, las composiciones generalmente usan varios elementos y todos ellos se conectan en la pieza. Es el trabajo de todos estos componentes y sus relaciones lo que permite lograr una pieza armónica.

Equilibrio

Puede ser formal o informal en función de la ubicación y carga visual que se asigne a cada elemento. El equilibrio formal se basa en la simetría, refleja estabilidad, calma, estatismo y solidez, cuenta con una distribución armónica de los elementos. El equilibrio informal, por el contrario, está altamente cargado de dinamismo, el equilibrio se consigue a base de contraponer y contrastar los pesos visuales buscando armonizar la composición.

Tensión

La tensión compositiva puede considerarse como lo opuesto al equilibrio desde el punto de vista estructural de un diseño. Tiene como finalidad dirigir la mirada y conseguir fijar la atención del observador.

Constituye la fuerza de un diseño. Según Viera (2009) pueden utilizarse distintas técnicas para provocarla: “Existen técnicas sugestivas (que dirigen intencionadamente la atención a un punto determinado a través de otros elementos), técnicas rítmicas (cuando se observa determinada secuencia de elementos ya sean números, formas, figuras geométricas o colores, el ser humano tiende a agrupar aquellos que poseen formas semejantes) y técnicas mecánicas (que consisten en guiar de manera imperativa la atención del observador, produciendo coacción visual en el)”.

Color

Los fenómenos ópticos que producen las propiedades del color, son otro factor de

importancia la hora de realizar una pieza gráfica. Este es considerado en muchas ocasiones el más dinámico de los elementos ya que posee una serie de valores del cual destacaremos el psicológico que aporta a la composición. Ocurre además que determinados colores poseen mayor peso visual que otros. Cuanto más luminosos sean, mayor peso compositivo tendrán logrando aumentar su protagonismo sobre el resto.

Espacios en blanco

Constituidos por todas aquellas partes de la composición donde encontramos ausencia de cualquier otro elemento gráfico. Cumple una función clara y definida equilibrando y compensando los pesos de todos los elementos presentes en la composición. “La habilidad de dominar los espacios en blanco se consigue a base de un estudio prolongado, reflexivo y comparativo de los pesos visuales de cada uno de los elementos”.(Viera, 2009).

2.5.3 Estructura básica de la composición:

Para poder cumplir las funciones del afiche, informar y persuadir primero hay que hacerlo deseable para la vista del espectador. Por eso que se juega con una serie de factores conformado por dos tipos de lenguaje, el de las imágenes y el de las palabras escritas.

Más que signos textuales y visuales, Coronado (2001) se refiere al afiche como un supersigno icónico-textual, óptico-tipográfico, dado que no producen grandes saltos para pasar de un registro textual a otro visual, “pues ambos vienen a coincidir en un mismo nivel en su reconocimiento analógico formal”, como una relación de intercambio.

Texto

Raramente un afiche puede transmitir un mensaje sin la ayuda del componente verbal. El texto pretende ofrecer garantías para interpretar correctamente el mensaje que desea transmitir la composición.

El creador del aviso utiliza el texto para anclar un significado entre todos los posibles que puede remitir la imagen en consecuencia al carácter ambiguo que esta porta naturalmente.

En otras palabras el texto trata de enfatizar algún elemento significativo del contenido

visual para eliminar el resto de sentidos que irradia la imagen. Pretende seleccionar aquello que se quiere resaltar y separarlo de lo secundario.

Es así como el texto se caracteriza por enriquecer la imagen a través de información pertinente y precisa que permita la comprensión de la pieza.

El contenido textual se ha visto reducido a una proporción mínima. Como parte de esa tendencia por purgar las formas, se eliminará la información sobrante y todo aquello que pudiera bloquear su codificación.

La tipografía es un elemento clave y de vital importancia en cualquier proyecto de diseño gráfico. Elegir un tipo de letra adecuado es tan importante como la elección de cualquier otro aspecto dentro de la composición. Aquí conviene optar por la legibilidad, propiedad capaz de hacer ver con nitidez y transmitir con la máxima facilidad su contenido, evitando la saturación de familias tipográficas.

Asimismo, el texto del título se convierte en un elemento gráfico que distingue a la película. En la configuración del mismo, se utilizará una tipografía apropiada al concepto de la película que se pretende transmitir, muchas veces creada exclusivamente para dicha producción.

Imagen

Los elementos morfológicos son un factor significativo en términos compositivos.

Dentro de las diferentes clases de representaciones visuales del afiche encontramos la fotografía, la pintura, las ilustraciones, los dibujos, los cómics, etc. La imagen va a ser la de mayor “fidelidad” con respecto a la realidad por su carácter altamente literal. El dibujo sería lo opuesto porque no deja de ser el resultado del proceso de creación por parte del diseñador.

En palabras de Enel (1977) “el cartel es, antes que nada, una imagen que se imprime en nuestro psiquismo, sin exigir la participación activa de nuestra consciencia. La imagen opera en el nivel de la forma”. Es decir, la imagen tiene la capacidad de introducirse en la memoria del espectador sin ser advertida. Este estímulo es posible gracias a su carácter inmiscúyente, atrapando al transeúnte por su impacto visual gracias a elementos como el color, la composición, el dinamismo, etc.

La imagen puede ser analizada desde la unidad significativa que pertenece al plano de la

denotación (nivel de expresión) y desde la unidad semántica perteneciente al plano de la connotación (nivel de contenido).

Se refiere al nivel denotativo a una enumeración y descripción de los objetos, cosas y/o personas que se encuentran en el contexto y espacio del afiche.

“El mensaje literal está compuesto por signos discontinuos, cuyos significantes son los objetos representados en la imagen, y los significados son los objetos reales de la escena. En este nivel de lenguaje la relación significante/significado es casi natural, automática”. (Díaz, 2013).

Al analizar el nivel de contenido, se trabaja con la cara de la imagen. Su significado permite analizar los mensajes no expresados objetivamente en ella, sino en su interior o subjetividad.

Por lo tanto la imagen connotada se encuentra en estrecha relación con una cadena de valores provenientes de la cultura de determinada sociedad. La serie de estereotipos culturales, de mitos, creencias e ideologías son un terreno bastante amplio del campo semántico.

Figuras Retóricas

La originalidad del sistema proviene de las diferentes relaciones que pueden efectuarse entre sus significantes para generar distintos tipos de lectura en una misma imagen.

La representación del actor sigue siendo la fórmula más habitual, si bien no es obligada. Tampoco asegura el éxito pero no deja de ser un instrumento creado por la industria cinematográfica de eficacia comprobada.

Al entender que el lenguaje visual en la publicidad estaba utilizando los juegos retóricos empleados en el lenguaje escrito, Barthes (1986) acuñó el término de retórica visual a “un sistema de organización del lenguaje visual en el que el sentido figurado de los elementos representados organiza el contenido del mensaje... Se utiliza cuando se quieren emplear ciertos elementos de la comunicación visual para transmitir un sentido distinto del que propiamente les corresponde, existiendo entre el sentido figurado y el propio alguna semejanza desde donde establecer una referencia”.

3. El cine

“-¿Acaso Dickens no escribe así?

- Sí, pero Dickens es Dickens. Él escribe novelas y eso es completamente distinto.

-La diferencia no es tan grande... yo hago novelas en cuadros”.

David D. Griffith, a los directivos de Biograph (Ramirez, 1972)

3.1 Características:

El Cine es un arte, una industria, un espectáculo, un medio de comunicación y un lenguaje.

“ La corta vida del cine ha producido bastantes obras maestras como para que se pueda afirmar que el cine es un arte, un arte que ha conquistado sus medios de expresión específicos y que se ha desvinculado totalmente de la influencia de las otras artes (en especial, del teatro), para desarrollar sus propias posibilidades con total autonomía”. (Martin, 2002).

Se caracterizan por movilizar la sensibilidad por encima del intelecto: los lenguajes audiovisuales resultan motivadores y aproximan la realidad a las personas. El cine es un espacio de encuentro, de socialización, algo que podemos compartir aún desde la polisemia y la multiplicidad de interpretaciones.

Gracias a la ciencia y las tecnologías la industria ha podido crecer a lo largo del tiempo. Reinventándose y explorando por diferentes campos hasta poder alcanzar altos estándares de calidad.

Resulta de la síntesis de una selección de imágenes, una selección de movimientos y una selección de sonidos en la cual sus elementos solo tienen sentido si se los observa de manera global.

Es principalmente de carácter visual. Un sistema de comunicación multisensorial (visual y auditivo) donde los contenidos icónicos prevalecen sobre los verbales.

El cine poco a poco se fue convirtiendo en lenguaje, es decir, un medio capaz de vehicular ideas propias. Dentro de él “el significado de los elementos depende de su articulación en relación al mensaje que se quiere transmitir”. (Marquès Graells, 1995).

El cine es un universo apasionante para sumergirse. “ Su originalidad proviene en especial de su omnipotencia figurativa y evocadora, de su capacidad única e infinita para mostrar lo invisible tanto como lo visible, para visualizar el pensamiento al mismo tiempo que la vivencia, para lograr la compenetración del sueño y lo real, del vuelo imaginativo y de la comprobación documental, para resucitar el pasado y actualizar el futuro, y para conferir a una imagen fugitiva más imposición convincente que la que ofrece el espectáculo de lo cotidiano”. (Martin, 2002).

3.2 Géneros:

Para García Tsao (1997) “ Un género es el grupo o categoría que reúne obras similares; ahora bien, la similitud deriva de compartir una serie de elementos formales y temáticos. Una clasificación genérica surge incluso espontáneamente. Si un espectador común y corriente habla de ver películas ‘de vaqueros’, ‘de monstruos’ o ‘de amor’, estará hablando, a partir de su percepción, de elementos afines, de géneros como el western, el cine de horror y el melodrama, aun cuando no se use los términos ‘oficiales’ para clasificarlos”.

Cada género tiene sus propias reglas y utiliza sus pautas narrativas, sus personajes típicos e infaltables, sus temas y escenarios dentro del marco general del lenguaje cinematográfico.

Hacer una clasificación no resulta fácil porque una película puede entrar en varios géneros a la vez. En primera medida las películas pueden dividirse en dos macro géneros, el documental y la ficción.

Baccaro y Guzmán (2013) clasifican en varios géneros al cine de ficción.

Western

Es el género más reconocible pues tiene muy definido su código de convenciones, tanto temáticas como formales. Surge en Estados Unidos y narra de manera épica la historia del oeste. Al ser rodado mayormente en exteriores, el western se caracteriza por mostrar grandes espacios, por la utilización de grandes escenas de masas, con persecuciones, traslados de rehenes, diligencias atacadas.

Acción

El objetivo principal consiste en exponer una secuencia cautivante de acciones sin llevar a una reflexión sobre las mismas.

Los elementos más frecuentes de una película de acción son persecuciones (tanto a pie como con vehículos), tiroteos, peleas, armas, explosiones, robos, y asaltos. Surge por la necesidad de clasificar películas explosivas, con actores populares y con tramas lineales, llenas de espectacularidad y opulencia aparecidas a mediados de los setenta en el cine estadounidense.

Comedia

Este género no tiene otra intención que hacer reír al espectador. En el aspecto formal, estas películas tienen una serie de caracteres muy concretos: suelen fotografiarse con gran iluminación, la narración suele desarrollarse en interiores y con escasos decorados.

Cine fantástico

Este género tiene dos vertientes: el cine de terror y el cine de ciencia-ficción.

El primero se enfoca en narrar lo que ocurre cuando lo “normal” es amenazado por lo “anormal”, que pueden ser monstruos, vampiros, zombies, asesinos psicópatas, etc. Los decorados góticos, sugerentes, capaces de provocar el escalofrío por medio de la sorpresa, los personajes diabólicos y extraños, y la atmósfera de pesadilla, han sido recursos continuamente puestos en práctica buscando la respuestas emocionales por parte de la audiencia.

La otra vertiente es el cine de ciencia ficción donde se plantea la existencia de otros mundos o de un posible futuro en la tierra o en el espacio. Aquí el componente visual preside toda la acción, mediante los trucajes y el empleo de efectos especiales cada vez más sofisticados. Pero también reclama un argumento apropiado, al igual que un vestuario y un maquillaje que ayuden a situarlo y comprenderlo.

Drama

Basado en los giros súbitos de la acción, el juego simplificado de connotaciones morales y el resorte sentimental y apasionado que mueve a los personajes. El drama centra su temática en los conflictos emocionales de o entre seres humanos, o bien trata de poner de relieve valores fundamentales de la humanidad. Historias que tratan las

cuestiones decisivas en la vida, como el amor, los celos, el desamor, la necesidad de cariño, la experiencia de paternidad o maternidad, el dolor, etc.

Thriller

Cuando una película provoca emociones fuertes, suspenso e impactos visuales. Se caracteriza por presentar a un protagonista que se ve envuelto, de forma inesperada, en situaciones límite que ponen en entredicho su supervivencia. A medida que la historia transcurre, el peligro del protagonista, y por lo tanto el suspenso, aumenta-.

Musical

Su origen, por supuesto, nace con el cine sonoro. Las características básicas se resumen en el tratamiento de la coreografía y del ritmo, en los movimientos de cámara de total dinamismo, en decorados poco realistas y oníricos. Las canciones surgen de forma espontánea y reflejan el estado de ánimo de los personajes, cuyas relaciones de amor/odio son expresadas a través del baile o canción.

Animación Infantil

El cine de animación se define como una técnica que sustituye la filmación de actores y escenarios por el uso de ilustraciones, muñecos articulados o planos computarizados animados fotograma por fotograma hasta lograr la sensación de movimiento. No existe movimiento real que filmar, sino que se producen las imágenes individualmente de forma que al proyectarse consecutivamente se produzca la ilusión de movimiento. Las películas infantiles están enfocadas en un público de corta edad, adaptada a sus intereses y a su nivel de comprensión. Sus temáticas más comunes suelen ser las aventuras, la fantasía y los temas sentimentales. En ellas se intentan evitar los elementos de horror, y su estructura narrativa suele ser muy simple (planteamiento, nudo y desenlace), con una moral elemental dividida entre el "bien" y el "mal".

3.3 Articulaciones del lenguaje audiovisual :

Resulta importante entender las maneras de organizarse que utiliza el lenguaje audiovisual. Al igual que en una obra literaria hay frases, párrafos, escenas, capítulos y partes, el cine también posee sus propias unidades narrativas.

Conocer los modos de estructuración del lenguaje cinematográfico nos acercan a una mejor comprensión de las obras y a su análisis crítico. Entendiendo la “alfabetización audiovisual” como “una permanente reflexión sobre la significación de aquello que miramos. Los primeros pasos los damos solos: nadie nos enseña a ver televisión, ni a mirar películas. Pero siempre podemos mejorar nuestras formas de leer y los textos elegidos”. (Baccaro & Guzmán, 2013).

El grado cero del lenguaje fue el plano general filmado por los Hermanos Lumière de los obreros a la salida de la fábrica en 1895 , “... a partir de allí se irían descubriendo las formas narrativas que deleitarían a las audiencias mundiales: los planos, los movimientos de cámara, las angulaciones, los tratamientos temporales, el montaje, los efectos especiales, etc”. (Baccaro & Guzmán, 2013).

Éstos códigos no solo son funcionales al narrar sino que tienen funciones dramáticas que los distintos directores se encargarán de combinar creativamente para darle originalidad y dinamismo a sus relatos.

Fue el norteamericano David Griffith (década 1910) quien por primera vez acerca la cámara a los actores en una escena rompiendo el punto de vista único del plano general de una toma que ocupaba la extensión temporal de una situación dramática. Quebrar un plano general con un primer plano de un rostro y pasar luego a otra imagen de lo que ese rostro imaginaba fue en un momento revolucionario.

“La cámara, entonces, se ha vuelto móvil como el ojo humano, como el ojo del espectador o como el ojo del héroe de la película. De ahora en adelante es una criatura movable, activa, un personaje del drama... dejó de ser solo el testigo pasivo, el filmador objetivo de los acontecimientos, para hacerse activa y actriz”. (Martin, 2002).

3.3.1 Dirección Fotográfica:

Para el cine actual, la imagen forma con la película una unidad indisoluble. Una imagen que sea incompatible con la propuesta cinematográfica frustra una película que pudo haber sido lograda, como a la vez, una imagen excelente no rescata una película mala conceptualmente.

La dirección fotográfica es la responsable de la creación artística de imágenes para la puesta en escena de las producciones cinematográficas. Para la realización de esta labor,

se tomarán decisiones respecto a la iluminación, los encuadres, los colores utilizados en la composición, la profundidad de campo, etc. para colaborar en la creación de la imagen deseada.

Encuadre

Hablamos de encuadre cuando se trata de la composición del contenido de la imagen, es decir, el modo como el realizador desglosa y, llegado el caso organiza, el fragmento de realidad que presenta al objetivo y que se volverá a ver idéntico en la pantalla.

Escala de planos

Definimos al plano como la unidad básica cinematográfica, es decir, la parte de película que va desde que la cámara empieza a rodar en un momento determinado hasta que deja de hacerlo, con objeto de registrar parte de una escena o su totalidad.

“El tamaño del plano (y por consiguiente su nombre y su lugar en la nomenclatura técnica) está determinado por la distancia entre la cámara y el sujeto y por la longitud focal del objetivo empleado. Debemos considerar las decisiones sobre cómo encuadrar una toma para que esta sea acorde con la situación dramática construida y también con la impronta de estilo original del director”. (Martín, 2002)

Según Marqués Graells (1995) los principales planos que se utilizan, de los más lejanos a los más próximos, son:

Planos descriptivos: Cuando su función principal es describir los personajes o el entorno en el que se desenvuelve su actuación.

