



UAI Universidad
Abierta
Interamericana

Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en Diseño Gráfico

Estereotipos visuales en los carteles de películas contemporáneas

Tutora: Gabriela Nazario

Giuliana Cismondi

2015

Índice

Pág. 5	Introducción
Pág. 7	Capítulo 1: Marco teórico
Pág. 8	Historia del cine
Pág. 10	Definición de cartel
Pág. 12	Historia del cartel
Pág. 14	El cartel de cine
Pág. 16	Géneros del cine
Pág. 19	Teoría del color
Pág. 22	Historia de la tipografía y clasificación
Pág. 28	Recursos gráficos en los carteles
Pág. 28	Tipo de imagen
Pág. 28	Fotografía
Pág. 30	Imagen dibujada a mano e ilustración
Pág. 31	Imagen digital
Pág. 32	Composición de la imagen
Pág. 32	Tipografía/texto
Pág. 33	Color
Pág. 33	Del texto
Pág. 34	De la imagen
Pág. 34	Del fondo
Pág. 35	Elementos decorativos y agregados
Pág. 35	Grilla compositiva
Pág. 36	Lectura del cartel
Pág. 36	Medidas del cartel

Pág. 37	Otras investigaciones sobre el tema
Pág. 40	Capítulo 2: Metodología y criterios de evaluación
Pág. 63	Capítulo 3: Análisis
Pág. 64	Melodrama
Pág. 65	Acción o bélico
Pág. 66	Musical
Pág. 67	Terror y suspenso
Pág. 68	Comedia
Pág. 69	Ciencia ficción
Pág. 70	Romance
Pág. 72	Capítulo 4: Conclusiones
Pág. 74	Bibliografía
Pág. 75	Fuentes
Pág. 76	Anexos

Introducción

Cuando el cine comenzó a vivirse como un espectáculo a fines de 1895 en París, y luego se fue propagando por el mundo, uno de los elementos más importantes para su difusión fue el cartel. Una obra con fin informativo, a la cual luego comenzó a dársele una importancia más estética, fue el principal medio por el que la gente se enteraba de los shows y así se reunía en un determinado lugar para disfrutar todos del mismo espectáculo.

De esta manera, el afiche de cine se convirtió en uno de los principales instrumentos de promoción. Ahora, muchísimos años más tarde, con el avance de la tecnología tanto para producir películas como para su difusión, el cartel sigue teniendo un lugar especial para los consumidores. Es uno de los primeros elementos que nos llaman la atención, con sólo verlo al pasar caminando. Éste nos deja observar un estilo particular del género del que se trata la película, haciendo que nos formemos rápidamente una idea de la misma.

Todo film se encuadra en un género para poder clasificarse más fácilmente. De esta manera, los espectadores ya saben qué esperar, y algunos se sentirán más atraídos que otros a determinada temática. Los afiches de dichas películas deben reflejar su espíritu, utilizando recursos visuales de tipografía, color, diagramación e imagen.

Esta tesis presenta un análisis de carteles de películas de los años 2012 y 2013 para determinar cuáles son esos estereotipos visuales que se formaron en los afiches según cada género.



Foto: "Anna Karenina" (2012)
Película de Joe Wright
Fuente: impawards.com

; Problemática

Los carteles de películas utilizan ciertos recursos visuales para informar y llamar la atención del espectador. Haciendo esto, también indican el género del que se trata la película, formando estereotipos que se repiten en muchos carteles.

¿Cuáles son los estereotipos visuales que existen en los carteles de películas según el género?

; Objetivos

General

Analizar los estereotipos visuales de los carteles de películas según el género.

Específicos

- Observar y describir los elementos de la composición del cartel
- Identificar estilos tipográficos y jerarquías
- Reconocer paleta de colores predominante
- Ver y determinar tipo de imagen y características
- Identificar relaciones entre los elementos de la composición



Foto: "21 Jump Street" (2012) Película de Phil Lord y Christopher Miller
Fuente: www.impawards.com

Capítulo 1:

Marco teórico

Historia del cine

El cinematógrafo se presentó en sociedad en los últimos años del siglo XIX. Este invento surgió gracias a los progresos científicos de la física y química, de la óptica, de las cámaras, mejoras en la proyección de imágenes, la fotografía y las ilusiones ópticas. Entre los precedentes más importantes que pueden mencionarse, se encuentran la cámara oscura de Johannes Kepler, el nacimiento de la fotografía con Joseph Niepce, la “linterna mágica” de Athanasius Kircher que permitió proyectar imágenes fijas, artefactos como el Phantascope de Etienne Robertson, el Praxinoscopio de Emile Reynaud, el Zoopraxiscopio de Eadweard Muybridge, el revólver fotográfico de Jules Jansen y el fusil fotográfico de Etienne Jules Marey.

Todos estos inventos, técnicas y artefactos permitieron que el cinematógrafo llegara a ser realidad, logrando otorgarle movilidad a la imagen fotográfica, ayudando también la comercialización del rollo de película en celuloide de los hermanos Hyatt en 1868. Cuando estos procedimientos y sistemas de captación y fijación de imágenes se desarrollaron lo suficiente como para lograr la proyección de un film, es cuando el cine como espectáculo nació.

El 28 de diciembre de 1895, los hermanos Louis y Auguste Lumière realizaron la primera proyección pública de imágenes en movimiento en París. El invento causó revuelo, impresión y sorpresa, haciendo que se extendiera rápidamente por otras ciudades de Europa y América. En 1896 aumentó la demanda de más proyecciones y más títulos, por lo que comenzó la producción a gran escala de películas, que de a poco aumentaron su duración.

Durante los primeros años, los temas de las películas se repetían con frecuencia, siendo las más exitosas las que resultaban más sorprendentes para los espectadores. Así, se encontraban muchas en las que comenzaron a experimentar con desapariciones, trucos y efectos que lograban escenas imposibles de ser vistas en la vida real, o presentar situaciones o lugares imposibles de visitar (Duiops, 2009).

Edison fue el mayor impulsor del cinematógrafo en Estados Unidos, mientras que otros directores importantes fueron creciendo detrás de él. Así nació la primera película western: “Asalto y robo de un tren” en 1903, dando inicio a un género exclusivamente americano.

Pronto, el cine se convirtió en un espectáculo abierto para todo el público, barato y popular, muy alejado de la categoría de “arte”. Muchas personas se reunían en las salas de proyección para ver los metrajes, que a finales de los años veinte incorporó el sonido y luego el color.