- Gran Plano General: Presenta un escenario muy amplio en el que puede haber múltiples personajes. Hay mucha distancia entre la cámara y el objeto que se registra. También puede adquirir un valor expresivo cuando se quiere destacar la soledad o pequeñez de las personas dentro del entorno que les rodea. No conviene utilizar demasiado los planos generales porque pueden resultar aburridos.

- Plano general: Presenta un escenario amplio en el cual se pueden distinguir bastante bien los personajes. Indica cuál es la persona que realiza la acción y dónde está situada, no obstante también puede mostrar varias personas sin que ninguna destaque sobre otras. El plano general permite apreciar bastante bien la acción que desenvuelven los

personajes de manera que también cuenta con un valor narrativo. Cuando se utilizan este tipo de planos hay que darle tiempo al espectador para que pueda ver todos los elementos que aparecen.

Planos narrativos: Cuando su función principal es narrar la acción que desenvuelve el personaje.

- Plano entero: es un plano más próximo que puede tener como límites de la pantalla la cabeza y los pies del personaje principal, que por lo tanto se ve entero. Muestra perfectamente la acción que desarrollan los personajes.

- Plano Americano: muestra los personajes desde la cabeza hasta las rodillas.

- Plano medio: presenta el personaje de la cintura para arriba. Es el tipo de plano más utilizado. Presenta la acción que desenvuelve el personaje, el ambiente que le rodea ya no queda reflejado. A la vez tiene un valor expresivo ya que la proximidad de la cámara permite apreciar un poco las emociones del personaje. Es el tipo de plano más utilizado. Como los planos medios no requieren un tiempo demasiado largo para que el espectador pueda captar sus elementos, tienen una corta duración y por lo tanto proporcionan un ritmo dinámico al audiovisual.

Planos expresivos: Cuando su función principal es mostrar las emociones de los personajes

- Primer plano: Presenta la cara del personaje y su hombro. Sirve para destacar las emociones y los sentimientos de los personajes. Suele tener una corta duración y se intercala con otros tipos de planos ya que aporta poca información sobre lo que hace el personaje y el entorno que lo rodea.

- Plano detalle: Muestra un objeto o una parte del objeto o personaje. Puede aportar un valor descriptivo, un valor narrativo o un valor expresivo, depende del contexto.

Punto de vista

La posición de la cámara seleccionado por el realizador es una importante herramienta dramática puesta a su disposición.

La capacidad para subrayar la importancia de un personaje, sus relaciones con otro dentro de la escena, su estado de ánimo o sus intenciones esta determinada por el ángulo

desde el cual vemos a los personajes.

- Cámara normal: ubica la cámara un poco más abajo de la altura de los ojos; en general implica una situación de equilibrio y aparente normalidad.

- Picada: Siempre que la cámara se inclina para ver hacia abajo. Disminuye lo fotografiado.

- Contrapicada: Siempre que la cámara mira con inclinación hacia arriba. Magnifica o concede superioridad a lo fotografiado.

Profundidad de campo

Se entiende al espacio por delante y por detrás del plano enfocado, comprendido entre el primer y el último punto aceptablemente nítido reproducidos en el mismo plano de enfoque. En otras palabras, expresa el rango de distancia reproducida con nitidez en una foto.

Iluminación

La iluminación constituye un factor decisivo en la creación de la expresividad filmica. Sin embargo su valor no es percibido por el espectador, es decir, no se advierte de forma directa, pues contribuye en especial a crear la atmósfera, carácter que se advierte con gran dificultad.

“Un objeto, una figura no iluminada no existe para la cámara. Para vivir en la pantalla, cualquier sujeto demanda ser elaborado por la luz, que es la que define y hace que parezca ligero, pesado, fuerte, astuto, débil... La cantidad de luz es un elemento creativo en sí mismo”. (Marquès Graells, 1995).

Los inicios del cine vienen de la mano del cine en blanco y negro. Con el tiempo y los avances, los productores se dieron cuenta de que la verdadera intervención del color cinematográfico data del día en que entendieron que no había necesidad de que el uso del color fuera realista conforme a la realidad y que, ante todo, se debía emplear en relación a las implicancias psicológicas y dramáticas de las diversas tonalidades, (colores cálidos y colores fríos) pues la percepción del color es sobre todo un fenómeno afectivo.

3.3.2 Dirección de arte:

La estética esta condicionada por aspectos narrativos, contextuales, emocionales y psicológicos que permiten crear una imagen que va mas allá de la moda, ya que su función principal está en la creación de una atmosfera adecuada para que se desarrolle la historia. En este sentido, los parámetros estéticos responden a un sentido más profundo que el formal, mas allá del significado literal, se le dará importancia a las connotaciones y significados que se puedan generar.

Vestuario y maquillaje

El uso del vestuario en el cine, no es distinto al del teatro, aunque por lo general es más realista y menos simbólico en la pantalla que en el escenario. “En una película, el traje nunca es un elemento artístico aislado, se habrá de destacar desde el fondo de los distintos decorados para valorizar movimientos y posturas de los personajes. Pondrá su nota, mediante la armonía o el contraste, en el grupo de actores y en la totalidad de un plano”. (Eisner, 1949).

Decorado

El decorado tiene mucha más importancia en el cine que en el teatro: una obra se puede interpretar perfectamente con un decorado esquemático e incluso delante de un simple telón, no pasa lo mismo en el cine. Ya sea en interior o exterior, reales o contruidos se espera de un marco para encuadrar la película.

Objetos

Son accesorios utilizados por los personajes para interactuar durante una representación artística, o pequeños elementos que complementan la escenografía y el vestuario.

Entre algunos ejemplos de utilería, se encuentran objetos de uso cotidiano como lo son mesas, sillas, tazas, platos, monedas, etc. Dependiendo de la trama la utilería se basa en el ambiente refencial a la historia.

3.4 Análisis de contenido:

Si bien los relatos cinematográficos se someten a una exhaustiva descripción física, apenas se atiende a su contenido. Este tipo de estudio ayuda a poder realizar un análisis más profundo y de carácter más connotativo que un mero análisis formal de la obra.

La idea, síntesis máxima de la historia, puede ser abstracta o general y expresarse en una línea o menos.

La sinopsis cuenta la historia resumida en un espacio relativamente pequeño. Solo se atiende al carácter general de la historia sin entrar a definir personajes o situaciones.

El argumento se trata de un desarrollo mayor que el de la sinopsis, pero todavía en forma de relato sin diálogos y con una extensión que puede llegar a las decenas de páginas en algún caso. Delimita el tema del documento centrando la atención en aspectos referentes tanto al tiempo y al lugar en el que transcurre la historia, como a los personajes, al ambiente en el que estos se mueven y a las acciones que ejecutan o en las que se ven envueltos.

“El cine es un medio visual y un guión es una historia contada en imágenes. En un buen guión, la historia está escrita en imágenes de manera que puede verse la historia sobre la página”. (Field, 1996). El guión contiene toda la información necesaria para poder desarrollar la película. Contiene todos los diálogos y la descripción de las situaciones y los personajes. El guión incluye sólo las indicaciones visuales y sonoras, dejando de lado cualquier tipo de pensamiento o sentimiento que experimenten los personajes o cualquier tipo de opinión que el guionista tenga sobre los acontecimientos.

Los personajes muestran su carácter a través de su reacción frente a las circunstancias. Puede haber varios personajes que cumplan diferentes funciones (principal, antagonista, secundario, extras). Todos ellos deben tener una motivación que los empuje a alcanzar su meta, y es mediante las acciones, que harán todo lo posible para lograrlo.

Por ello resulta esencial reconocer la necesidad dramática (lo que el personaje quiere ganar o lograr en el transcurso de la película), el punto de vista (cómo ve el mundo el personaje), el cambio (las variaciones que sufre a lo largo de la historia) y la actitud (positiva o negativa, de superioridad o de inferioridad, crítica o ingenua).

Field (1996) advierte sobre los elementos informativos de carácter semántico. “ La división entre actores principales, secundarios y extras, así como también al papel que les ha sido asignado a cada uno y el espacio y tiempo son dos aspectos ambientales sustanciales para contextualizar la narración. Ellos dotarán a la película de un sello propio, de una identidad única que lo diferenciará del resto que abordan su misma temática”.

4. Lenguaje gráfico y Lenguaje audiovisual

“Lo que el ajedrez enseña, es que hay que permanecer con calma y pensar si realmente es buena idea la jugada que haremos”.

Stanley Kubrick

Las decisiones en cuanto a la iluminación, el vestuario, el decorado, variables cromáticas, personajes, variaciones de planos y angulaciones de la cámara son puestas a cabo en el momento de la producción, y luego retocados en el montaje (para lo audiovisual) o en la edición (en el lenguaje gráfico).

El equilibrio, las tensiones y los espacios en blanco son factores que influyen en la disposición de todos los componentes mencionados anteriormente, y por lo tanto en el significado de la pieza

Ambos medios hacen uso de estos recursos para lograr escenarios que respondan a las características buscadas por el realizador. Es decir, tanto el diseñador como el director de la producción audiovisual, van a tener máximo cuidado en cuanto a este tipo de decisiones para que el mensaje sea transmitido a la perfección.

Todas las propiedades y herramientas que se utilizan en el lenguaje gráfico responden de igual manera en el lenguaje audiovisual. Pero esta característica no es recíproca.

El punto de quiebre entre lo gráfico y lo audiovisual está justamente, como su palabra lo indica, en que en lo audiovisual hay otra variable que determina el mensaje y es precisamente del campo de los fenómenos sonoros. Los diálogos, ruidos y la música, naturales o artificiales, son recursos de los que se vale el lenguaje audiovisual para hacer crecer su mensaje y crear productos ricos en contenido y sentido.

El medio supo agudizar las percepciones por parte del receptor mediante el recurso sonoro, creando en él una ventaja diferencial con respecto a otro tipo de medios, y de artes.

No ocurría lo mismo en el paso. Dado que el cine mudo no podía servirse de audio sincronizado con la imagen para presentar los diálogos, se añadían cuadros de texto para

aclarar la situación a la audiencia o para mostrar conversaciones importantes en donde se le daba una narrativa real del diálogo. Los intertítulos (o títulos, como se los llamaba en esa época) se convirtieron en elementos gráficos en sí mismos que ofrecían ilustraciones y decoraciones abstractas con comentarios sobre la acción.

“El tiempo físico, que es el de la realidad, tiene un solo sentido (lineal), una sola dirección (hacia adelante) y una sola marcha (uniforme). No se puede acelerar, retardar, invertir o retroceder. En el cine, el tiempo es distinto, es variable y flexible”.(Baccaro & Guzmán, 2013). Estos juegos que se pueden producir en el campo audiovisual permiten elaborar piezas argumentativamente más ricas en contenido, y ciertos efectos producidos aquí, no son posibles de realizar en el lenguaje gráfico, la variable “tiempo” allí se encuentra mas limitada.

III- Metodología:

Tipo de investigación:

Descriptiva y Cualitativa

La investigación buscó encontrar características que unan o diferencien al grupo de afiches de las películas más vistas en Argentina en el año 2015. Utilizando criterios similares que permitan poner en manifiesto su estructura y reconocer características propias que las unan o diferencian en relación al resto del corpus analizado.

El análisis de las pieza se dividió en tres momentos.

El primer nivel estuvo dado por el análisis de las características estéticas del afiche. Desconociendo sobre los contenidos de la producción audiovisual, primero se realizó una descripción gráfica de la pieza gráfica. Se observó el tipo de imagen, los espacios en blanco, contrastes, equilibrios y tensiones entre los elementos, la profundidad de campo, las decisiones en cuanto a los estilos tipográficos, y las relaciones cromáticas. También se analizó el tipo de encuadre, la escala del plano, la posición de la cámara, el vestuario y el maquillaje, los decorados y la utilería utilizada, y el tipo de iluminación.

Luego de la visualización de la película, el afiche se expuso a un segundo tipo de análisis, esta vez, de carácter más profundo. Intentando descifrar cuál fue el objetivo de la pieza e interpretar su significado. En cuanto a las decisiones compositivas se busco relacionar constantemente al afiche con la producción audiovisual para encontrar correlaciones entre los dos soportes y poder darle un significado a los elementos gráficos más allá de su forma, enfocándose en las cuestiones de significación del contenido.

Por último, un análisis final sobre las relaciones entre el corpus. Luego de haber realizado un análisis particular para cada uno de los afiches, se los expuso ante una comparación junto a sus compañeros de género con el fin de encontrar elementos comunes o diferenciadores entre cada categoría.

Técnica de investigación:

Observación y análisis del contenido del corpus.

Ejes de Observación:

Se analizarán los afiches seleccionados teniendo en cuenta las alusiones (explícitas o implícitas) de la película mediante los siguientes ejes:

- Tipo de Imagen
- Equilibrio, Contraste y tensión de los elementos
- Espacios en blancos
- Color
- Estilo Tipográfico
- Estilo general de la composición
- Encuadre
- Tipo de plano
- Posición de la cámara
- Profundidad de campo
- Iluminación
- Personajes
- Vestuario y maquillaje
- Decorado
- Objetos
- Espacio y tiempo

Corpus:

De las 25 películas de la lista del Ranking de las películas más vistas en Argentina en el 2015, según la web de Cines Argentinos, se eligieron los afiches de las tres primeras producciones más vistas por cada género que participó.

Los 5 géneros seleccionados fueron (animación infantil – acción – drama – ciencia ficción – comedia). Y las 15 piezas analizadas por orden de espectadores fueron: Minions, Rápido y Furioso, Intensamente, El Clan, Mundo Jurásico, Los vengadores, Star Wars 7, Hotel Transilvania, 50 sombras de Grey, Pixeles, Terremoto la falla de San Andres, Búsqueda Implacable 3, Abzurdah, Una noche en el museo 3, Sin hijos.

En pleno proceso de análisis, aparecieron agrupaciones que excedían al género cinematográfico al que pertenecían. El lugar de origen, la veracidad con un hecho

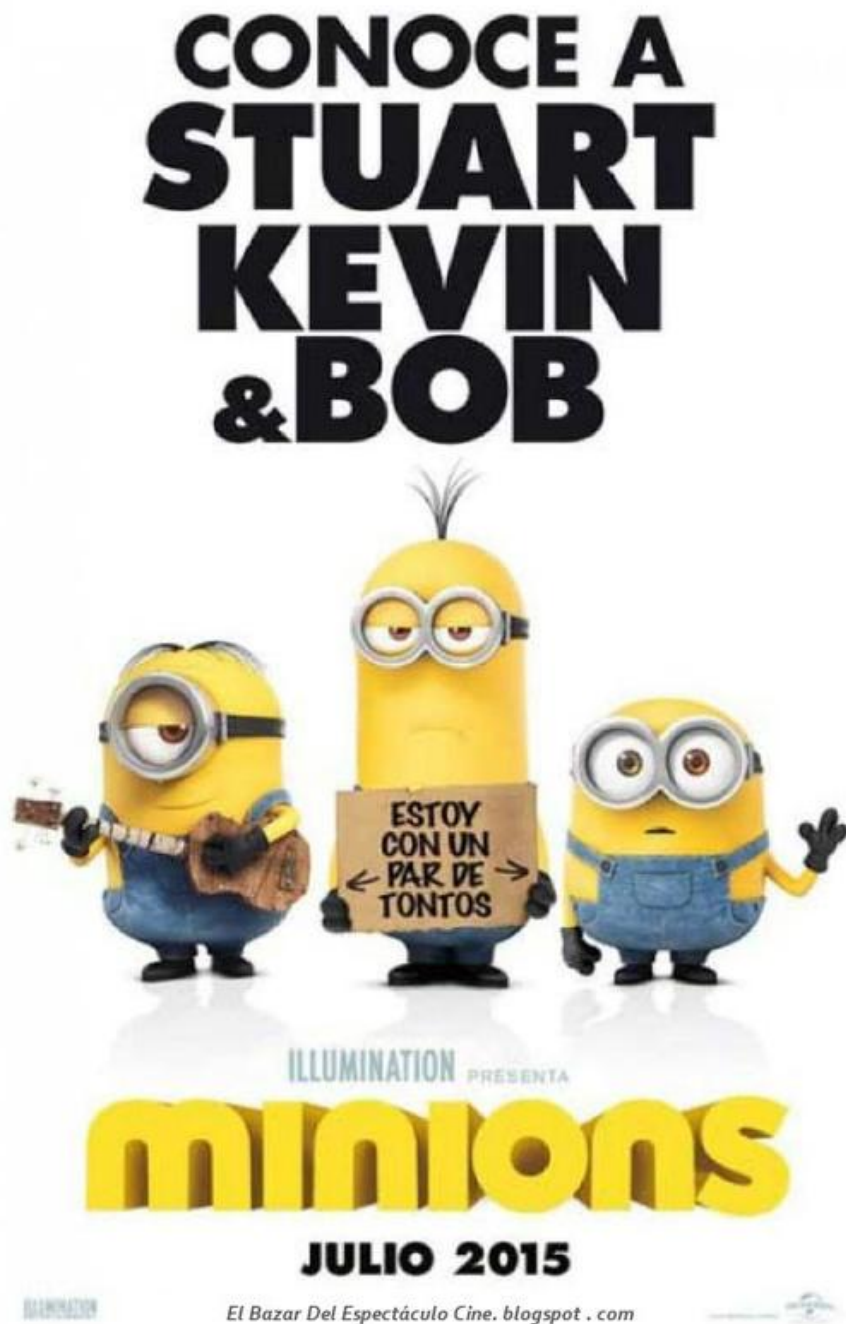
verídico, y su participación dentro de una saga, fueron clasificaciones que también se tuvieron en cuenta a la hora de realizar el análisis.