Aunque el cine se desarrolló en todo el mundo, no lo hizo homogéneamente. En Francia se adaptaron obras de Víctor Hugo y Emile Zola, mientras que en Italia se consolidaba la forma de hacer cine que influiría en todo el globo. En Europa se buscaba experimentar con el lenguaje cinematográfico para lograr el estatus de “arte” en sus metrajes. En Estados Unidos empiezan a fundarse los primeros estudios cinematográficos, naciendo lo que hoy se conoce como la industria de Hollywood.

Cuando se incorporó el sonido en las películas, ya no bastaba con ser fotogénico, sino que el diálogo tenía que expresar algo, y no ser sólo un arreglo. De esta manera, la industria del cine cambió y tuvo que adaptarse a la novedad, también dándole más importancia a los guionistas y escritores. La llegada del cine sonoro supuso el despegue definitivo de la industria de Hollywood, convirtiéndose en referencia para todos los profesionales del cine.

En Estados Unidos, desde un comienzo se vio la industria del cine como un espectáculo dirigido a un extenso sector de la población capaz de traer grandes ganancias. Se producían historias fáciles de entender y que resulta-

Foto: Los hermanos Lumière
Fuente: ligacult.wordpress.com



ran entretenidas para los espectadores, creando estrellas reconocibles más adelante en el camino. En los años treinta comenzaron a definirse distintos géneros que ayudaron a diferenciar los temas de los metrajes entre el público y la industria. Este sistema permitía que cada película fuera producida dentro de un patrón genérico reconocible, mostrando estructuras básicas identificables. Así se podían encontrar el musical, el cine negro, el de aventuras, el de terror y el western, entre otros.

De esta manera se armó la gran industria que se conoce hoy. Nacieron muchas empresas, que luego fueron creciendo y siguen aún hoy en día, mientras que muchas otras quedaron en la historia. Los metrajes comenzaron a distribuirse fuera de su país de origen, llegando a ser la mitad de lo recaudado en Estados Unidos durante la segunda mitad de los años veinte y los años treinta. Esto cambió con la Segunda Guerra Mundial, ya que se perdieron los mercados de Japón, Italia y Alemania.

Durante la Segunda Guerra Mundial, el cine alrededor de todo el globo se centró en apoyar la causa de los países en guerra. Aumentó la producción de documentales y cine informativo propagandístico, mientras que se crearon historias de ficción que transmitían los ideales que cada país defendía.

Entre las décadas de 1950 y 1960, la popularidad e influencia de Hollywood en el mercado decayó considerablemente. Uno de los principales factores lo constituyó la llegada de la televisión, que se convirtió en un duro competidor. Muchos técnicos cinematográficos se pasaron al mundo de la televisión, comenzando a realizar telefilmes, con el fin de adecuarse económicamente a los cambios y vender películas antiguas para la televisión. Así, grandes productoras comenzaron a investigar maneras de lograr remontar la industria del cine, experimentando con nuevas tecnologías que superaran las de la televisión (INTEF, s.f.).

Según Altman (2000) a partir de la década de 1970, el cine vio el nacimiento de algo que cambiaría la industria para siempre: el nacimiento de los "blockbusters", películas que suponen un gran golpe de taquilla, y que logran una venta extensa de mercadotecnia, juguetes, figuras, y elementos de comercialización. Algunas de estas películas explotadas como blockbusters fueron "Star Wars" (1977) de George Lucas, "Encuentros del Tercer Tipo" (1977) de Steven Spielberg, "Superman" (1978) de Richard Donner e "Indiana Jones" (1981) de George Lucas y Steven Spielberg.

A partir de entonces, el cine ha ido creciendo a pasos agigantados gracias a las nuevas tecnologías y a los avances que éstas permiten. Se diferencia entre el cine comercial y el cine arte, pueden producirse películas más espectaculares al incluir efectos especiales y elementos fantásticos, y se crean grandes estrellas del cine y películas de culto.

Sin embargo, otro de los grandes avances que estamos viviendo hoy en día es gracias a internet y la digitalización. A causa del crecimiento de la capacidad de almacenaje en discos, CD-ROM, DVD y más nuevo, el Blu-Ray, pudo hacerse posible la comercialización de los filmes a través de estos elementos. A su vez, con internet comenzaron a comercializarse copias digitales de los filmes, y a nacer empresas como Netflix, que permiten visualizar películas y series desde su página web, luego de suscribirse.

Internet también permitió que pequeños cineastas o filmes de cine independiente puedan hacerse más conocidos, o que sea más fácil su difusión. También ha servido para la distribución del cine clásico, pudiéndose encontrar una colección de películas de dominio público para la preservación de la historia del cine, libre de uso personal y comercial.



Foto: "Star Wars" (1977) Película de George Lucas
Fuente: www.impawards.com

Definición de cartel

Félix Beltrán (1993) definió qué es un cartel y su función de la siguiente manera:

[...]Es uno de los más formidables medios de comunicación existentes, puesto que involucra a la imagen, al saber, a la filosofía y, a veces, a la poesía. [...] Apunta a establecer un diálogo humano y fraterno con el público. [...] Se trata de convertir al espectador en un cómplice. Para ello, el diseñador debe llegar a simplificar al máximo. [...] Hay una similitud de espíritu con el epigrama, un arte que consistía en expresar más y muy rápido con unas pocas palabras (p. 30).

A su vez, continuando con lo que determina la eficacia del cartel, agrega que “debe llegar al cerebro y al corazón, es decir, apelar a la inteligencia y la sensibilidad”. En la actualidad, muchos carteles no ganan la atención que se merecen debido a que la imagen que proponen, ya sea un personaje o un objeto, se presenta como real, “y no hay nada menos verdadero que lo real” (p.31).

El autor sostiene que cuando el diseñador dispone de un espacio para comunicar, debe aplicar su habilidad para reconstituir lo natural al máximo. Es decir, para que el mensaje sea efectivo, tiene que ser subjetivo, y no mostrar la realidad tal cual es, ya que puede resultar en una falta de interés por parte del espectador.

Por otro lado, el diseñador Bert Braham (1994) escribe lo siguiente sobre el tema:

Un cartel es un material gráfico que transmite un mensaje, está integrado en una unidad estética formada por imágenes que causan impacto y por textos breves. [...] Cuya función es lanzar un mensaje al espectador con el propósito de que éste lo capte, lo recuerde y actúe en forma concordante con lo sugerido por el propio cartel (s/n).