> Referencia del ranking: <http://www.cinesargentinos.com.ar/ranking/2015/>

IV- Análisis

1- Minions

- Título original: Minions
- Género: Animación infantil
- Origen: Estados Unidos
- Director: Kyle Balda, Pierre Coffin
- Espectadores: 4.940.000



Descripción gráfica del afiche:

Este afiche está dividido en tres partes.

El primer bloque de texto es la puerta de ingreso. En un tamaño cautivador, el contenido del texto sugiere conocer a Stuart, Kevin y Bob, los personajes ubicados centímetros más abajo. En color negro con una tipografía bold, mayúscula, sin serif permite mayor legibilidad a la hora de leer el texto.

Al hablar de un espacio plano con niveles de profundidad sugeridos por la sombra de las figuras, en el centro del afiche se ubica la ilustración de los personajes en color amarillo.

No parece ser un fotograma de la película, sino que los personajes están ubicados dentro de un escenario neutro, inhabilitando la posibilidad de contextualizar la acción. Los tres de diferentes tamaños, fisonomía y peinados, con elementos variados en sus manos pero vestidos de igual manera, no se enaltece ni disminuye a ninguno, sino que aparecen en una situación de equilibrio. Sin embargo se puede advertir cierta jerarquía en el personaje del medio ya que además de ser el más alto, cuenta con un cartel escrito lo que genera que fijemos la mirada en él.

Debajo de ellos, el título de la película con aparente tridimensionalidad. Lo acompaña la fecha de estreno de menor tamaño pero con el mismo estilo tipográfico que en el texto de la parte superior de la pieza, seguramente para evitar saturación de familias tipográficas.

Posteriormente ubicados, cada uno en el extremo del eje horizontal, se encuentran los nombres de la productora y realizadores (Universal e Illumination) en un gris claro, pasando sutilmente desapercibido.

La pieza cuenta con una luz homogénea y universal, por lo que el color blanco de fondo cumple una función clara: resaltar los contrastes entre las tipografías negras y los personajes amarillos.

En términos generales podemos ver la primacía del eje vertical sobre el horizontal,

seguramente por el formato vertical del afiche como también por las decisiones compositivas. Ya sea la ubicación de los personajes o los textos centrados en una caja equidistante del centro, ayudan a agudizar esta percepción.

Sinopsis:

La historia de Los Minions se remonta al principio de los tiempos. Empezaron siendo organismos amarillos unicelulares que evolucionaron a través del tiempo, poniéndose siempre al servicio de los amos más despreciables. Ante su incapacidad para mantener a esos amos – desde el T. Rex a Napoleón – los Minions acaban encontrándose solos y caen en una profunda depresión. Sin embargo, uno de ellos, llamado Kevin, tiene un plan. Acompañado por el rebelde Stuart y el adorable Bob, emprende un emocionante viaje para conseguir una jefa a quien servir, la terrible Scarlet Overkill. Pasarán de la helada Antártida, a la ciudad de Nueva York en los años sesenta, para acabar en el Londres de la misma época donde deberán enfrentarse al mayor reto hasta la fecha: salvar a la raza Minion de la aniquilación. (FILMAFFINITY).

Idea general del afiche:

El afiche cuenta con pocas pero valiosas pistas intertextuales que ayudan a vincular al espectador con la película. Tanto el título como la ubicación de los personajes principales, destacan sobre el fondo haciendo referencia al contenido de la película.

Transmitiendo lo más económica y efectivamente el mensaje, las elecciones compositivas tienen como finalidad evidente mostrar a los personajes que forman parte de la producción ya que estas figuras son previamente conocidas por haber participado en las películas Mi Villano Favorito 1 y 2.

Con el objetivo de tentar al público a revivir ese momento agradable por el que ya pasaron al ver las otras producciones, resulta normal que se hayan usado ciertos recursos estéticos como el vestuario, colores, expresividad de los personajes iguales a los representados en las otras oportunidades anteriores, para poder crear un vínculo emocional mediante la identificación con los pequeños minions.

Análisis relacional entre el afiche y la película:

En el extremo superior se encuentra un texto que inicia la comunicación, invitándonos a conocer a Stuart, Kevin y Bob, los personajes que en la producción serán los protagonistas de la historia.

Dentro de un escenario amplio, permite apreciar bastante bien la acción que desenvuelven cada uno de los protagonistas ubicados en el centro de la composición. De color, textura, fisionomía y vestuario semejante al usado en las producciones anteriores de la saga “Mi villano favorito”, por la ubicación, diferencia de altura, peinado y el cartel que lleva en la mano, podemos suponer cierto protagonismo en Kevin, el personaje del centro.

Efectivamente es así. Los minions son pequeñas criaturas que tienen un solo propósito: servir al villano más despreciable de la historia. Sin embargo, después de eliminar accidentalmente a todos sus amos, incluyendo a dinosaurios, hombres de las cavernas, un faraón egipcio, Drácula y Napoleón, deciden aislarse del mundo y comenzar una nueva vida en la Antártida. Sin embargo, la falta de un villano los lleva a una depresión aguda hasta que Kevin propone un plan para encontrar un nuevo villano para su pueblo y así salvar a la especie.

Las expresiones y actitud de la pieza gráfica reflejan la personalidad de los personajes en el transcurso de la historia cinematográfica.

Stuart, tiene una mirada pícaro y pareciera estar en una situación superadora, no demuestra miedo ante los porvenires de la historia. Es más, él fue el único valiente que se ofreció como voluntario para unirse a Kevin.

El pequeño Bob es el más joven, parece confundido y desorientado. El también quería salir a la expedición pero por momentos tiene miedo. Sin embargo, a lo largo de la historia irán desapareciendo los temores y podrá disfrutar más de la aventura.

El cartel escrito de Kevin dice “estoy con un par de tontos” creando un vínculo de complicidad entre el personaje y los receptores ya que sus compañeros no parecerían advertir sobre lo que dice el cartón. Al igual que en la película, siempre parece estar un paso más adelantado que sus compañeros. Ya sea por su inteligencia o su instinto, logra superar todas las adversidades con sencillez y es por eso que se le da el lugar de líder en los dos soportes.

Hay otros elementos como la guitarra de Steven o el cartel de Kevin (que hace referencia a un momento de la película en el que ellos están en la ruta pidiendo que alguien los alcance hasta Orlando), que nos dan una pista sobre ciertas acciones en relación a la producción audiovisual. A lo largo de la historia son muchas las situaciones que ponen en riesgo el objetivo principal. Sin embargo, es mayor el compañerismo y lealtad hacia sus colegas que están esperando la llegada del nuevo amo lo que le permite salir victoriosos en todas las oportunidades.

En el extremo inferior se encuentra el nombre de la película. Con una aparente tridimensionalidad es un recurso retórico que hacía referencia al contenido del texto en cuestión, el nombre minions, mediante la similitud morfológica con estos.

Una imagen coloreada cuyo objetivo principal es que el público reconozca a los personajes principales para que el receptor sienta afición hacia ellos. Busca vincularse al concepto de alegría y carisma que generan los personajes minions en la gente para ser advertida como una producción animada alegre, placentera y jocosa.

2 - Rápido y Furioso 7

- Título original: Furious 7
- Género: Acción
- Origen: Estados Unidos
- Director: James Wan
- Espectadores: 3.357.000



Descripción gráfica del afiche:

De estilo urbano y colores tierra, el afiche está dividido claramente en dos partes. El espacio en blanco entre el bloque de texto y el bloque de la imagen ayuda a acentuar las diferencias contraponiendo los pesos visuales para lograr equilibrar la composición.

Por un lado, el extremo superior donde se encuentra flameando un bloque de texto. Quizás por su vasto tamaño el título exige fijar primero la vista en el, logrando funcionar como punto de contacto entre la pieza y lector, incitándolo a que prosiga con su lectura.

Allí, el receptor se topa con un antetítulo “La venganza llega a casa”. En una tipografía de color negro sin serifas en bold itálic, bastante menor de tamaño que el texto que le prosigue.

Un espacio más abajo, en un estilo tipográfico similar al anterior pero optando por la versalita, es decir, por proporciones ligeramente distintas entre la mayúscula y la minúscula, aumentando su valor notablemente el título de la película.

Posteriormente, acompañan como subtítulo la fecha de estreno.

En el extremo opuesto, la fotografía de un plano medio dos mujeres y cinco hombres ubicadas en una fila diagonal. Todos vestidos en una clave de color baja (negro y grises oscuros) parecieran estar viendo hacia el mismo punto. No aparentan estar confrontados entre ellos sino que sus posturas y expresiones faciales dan la impresión de estar desafiando a algo o a alguien que no aparece en la composición. En sus rostros se ve el reflejo de una luz que los ilumina desde un ángulo semejante al del nivel de sus ojos. Aumentando el rigor de su posición.

Sobre estos personajes, en la banda inferior, en color blanco y en un tamaño diminuto, se encuentran los nombres de los productores e inversionistas (Universal y Original Films).

La analogía entre los tintes utilizados, donde priman los colores acromáticos y solo hay un detalle de luz tenue en el ángulo inferior izquierdo que ilumina a los personajes aligerando la solidez de la composición, nos permite disfrutar de una pieza armónica.

Sinopsis:

Ha pasado un año desde que el equipo de Dominic Torreto y Brian pudiera regresar finalmente a Estados Unidos tras ser indultados. Desean adaptarse a una vida en la legalidad, pero el entorno ya no es el mismo. Dom intenta acercarse a Letty, y Brian lucha para acostumbrarse a la vida en una urbanización con Mia y su hijo. Ninguno de ellos imagina que un frío asesino británico, entrenado para realizar operaciones secretas, se cruzará en sus vidas para convertirse en su mayor enemigo. (FILMAFFINITY).

Idea general del afiche:

Como es la séptima parte de una saga, es clara la búsqueda de los realizadores por crear un pieza que evoque a las producciones anteriores.

Resulta evidente el empleo de los mismos personajes y el título en un tamaño considerable como elementos de contacto.

Análisis relacional entre el afiche y la película:

En términos formales, la composición esta fraccionada por dos tipos de lenguaje: el de la imagen y el de las palabras escritas, ambas partes se complementan y funcionan como refuerzo para comprender correctamente el mensaje.

El título de la saga es la misma tipografía usada en las otras películas por lo que logra afianzar el vínculo con el receptor.

El antetítulo “ La venganza llega a casa”, sugiere un nuevo reto para estos personajes que habían vuelto a sus hogares en busca de tranquilidad. A pesar de que en la película anterior, luego de haber triunfado contra sus enemigos en Londres, decidieron volver a sus hogares en California para comenzar a tener una vida tranquila, alejada de los problemas con la ley, un asesino inglés busca venganza por la muerte de su hermano lo que dispara un nuevo capítulo en la historia.

Reconocemos a los siete personajes principales de la película, seis de ellos han participado en todas las sagas anteriores por lo que es posible apuntalar el vínculo con el receptor.

Hobbs, el agente del Servicio de Seguridad Diplomática que los ayudara a combatir contra el nuevo enemigo y es el único de todos ellos que no pertenece a “la familia”, como ellos se hacen llamar.

Letty, Brian, Dominic, Roman y Tej (por orden de aparición en la fila) serán los encargados de luchar contra Deckard Shaw. Aunque este último no aparece físicamente en el afiche, por la postura y mirada de estas siete figuras y por el antetítulo mencionado anteriormente, se puede advertir la presencia de un adversario latente.

Todos con una mirada provocativa, parecen estar dispuestos a triunfar ante cualquier desafío, siempre juntos y unidos priorizarán a la familia antes que a cualquier otra cosa y darán hasta su vida con tal de salvar al otro.

Por último aparece Mia, hermana de Dominic y la mujer de Brian, que como ya es madre y está esperando su segundo hijo, no puede participar de la misión físicamente pero tiene comunicaciones telefónicas con ellos, lo que aportan sensibilidad a la historia. Quizás por ello es la única que en su rostro se ve una sonrisa más de contención que de provocación.

Envolviendo la escena, a nubes grises cubren el cielo. Dotando de misterio y suspenso a la pieza.

La imagen no parece ser una recorte de una escena puntual, sin embargo, la mística pendenciera de la película vive en ella. Detrás de los personajes se visualiza un auto antiguo en buen estado. Es el auto de Dominic, ícono de las sagas que ayuda a sostener la relación con las otras películas.

En un segundo plano se reconoce un espacio urbano con torres de edificios. Es la ciudad de Los Ángeles, el lugar donde se va a manifestar la última pelea decisiva contra el enemigo.

Por las características mencionadas anteriormente, se puede afirmar que la pieza busca por un lado, asociarse con las películas anteriores mediante el título y la aparición de personajes que han participado siempre en ella. Y por el otro, animar al espectador hacia un momento de acción, suspenso y dinamismo gracias al antetítulo y la mirada de los protagonistas en dirección al nuevo enemigo latente.

3 - Intensamente

- Título original: Inside out
- Género: Animación Infantil
- Origen: Estados Unidos
- Director: Peter Docter
- Espectadores: 2.827.000



Descripción gráfica del afiche:

El afiche cargado de elementos dinámicos consigue ser una pieza moderna y atractiva gracias a los enfrentamientos cromáticos y las diferencias entre los componentes.

Se observa un espacio plano con niveles de profundidad donde el color es protagonista total. Sobre un fondo de color azul marino inadvertido por la cantidad de círculos de diversos tamaños y colores que lo superponen flotando y ligándose uno con otros, se encuentra en la parte superior un bloque de texto en color blanco, que ayuda a separarse del fondo, para poder ser leído con facilidad.

La primera línea, en una tipografía pequeña pero comprensible por estar en palo seco y en mayúscula, nos informa sobre otras producciones anteriores en las que han participado los creadores de esta película, (Up y Monsters Inc) seguido de las firmas de estos (Disney y Pixar).

Inmediatamente el título de la película, con una tipografía blanca también, con ciertas prolongaciones en algunas terminaciones de las letras, rotado algunos grados sobre el ángulo derecho. Sumado al gran tamaño, es entendible porque este elemento consigue que fijen la atención en el.

Por otro lado, en la parte medio inferior, se localizan cinco personajes ilustrados con características muy peculiares. En un plano general frontal, podemos reconocer cómodamente las diferencias de estilo, tanto estéticas como de personalidad.

Estas figuras no son advertidas como integrantes de un mismo grupo, o no lo parecieran por sus expresiones faciales dispares (miedo, ira, vergüenza, orgullo). Esta repetición de figuras con características tan diferentes aumentan el ritmo de la composición dinamizando la pieza.

Una clave de color determinada para cada uno (violeta, rojo, azul y verde) ayuda a fusionar los aspectos mencionados recientemente.

En el centro, por medio de una luz focalizada, un personaje logra diferenciarse. Por la semejanza con un ser humano, su expresión de felicidad y entusiasmo, esta figura logra destacarse de los demás.

Sobre la zona baja hay otro bloque de texto del mismo carácter tipográfico que el de los antetítulos. La primera línea “ Conocerás a las pequeñas voces dentro de tu cabeza” nos da una pista sobre el contenido de la película.

La segunda línea, informa sobre la posibilidad de ver esta película en cines que tengan salas 3D. Y por ultimo, en un tamaño menor, las redes sociales (Facebook y Youtube) para vincular esta película al mundo online.

Una ilustración de gran fuerza expresiva que, aún estando fuera de todo tipo de relación simétrica, logra estar en perfecta armonía.

Sinopsis:

Riley es una chica que disfruta o padece toda clase de sentimientos. Aunque su vida ha estado marcada por la Alegría, también se ve afectada por otro tipo de emociones. Lo que Riley no entiende muy bien es por qué motivo tiene que existir la Tristeza en su vida. Una serie de acontecimientos hacen que Alegría y Tristeza se mezclen en una peligrosa aventura que dará un vuelco al mundo de Riley. (FILMAFFINITY).

Idea general del afiche:

El conjunto de relaciones que acercan el afiche a la película es advertido con total fluidez y expresividad. El color es el elemento principal que permite fijar la mirada en la pieza.

La información sobre las producciones anteriores como “Up” y “ Monsters, Inc” ayuda familiarizar a los receptores con el estilo de película propuesta.

Luego, a través de diversas relaciones de tamaño y color que se producen entre los components, permite focalizar la atención sobre las nuevas figuras de la producción cinematográfica que tienen para presentarnos Disney y Pixar.

Análisis relacional entre el afiche y la película:

Si realizamos un análisis formal referente a la pieza, podemos diferenciar la parte superior donde prevalece la información textual, del campo de la imagen en la zona media inferior.

La referencia a otras películas que han tenido éxito, sumado a la firma de los creadores de prestigiosa trascendencia, ayuda al lector a sentir familiaridad con algo nuevo como es lo es esta producción.

Una vez captada la atención, la composición distribuye los elementos conforme a crear asombro e interés para agradar al receptor y que este confíe en que hay algo especial en ella que la diferencia del resto de las películas mencionadas anteriormente.