Es pertinente también nombrar lo que Josep Renau (1973) sostuvo sobre el cartel, entendiéndolo como una nueva forma de arte capaz de despertar mayor interés entre los artistas y el público de la calle.

Sobre sus funciones, la “Pequeña Teoría del Cartel” de Norberto Chaves (1989), enuncia seis utilidades o funciones tipo del mensaje en general y del cartel en particular:

- **El contacto:** Es la capacidad del mensaje para captar la atención, incitar a su lectura y facilitarla, mantener vivo el interés y permanecer en la memoria del receptor durante el tiempo requerido por el objeto específico del mensaje.
- **La información:** Es la capacidad del mensaje para aludir a las nociones que el emisor intenta transmitir a los receptores y suscitar en ellos representaciones, ideas e imágenes pertinentes al tema de la comunicación concreta.
- **La persuasión:** Capacidad del mensaje para producir en los receptores efectos más allá de la propia comunicación, logrando modificaciones en su conducta o convicciones.
- **La identificación:** Es la capacidad del mensaje para sugerir la identidad del emisor de modo que el mensaje quede detallado en la relación receptor-emisor, logrando que el sentido del mensaje sea comprendido por quien lo recibe.
- **La convencionalidad:** Capacidad del mensaje para comunicar sus propias claves de decodificación, de modo que logre entenderse lo que

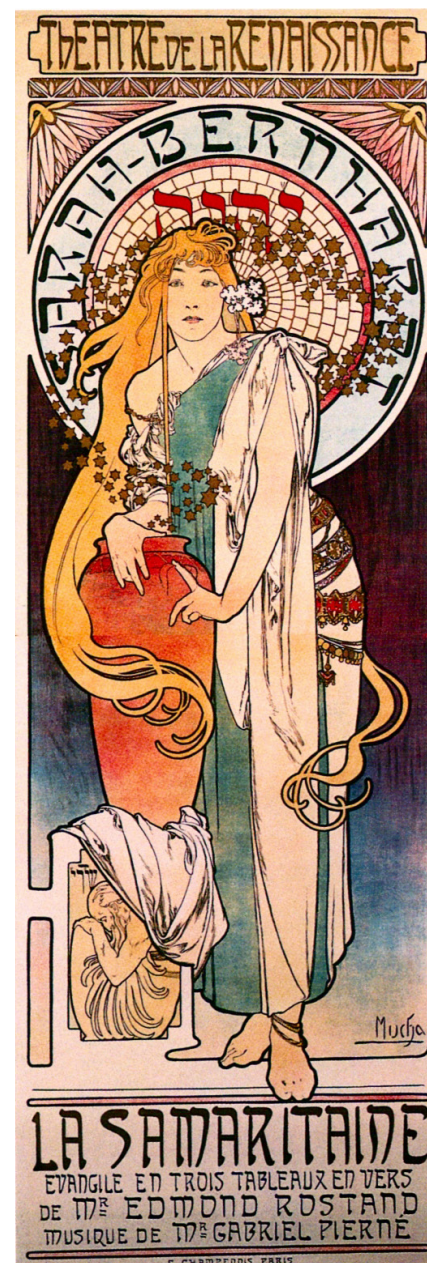


Foto: “La Samaritaine” (1897) de Alfons Mucha
Fuente: www.lagribouille.com

se quiere transmitir. Esto se logra utilizando códigos visuales compartidos por los receptores, que posibilite su deducción.

- **La estética:** Se trata de la capacidad del mensaje para gratificar y ser aceptado como un hecho estético válido por los receptores. Suele utilizar la persuasión y/o seducción (p. 4-7).



Foto: "France-Champagne" (1891) de
Pierre Bonnard
Fuente: www.wsj.com

Historia del cartel

El afiche fue probablemente el primero de los medios gráficos en desarrollarse. En 1539, Francisco I decretó que sus comunicaciones públicas debían anunciarse también en afiches que recorrieran los barrios de París para que todos los conozcan. La colocación de dichos afiches quedó bajo el control de la autoridad real, y se sancionaba si se colocaban afiches no autorizados o si se destruían los ya existentes.

De esta manera, se dieron a conocer anuncios, decretos, información sobre ferias y mercados y todo lo que se quería que el público supiera. En 1669, el control de los afiches en París pasó a la policía. En esta época, los carteles pocas veces contenían ilustraciones o dibujos, sólo era importante dar a conocer la información (Beltrán, 1993).

La revolución de 1789 trajo un incremento en la producción de afiches, y apareció otra clase: los oficiales, en papel blanco, y los particulares en papeles de colores.

En el siglo XIX, ocurrieron dos cosas que hicieron que la confección de carteles aumentara: el inicio de la producción en serie, que produjo la necesidad de una publicidad masiva, y la invención de la litografía a manos de Senefelder, lo que facilitaba la impresión de libros y carteles ilustrados.

La cumbre de la producción de carteles se realizó durante la primera mitad del siglo XIX, ya que comenzó a utilizarse para promocionar todo tipo de productos, servicios y espectáculos. En especial los carteles teatrales, que comenzaron a incluir ilustraciones realistas de las escenas representadas en las obras.

Jules Chéret fue un francés que comenzó a diseñar tapas de libros y afiches para espectáculos luego de haber estudiado litografía y dibujo. Con sus trabajos, revolucionó el cartelismo, perfeccionando la litografía para imprimir a colores, y desarrollando teorías sobre el color. Cambió el aspecto visual de las calles con sus afiches en vivos colores, dándole más importancia a la ilustración, que hasta ese momento se encontraba en un segundo plano con respecto al texto.

La revolución de Chéret alcanzó toda Europa y América. Los carteles comenzaron a llenarse de ilustraciones a color e incluso con texto ilustrado a mano, para promocionar todo tipo de espectáculos y servicios, cosa que ayudó a alcanzar a más gente (Barnicoat, 1972).

Ya hacia finales del siglo XIX y comienzos del XX, existían varias empresas de afiches. Aun así, los carteles debían ser reconocidos por la policía y llevar una marca pegada que certificaba la autorización. Algunos artistas comenzaron a especializarse en ciertos rubros, como Morris que hacía solamente afiches de teatro.

En esta época también surgieron algunos de los cartelistas más importantes, como Toulouse-Lautrec, Alphonse Mucha, Pierre Bonnard y Théophile Steinlen. A su vez, hubo movimientos paralelos en otros países de Europa, Bélgica, Cataluña y Suiza.

La corriente del Art Nuveau también trajo su cantidad de artistas reconocidos, como Aubrey Beardsley y Michael Bradley en Estados Unidos.

Privat-Livemont (1898) sostiene lo siguiente sobre el cartel:

Lo que debe intentarse conseguir es golpear a la multitud sin perder un sello de belleza artística y distinción con el fin de conducirla a admirar y comprender lo que es y seguirá siendo obligatoriamente bello, [...] y que será necesario asimilar a las cosas más pequeñas, para elevar el gusto público lo más que sea posible (s/n).

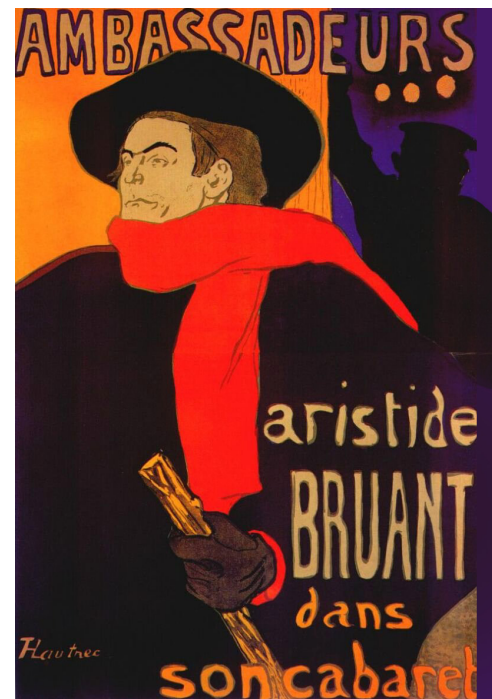


Foto: "Ambassadeurs: Aristide Bruant" (1892) de Toulouse-Lautrec
Fuente: www.wikimedia.org

Meggs (2000) sostiene que el cartel alcanzó la cumbre como medio de comunicación durante la Primera Guerra Mundial en 1914. La tecnología tipográfica fue perfeccionada y la radio y otros instrumentos electrónicos de comunicación aún no habían adquirido tanta importancia. Por eso es que los gobiernos recurrieron al cartel como la forma principal de propaganda y de persuasión visual. Los usaron para reclutar ejércitos y levantar la moral pública para mantener el apoyo a la guerra.

En los carteles de Alemania y Austro-Hungría dominaba el enfoque del diseño donde palabras e imágenes fueron integradas y la esencia de la comunicación fue expresada al simplificar las imágenes en formas y modelos poderosos. El enfoque de los Aliados hacia la propaganda gráfica era más ilustrativo, usando imágenes literales y no tan simbólicas. Los carteles británicos llamaban a proteger los valores tradicionales, el hogar y la familia.

Cuando Estados Unidos se unió a la guerra, hicieron una pequeña revolución con respecto a las propagandas usando los carteles. La Pictorial Publicity, una agencia federal que produjo más de 700 carteles y otros materiales de propaganda para otras 50 agencias gubernamentales, contaba con ilustradores que trabajaban sin cobrar, recurriendo al diseño del cartel escalándolo al tamaño de la página de una revista. Se reemplazaron las interpretaciones narrativas con propaganda persuasiva, y se integraron rótulos con la imagen.

Las principales funciones del cartel en esta época fueron: incitar a los hombres para que se unieran al ejército, subir la moral de los soldados del país, crear un culto alrededor de los líderes nacionales o de figuras simbólicas, recaudar dinero, alzar esfuerzos voluntarios, estimular la producción y ridiculizar a los líderes de las fuerzas enemigas.

Durante y después de la Primera Guerra Mundial, surgieron movimientos que siguieron dándole importancia al cartel, por más que la sociedad fuera cada vez más industrial: el cubismo, el futurismo, el dadá y el expresionismo, naciendo también escuelas de corrientes importantes como la Bauhaus y el movimiento de Stijl (Beltrán, 1993).

Alrededor del año 1925, París se tomó como centro popular del estilo. Nacieron movimientos como el Art Nouveau, y más tarde, el ArtDeco, que se extendió rápidamente a través de Europa.

Cuando estalló la Segunda Guerra Mundial en 1939, el cartel volvió a tomar un papel importante en la comunicación, aunque esta vez compartió el trabajo con otros medios como la radio y el cine. Para este tiempo, el uso de la fotografía se había vuelto tan común como el uso de la ilustración. La litografía comenzó a decaer, y se empezó a utilizar la técnica del offset, que permitía tiradas más grandes y más rápidas.

Pelta (2011) escribe sobre cómo, luego de la guerra, el uso del cartel declinó en la mayoría de los países, mientras que la televisión y el cine se convirtieron en los protagonistas de la difusión de mensajes. Para este tiempo, cuando el uso del cartel como transmisor de mensajes había declinado bastante, ya muchos de los más viejos y enigmáticos carteles empezaron a colgarse como obras de arte en galerías y muestras.

El estilo tipográfico que se usaba internacionalmente comenzó a perder su vigencia a fines de los 70 y comienzo de los 80. Wolfgang Weingart fue quien condujo la pequeña rebelión que llevó al estilo gráfico predominante de hoy conocido como diseño Post-Moderno. Weingart experimentó con la impresión offset para producir carteles complejos, caóticos y coloridos, siendo importante para estilos que se desarrollarían después, y más tarde los avances que se lograrían con la computadora.

El estilo y aspecto del cartel ha cambiado desde su inicio hasta ahora, adaptándose a la necesidad del momento y los cambios de la sociedad. Aun así, sigue evolucionando y siendo importante incluso en el presente, donde la tecnología de la informática tomó mucho poderío al realizar diseños, e incluso nacieron nuevos soportes como internet, que revolucionaron la manera en la que nos comunicamos ahora.

Foto: "Isolde" (1899) de Aubrey Beardsley
Fuente: www.zeno.org



ISOLDE

El cartel de cine

Desde el inicio del cine, el cartel fue uno de los elementos de comercialización y difusión con más importancia. Adaptándose a los cambios de la sociedad y la época, siempre intentó cumplir con un objetivo principal: llamar la atención del espectador y lograr que asista a la función, comprando una entrada.