Visualizamos a Alegría, Tristeza, Miedo, Furia y Disgusto, las cinco emociones que viven dentro de la mente de Riley, una niña que a medida que va creciendo va a empezar a vivir situaciones que modifiquen su estado de ánimo.

Habiendo pocos espacios blancos, reconocemos la capacidad del mensaje para comunicar aspectos claves de la película mediante códigos visuales.

Gracias a una luz focalizada en el centro de la composición, es posible reconocer las expresiones y actitudes intrínsecas de los cinco personajes principales que son un fiel reflejo del papel que tienen en la película.

Seguramente para ofrecer garantías sobre la interpretación de la imagen y su significación, a continuación de la ilustración se aloja una línea de texto “conocerás a las pequeñas voces dentro de tu cabeza”. Esta frase afirma las sensaciones que cada uno de los personajes exterioriza.

Siendo este afiche una representación de una película de animación infantil, es posible pensar que exceptuando el título, todo lo que es texto está apuntado hacia las personas mayores que acompañan a los pequeños al cine, y que el uso múltiple de colores, formas y niveles de profundidad simulada busca atraer la atención hacia la imaginación de los niños.

4 - El Clan

- Título original: El Clan
- Género: Drama
- Origen: Argentina
- Director: Pablo Trapero
- Espectadores: 2.614.000



Descripción gráfica del afiche:

Esta pieza está cargada de tensión entre el eje vertical y el horizontal.

Todo lo referido al campo de las palabras escritas está distribuido en forma horizontal sobre el eje vertical. Mientras que la imagen, está ubicada sobre el eje horizontal pero prevalece la verticalidad por la aparición de figuras humanas.

Colores tierras, verde agua y blanco son los tintes principales de la pieza. Su uso armónico aporta valor al equilibrio total de la composición. Sin embargo, algunos elementos del diseño tienen mayor fuerza visual en función al lugar asignado. Tanto el título como la mirada de los personajes consiguen fijar la atención del observador.

Un espacio en blanco entre la primera línea escrita y el resto del texto, permite contemplar la imagen sin ruidos ni distracciones. Cargada de expresión, la fotografía de un primer plano de dos hombres ocupa todo el lienzo y es el llamado de atención indiscutible de la pieza.

Sin embargo, estos personajes no son advertidos simétricamente, uno destaca sobre el otro ya que están ubicados en dos niveles de profundidad diferentes. El rostro del personaje de atrás no es divisado entero porque por encima suyo esta emplazado la otra figura. Sumado a una luz focalizada que ilumina la mirada, el personaje del frente adquiere mayor peso visual e importancia en la composición.

Todo lo que refiere al lenguaje de las palabras escritas se encuentra por encima de la imagen. La elección de un tinte blanco con un ínfimo borde negro, permite separarse de un fondo oscuro, donde prevalecen los valores bajos.

Sobre el vértice superior en una tipografía liviana, de palo seco y con espacios marcados entre las letras, la frase “ La realidad supera la ficción” nos introduce a la imagen. Atravesando un pulmón de aire delimitado por el rostro de los personajes mencionados anteriormente, el título con un estilo alargado y algunos detalles borrosos sobre los vértices, le aporta un carácter propio a la pieza. Este logra separarse del resto de los mensajes por su escala, ubicación y diseño particular. Parece ser más un componente morfológico independiente, que un elemento de las palabras escritas.

Justificado por encima y debajo de él, en un color amarillo pastel, el nombre de

Guillermo Francella, el actor principal y del director Pablo Trapero.

Posteriormente, otra línea de texto que nos informa sobre la veracidad de la historia con el mismo estilo que el de la frase del extremo superior.

Cuatro líneas detallando los inversores en una tipografía poco legible pasan desapercibidas hasta toparnos con la fecha de estreno centrada en color blanco que cierra la pieza.

Sinopsis:

La historia se basa en el caso policial del Clan Puccio, que conmocionó a la sociedad argentina a principios de los 80. Tras la aparente normalidad de los Puccio se oculta un siniestro clan dedicado al secuestro y al asesinato. Arquímedes, el patriarca, lidera y planifica las operaciones. Alejandro, el hijo mayor, estrella de un club de rugby, se sirve de su popularidad para no levantar sospechas. Los demás miembros de la familia son cómplices en mayor o menor grado de los crímenes del clan y viven de los beneficios obtenidos de los rescates que pagan los familiares de los secuestrados.

(FILMAFFINITY).

Idea general del afiche:

Son varios los recursos de los que se valen los creadores para crear pistas que nos induzcan a mirar la película. La referencia del caso de la familia Puccio, muy conocido en Argentina en los años 80`s, la aparición de los dos personajes principales, la estética de esa época, el nombre del actor principal y del director, son alguna de las alusiones de las que se vale el afiche gráfico para asociarse con la pieza audiovisual.

Análisis relacional entre el afiche y la película:

El soporte gráfico está compuesto por dos imágenes acompañadas de un texto que se esgrime de un único argumento, el caso real de la familia Puccio.

Tanto en el inicio, como al final de la composición, el texto se caracteriza por enriquecer la imagen a través de información pertinente y precisa. Insistiendo en la veracidad del relato, la frase del comienzo “ La realidad supera la ficción” como la

aclaración sobre la autenticidad de la historia de la familia Puccio, en la zona baja del afiche. Se utiliza para informar a los receptores que no advertían sobre la historia o para reactivar los vínculos con el público que en su momento, treinta años atrás, habían vivido el caso pero por falta de noticias nuevas se había desconectado del tema.

Todo lo escrito en color blanco se refiere a la información de carácter bibliográfico. El nombre de la película o la aclaración sobre la veracidad de la historia son un ejemplo. Y todo lo que está en amarillo pastel, es información extra argumental. El nombre del actor principal Guillermo Francella como, el del director Pablo Trapero, son elementos que le aportan valor a la película por su reconocimiento en el medio.

La estética general del afiche se encarga de construir un mensaje visualmente similar al de la época en que transcurrió la historia. El uso de vestuario y peinados ochentosos para la fotografía de los personajes generan un marco realista que intensifica el carácter bibliográfico.

La iluminación localizada en la mirada del personaje principal, expone sintácticamente la actitud que desarrolla Arquímedes Puccio en la película. Sus contrastes, misterios y su centralidad como personaje generador de conflictos, son resumidos en una postura desafiante.

El dúo explosivo que establece con su hijo Alejandro es quizás una de las líneas dramáticas más sólidas que generan gran interés en la película. Por ello se entiende que en el afiche, el personaje de Alex se ubique detrás de su padre. Su mirada hacia un lateral revela inseguridad, angustia y desasosiego al igual que en el desarrollo de las escenas. Él y toda su familia viven a disposición de las decisiones del padre.

Por lo mencionado anteriormente, se puede garantizar la necesidad de mostrar la analogía entre la película y el caso policial real. Tanto el texto como la imagen refuerzan la veracidad de la historia, provocando emociones fuertes que crean un escenario enigmático.

5 - Mundo Jurásico

- Título original: Jurassic World
- Género: Ciencia Ficción
- Origen: Estados Unidos
- Director: Colin Trevorrow
- Espectadores: 2.022.000



Descripción gráfica del afiche:

En términos generales, el afiche está subordinado por la imagen.

La iluminación es un factor decisivo en la expresividad del afiche. Su valor contribuye a crear una atmósfera cargada de dinamismo. Gracias a la dominancia de verdes y azules en valores bajos sobre blancos luminosos es posible dotar de importancia ciertas zonas.

Enmarcados en un espacio forestado, desconocido, oscuro, los contrastes de luces y sombras, generados por iluminaciones focalizadas en ciertas partes de la composición, aumentan el nivel de suspenso.

En un plano general, la fotografía de carácter realista captura a un hombre en una motocicleta andando junto a cuatro dinosaurios. Condicionado por el formato vertical, estos animales no se ven en un plano entero, sino que solo es posible divisar una parte de su cuerpo. Por una luz que ilumina el rostro del único humano, podemos llegar a advertir cierto protagonismo en su papel.

Los personajes no están mirando de frente a la cámara ni mucho menos posando, se encuentran en plena acción. El desenfoque fotográfico aumenta el grado de movimiento.

Más allá del título y la fecha de estreno, no hay mucha información escrita sobre la película. Ubicado sobre la zona baja de la imagen, donde la oscuridad de la fotografía permite aumentar el contraste, en un color gris plata se encuentra el título. Este no es percibido como un encabezado convencional, no resalta por su tamaño ni estilo tipográfico, sino por estar incluido junto al diseño de un dinosaurio en una forma circular de aspecto similar al acero. Con una aparente tridimensionalidad, una luz ilumina el extremo superior derecho permitiendo observar luces y sombras dentro de él.

A continuación, en un gris plano, dos líneas de texto que informan sobre la fecha de estreno y la posibilidad de ver la película en salas de dos o tres dimensiones digital. En palo seco y haciendo uso de la mayúscula, el texto es leído con total facilidad.

Un espacio separa este bloque de texto del de las plataformas digitales disponibles. Centradas sobre el eje vertical en un tamaño tipográfico diminuto, no es posible llegar a leer con claridad la URL de la web. Así tampoco los nombres de las productoras e inversionistas, ubicados en los extremos derecho e izquierdo de la misma línea que

parecieran estar aún en un tamaño menor.

Sinopsis:

Veintidós años después de lo ocurrido en Jurassic Park, la isla Nublar ha sido transformada en un enorme parque temático, Jurassic World, con versiones «domesticadas» de algunos de los dinosaurios más conocidos. Cuando todo parece ir sobre ruedas y ser el negocio del siglo, un nuevo dinosaurio de especie desconocida, pues ha sido creado manipulando genéticamente su ADN, y que resulta ser mucho más inteligente de lo que se pensaba, se escapa de su recinto y comienza a causar estragos entre los visitantes del Parque. (FILMAFFINITY).

Idea general del afiche:

Mediante los signos textuales, pero sobretodo los visuales, el afiche se convierte en un objeto autoreferencial de la producción audiovisual. Intentando reflejar la energía que se vive en una isla donde conviven humanos con dinosaurios, los creadores de la pieza logran sintetizar el contenido de la película en una única imagen fija.

A la vez, la película es el cuarto fruto de la franquicia “Jurassic Park”, por lo que resulta obvio el protagonismo que se le otorga al icónico isologotipo para evocar las emociones generadas en las producciones anteriores.

Análisis relacional entre el afiche y la película:

El soporte gráfico refiere principalmente a una película de aventura, ciencia ficción y suspenso. Todas estas características están relacionadas al movimiento y es muy difícil en una única imagen fija crear una atmósfera de estas características.

Sin embargo, algunas decisiones compositivas ayudan a reflejar estas sensaciones. Una fotografía desenfocada ocupa todo el lienzo. Este efecto óptico transmite la sensación de movimiento cuando en realidad sabemos de que se trata de una imagen estática.

El afiche, compuesto únicamente por la imagen de un plano narrativo, tranquilamente

podría ser un fotograma de la película, sino lo es, ya que esta misma situación se ve en uno de los momentos más intensos de la película.

Owen, uno de los protagonistas principales, junto a cuatro Velociraptors que él venía adiestrando hacia años, están persiguiendo al dinosaurio que está a punto de causar estragos entre los visitantes del parque temático en la Isla Nublar. Con el objetivo de incrementar las ganancias del parque temático se creó esta nueva especie que posteriormente terminará haciendo reflexionar a todos sobre los excesos del uso de la tecnologías.

En el extremo inferior, se encuentra todo el bloque de las palabras escritas.

Ubicado sobre el centro del eje vertical, el título con un aspecto similar al del acero connota la fuerza de las tecnologías y avances científicos.

Para que el lector reconozca que quien le está hablando es el mismo que el de las películas anteriores de Jurassic Park, resulta primordial utilizar el mismo estilo tipográfico que en las otras ocasiones. Sin embargo, al ser una versión moderna de esta saga, resulta interesante la readaptación del isologotipo a un estilo más contemporáneo.

Posteriormente, expuesta de manera concreta la información extra argumentativa sobre la película. La fecha de estreno no tiene otra función mas que informar.

Por los contrastes entre la estética selvática, tenebrosa y oscura utilizada en el lenguaje de la imagen, contra la pureza, sutileza y luminosidad empleada en los textos, podemos hablar de una relación de oposición entre la naturaleza y los avances tecnológicos.

Esta confrontación es una analogía directa con la película en donde los escenarios, vestuarios, y el desempeño actoral se harán cargo de hacérselo notar. Está el caso de Owen, quien tiene vínculo especial con las Velociraptors que adiestra en un espacio natural y amigable para estos animales y con quienes busca conectarse emocionalmente. Opuestamente Claire, la directora de la Isla, trabaja desde el centro de control y su relación con los animales es proporcional al aumento de ganancias que estos le generen para que la isla sea un negocio rentable.

Un afiche cargado de suspenso que invita a conocer el desenlace de este enfrentamiento apoyado por la firma de la conocida y exitosa saga Jurassic Park.

Descripción gráfica del afiche:

El afiche está cargado de elementos que se yuxtaponen estimulando el contacto. Un conjunto de fotografías e ilustraciones montadas unas sobre otras ocupan todo el lienzo. La escala de los personajes varía ayudando a simular un espacio tridimensional.

En el centro de la pieza son seis las figuras que resaltan. La fotografía en contrapicado enaltece a los personajes que, a diferencia del resto de los elementos, se puede ver claramente su rostro y parte de su cuerpo.

Dueños de una actitud combativa, parecen estar desafiando a un mismo objetivo que se encuentra tácito. La vestimenta y los elementos que portan son todos diferentes, lo que supone alguna capacidad única propia de cada uno. Reconocemos en uno de los extremos a un hombre con un parche, seguidamente a un joven con un arco y una flecha, una mujer de cabello colorado, un hombre gigantesco verde, otro con un traje rojo metálico con luces incorporadas, uno con un escudo y el último de cabellos rubios con un martillo.

Detrás de estos siete personajes, un espacio fraccionado donde sobrevuelan objetos despedazados. Otras figuras se elevan hacia la parte superior como si un imán los estuviera atrayendo, el rayo de luz que se expande desde arriba refuerza esta sensación de inducción.

El texto escrito se encuentra dividido en los dos extremos.

Por encima de la imagen, en la zona superior, vemos ubicados en una tipografía liviana pero perceptible los nombres de ocho actores (Robert Downey Jr, Chris Hemsworth, Mark Ruffalo, Chris Evans, Scarlett Johansson, Jeremy Renner, James Spader y Samuel L. Jackson).

En la zona inferior, cubriendo la parte baja del cuerpo de los protagonistas, sobre un espacio borroso que pareciera ser polvo volando se ubica el logotipo de la editorial de comics MARVEL y el título de la película. Este último en una tipografía con aparente volume, de un tamaño sustancial, con retoques en las terminaciones de algunas letras y con un aspecto similar al del acero.

Situado en el mismo cuadro de texto, el subtítulo “ Era de ultrón” en un gris plano, en

mayúscula que se lee con total claridad.

Un bloque de palabras escritas indescifrable, en una tipografía extremadamente liviana, se ubica posteriormente. Sobre su último renglón, en una tipografía más legible, una línea de texto informa sobre la posibilidad de ver la película en tres dimensiones.

Esta pieza logra un equilibrio gracias a la unidad cromática. El afiche se encuentra embebido de tintes azules, rojos, negros y blancos. Solo un personaje de toda la pieza está representado en color verde pero aunque sí llama la atención por su tamaño, no genera tensión entre sus compañeros porque en algunas zonas de su cuerpo hay verdes azulados o negros verdosos que amalgaman el contraste.

Son pocos los espacios en blanco que permiten que la pieza respire ya que hay muchos elementos distribuidos en toda la hoja. La diferencia de escala es el recurso primordial utilizado para enfatizar ciertos personajes por lo que se supone cierto protagonismo en la historia.

Sinopsis:

Cuando Tony Stark intenta reactivar un programa caído en desuso cuyo objetivo es mantener la paz, las cosas empiezan a torcerse y los héroes más poderosos de la Tierra, incluyendo a Iron Man, Capitán América, Thor, El Increíble Hulk, Viuda Negra y Ojo de Halcón, tendrán que afrontar la prueba definitiva cuando el destino del planeta se ponga en juego. Cuando el villano Ultrón emerge, le corresponderá a Los Vengadores detener sus terribles planes, que junto a incómodas alianzas llevarán a una inesperada acción que allanará el camino para una épica y única aventura. (FILMAFFINITY).

Idea general del afiche:

No hay dudas de que exponer a los personajes en un primer plano, resulta lo más eficiente para conectar a los simpatizantes con esta nueva película, ya que el afiche es la representación de la secuela del cómic Avengers de la reconocida editorial MARVEL.

Por otro lado, los nombres de los actores en la zona superior también sirven como disparadores para aumentar el valor de la proyección por ser artistas reconocidos en el

ambiente.

Análisis relacional entre el afiche y la película:

El foco de atención del afiche está en el centro de la composición donde visualizamos a los personajes principales de la historia. La escala en comparación del resto de los elementos impulsa a que fijemos la vista allí.

Reconocemos en una primera instancia a Hulk por su basto tamaño, a Iron Man con su armadura de hielo con armas incorporadas, al Capitán América y su escudo icónico, y a Thor, el dios del trueno, con su martillo Mjolnir. Seguidamente, los acompañan el resto del equipo Vengadores, la Viuda Negra y Ojo de Halcón, con su arco y flecha.

En uno de los extremos se ubica a Nick Fury, el hombre del parche. Él es el jefe de la agencia de inteligencia y antiterrorismo que en su momento reunió al grupo de superhéroes para pelear las batallas que los humanos no podrían. Y en esta oportunidad, vuelve para hecharle una mano al equipo frente al nuevo conflicto.

La identificación con estos personajes permite que el receptor reconozca quién es el que le está hablando. Sobretudo por la presencia de Hulk, Capitán América, Iron Man y Thor, quienes han sido protagonistas exclusivos de películas dentro del universo Marvel.

Ahora bien, existiendo este reencuentro, es necesario demostrar por qué vale la pena mirar esta nueva saga. Un nuevo problema, enmarcado en un nuevo contexto, tendrá que ser resuelto por estos personajes.

Así se entiende por ejemplo, por qué a continuación de Thor visualizamos con mayor detalle a dos jóvenes. Los hermanos Maximoff, que tienen los poderes de la súper velocidad y la manipulación mental, son la dupla que llegará para reforzar a los Vengadores. También en la zona superior, aunque el receptor que todavía no vio la película no lo sabe, se encuentra tapando un rayo de luz Visión, un ser artificial pero con consciencia y pensamiento como cualquier humano, quien va a tener mucha participación en la trama de la nueva película.

El título es otro elemento más que nos conecta con la saga. El subtítulo “la era de ultrón” es una pista sobre el enfrentamiento en el que tendrán que luchar los vengadores, ya que Ultrón es el nuevo personaje que persigue la extinción de la raza

humana.

Aunque la composición no muestra una acción puntual de la producción cinematográfica, sí representa el espíritu de la misma. Las aventuras y acciones son expresadas mediante la fuerza de los recursos compositivos, como por ejemplo los objetos asignados para cada personaje que intensifican la pieza y la cargan de energía.

7 – Star Wars Episodio VII

- Título original: Star Wars 7. The Force Awakens
- Género: Ciencia Ficción
- Origen: Estados Unidos
- Director: JJ Abrams
- Espectadores: 1.382.000



Descripción gráfica del afiche:

Un espacio fragmentado convierte a este afiche en una pieza visualmente llamativa. Contraponiendo y contrastando los pesos visuales, logra ser una pieza armónica dentro de una asimetría intencionada.

Esta división del eje vertical no es solo morfológica sino también cromática. Este recurso agrupa todas las formas de color semejante dentro de un mismo conjunto. Sobre un fondo negro con pequeños puntos de luces distribuidas homogéneamente, uno de los lados del eje vertical está alumbrado por una luz color roja mientras que en el otro lado predomina la iluminación azul.

Los personajes toman posición por uno de los ejes. Todos con una posición combativa, parecieran estar esperando la llegada del oponente.

Además de las fotografías en un plano medio de uno de los que suponen ser los personajes principales, conviven otros elementos en la composición como naves espaciales, armas, androides, etc. Gracias a los retoques digitales, los efectos visuales acrecentan la energía de la pieza.

En un cuerpo de texto considerable, el título de la película es ubicado sobre el final del montaje fotográfico. Advertido con total claridad en color negro, con un borde amarillo seguramente usado para resaltar del fondo oscuro. Ubicado entre medio de las dos palabras que lo componen, el subtítulo “ El despertar de la fuerza”, en una tipografía mayúscula sin serifas en color blanco.

Posteriormente, un bloque de texto en color blanco con una tipografía liviana engorrosa de leer informa sobre las productoras e inversionistas. Y sobre la última línea de texto, con el mismo estilo que el subtítulo, se lee perfectamente la fecha de estreno.

Para contener todos estos elementos mencionados anteriormente, la composición está enmarcada por un borde negro inadvertido por la semejanza con el color del fondo.

Sinopsis:

Treinta años después de la victoria de la Alianza Rebelde sobre la segunda Estrella de la

Muerte (hechos narrados en el Episodio VI: El retorno del Jedi), la galaxia está todavía en guerra. Una nueva República se ha constituido, pero una siniestra organización, la Primera Orden, ha resurgido de las cenizas del Imperio Galáctico. A los héroes de antaño, que luchan ahora en la Resistencia, se suman nuevos héroes: Poe Dameron, un piloto de caza, Finn, un desertor de la Primera Orden, Rey, una joven chatarrera, y BB-8, un androide rodante. Todos ellos luchan contra las fuerzas del Mal: el Capitán Phasma, de la Primera Orden, y Kylo Ren, un temible y misterioso personaje que empuña un sable de luz roja. (FILMAFFINITY).

Idea general del afiche:

La capacidad del mensaje para comunicar sus propias claves preexistentes, citándolas para lograr la atención del receptor, son el mayor recurso del que se valieron los diseñadores para crear una pieza imposible de pasar desapercibida.

El carácter esencial del texto está sintetizado por evidentes pistas en relación a la película. Señales intertextuales como el título, los personajes, la galaxia, los sables de color, son múltiples referencias que aluden no solo a la producción en cuestión, sino a la saga en general.

Análisis relacional entre el afiche y la película:

El afiche recrea la misma sensación que se respira en la película. En una imagen estática, un plano descriptivo revive momentos explosivos.

Al ser esta la séptima parte de una saga, es coherente que aparezcan alusiones con las otras películas, tanto estéticas como conceptuales. La guerra, eje principal de la historia Star Wars, es representada mediante la fragmentación de la pieza.

La división de la pieza en dos ejes, como los contraste cromáticos, son analogías evidentes con el argumento de la saga. Es por medio de la luz reflejada en los sables que tienen en sus manos los nuevos protagonistas principales, Kylo Ren, Rey y Finn que se distribuye la iluminación. Con un sentido mucho más simbólico y expresivo dentro de la pieza que simplemente cumplir la acción de iluminar. Por un lado oscuro de la fuerza, representado por el color rojo. Del lado opuesto, la Resistencia, representado por el

color azul.

La distribución de los personajes tampoco es aleatoria, sino que corresponde al grupo al cual pertenecen en la historia. Tendrán su lugar personajes icónicos de la saga para demostrar la esencia de la misma. Así es como reconocemos al soldado Hans Solo acompañado de la princesa Leia, Chewbacca, R2-D2, C-3PO.

Sin embargo, el peso narrativo de la nueva película reposa en la relevancia que se le da a los personajes principales de la séptima parte de la saga. La escala de las tres figuras ubicadas en la zona superior es ciertamente mayor. KyloRren es el personaje de la capa, guerrero oscuro con un poderoso dominio de la Fuerza. Rey es la joven chatarrera ubicada en el centro de la composición, capaz de mantenerse calmada y enfocada con el fin de derrotar al enemigo usando el lado luminoso de la Fuerza. Finn, el personaje que sostiene el sable azul, originalmente estuvo al servicio de la Primera Orden pero luego de presenciar los horribles actos de sus líderes, deserta y se une a La Resistencia.

La vestimenta también cumple una función iconográfica muy importante. La apariencia externa nos sirve como señal para conocer al grupo al que pertenecen los personajes. Esta relación analógica tiene valor siempre y cuando el receptor conozca estos códigos, sino carece de sentido, ya que no puede identificar ciertos rasgos visuales con su significado. Así es como reconocemos a los soldados de la Primera orden solo por visualizar a las figuras con uniformes blancos.

Los efectos especiales permiten al receptor identificar y reconocer al afiche con una película de ciencia ficción. Naves espaciales, sables, armas, ejércitos, robots, explosiones, son elementos que no podrían faltar en el afiche para representar el alma aventurera de saga.

Como cierre de la pieza, el título de la saga ofrece garantías sobre el contenido de la película. No pueden quedar dudas sobre su linaje. Simple, popular y directo, el uso del mismo estilo tipográfico no tiene otra finalidad más que anclar al receptor con el contenido de la historia. El subtítulo nos da una pista sobre la intranquilidad que vuelve a vivirse por el retorno de la fuerza del mal.

Así, la composición se vale del lenguaje de las imágenes enriquecidas por el título para transmitir la esencia de la película. Una pieza cargada de elementos con una estética que pone su énfasis en lo visual con el fin de causar asombro y extrañeza.

Descripción gráfica del afiche:

El afiche está cargado de elementos. Con estilos muy diferentes uno de otros, las diferencias de escala, ubicación, color y forma interactúan contrarrestando los pesos visuales buscando armonizar la pieza.

Tres cuartas partes de la pieza está ocupada por la ilustración de diferentes figuras, una por encima de la otra. Solo en el extremo superior de la pieza se encuentra el nombre de la película, libre de elementos ilustrados.

La comunicación se activa en el área superior.

Sobre un fondo celeste, se percibe con ligereza el antetítulo que advierte sobre el contenido de la película (“Lo único más aterrador que ser un monstruo...es tener que cuidar a uno”). Por su reducido tamaño y el escaso contraste con el fondo hace de este un elemento poco legible a tal punto que puede llegar a pasar desapercibido por el receptor.

Seguidamente, captando la atención por su estilo más que por su tamaño, el nombre de la película. Por las transiciones de color que van del amarillo al rosado, con espacios en blancos que intensifican la desigualdad cromática, por la tipografía en versalita, es decir, con una diferencia mínima entre la mayúscula y minúscula, con poco espacio entre un carácter y otro, y por los detalles en las terminaciones de las letras que genera alteraciones en el ritmo en el que se lee la línea de texto, el título es un elemento gráfico que se distingue entre el resto de los elementos.

El fondo celeste va ir degradándose hacia el blanco a medida que se va acercando al centro de la pieza, iluminando la zona de la ilustración de mayor tensión donde se ve a un hombre cargando a un pequeño niño de bucles rojizos. Mediante técnicas sugestivas, que dirigen intencionadamente la atención hacia un punto determinado, la mayoría de los personajes se encuentran mirando al pequeño, trasladando toda la fuerza del diseño hacia ese sector.

Solo este personaje es advertido de los pies hasta la cabeza. Condicionados por los límites del formato, no se ve un plano entero del resto de las figuras sino que dependiendo de la zona donde estén ubicados estos van a ser advertidos hasta cierta parte de su cuerpo.

Confirmando este supuesto protagonismo, todos parecen estar queriendo servir al niño. Sus expresiones son de miedo o adulación, y él se manifiesta animado por esta situación. Solo dos personajes posan hacia la cámara exentos de la situación a su alrededor. Uno de aspecto gelatinoso color verde y el otro rozando el extremo inferior que parecería ser un pequeño mapache.

No es fácil lograr la correcta armonía de todas las partes, sobretodo, si los doce personajes parecieran no compartir ninguna cualidad morfológica que pudiera regular el equilibrio. Algunos parecen ser animales, otros personas y otros figuras fantásticas.

Ubicados por encima de la ilustración se encuentra un bloque de texto con la información sobre la producción y los inversores, que se lee con gran dificultad. Sumado al color blanco, la liviandad de su tipografía complica la comprensión de su contenido.

Por último, en una tipografía similar a la usada para el antetítulo, pero en un tamaño mayor y de color blanco, la información sobre la posibilidad de ver la película en tres dimensiones.

Sinopsis:

Todo parece mejorar en el Hotel Transilvania. La rígida norma establecida por Dracula de “solo para monstruos” se ha suprimido y se aceptan también huéspedes humanos. Lo que preocupa al conde es que su adorable nieto Dennis, medio humano y medio vampiro, no dé señal alguna de vampirismo. Aprovechando que Mavis ha ido a visitar a sus suegros humanos, Drácula recluta a sus amigos Frank, Murray, Wayne y Griffin para hacer que Dennis pase por un campamento de “entrenamiento de monstruos”. Lo que ignoran es que Vlad, el gruñón padre de Drácula, está a punto de llegar al hotel. Y cuando descubra que su bisnieto no es de sangre pura y que los humanos pueden frecuentar el establecimiento, las cosas se complicarán. Secuela de Hotel Transilvania (2012). (FILMAFFINITY).

Idea general del afiche:

Es una composición muy llamativa por la cantidad de elementos que interactúan en ella. Sin embargo, el empleo de códigos utilizados no es aleatorio sino que como es la continuación de una saga, el afiche recurre a los personajes principales para asociar esta película con la anterior.

El elemento sorpresa juega siempre un papel primordial cuando hay una nueva historia por contar, por ello, se resalta a la figura de Dennis. El nuevo personaje aparece para poner en manifiesto la evolución de la saga y renovar los deseos por visualizar esta nueva producción.

Análisis relacional entre el afiche y la película:

La familiaridad con la estética y los personajes de la saga anterior generan un punto de contacto que no puede pasar desapercibido por los espectadores de la película anterior.

El empleo del mismo estilo tipográfico para el título que es utilizado en la producción previa, seguido de los personajes referentes a ella, activan los vínculos con los receptores. Reconocemos al Conde Drácula, a su hija Mavis con su novio Andy, al monstruo de Frankenstein, a Wayne el hombre lobo con sus cachorros, a Murray la momia, a Blobby, el personaje gelatinoso verde, y a Griffin el hombre invisible.

Al igual que en la película, la imagen es portadora de un único foco de atención. El entrañable pequeño de rizos rojizos dará mucho que hablar. Dennis es el adorable nieto de Drac, hijo de Mavis y Andy. Es mitad humano y mitad vampiro lo que generará dudas en Drácula, quien teme que su pequeño nieto no demuestre signos de ser vampiro, y por ello recurrirá a sus amigos Frank, Murray, Wayne y Griffin para llevar al pequeño a un campamento de entrenamiento para monstruos.

Enmarcados en un espacio neutro, no se puede contextualizar la imagen con alguna locación en particular como podría ser el castillo del Hotel Transilvania, donde transcurren la mayoría de los sucesos de la película.

La ilustración tampoco refleja un momento particular de la historia. Sin embargo, el vestuario, maquillaje y peinados se encargan de garantizar la relación entre el soporte gráfico con las características de los personajes en la producción cinematográfica. Estas

figuras no causan temor sino por lo contrario, se advierten como seres sensibles y afectivos.

Se puede afirmar que el afiche es una alegoría de la historia que describe con fidelidad el espíritu divertido y cariñoso en torno al pequeño niño.

Las expresiones en el rostro de las figuras ayudan a eliminar la idea de terror asociada con los monstruos. Así, reconocemos orgullo en el rostro de Drac al presentar a su nieto, como también, enamoramiento en la mirada de la pequeña lobita mirando hacia Dennis.

Es una pieza que busca crear asociaciones con las emociones generadas en la película mediante la exposición de los personajes que han participado en ambas producciones. Pero que a la vez, nos invita a conocer sobre la nueva historia que nos promete la crianza del pequeño Dennis.

9 - 50 Sombras de Grey

- Título original: Fifty Shades of Grey
- Género: Drama
- Origen: Estados Unidos
- Director: Sam Taylor Johnson
- Espectadores: 1.247.000



Descripción gráfica del afiche:

La estructura de la composición nos obliga a observar la pieza haciendo un recorrido por el eje vertical. Los espacios en blanco en los extremos de la pieza nos obligan a fijar la vista únicamente en la imagen y el texto ubicados en el centro de la composición.

Una pieza con pocos elementos que busca transmitir lo más económica y efectivamente posible el mensaje. Mediante una clásica representación de una película de amor que cautiva al receptor para continuar la lectura, insinúa emociones sin desvelar demasiado sobre el contenido de la producción para crear interés en el receptor.

Toda la imagen esta constituida por colores oscuros, ni el cabello ni el vestuario de las personas logra desentonar. El punto de atracción del afiche está en la fotografía.

Envueltos en un espacio oscuro, un primer plano de dos personas en el inicio de un beso. Toda la fuerza del diseño está centrada en el rostro de los personajes.

No hay ninguna pista sobre sus vidas, con un look informal, ropa de algodón y peinados sin mucha producción, los dos jóvenes logran cautivar por medio de sus expresiones faciales. El peso narrativo reposa en una acción simple y popular, asistida por luces localizadas desde la zona superior que alumbran sus rasgos realzando de seducción a la pieza.

Ubicado sobre la fotografía, sobre la mitad del lienzo, un bloque de texto en color blanco logra sobresalir del fondo oscuro.

En una tipografía en mayúscula sin serifas y justificado al espacio de texto que lo prosigue, el antetítulo “ Pierde el control” enriquece la imagen para producir en el receptor ciertas secuelas en relación al tema.

A continuación, el título de la película se convierte en un elemento visualmente llamativo por su vasto tamaño. Una tipografía en mayúscula con serifas, sobria y elegante, contrasta con el estilo informal de la fotografía. Dividido en dos renglones justificados, ciertas palabras se encuentran en un blanco agrisado a diferencia del resto de texto que están en un blanco puro, seguramente para crear una analogía entre el

significado de la palabra “sombras” y su visualización.

Una línea de texto a posteriori informa sobre la fecha de estreno con el mismo carácter tipográfico que el del antetítulo.

Finalmente sobre el borde de la zona baja, una línea de texto con la URL de la película y sobre sus laterales, los nombres de los inversionistas (Universal y FOCUS). Toda esta información se encuentra en un color gris medio y quizás por ello es que no logra ser advertido con tanta facilidad.

Sinopsis:

Cuando Anastasia Steele, una estudiante de Literatura de la Universidad de Washington (Seattle), recibe el encargo de entrevistar al popular y joven empresario Christian Grey, un millonario de 27 años, queda impresionada ante su extraordinario atractivo. La inexperta e inocente Ana intenta olvidarlo, pero no lo consigue. Cuando la pareja, por fin, inicia una apasionada relación, a Ana le sorprenden las peculiares prácticas eróticas de Grey, al tiempo que descubre los límites de sus más oscuros deseos. (FILMAFFINITY).