El cine es un mercado con el que se intenta entretener al espectador, a la vez que recaudar ganancias. Reflejando el carácter visual del momento histórico o movimiento artístico de cada época, siempre cumplió con diversas funciones: destacar y difundir los nombres de los actores y directores, la nominación a distintos premios, remarcar el nombre de un estudio reconocido, dar a entender de qué clase de película se trata, llamar la atención de las personas, entre otros.

Aunque el avance de la tecnología e internet han logrado que la difusión de las películas cambie, los carteles aún se utilizan con mucha importancia en el cine. Algunos se han intentado adaptar, diseñando carteles en movimiento o en pantallas, pero el “viejo y conocido” cartel ha prevalecido, y las salas de cine aún se encuentran repletas de ellos (Hernández, 2012).

El cartel de cine es un elemento visual que nos informa y seduce a través del mensaje que quiere transmitir con respecto a su contenido y aspectos fundamentales de la película. Françoise Enel (1974), estudioso del lenguaje y la retórica, decía: “El cartel no debe ser solamente argumental, sino sugestivo e insinuante” (s/n). Debe poder transmitir la esencia que desea para que el observador realice un juicio de valor ante el film y se sienta atraído.

González Ruiz (1998) destaca que para ello, el cartel toma dos aspectos importantes: el aspecto denotativo, que es la parte objetiva y la que se observa de la comunicación, y el aspecto connotativo, que es la parte subjetiva del mismo (lo que uno llega a entender “más allá de lo que se ve”).

Además de utilizar el conocido recurso de imagen y texto, los carteles hacen uso del color, contraste, luminosidad, tipo de imagen, orden de los elementos, textura, tipografía, entre otros. Estos impactan en los receptores de estímulos del espectador, creando una respuesta.

La tipografía en un cartel cumple dos funciones principales: por un lado, permite la asimilación textual del mensaje, siendo lo que transmite el lenguaje escrito, y por otro, difunde los conceptos visuales y mantiene la coherencia con el concepto y temática de la película y su mensaje (Hernández, 2012).

Otro de los recursos muy utilizados en los carteles es la retórica de la imagen. Sobre el tema, José María González Ruiz (1998) sostiene:

[...] Es el conjunto de reglas y preceptos para hablar bien. Es el arte del bien decir, de embellecer la expresión de los conceptos, de dar al lenguaje escrito o hablado eficacia para persuadir o conmover. [...] Se la considera una disciplina instrumental, como una técnica para encauzar el fenómeno de la expresión humana en formas verbales e icónicas (p.95).

El autor continúa nombrando algunas figuras retóricas visuales que suelen utilizarse:

La metáfora visual establece una comparación entre dos contenidos visuales. [...] La metonimia visual, supone aludir a un objeto o idea por otro u otra que los substituya. [...] La hipérbole visual establece una exageración y se emplea de una manera generalizada para condensar significados exaltadores que siempre conmueven al observador. [...] La



Foto: “A Field in England” (2013) película de Ben Wheatley
Fuente: Google imagenes

sinécdoque visual –como la verbal– es la utilización de una parte para referirse a un todo [...] (p.96-98).

De esta manera, el cartel logra enviar mensajes intencionales, dados por los elementos denotativos, y otros interpretativos, cuando dependen de las experiencias, saberes y convenciones culturales de cada receptor, a la vez que utilizando los recursos dados anteriormente.



Foto: "Ender's Game" (2013)
película de Gavin Hood
Fuente: impawards.com

Géneros del cine

Richard T. Jameson (1994) sostiene lo siguiente sobre los géneros del cine: *Género no es una palabra que aparezca en cualquier conversación sobre cine, pero la idea se encuentra detrás de toda película y detrás de cualquier percepción que podamos tener de ella. Las películas forman parte de un género igual que las personas pertenecen a una familia o grupo étnico. Basta con nombrar uno de los grandes géneros clásicos y hasta el espectador más ocasional demostrará tener una imagen mental de éste, mitad visual mitad conceptual.* (p.9)

Los géneros cinematográficos fueron creados como sistema para calificar las películas, con un tema más fácilmente reconocido por los espectadores. Filmes del mismo género suelen seguir un estilo de patrón, con elementos compartidos diferenciables de aquellos que se encuentren en otro género. Thomas Schatz (1981) concuerda con que la familiaridad del público con los géneros proviene de un proceso acumulativo, además de definir el cine de género como el resultado de la cooperación entre artistas y público en la transmisión de ideales y valores colectivos.

La teoría del cine de géneros se propone lograr una descripción de las relaciones entre la producción cinematográfica industrial, la configuración de los textos filmicos y el público, partiendo de un enfoque que permita dar cuenta de las particularidades de esta producción.

Schatz rescata también que el sistema implícito de creencias y valores de un género determina el repertorio de personajes, sus conflictos dramáticos y las soluciones que se dan a dichos conflictos dentro del relato. El análisis de la narración se ocupa de los esquemas narrativos propios de cada género, identificables sobre la base de conflictos dramáticos particulares que representan algún aspecto de la cultura. Las identidades de los personajes vienen dadas por sus relaciones con la comunidad y su conjunto de valores, de allí que el personaje genérico sea psicológicamente estático, pues encarna una postura cultural casi inmutable. En todos los géneros se presenta alguna amenaza al orden social y lo que distingue a uno de los demás son las actitudes de los personajes y las resoluciones que éstos dan a los conflictos.

El autor sostiene que “como público, nuestras necesidades y expectativas colectivas nos llevan al cine. Si lo que nos atrae es un film de género, estamos familiarizados con el ritual” (p.29). Es decir, conocemos la presentación y resolución de los conflictos culturales que se presentan, haciendo que el film de género logre que asistamos continuamente a las salas de cine, siempre y cuando los problemas que se muestren en pantalla sean lo suficientemente significativos y dramáticos, enseñando variaciones sobre un mismo tema cultural y desplegando diferentes medios para lograr una resolución narrativa.

Por otro lado, Steve Neale (1999) deja en claro que considera necesario cuestionar los fundamentos de los estudios tradicionales, pues para él, los géneros son un fenómeno multidimensional en el que juegan un papel determinante tanto el conocimiento y las expectativas del público, como la industria y los discursos sobre las películas. Es decir, que los géneros no son fenómenos claros, distintos ni problemáticos que puedan ser clasificados como categorías, independientemente de la apropiación que de ellos hacen el público, la cultura y la sociedad. El autor sostiene que “los géneros también están integrados por sistemas específicos de expectativas e hipótesis que los espectadores llevan consigo cuando van al cine” (p.31). Ese sistema hace que las personas puedan reconocer y comprender lo que ven,



Foto: “Né quelque part” (2013) película de Mohamed Hamidi
Fuente: www.impawards.com

ofreciendo una manera de establecer el significado de lo que sucede en la pantalla, es decir, una manera de determinar por qué ocurren las acciones, por qué los personajes hablan de tal manera y por qué se comportan así.