Idea general del afiche:

Son pocas pero contundentes las referencias que se hacen en torno a la producción. El carácter del afiche sintetiza el argumento de la película mostrando la relación entre los dos personajes principales.

El empleo de códigos utilizados no es aleatorio sino que responde a la exigencia de expresar un mensaje sugestivo, seductor y prometedor.

Las elecciones en cuanto a la iluminación juegan un papel primordial en la pieza. Las luces y sombras generan un ambiente cautivador e intensifican el erotismo.

Análisis relacional entre el afiche y la película:

El afiche utiliza delicadas alusiones para crear una pieza sugerente. No son muchas las pistas que nos da acerca de la película ya que el color negro se adueña de gran parte del

afiche. Sin embargo, mediante una única imagen cargada de significado, es posible captar la atención del receptor.

El peso dramático de la película reposa en el rostro y posición de los brazos de los jóvenes. Al igual que en el inicio de la película, donde ninguno de los dos puede dejar de pensar en el otro, un primer plano de Anastasia y Christian Grey sirve para expresar los sentimientos y deseos por parte de los personajes principales.

Aunque estén inmersos en un fondo negro, por la vestimenta, la acción fotografiada parece ser el recorte de un fotograma de la escena donde Ana y Grey se besan por primera vez en un ascensor del hotel donde habían dormido la noche anterior. Él la había ido a buscar en un bar y la llevó hasta el hotel donde se hospedaba para que se le pasara la borrachera, y por el estado en el que ella estaba se terminó quedando dormida allí accidentalmente.

El hecho que la toma sea anterior al beso genera mayor sensualidad, aumentando el interés. La posición de dominación de él hacia ella es una pista sobre las peculiares prácticas eróticas de Grey. Ana, por lo contrario, de manera sugestiva con las manos apuntando hacia arriba, pareciera estar rendida ante él.

El texto a continuación de la imagen “ Pierde el control”, debe ser la pista textual de mayor peso en relación al contenido de la película. Más allá de la imagen romántica, insinúa sobre algo más que una simple relación amorosa. El mundo inocente y enamoradizo de Anastasia se romperá al descubrir que Christian esconde una cara oscura y sombría respecto a sus inclinaciones sexuales, dominadas por el sadismo y la sumisión. Todo ello se potencia con la inocencia sexual y las dudas de Ana, quien no ha mantenido aún una relación amorosa con ningún chico, lo que hace más extrema la diferencia entre los dos.

La misma tipografía del título es empleada en la película para la imagen corporativa de la empresa del personaje principal, Grey. El empleo de dos tintes alude al sombrío paralelismo en la vida del millonario. Las tendencias sexuales de Grey no son conocidas por nadie más que las mujeres que se dejaron dominar por él, aceptando su voluntad y obedeciendo lo que él imponía.

10 - Pixeles

- Título original: Píxeles
- Género: Comedia
- Origen: Estados Unidos
- Director: Chris Columbus
- Espectadores: 1.030.000



Descripción gráfica del afiche:

Son pocos los espacios en blanco que apaciguan la pieza, ya que el color y las variaciones de forma son los encargados de dinamizar la composición gracias a su impacto visual.

Dentro de las diferentes clases de representación visual que se pueden advertir en el afiche, vemos un escenario urbano con abundante cantidad de elementos que participan en la composición. Algunos de carácter más fidedigno a la realidad, como la fotografía de los personajes ubicados en el centro de la composición, y otros ilustrados como los edificios de los laterales o los toneles que están volando por el cielo.

El gran plano general nos describe el caos que se está viviendo en las calles de una ciudad. Las torres altas de los edificios muestran un espacio transitado, moderno y urbano. También bloquean la luz que viene del cielo, agudizando la situación dramática.

Sobre este espacio tridimensional perspectivado, sobrevuelan ilustraciones tridimensionales de objetos que golpean sobre las edificaciones destruyendo el frente de los mismos. Hay barriles, monos, criaturas voladoras, esparcidos por toda la pieza. El fuego y los escombros también son expuestos mediante pequeños cubos representados de manera geométrica con un estilo semejante al utilizado para la estética de los videojuegos de los 80s.

Bajo un esquema regulado por perspectiva lineal, el foco de atención está puesto en el centro del afiche. Esta situación es la portadora de mayor tensión en toda la pieza. Un pixel amarillo enorme irradia luz desplomándose sobre la calle, por su magnitud parece estar despedazando la ciudad.

Un nivel adelante del pixel gigantesco, se visualizan en una escala mucho menor, el plano entero de cinco personas vestidas con el mismo uniforme. Por su postura parecerían estar tratando de salvar la ciudad, sin embargo, sus facciones muestran asombro y desasosiego ante algo que están descubriendo por fuera de los límites del afiche.

Con respecto al lenguaje de las palabras escritas, toda la comunicación está dividida en

los extremos verticales, dejando espacio en el centro para poder advertir la imagen principal sin disturbios.

En el bloque superior reconocemos dos estilos tipográficos. Por un lado en color negro, una tipografía delgada en mayúscula permite leer claramente el texto. El nombre del actor, el subtítulo y la información sobre el próximo estreno se visualizan con este carácter.

Luego, el texto del título se convierte en un elemento gráfico que distingue a la película. En color magenta, con una aparente tridimensionalidad y una textura craquelada visualizamos el nombre de la película. El tamaño y el volumen en relación al resto de los elementos permite fijar la atención en él.

En la zona baja, todo lo escrito es de color blanco. Primero, una línea de texto nos informa sobre la posibilidad de ver la película en salas de tres dimensiones. Aunque su tamaño es pequeño al estar en bold, se puede advertir sobre ella. A continuación, un bloque de texto en una tipografía muy delgada dificulta la lectura sobre los productores e inversionistas.

Una pieza cargada de elementos que invitan al espectador a vivir una aventura en la ciudad.

Sinopsis:

Unos extraterrestres malinterpretan las imágenes de las máquinas recreativas como una declaración de guerra y deciden atacar la Tierra, empleando dichos juegos como modelos para el asalto. El presidente de Estados Unidos, Will Cooper (Kevin James), recurre entonces a su gran amigo de la infancia y campeón de las maquinitas de los años 80, Sam Brenner (Adam Sandler), quien actualmente trabaja como instalador de sistemas de home cinema, para encabezar un equipo de expertos jugadores de su época (Dinklage y Gad). Su misión será derrotar a los alienígenas y salvar al planeta. (FILMAFFINITY).

Idea general del afiche:

El nombre del personaje principal, asociado a las películas de comedia, es un dato que le sirve al receptor para categorizar y reconocer el marco general de la narrativa.

Las señales como el título, la visualización de los personajes principales, y la locación donde se produce el mayor conflicto son elementos que ayudan a relacionar al afiche con la historia.

Análisis relacional entre el afiche y la película:

El afiche es un texto autónomo estrechamente vinculado a la película que referencia.

Los contraste de color entre las edificaciones laterales oscuras y el centro iluminado por el super pac-man, provocan un efecto favorable a la hora de atrapar la atención del receptor. Seguramente se optó por la representación del icónico videojuego, ubicado en el centro de la composición, ya que este fue y sigue siendo uno de los fenómenos mundiales en la industria de los videojuegos más reconocidos por el público en general.

Una vez ya captada la atención, gran cantidad de elementos distribuidos por toda la pieza permiten que el receptor se haga una idea del contenido de la producción.

La analogía entre el afiche y el modo de jugar, en donde dentro de un laberinto la figura amarilla debe comerse todos los puntos de la pantalla para pasar al siguiente nivel o pantalla, se expresa claramente en la imagen. La ciudad es el laberinto, y todos los elementos que la componen, incluyendo seres vivos, deben ser destrozadas por el pac-man enorme para ganar el juego.

Resulta evidente la conjunción de los personajes de los videojuegos dentro de un ambiente urbano. Por la cara de los personajes humanos se respira una atmósfera intranquila, no parece haber comunión entre estos personajes. Efectivamente es así, la película muestra cómo la tierra está siendo atacada por los extraterrestres que lucharán contra los humanos con el fin de conquistar el planeta.

El antetítulo “ Jugar para salvar al planeta” es un mensaje polisémico ya que la palabra “ jugar” puede ser interpretada literalmente o como una metáfora de la lucha bélica entre los extraterrestres que invaden al planeta.

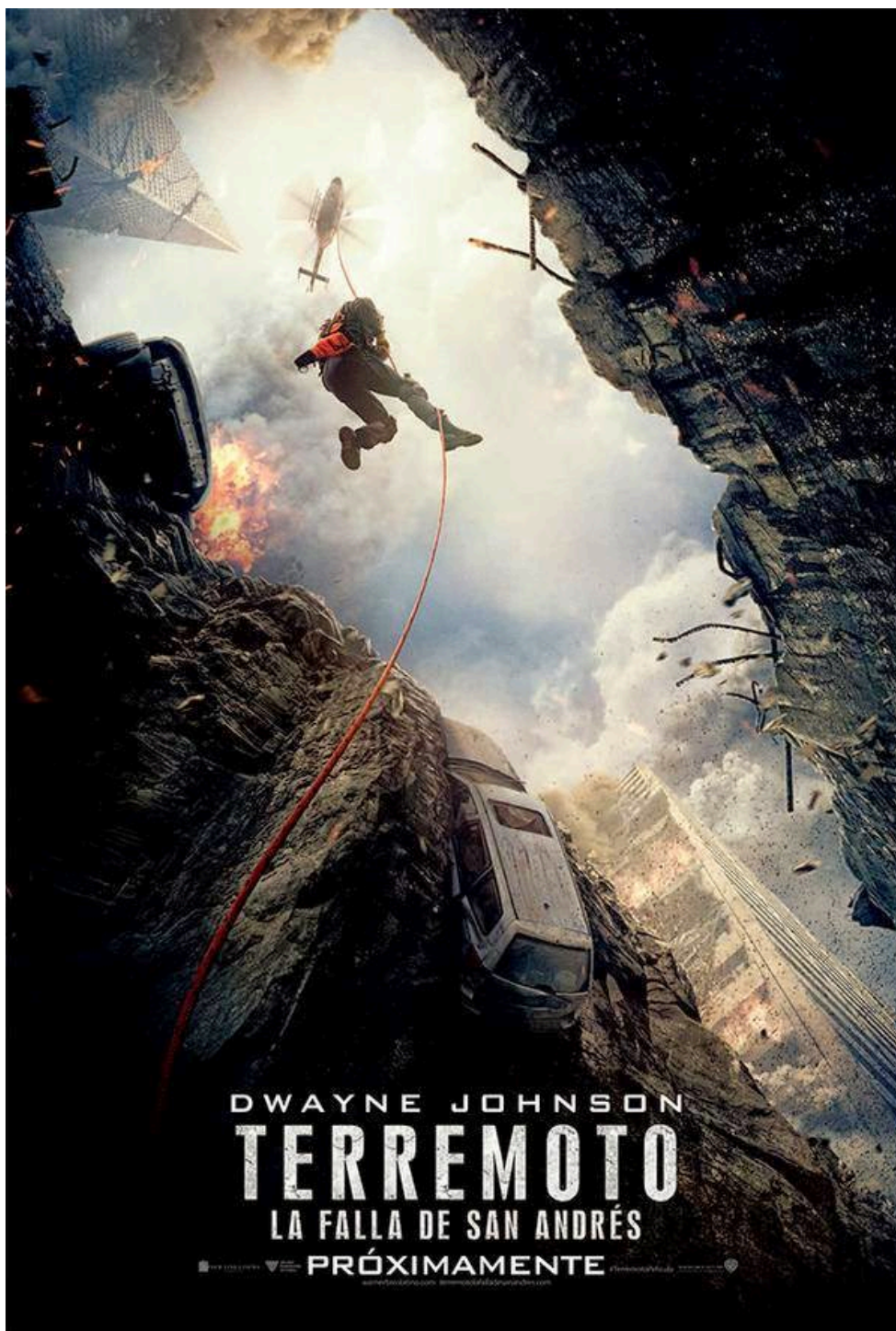
El estilo tipográfico del título está cargado de significación ya que su carácter es similar

al de los píxeles, por lo que nuevamente se generan semejanzas entre lo que se visualiza y lo que significa.

Por todas las relaciones mencionadas anteriormente, podemos afirmar que la película se convierte en un objeto autoreferencial mediante signos textuales y visuales usados en el afiche.

11 – Terremoto: La falla de San Andres

- Título original: San Andres
- Género: Acción
- Origen: Estados Unidos
- Director: Brad Peyton
- Espectadores: 977.000



Descripción gráfica del afiche:

El foco de atención está puesto en el hueco que se genera entre la ruptura de dos partes de lo que pareciera ser la tierra. La fotografía en contrapicado es una importante herramienta dramática. Dirige la mirada hacia arriba, magnificando lo fotografiado.

Un plano general describe la situación. Advertido como un espacio urbano se visualiza el fondo de una ciudad moderna viviendo una catástrofe. El cielo está nublado por el humo de los escombros, automóviles incendiados, torres de edificios derribadas, cables volando. Son una clara evidencia del dramatismo que se va a vivir en la producción.

Equilibrando los pesos de los elementos del fondo que contextualizan y nos introducen a la historia, el impacto visual está puesto en el suspenso que genera visualizar a un hombre pendiendo de una soga cuando a su alrededor todo se está cayendo a pedazos. Por su vestimenta y la manera en que se está sosteniendo, no pareciera ser un civil improvisado al que están rescatando sino todo lo contrario, tiene aspecto de ser un profesional al servicio de la comunidad.

En la zona baja contrasta sobre el fondo oscuro de la tierra el bloque de texto. En color blanco con pequeñas fisuras, toda la información escrita pareciera estar corrompida por la tierra.

El título es el elemento de mayor tamaño seguido del nombre del actor principal Dwayne Johnson. Por último, en un tamaño evidentemente menor, casi imperceptible, los nombres de los inversionistas (Warner Bros, Village Pictures y New Line Cinema).

Sinopsis:

La falla de San Andrés acaba cediendo ante las temibles fuerzas telúricas y desencadena un terremoto de magnitud 9 en California. Ante tal catástrofe, del piloto de helicóptero de búsqueda y rescate, Ray (Dwayne Johnson) y su ex esposa Emma (Carla Gugino) viajan juntos desde Los Ángeles hasta San Francisco para salvar a su única hija, Blake (Alexandra Daddario). Pero su tortuoso viaje hacia el norte solamente es el comienzo del desmoronamiento de todo lo que creían firme en su vida. (FILMAFFINITY).

Idea general del afiche:

El objetivo principal del afiche es manifestar el suspenso que se vive en la película. Mediante el plano en contrapicado de un rescatista y la ciudad en llamas, resulta sencillo para el receptor asimilar sobre el carácter catastrófico que se vive en la producción.

También busca generar interés por medio de la actuación del actor Dwayne Johnson. La imagen que el público puede llegar a tener de él, pudo haber sido pensada por los diseñadores como un punto extra para la recepción positiva de mensaje.

Análisis relacional entre el afiche y la película:

El carácter esencial del afiche funciona atravesado por múltiples referencias procedentes a la producción cinematográfica. Un plano general permite apreciar bastante bien la esencia de la película que muestra a la ciudad de San Francisco viviendo el cataclismo más grande de la historia.

El bloque de texto ubicado en la parte inferior permite que se eliminen los múltiples sentidos que podría llegar a generar la imagen sola sin texto que la acompañase. Confirma la existencia de una catástrofe y nos ubica en espacio al señalar que el terremoto se origina por la falla de San Andrés, en California.

El espacio reproducido y la acción del personaje son pistas que nos introducen al contenido de la producción. Mediante la representación del fuego, el polvo sobrevolando, la caída de los autos y el derrumbamiento de las torres de edificios, la composición es una muestra preliminar de todo lo que sucederá en el transcurso de la historia.

Reconocemos a la falla de San Andrés representada por la inmensa grieta que desatará el terremoto de mayor magnitud en la historia. También visualizamos a Ray, el piloto de helicóptero, quien está yendo al rescate de su hija Blake, que aunque sabe que hay muy pocas posibilidades de que ella siga con vida por todo los siniestros que está viviendo la ciudad, dará y hará todo lo posible con tal de llegar al reencuentro con ella.

La actitud de esperanza representada en el afiche por medio del rescatista es una

característica intrínseca del personaje principal en la producción. Cuando todo parece estar mal Ray siempre confía en su instinto y en las habilidades de su hija capaz de superar los desastres naturales.

Una pieza cargada de dinamismo representa la historia de una familia que tendrá que sortear con una gran cantidad de obstáculos, tanto climáticos como personales, para poder volver a juntarse.

12 - Búsqueda Implacable 3

- Título original: Taken 3
- Género: Accion
- Origen: Estados Unidos
- Director: Oliver Megaton
- Espectadores: 800.000



Descripción gráfica del afiche:

El afiche se encuentra condicionado por el formato vertical. Por medio de contrastes generados por la ubicación de los elementos y por la falta de espacios blancos, se genera una pieza cargada de acción.

El equilibrio se logra a través de las analogías cromáticas. Todos los componentes de la imagen van de los negros a los sepia, y toda la comunicación escrita se visualiza de color rojo o plata armonizando la pieza.

La imagen fotográfica ocupa todo el lienzo e insinúa ser un espacio tridimensional por los distintos niveles de profundidad sugeridos.