Otro autor con una postura personal es Rick Altman (2000) quien elabora un complejo modelo que pretende explicar el fenómeno de los géneros cinematográficos partiendo del supuesto de que todo texto tiene múltiples usuarios, capaces de desarrollar lecturas distintas y de relacionarse entre sí como comunidades. Altman resume una serie de enunciados:

- Los géneros son definidos por la industria y aceptados y reconocidos por los espectadores.
- Los géneros son fenómenos estables, con identidades y fronteras precisas y bien delimitadas.
- Cada película pertenece en forma íntegra y permanente a un único género y no más.
- Los géneros son un fenómeno transhistórico, pues constituyen modernas encarnaciones del mito.
- La evolución de los géneros es predecible y puede ser estudiada desde la perspectiva de una estética idealista.
- Como objeto de estudio, los géneros se ubican en los temas, las estructuras y corpora concretos de filmes.
- Los géneros cumplen una función ritual o ideológica dentro de la sociedad, es decir, de control social (p.36-50)

Altman plantea que los géneros se forman y consolidan a través de un proceso de generificación, ocurriendo tres cambios antes de que un determinado género se incorpore como tal en la sociedad:

1. En la producción, los estudios abandonan la actitud aditiva y centran la atención en el contenido del adjetivo, luego de evaluar e intentar repetir los éxitos comerciales obtenidos con productos anteriores.
2. En cuanto a los textos, éstos comienzan a exhibir atributos compartidos que justifican el uso de un nombre como designación del género.
3. Los espectadores, en forma consciente o no, fueron reconociendo las estructuras comunes a películas diferentes de una misma categoría y se formaron expectativas que contribuyeron a dar significado a los filmes (p.59-63).

Este autor señala que los estudios identifican e imitan los rasgos que han hecho rentables filmes anteriores, y desarrollan ciclos fílmicos basados en los modelos exitosos y asociados exclusivamente a un único estudio. Cuando se agrega un nuevo tipo de material o perspectiva a los géneros existentes, surgen los nuevos ciclos, aunque no todos los ciclos dan origen a géneros.

Los géneros [...] forman parte de la dialéctica constante de división de categorías/creación de categorías que constituye la historia de los tipos y de la terminología. En vez de imaginar este proceso en términos de clasificación estática, deberíamos contemplarlo como una alternancia regular entre un principio expansivo – la creación de un nuevo ciclo – y un principio de contracción (la consolidación de un género). (p.99)

Por su parte, el autor Jorge Frascara (1999) para complementar el tema, habla sobre los estereotipos en general:

[...] Ayudan a la comunicación, asegurando que los procesos de construcción de significado por parte del público no ofrezcan mucho espacio a interpretaciones personales diferentes. Pero los estereotipos empobrecen a la experiencia humana, proponiendo modelos de alta coherencia y predictibilidad que proponen una visión distorsionada de la realidad. (p.39)

Foto: "Bachelorette" (2012)
película de Leslye Headland
Fuente: www.impawards.com



Para esta tesis se tomó el punto de vista de Altman, ya que concuerda con lo que se investigó, y facilita el estudio de los carteles por género. Para ello también se tuvo en cuenta la clasificación que Altman reconoce en su libro “Los Géneros Cinematográficos”, estudiando los carteles de películas de ficción según el estilo o tono:

- **Melodrama:** películas que abordan conflictos personales y sociales, historias de cuestiones decisivas de la vida, con un desarrollo y resolución realistas.
- **Acción o bélico:** se caracteriza por un relato esquemático, protagonizado por personajes arquetípicos y la abundancia de secuencias donde prima el dinamismo y el enfrentamiento entre dos o más bandos de luchadores.
- **Musical:** otorga importancia al espectáculo de la música a través de canciones, bailes o coreografías.
- **Terror y suspenso:** películas que provocan miedo, angustia, horror e intriga mediante personajes que resultan amenazantes o destructores para los protagonistas.
- **Comedia:** pretenden divertir o hacer reír al espectador mediante una trama con enredos y conflictos diversos, personajes singulares, diálogos ingeniosos y finales complacientes.
- **Ciencia Ficción:** películas que narran historias en un futuro imaginario, ordinariamente caracterizado por un desarrollo tecnológico mayor, alegando realismo y argumentando justificaciones con un punto de vista científico.
- **Romance:** se le otorga mayor importancia a una historia de amor, pudiendo encontrar situaciones y personajes estereotipados.

Foto: “Delivery Man” (2013) película de Ken Scott
Fuente: www.impawards.com



Teoría del color

El color es uno de los elementos que más nos transmite energías y sentimientos, aunque no seamos conscientes de ello. Su correcta aplicación y combinación permite que las piezas a color transfieran datos más allá de las figuras o palabras que puedan contener.

Wucius Wong (1988) remarca que la percepción del color está asociada con la luz y con el modo en que ésta se refleja. Nuestra percepción cambia cuando se modifica una fuente luminosa, o cuando la superficie que refleja la luz está manchada o revestida de un pigmento diferente. A su vez, hace un análisis de categoría de colores:

- **Blanco y negro:** Utilizados juntos crean el contraste de tonos más acentuados con un máximo de legibilidad y economía de medios. En la mayor parte de los casos, el negro constituye la marca y el blanco la superficie, de acuerdo con la tendencia a entender las formas negras como espacios positivos y las formas blancas como espacios negativos.
- **Colores neutros:** La mezcla de pigmentos negros y blancos en proporciones variables produce una serie de grises; al conjunto se los denomina colores neutros. Los grises son mucho más eficaces para sugerir profundidad y volumen, ya que pueden utilizarse como plenos. La clave alta describe una claridad general en la expresión de tono de un diseño, mientras que los grises oscuros predominan en el diseño en clave baja.
- **Colores cromáticos:** Relacionados con el espectro que puede observarse en el arco iris; los colores neutros no forman parte de esta categoría y pueden denominarse colores acromáticos.

Todo color cromático puede describirse de tres modos: el tono es el atributo que permite clasificar los colores como rojo, amarillo, azul, etcétera. El valor se refiere al grado de claridad o de oscuridad de un color. La intensidad indica la pureza de un color; los colores de fuerte intensidad son los más brillantes y vivos que pueden obtenerse, mientras que los colores de intensidad débil son apagados y contienen una alta proporción de gris (p.26-33).

En cuanto a la combinación de colores, pensándolos como ubicados en un círculo o esfera, escribe sobre:

- **Tonos complementarios:** son aquellos que se encuentran opuestos en el círculo cromático. Cuando ambos se mezclan, se neutralizan recíprocamente, obteniéndose un gris fangoso o de color pardusco, parecido al que se obtiene cuando se mezclan los tres tonos primarios. Los tonos casi complementarios, es decir, aquellos que no están diametralmente opuestos en el círculo de color, pueden reemplazar a los estrictamente complementarios para obtener resultados similares.
- **Armonía de color:** son las combinaciones de color afortunadas, que se sienten bien a la vista, utilizando colores que se encuentren a ambos lados en el círculo cromático, o colores contrastantes.

En cuanto a armonía de tono, puede crearse combinando tonos análogos (que se encuentran uno al lado del otro), limitándose a una porción del círculo y, por lo tanto, a un solo tono. Los tonos contrastan significativamente cuando están separados por 90 o más grados en el círculo cromático. A más distancia, mayor contraste.

La armonía de valor se refiere a combinar colores yuxtapuestos, haciendo énfasis en los acentos muy oscuros en una clave alta, o acentos muy claros en una clave baja.

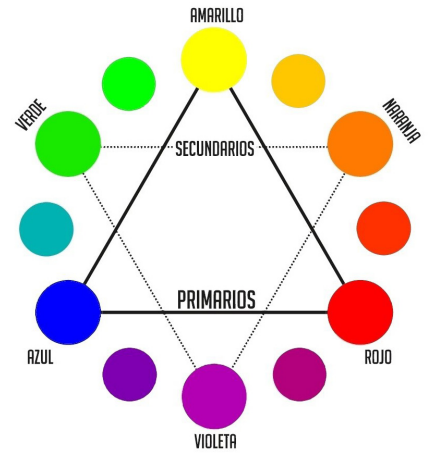


Foto: Círculo cromático
Fuente: www.youtube.com

Por último, en la armonía de intensidad también se aplican los conceptos de analogía y contraste de colores. Aquellos con igual grado de intensidad tienen una intensidad análoga, pudiendo graduar su tono manteniendo la intensidad y obteniendo el mismo resultado. Los colores de intensidad plena, ponen énfasis con el contraste de tono, y una intensidad débil neutraliza los tonos y disminuye el contraste de tono.

- **Contraste simultáneo:** al combinar colores, hay que tener en cuenta el contraste simultáneo, ya que puede modificar la manera en el que percibimos los colores. Éste se refiere a los cambios aparentes de tono, valor y/o intensidad que son creados por colores adyacentes. Algunas combinaciones pueden generar que el ojo perciba un color más apagado o más brillante de lo que es, dependiendo del color que se encuentre cerca, especialmente si éste lo rodea (p.50-55).

El autor Johannes Itten (1992) remarca que las personas pueden tener diferentes opiniones acerca de la armonía de una pieza basada en el color, pero generalmente, consideran armoniosas las combinaciones de colores que ofrecen un carácter análogo que agrupan varios colores del mismo valor, sin un contraste muy marcado.

Continúa diciendo que, tomando en cuenta que al decir “armonía” hacemos referencia al “equilibrio” que busca el ojo, éste siempre intentará restablecer un equilibrio buscando contrastes y combinaciones de colores complementarios. Para el cerebro humano, las mezclas de colores que generen gris son las que se consideran armoniosas, por lo tanto, son aquellas que provengan de dos colores entre los cuales exista una relación, como las nombradas anteriormente.

Algo que también puede modificar cómo percibimos los colores, no es sólo su combinación, sino la cantidad de cada color que encontremos. Esto se llama concordancia subjetiva, donde un color se impone por el tamaño de su mancha y concentración. Existen las concordancias a dos, tres, cuatro y seis tonos, las cuales se generan combinando colores que se encuentren en distintas puntas de figuras con la misma cantidad de vértices que de tonos.

Itten también hace una definición de varios colores, tomando en cuenta su expresión psíquica y espiritual, es decir, lo que normalmente nos transfieren al observarlos:

- **Amarillo:** es el más luminoso de los colores, al que le corresponden simbólicamente la inteligencia y la ciencia. El amarillo apagado expresa la envidia, la traición, la falsedad, la duda, la desconfianza y el error. Adquiere un carácter resplandeciente y alegre cuando se opone a tonos más oscuros.
- **Verde:** expresa la fertilidad, la satisfacción, el descanso y la esperanza. Si el verde luminoso queda enturbiado por el gris, desprende una impresión de pereza. Si en cambio, se inclina hacia el amarillo, representa la naturaleza joven y primaveral. Con un toque de azul, desarrolla sus componentes espirituales, pero acercándose más al azul, posee una fría y violenta agresividad.
- **Anaranjado:** posee una luminosidad solar y, llevado hasta el rojo-anaranjado, alcanza la máxima energía caliente y activa. Expresa el orgullo y el lujo exterior, aunque aclarado con blanco pierde pronto su carácter y, apagado con negro, se transforma en un pardo sordo, árido y poco elocuente. Si se aclara, se obtienen tonos beige que expresan una tranquila benevolencia e irradian una atmósfera caliente y tranquila.
- **Violado:** es el color de lo inconsciente, de lo secreto; muestra amenaza, y en función de los contrastes, opresividad y ahogamiento. Refleja la ignorancia, y oscurecido es el color de la superstición, las tinieblas, la muerte y la nobleza. Con un toque de azul se gira hacia la soledad y la entrega, mientras que con un poco de rojo expresa amor divino y el dominio del espíritu. En general, los colores aclarados re-



Foto: Círculo cromático mostrando colores complementarios y análogos
Fuente: www.graficavallilo.com.br

Foto: Composición de cubos aplicando diferentes tonos pensando en color: 1ra línea horizontal: Ejemplos de monocromía; 2da línea horizontal: Ejemplos de bicromía; 3ra línea horizontal: Ejemplos de policromía (Triadas)
Fuente: armoniaescolor.blogspot.com.ar



presentan el lado luminoso de la vida mientras que las tonalidades oscurecidas simbolizan el lado oscuro y negativo de las fuerzas naturales.