De fondo se visualizan las luces de un helicóptero iluminando el plano general de una ciudad moderna cargada de edificios. Pareciera estar rotada algunos grados.

Un nivel más adelante, tapando gran parte de la urbanización, un primer plano de una persona apoyada sobre una pared, que también está desviada algunos grados del eje vertical. El personaje porta una pistola y pareciera estar ocultándose de alguien o esperando para atacar. Su mirada no está en la cámara sino en una figura que se encuentra fuera del encuadre.

Una luz en su rostro nos ayuda a visualizar su expresión retadora, toda la tensión está puesta allí, y el juego de luces y sombras crean un escenario dramático insinuando que prontamente está por desatarse el conflicto.

El texto está dividido en dos bloques, uno en la misma línea que el eje horizontal y otro perpendicular a este. Su conjunción genera tensión entre los ejes y dinamiza la pieza.

Sobre el lateral izquierdo, tapando parte del fondo urbano mencionado anteriormente, el título de la película. Rotado 90° forman un ángulo recto en relación a la base. Todo en mayúscula, solo el número de saga se encuentra en color rojo. El resto de texto está en un gris plomo, similar al acero, inquebrantable y compacto. El nombre del actor principal, Liam Neeson, con un estilo más liviano, se encuentra apoyado sobre el bloque.

Ubicado paralelamente a la línea del horizonte, el subtítulo nos informa sobre el final de la saga. En color rojo, con un carácter alargado, refuerza el carácter vertical de la composición. Seguidamente, alineado sobre su lado derecho y en color gris para no desvincular esta información con el resto de la comunicación, el aviso sobre su pronto estreno.

Otro detalle con respecto al campo de las palabras escritas es que todas aparentan tener el mismo estilo urbano y robusto mediante el uso de tipografías macizas que impactan a la hora de ser visualizadas.

Sinopsis:

La vida del ex-agente especial Bryan Mills (Liam Neeson) se ve inesperadamente truncada tras el brutal asesinato de su ex mujer. Tras ser acusado de su muerte, se ve obligado a huir de la implacable persecución de la CIA, el FBI y la policía. Una vez más, deberá usar sus “habilidades especiales” para hacer justicia, dar caza a los verdaderos asesinos y proteger lo único que le queda en la vida: su hija. (FILMAFFINITY).

Idea general del afiche:

El afiche mediante una única imagen sintetiza el corazón de la saga “Búsqueda Implacable”. Una vez más, Bryan Mills intentará salvar a sus seres amados.

De manera pertinente ofrece las pistas necesarias para expresar el momento de tensión que está viviendo el protagonista. Impaciente, cauteloso y expectante se visualiza al agente retirado de la CIA en una posición clásica en medio de sus persecuciones.

Análisis relacional entre el afiche y la película:

La capacidad del mensaje para comunicar sobre sus propias características garantiza al máximo la inmediatez del registro por parte de los receptores. En otras palabras, el género policial, donde no puede faltar ni acción ni suspenso está reflejado en la composición cuando vemos al personaje principal resguardado sobre una pared, esperando atacar.

Un plano general describe al entorno en el cual se desenvuelve la acción. La ciudad de Los Ángeles se encuentra de fondo para situarnos en espacio.

No sorprende advertir sobre un próximo conflicto si se tiene algún conocimiento previo sobre el argumento de las películas anteriores. Bryan, el protagonista principal, ha rescatado a su hija Kim secuestrada por una impresionante red de prostitución y corrupción en París, como también posteriormente logra rescatar a Leonore, su ex esposa secuestrada en Estambul por un mafioso albanés que busca venganza por la muerte de su hijo Marko, el joven que había secuestrado en la primera parte de la historia a Kim.

Las escenas de acción con persecuciones, balaceras, algunas explosiones y golpes, clásicos en esta saga, son resumidas por medio de un ambiente misterioso. Las luces de los helicópteros, el contraste de luces y sombras, la posición del personaje principal Bryan atento y expectante, son algunas huellas del contenido de la historia.

El texto pone en duda la supervivencia del personaje ya que advierte sobre el final de la saga. Aumentando las emociones, invita al receptor a conocer el desenlace de una historia intensa.

El texto también nos advierte sobre el nombre del actor principal. Esta aclaración es obvia para los que hayan mirado las otras películas, pero para el receptor que no sabe del argumento, que por alguna razón tiene la atención puesta en el afiche, la actuación de Liam Neeson puede ser un motivo que lo movilice a ver la película.

Una pieza que se vale de una situación límite para sembrar el germen del suspenso. La aparente tranquilidad en la vida de Mills es hechada a un lado cuando Lenore es asesinada sin razón aparente y él es inculpado inmediatamente por lo que tiene que huir y buscar al verdadero asesino de su ex mujer para cobrar venganza propia.

13 - Abzurdah

- Título original: Abzurdah
- Género: Drama
- Origen: Argentina
- Director: Daniela Goggi
- Espectadores: 784.000



Descripción gráfica del afiche:

El espacio fraccionado consigue atraer la vista hacia el afiche para introducirlos en la composición.

No es fácil lograr la correcta armonía entre todas las partes en un espacio tan fragmentado como este, sin embargo, a base de contrarrestar y contrastar las densidades de los pesos visuales de las partes, se consigue lograr una pieza dinámicamente equilibrada.

La fotografía de dos personajes ocupa aproximadamente la totalidad del lienzo, por lo que dificulta comprender donde están situadas las figuras. Solo se puede reconocer en la zona superior del lateral izquierdo el interior de una casa. Con muebles en madera clara, se advierte un estilo clásico, ordinario y sin elementos sensacionales.

La cantidad de luz es un elemento creativo en sí mismo, la tensión del afiche está iluminada en el centro de la pieza, donde los rostros de los personajes constituyen la fuerza del diseño, consiguiendo dirigir la mirada del observador hacia allí.

El primer plano de una joven mirando hacia la cámara sirve para destacar sus emociones y sentimientos. Desprovista de ropa y con el maquillaje corrido, el foco de atención está puesto en su mirada fija al lente de la cámara. Parecería estar pidiendo ayuda, tensa y desconcertada por sus expresiones faciales, aparenta estar viviendo una etapa dura de su vida.

Detrás de ella se ubica un primer plano de un joven que también está mirando a la cámara pero posicionado de perfil y vestido con una camiseta gris. Parte de su rostro está tapado por la protagonista femenina, sin embargo, una luz focalizada en su cara permite advertir sobre su temperamento. No parece estar nervioso como ella, sino que la tenacidad de su rostro indica firmeza y seguridad.

En el extremo superior, una línea de texto en color blanca nos introduce en el contenido de la película “ El amor duele”. En una tipografía clara sin serifas.

Un pulmón de aire permite visualizar sin dificultad el resto de los personajes hasta llegar a la parte baja del afiche donde prevalecen los elementos escritos sobre los

morfológicos.

En la misma tipografía que el antetítulo, el nombre de los actores principales apoyado paralelo al centro del afiche.

A continuación, conservando la familia tipográfica, el nombre de la película logra resaltar por el tamaño en relación al resto del texto y por estar en color amarillo.

El subtítulo nos informa sobre la veracidad de la historia. Se encuentra en una línea justificada a la medida de la caja del texto utilizada para el titular, pero vuelve a estar en color blanco.

Posteriormente, el nombre de otros actores secundarios con el mismo carácter de texto pero en un tamaño menor.

Un bloque de texto con toda la información de los inversores y productores se visualiza con dificultad por el pequeño tamaño y la tipografía sutil.

Por último, la noticia sobre su próximo estreno vuelve a estar con el mismo estilo moderno y legible y en el mismo amarillo que el del título.

Sinopsis:

Abzurdah cuenta la historia de Cielo, una adolescente de clase media acomodada que conoce por internet a un chico nueve años mayor que ella, con quien inicia una relación y se enamora perdidamente. Sumergida en un ambiente superficial, sin amigas y en un mundo adulto que poco comprende del universo adolescente, la relación se vuelve una obsesión para Cielo, una narradora locuaz, incisiva y vertiginosa, que nos conduce por una historia de amor no correspondido donde la opción de dejar de comer se vuelve la ilusión de una vida perfecta. (FILMAFFINITY).

Idea general del afiche:

Al igual que en la producción audiovisual, un entorno dramático envuelve a los dos personajes principales relatando el flagelo emocional que padeció la joven durante su pubertad.

El nombre de los actores principales, Eugenia Suárez y Esteban Lamothe, contribuyen al valor de la pieza pero desde un punto extra argumental por el reconocimiento que

tienen en los medios.

Análisis relacional entre el afiche y la película:

Transmitiendo lo más económica y efectivamente posible, el empleo de los códigos empleados no es casual sino que responde al mensaje que se está tratando de comunicar. La metáfora del vidrio fracturado con la vida del personaje principal es la alusión más significativa de toda la pieza.

El vidrio roto es una analogía de la vida de Cielo, la protagonista principal, que siente que su vida se rompe en pedazos luego de ser dejada por su novio Alejo, el personaje ubicado detrás de ella. Esta situación generará una serie de trastornos en la vida de la joven que serán objeto del peso narrativo de la historia.

La luz focalizada en el rostro de los personajes y sus expresiones, son señales más del ambiente dramático en el que viven los personajes.

Las implicancias psicológicas y dramáticas mediante una descripción breve, pertinente y perspicaz de la protagonista permiten realizar una clasificación sobre el contenido de la película.

El antetítulo es otra huella más sobre el tipo de relación amorosa que estos jóvenes sostienen. Nos advierte el argumento de la película y reafirma el significado de la imagen

El título, como la aclaración que esta basado en una historia real, son elementos que se quieren resaltar y sacar del anonimato ya que aportan valor a la historia por la veracidad de los hechos. El argumento no es solo la historia autobiográfica de una joven enamorada, sino que es la perturbadora historia de una adolescente obsesionada con su pareja, que la llevará hacia su destrucción, pasando por anorexia, bulimia y autoflagelación con tal de conseguir el amor no correspondido por Alejandro.

Una pieza donde lo más importante fue mostrar a los protagonistas lo más pertinente y metafóricamente con respecto a la realidad para que no sea tan agresiva visualmente como debería de serlo la dureza de los hechos que le suceden en la vida real.

14 – Una noche en el museo 3. El secreto de la tumba.

- Título original: Night at the museum 3. The secret of the tomb
- Género: Comedia
- Origen: Estados Unidos
- Director: Shawn Levy
- Espectadores: 555.000



Descripción gráfica del afiche:

El afiche consigue captar la atención del receptor por la cantidad de elementos que participan en la composición. Un espacio tridimensional es advertido por la capacidad del montaje en fingir niveles de profundidad mediante las modificaciones de escala. A medida que los personajes se alejan de la primera línea de figuras, su tamaño va disminuyendo en relación al entorno, simulando lejanía.

El orden de aparición puede advertir sobre la importancia de su papel en la película. A medida que empieza a alejarse, el nivel de detalle disminuye suponiendo menor participación en la producción.

Así, dentro de un plano general donde se presenta un escenario amplio en el cual se puede distinguir a los personajes, la figura de un hombre ubicada en el centro vestido de seguridad, junto a los de una dama policía y un sheriff, tienen mayor peso visual que el resto de sus compañeros.

La armonía compositiva está lograda a través de dos tipos de relaciones, las cuales se combinan y agrupan para intensificar la dinámica de la pieza.

Una tiene que ver con las elecciones cromáticas. El azul y el color dorado pueden ir variando su nivel de saturación o valor pero son protagonistas indiscutidos de la pieza. Equilibrando los contrastes, su empleo unifica la pieza. Un claro ejemplo está en el centro del afiche, donde una luz dorada ilumina los elementos ubicados allí. Pero para neutralizar la composición en los laterales de esa zona, el fondo es de color azul, apaciguando las diferencias.

Por otro lado, el equilibrio se consigue a base de la oposición, es decir, contraponiendo pesos visuales similares en relación al eje vertical. Si dividiéramos la pieza en dos, el efecto entre los lados sería muy similar al que se produciría con un espejo.

Aunque los elementos de un lado no son idénticos al del otro, su forma y tamaño son muy similares, por lo que serenar la composición, logrando un ritmo parejo en la disposición de elementos. A medida que se van sumando figuras desde el centro de la pieza hasta los laterales se irán agregando de manera equitativa.

La utilización del texto ofrece garantías sobre el contenido argumental de la película.

En el comienzo del afiche, la frase “ La ultima noche de grandes aventuras” nos invita a asociar esta imagen con un momento agradable. Esta en una tipografía toda en mayúscula utilizando un degradado entre dorados y blancos para rellenar su interior.

Un pulmón de aire lo separa del próximo bloque de texto, ubicando allí la fotografía mencionada anteriormente.

Sobre el final de la imagen, en mayúscula, el nombre de la película en una tipografía de color dorado que destaca sobre el fondo azulado. Seguidamente, el subtítulo “ El secreto de la tumba” con el mismo estilo pero en un tamaño menor.

En color blanco, absorto por el fondo, es difícil comprender el bloque de texto que informa sobre las productoras e inversionistas. En su última línea, para cerrar la comunicación, con el mismo carácter que el del inicio de la pieza, nos anuncia sobre su próximo estreno.

Sinopsis:

En esta tercera entrega de 'Noche en el museo', el guarda del museo Larry Daley, interpretado de nuevo por Ben Stiller, emprenderá una aventura épica para evitar que la magia desaparezca para siempre. (FILMAFFINITY).

Idea general del afiche:

La pieza está cargada de referencias en relación al argumento de la saga. La fotografía del conjunto de personajes que ya participaron en las otras películas afianza el vínculo con el receptor, así como la aparición de nuevas figuras incentiva a la visualización de la producción.

La salas del Museo de Historia Natural alojan a criaturas prehistóricas, feroces guerreros de antaño, tribus desaparecidas, animales africanos y legendarios héroes. La fantástica aventura arranca por las noches cuando todos estos personajes cobran vida y participarán de extraordinarias aventuras por los pasillos del museo.

Análisis relacional entre el afiche y la película:

El texto se encuentra atravesado por múltiples alusiones sobre la película. Sobretodo, por la aparición de los personajes fantasiosos de la película para atraer la atención del receptor.

El título ayuda a contextualizar a la composición.

En el caso de que las sagas anteriores no sean conocidas para el receptor, el texto pretende ofrecer garantías eliminando de múltiples sentidos a la imagen.

La locación es otro aspecto sustancial en la pieza ya que también contextualiza la narración. Todas estas figuras han vivido en diferentes épocas, sus pensamientos y maneras de ver el mundo, como la manera de vestirse e interactuar, son muy disímiles. Lo único que tienen en común es el museo, el lugar donde se albergan.

En el centro se ubica a Larry Daley, el personaje principal, el guardia de noche del Museo de Historia de Nueva York. Cuando las exhibiciones del Museo de Historia Natural de Nueva York, que cobran vida por la noche, comienzan a comportarse de manera extraña, Larry busca explicación y descubre que la Tableta, que de manera mágica le da vida a las criaturas, ha comenzado a deteriorarse y la única forma de restaurarla podría estar en el Museo Británico.

Reconocemos en la composición algunos de los personajes que viajan a Londres con Larry para descubrir el secreto de la Tableta. El pequeño vaquero Jedediah y el joven romano Octavio, el presidente Roosevelt y su pareja Sacajawea, una de las mujeres legendarias del Oeste Americano, a Ahkmenrah hijo de faraones egipcios y al Hombre Neandertal.

También conviven en la pieza las figuras emplazadas en el Museo Británico. Sir Lancelot, el personaje más conocido de la mesa redonda, el Triceratops Trixie, los padres de Ahkmenrah, Merenkahre y Shepseheret, entre otros. La joven Tilly, guardia de seguridad del museo Londinense, también tiene su lugar en la composición detrás de Larry.

El subtítulo “el secreto de la tumba” es una pista que nos habla sobre el argumento de la historia. En las tumbas de los faraones egipcios en el Museo Británico, se

encuentra Merenkahre y Shepseheret, los padres de Ahkmenrah, heredero de la tabla. Ellos son los únicos que pueden saber por que se está corrompiendo el objeto que le da vida a los personajes de noche.

Exceptuando a Larry, ubicado en el centro de la composición, el orden de los personajes en las escaleras del museo no está basado en su protagonismo sino por su reconocimiento en la vida real. Así, se entiende que Tilly y el presidente Roosevelt, mas allá de su participación en la película, están allí porque son figuras reconocidas del ambiente y ciertas asociaciones hacia ellos pueden incentivar a ver la película.

15 – Sin Hijos

- Título original: Sin Hijos
- Género: Comedia
- Origen: Argentina
- Director: Ariel Winograd
- Espectadores: 484.000



Descripción gráfica del afiche:

El recurso fotográfico de una imagen con luz homogénea le aportan realismo a la pieza por su carácter altamente literal.

La estética urbana lograda a través de una ventana y detrás de ella luces de edificios, nos ubica en tiempo y espacio. En la ciudad está atardeciendo, y dentro de un departamento se visualizan sentados sobre un sillón a un hombre y una mujer brindando, parecieran estar en una cita. El primer plano ayuda a mostrar las emociones de los personajes y retrata un momento agradable. Cierta complicidad en sus miradas, como también atracción, nos habilitan a pensar que no se han conocido esa noche sino que son una pareja estable, hay confianza y complicidad en su postura. Su vestimenta urbana es otro recurso que aporta sencillez a la pieza.

La relación de simetría entre él y ella refleja estabilidad y calma. La armonía cromática en relación a la vestimenta y el decorado complementan esta serenidad. Sin embargo, la tensión está puesta en el personaje que se ubica debajo a ellos.

Un plano americano de una niña ayuda a narrar la acción que desenvuelve la pequeña. Abrazada a un peluche de su mismo tamaño, sobre el respaldo del sillón, pareciera estar escondida escuchando la conversación de los adultos en la parte superior, hecho desconocido para estos. A diferencia de la pareja, ella está mirando a la cámara y su expresión supone complicidad con el receptor.

Ubicado sobre los extremos verticales, se encuentra todo relacionado al campo de las palabras escritas. Son dos los estilos tipográficos que se reconocen.

Por un lado, el título con una tipografía muy clara, en mayúscula y sin serifas es el único elemento de color. Se visualiza una línea oblicua cruzando la palabra “sin” que separa a esta en dos partes.

Toda la información referida a los nombres de los actores, productores y directores está en una tipografía similar a la del título. En color blanco y con pequeñas terminaciones en algunas letras, como es el caso de la “r” de estilo más orgánico, le sacan seriedad a la comunicación acercándose al receptor por su naturalidad.

Sinopsis:

Gabriel está separado hace cuatro años. Desde entonces, Sofía su hija de ocho años, es el centro de su vida. Negado de plano a intentar una nueva relación amorosa, Gabriel vuelca toda su energía en su hija y en su trabajo. El idilio padre-hija se ve conmocionado por la aparición de Vicky, amor platónico de la adolescencia, transformada ahora en una mujer hermosa, independiente y desenfadada. (FILMAFFINITY).

Idea general del afiche:

El afiche se vale de los personajes principales Gabriel, Vicky y Sofía para citar a la producción. El tema central gira evidentemente en torno a la relación entre padres e hijos. Sin embargo, son muy pocas las pistas que nos da para saber un poco más acerca de esta familia en particular. Solo la mirada cómplice de la niña permite saber que hay algo oculto entre la historia que todavía no fue develado.

Los nombres del actor Diego Peretti y la española Maribel Verdú, como del director Ariel Winograd, añaden valor a la película por su reconocimiento actoral en el medio artístico.

Análisis relacional entre el afiche y la película:

La película trata sobre la historia de amor entre los dos personajes sentados sobre el sillón, entre Gabriel y Vicky, y la hija de Gabriel, Sofí.

La pieza no cuenta con ningún tipo de texto soporte que nos dé alguna pista sobre el contenido de la película. El peso narrativo de la composición reposa en niña la oculta. Su aparición implica tensión. La pequeña Sofí es negada por su padre ya que Vicky, el amor platónico que después de muchos años vuelve a aparece en la vida de Gabriel, odia a los niños.

A partir de ese momento, su vida se transforma en un tormento de maniobras y ocultamientos.

Una pista sutil en la tipografía retocada por un corte transversal del título es una

analogía del paralelismo que vive Gabriel quien arma y desarma su casa dependiendo quien venga. En cada cita con Vicky, Gabriel limpia su departamento de juguetes, ropa, fotos y cualquier otro rastro infantil. Cuando Vicky se va, todo vuelve a su lugar y la casa queda lista para recibir a Sofía.

De estilo informal y urbano, tanto la imagen como el texto expresan modernidad y calidez asegurando un momento placentero y entretenido a la hora de ver la película.

V- Conclusiones

En general, las piezas analizadas tienen la misma lógica que la contratapa de un libro. Todas muestran a los personajes y al entorno donde transcurre la historia pero no nos cuentan nada más sobre el argumento de la película.

Podemos afirmar que la mayoría de las piezas cuentan con una imagen, el antetítulo, el título, el subtítulo, y un bloque de texto que informa sobre la productora e inversionistas. En algunos casos, los nombres de los actores o directores de la película le agregan valor a la producción desde un punto extra argumental.

Pero esto no nos dice nada nuevo.

Hay otras cuestiones que son más ricas en cuanto a las relaciones entre los afiches y la película.

Entender por ejemplo por qué se eligió un tipo de plano sobre otros, y qué significado puede aportar éste a la recepción del mensaje, o el por qué de la iluminación localiza en ciertas zonas de la composición, son algunas de las cuestiones por las que vale la pena el análisis.

Todas las historias pueden ser narradas de diferentes maneras. El empleo de los códigos utilizados por las piezas gráficas no es aleatorio sino que responde a la exigencia de expresar un mensaje con un fin determinado. Para ello se busca en el imaginario colectivo aquellos símbolos, marcas o pequeños objetos fetiches de la vida cotidiana que más allá que puedan generar empatía con el público, explotan al máximo las sensaciones.

Así es como a lo largo del análisis, ciertas pistas sutiles sobre la producción cinematográfica iban apareciendo naturalmente en la pieza gráfica. Sin buscarlo se podían relacionar aspectos que unían a los dos tipos de soportes utilizados para contar la misma historia.

El tema de la categoría a la que responden tiene mucha influencia en la manera de componer la pieza, no es lo mismo hablar sobre una comedia que sobre una película de acción, tampoco comunicar sobre el estreno de una película que anuncia la tercera parte

de una saga.

En el caso de las películas de animación podemos observar escenarios neutros para focalizar toda la atención en los personajes animados representados por ilustraciones. Mediante un plano general se describen a todas las figuras que participan en la historia, sus características físicas, vestuario y actitud en el afiche son indicios de su personalidad en la película. Las tensiones en las piezas están dadas por los contrastes de forma y color exagerados ya que provoca mayor atención y dinamismo generando una atmósfera ideal para ser advertido por los niños. El texto ayuda a anclar el contenido de la película con la escena representada en el afiche. Se respira alegría y optimismo.

En las películas de acción es otra la manera de disponer los elementos. La situación que describen es un espacio tenso, donde los personajes están visualizando al enemigo que se encuentra fuera del marco del afiche aumentando el suspenso. La imagen de fondo sirve para enmarcar la historia y sobre esta se ubica la fotografía de los personajes principales. El texto fomenta la tensión entre los oponentes e incentiva a conocer más. Sus miradas desafiantes y su postura retadora, junto a las luces y sombras provocadas intencionalmente, buscan crear interés sobre el desenlace de las historias narradas.

La fotografía de un primer plano de los personajes principales ocupando la mayoría del lienzo es símbolo de las películas dramáticas. El carácter expresivo que le aporta este tipo de planos resulta apropiado ya que genera mayor acercamiento a las emociones y sentimientos de los personajes. El texto ayuda a conocer más acerca del argumento, aporta pistas sobre la esencia de la película. El vestuario, la locación y el estilo general del afiche sirven para contextualizar la historia. Sin embargo, el recurso que aporta más valor es el de la iluminación. El foco de atención está puesto únicamente en la mirada del personaje generando complicidad con el receptor.

Al igual que en las producciones cinematográficas, en los afiches de películas de ciencia ficción, el género está atravesado por la fusión entre fotografía y animación ilustrada. Aquí el componente visual precede toda acción. Los efectos especiales, al igual que el vestuario, el maquillaje y la utilería sirven para situar y comprender el mundo que se está representando. La función principal es narrar la acción que desenvuelven los personajes. Gracias a las diferencias de escala, es posible advertir qué personajes tienen mayor peso en la historia.

Otro universo es el de los afiches del género comedia. Un plano general enmarca a los personajes principales en la locación donde más frecuentan en la película. El recurso de la fotografía, el vestuario y el maquillaje acorde con la época en que transcurre la historia, añaden realismo a la pieza. Los contrastes cromáticos o morfológicos permiten fijar la atención en las zonas deseadas. El texto trata de enfatizar algún elemento del contenido visual para ofrecer garantías sobre un momento placentero y entretenido.

Otro tipo análisis que se puede realizar se basa en el origen de la producción. Dentro de la categoría “películas argentinas” se pueden advertir ciertas características particulares, aunque pertenezcan a diferentes géneros. Más allá de los recursos formales, como el uso de la fotografía en todos los casos, la iluminación localizada para resaltar el rostro de los personajes, y los primeros planos que delatan las expresiones de los personajes, el texto no solo sirve para relacionar el contenido de la película con el soporte gráfico sino que menciona a los actores y directores que participan de la producción. Este recurso tiene funciones extra argumentales.

Los artistas que participan, al ser una producción nacional, ya son reconocidos por el receptor como figuras independientes del papel que interpretan. Los receptores, conscientes o no, tienen ya elaborado un juicio de valor hacia ellos en su conciencia. Suponiendo que esta percepción sea favorable, su mención puede ser la atracción de la película más allá si el contenido argumental le interesa o no.

Otra categoría interesante para analizar es la de las películas basadas en hechos verídicos. Lo interesante en estas producciones es justamente su veracidad en la realidad, por lo que resulta esencial hacer hincapié en comunicar sobre ello. En estos casos, el uso de la fotografía como la analogía estética es la clave ya que aportan realismo a la composición. El vestuario, el maquillaje, los peinados y la locación deben ser lo más fidedigno al contexto real de historia. El texto ofrece garantías sobre el carácter verídico e incentiva a visualizar sobre estos hechos mediante pistas de lo ocurrido que generan intriga y suspenso.

Por último, nace inherentemente la categoría “sagas” ya que muchos de los afiches analizados son de una historia dividida en partes. Aquí, hay ciertas características formales que van a variar dependiendo del género al que pertenezcan, sin embargo, lo llamativo es encontrar que en todas los afiches que pertenecen a este tipo de

clasificación ponen el foco de la atención en vincular la nueva producción con las anteriores, y dotar de importancia a los nuevos personajes para renovar el entusiasmo para ver la reciente película.

La capacidad del mensaje para comunicar sus propias claves de decodificación citandolas de modo de garantizar al máximo la inmediatez de su registro es una función propia del afiche en donde por medios visuales compartidos con el receptor busca una decodificación adecuada, “ hablar el mismo idioma” para genera interes y motivar a la acción.

En todos los casos el título se despega de la imagen por su considerable tamaño, y es una analogía con el estilo tipográfico utilizado previamente, lo que produce familiaridad al receptor. A la vez, el subtítulo se vale de otro estilo para anunciar sobre los acontecimientos en esta historia, refiriéndose a nuevas experiencias que se vivirán al ver la producción.

Algo similar ocurre con la imagen, los personajes icónicos de las otras producciones tienen su lugar en la composición para no alterar la percepción sobre la esencia de la historia. Sin embargo, los nuevos personajes, que en la mayoría de los casos son los personajes principales en este relato hasta ahora desconocido, están ubicados en el centro del afiche, y es por medio de la iluminación, escala, o relación cromática con el resto de los elementos que permiten ser advertidos con total claridad. El espacio exclusivo concedido en el soporte gráfico es igual al que tienen en la nueva producción cinematográfica.

Para finalizar, es interesante mencionar que en el 80% de los afiches, se empleó una tipografía sin serifas, en mayúscula de estilo moderno. Esta característica no es aleatoria sino que responde a una tendencia gráfica minimalista que se prefiere reducir cualquier cosa a lo esencial, despojandola de elementos sobrantes. Se utiliza en términos globales hoy en día, por su claridad, legibilidad y simpleza a la hora de querer comunicar un mensaje.

Otra observación se basa en el uso máximo de solo dos estilos tipográficos por composición. En general, uno es usado para referir al contenido de la película y el otro comunica información extra argumental, como puede ser el nombre de los actores, directores, productores, inversores, fecha de estreno, etc.

Algo similar sucede con los tintes utilizados para colorear el texto, y su uso es semejante a lo mencionado anteriormente. No está demás aclarar, que el color elegido

siempre contrasta con el color del fondo donde está ubicado para poder despegarse y atraer la atención.

Lo que ocurre en el campo de los signos textuales y visuales resulta clave para lograr la primera fase de contacto donde se busca captar la atención del receptor e incitar a la lectura de la pieza.

VI – Bibliografía

- Abraham, M. & Costa, J.(1999) Publicidad y diseño. Buenos Aires, Argentina : Ediciones Infinito.
- Baccaro, A. & Guzmán, S. (2013). El cine y sus lenguajes. Metodología para la formación. Quito, Ecuador: SIGNIS. ALC.
- Barnicoat, J. (1972). Los Carteles. Su historia y lenguaje. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Broich, U. & Pfister, M. (1985). Intertextualidad . Formas, funciones, estudios de casos. Tübingen, Alemania: Max Niemeyer Verlag.
- Chavez, R.(1989). Discurso Visual del Afiche Pequeña teoría del cartel. En revista TipoGráfica N° 7, 8 y 9. Disponible en <https://visualgrafica.files.wordpress.com/2012/03/moduloafiche-2012.pdf>. Recuperado el 5 de Marzo del 2016.
- Coronado, D.(2001). La metáfora del espejo. Teoría e historia del cartel publicitario. Sevilla, España: Alfar.
- De Felipe, F. (2006). La sombra de una deuda: publicitarios y cineastas. En revista Trípodos, N° 18, Octubre 2006. Disponible en <http://www.raco.cat/index.php/tripodos/article/viewFile/40004/40079>. Recuperado el 5 de Marzo del 2016.
- Diez, B.(2013). La seducción del cartel de cine, un estudio de la retorica de la imagen de los mejores carteles de cine de la década del 2001 al 2010. Disertación doctoral no publicada, Universidad Central de Venezuela, Caracas, Venezuela.
- Enel, F. (1977). El cartel: lenguaje, funciones, retórica (2° ed.). Valencia, España: Fernando Torres Editor.
- Field, S.(1996). El manual del guionista. Barcelona, España: PLOT Ediciones.

- Garaycochea, O.(2007). La creatividad audiovisual y sus condiciones de existencia. Apunte del taller inicial del instituto de comunicación e imagen de la Universidad de Chile, disponible en <http://www.icei.uchile.cl/cine/documentos/garaycochea/INICIALuno07.pdf>. Recuperado el 5 de Marzo del 2016.
- García Tsao, L.(1997). Como acercarse al cine. Distrito Federal, Mexico: Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las artes.
- Hatim, B. & Maso, I. (1995). Teoría de la traducción: una aproximación al discurso. Barcelona, España: Editorial Ariel S.A.
- Jimenez Martin, G. & García Benitez, M.A. (2012). La intertextualidad en televisión: cine y publicidad. En revista “Razón y Palabra” N° 79. Mayo 2012. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/1995/199524411027.pdf>. Recuperado el 5 de Marzo del 2016.
- Jiménez Martin, G. & Zambrano, R. (2012). Cine y publicidad. La intersexualidad en las campañas de Volkswagen. (En <https://revistas.ucm.es/index.php/ARIS/article/viewFile/41170/39379>). Recuperado el 5 de Marzo del 2016.
- López Mora, P. (2007). La intertextualidad como característica esencial del discurso publicitario. (En <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/circulo/no30/lopezmora.pdf>). Recuperado el 5 de Marzo del 2016.
- Luna, P.(2006). Cine con problemas de cartel. Disertación doctoral no publicada, Universidad Abierta Interamericana, Buenos Aires, Argentina.
- Marqués Graells, P. (1995). Introducción al lenguaje audiovisual. Apunte del departamento de pedagogía aplicada, Facultad de educación, UAB en http://www.unpa.edu.ar/sites/default/files/descargas/Administracion_y_Apoyo/Materiales/2015/T202/tpm-lenguaje_audiovisual.pdf. Recuperado el 5 de Marzo del 2016.

- Martín, M.(2002). El lenguaje del cine. Barcelona, España: Gedisa S.A.
- Moles, A.(1973). El afiche en la sociedad urbana. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Moreno Peinado, A. (2005). La traducción de la intertextualidad en textos audiovisuales: a la búsqueda de una metodologías. En ROMANA GARCÍA, María Luisa [ed.] II AIETI. Actas del II Congreso Internacional de la Asociación Ibérica de Estudios de Traducción e Interpretación. Madrid, 9-11 de febrero de 2005.
- Perales Bazo, F. (2007). Cine y publicidad. Madrid, España : Fragua.
- Pérez Rufi, J.P. (2010). El cartel de cine hoy. En revista Científicas Complutenses, Nº , Marzo 2010. Disponible en <http://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/PEPU1010220071A>. Recuperado el 5 de Marzo del 2016.
- Rivera Betancur, J. & Correa Herrera, E.(2011). La imagen y su papel en la narrativa audiovisual. (En <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/Mesa%2011/ImagoColombia.pdf>). Recuperado el 5 de Marzo del 2016.
- Rodríguez Ferrandiz, R. (2003). Publicidad omnívora, publicidad canívola: intertexto polémico. Alicante, España: [s.n]
- Roland, B. (1986). Lo obvio y lo obtuso. Barcelona, España: Paidós Comunicación.
- Roland, B. (1994). El susurro del Lenguaje. Barcelona. España: Paidós.
- Roland, B. (1966). Introducción al Análisis estructural de los relatos. Buenos Aires, Argentina: Editorial Tiempo Contemporáneo.
- Sotag, S. (2012). El Cartel: publicidad, arte, instrumento político, mercancía. (En <http://arlequibre.blogspot.com.ar/2012/12/susan-sontag-novena-entrega.html>). Recuperado el 5 de Marzo del 2016.

- Viera, R.(2009). Conceptos básicos para diseñar afiches y volantes. (En <http://es.scribd.com/doc/14424271/Criterios-Basico-de-Diseno-para-elaborar-afiches-y-Volantes#scribd>). Tomado el 5 de Marzo del 2016.
- Zabalbeascoa, P. (2002). El texto audiovisual: factores semióticos y traducción. Alicante, España: [s.n]