- **Rojo:** el rojo-anaranjado es denso y opaco, resplandece con calor y lleno de su propia luz, aumentando su carácter caliente y llegando a ser ardiente fuego. El rojo puro simboliza el amor, mientras que con púrpura reúne en sí el poder temporal y el poder espiritual. Con fondo negro expresa su pasión demoníaca e invencible.

- **Azul:** desde un punto de vista material y espacial, el rojo es siempre activo y el azul siempre pasivo. Desde un punto de vista espiritual y desmaterializado, el rojo es pasivo y el azul es activo. El azul siempre es frío y el rojo es siempre caliente. El azul es introvertido, con una fuerza dirigida hacia el interior, amigo de la oscuridad. Cuando se enturbia, cae en la superstición, el miedo, el extravío y el duelo, pero indica siempre algo de sobrenatural y de transcendental. Sobre un fondo amarillo, parece muy oscuro y no es luminoso. Si el azul se aclara hasta el mismo grado que el amarillo, irradia una luz fría. Sobre fondo negro irradia una fuerza clara y pura, pero con un fondo lila resulta apagado, vacío y sin fuerza, y con un fondo pardo oscuro, el azul se pone a vibrar con fuerza, a temblor y transforma el pardo en un color vivo (s/n).

El autor escribe también sobre las combinaciones de contrastes y figura-fondo, destacando que “la luz y las tinieblas, lo claro y lo oscuro son contrastes polares que tienen una importancia fundamental para la vida humana y para la naturaleza entera” (s/n). Para los creadores de imágenes, el blanco y el negro son la manera más fuerte de expresar la diferencia entre claro y oscuro, siendo totalmente opuestos desde el punto de vista de sus efectos. Aún así, tanto esos dos, como los grises y los colores puros suscitan problemas de claro-oscuro que deben ser estudiados de la manera más completa posible, para evaluar sus relaciones y así poder trabajar correctamente.

De esta manera, se puede decir que, siendo conscientes o no, los colores influyen en nuestro estado psíquico. A través de lo que nos transmiten solos y combinados, recibimos mensajes más allá de las palabras y figuras.

 ROJO	EMOCIONES dinamismo calidez agresividad pasión energía peligro	MÁS UTILIZADOS 
 AZUL	EMOCIONES profesionalidad seriedad integridad sinceridad calma infinito	MÁS UTILIZADOS 
 VERDE	EMOCIONES naturaleza ética crecimiento frescura serenidad orgánico	MÁS UTILIZADOS 
 AMARILLO	EMOCIONES calidez amabilidad positividad estimulante alegría luminosidad	MÁS UTILIZADOS 
 NARANJA	EMOCIONES innovación modernidad juventud diversión accesibilidad vitalidad	MÁS UTILIZADOS 
 PÚRPURA	EMOCIONES lujo realce sabiduría dignidad misterio espiritualidad	MÁS UTILIZADOS 
 ROSA	EMOCIONES diversión presumido inocencia femenino delicadeza romántico	MÁS UTILIZADOS 
 MARRÓN	EMOCIONES masculino rural natural tierra simplicidad rústico	MÁS UTILIZADOS 
 BLANCO	EMOCIONES pureza limpio sencillez ingenuidad nobleza suavidad	MÁS UTILIZADOS 
 NEGRO	EMOCIONES poder sofisticación prestigio valor atemporalidad muerte	MÁS UTILIZADOS 

Foto: Psicología del color
Fuente: www.nbsp.cat

Historia de la tipografía y clasificación

Ruari McLean (1993) define a la tipografía como “el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa. Comprende, pues, la realización de libros, revistas, periódicos, folletos, opúsculos, posters, anuncios, rótulos, cualquier cosa impresa en suma que se comunica a los demás mediante palabras” (p. 8).

La escritura nació como una manera de expresarse, comunicarse sin voz, de poder hacer llegar un mensaje a más cantidad de gente, de crear un archivo de historias, culturas y creencias que traspasara las generaciones. Todo comenzó con el trazo, de lo que surgió más tarde el dibujo y la escritura.

Blanchard (1988) remarca que los hombres de las cavernas mostraban indicios de querer expresarse de esta manera, pudiendo encontrar dibujos y pinturas con distintos materiales en cuevas y lugares donde solían asentarse. Mientras el ser humano iba evolucionando, sus maneras de comunicarse a través del trazo también lo hicieron, pudiendo observar grafismos, esquemas y abstracciones de animales, personas y elementos que solían usar para cazar y en su vida diaria. Mientras el mundo y sus habitantes avanzaban, nació la expresión oral y, de esta manera, buscaron dejar plasmadas las palabras y discursos.

De un mundo perceptual, donde se dibujaban las escenas para dejarlas plasmadas, pasando por un mundo conceptual, donde ya existía un signo que representara tal escena, se llegó a un mundo verbal, de donde se desprenden dos tipos de escritura que actualmente conviven en nuestro mundo: la escritura alfabética y la escritura silábica.

Así, la palabra se impuso al mundo puramente visual, ya que cualquier objeto, idea, sentimiento, por más abstracto que sea, podía ser nombrado. Los hebreos y fenicios fueron los primeros en abandonar los símbolos picto-ideográficos para utilizar un alfabeto fonético, mientras que los griegos fueron los primeros en crear un verdadero alfabeto.

Con el avance de la escritura, el descubrimiento del papel y el progreso de la tecnología, llegaron al momento donde comienzan a plasmarse conocimientos, historias, leyendas, y todo tipo de material, en papeles que luego se compendian en libros.

A principios del siglo XV, los libros eran enteramente manuscritos. En su momento sólo los ricos podían costearse los libros, que ya comenzaban a distribuirse masivamente, existiendo un cierto número de escribas que se dedicaban a transcribir un libro leído en voz alta. Entre las personas comunes, los conocimientos seguían transmitiéndose oralmente, siendo, además, muy pocos los que sabían leer (De Buen Unna, 2000).

Todo cambió radicalmente con la invención de la imprenta a manos de Gutenberg hacia el año 1450. Su idea era mecanizar la producción, por lo que comenzó a fundir caracteres metálicos individuales para poder formar las palabras, y así armar las páginas que luego se imprimían en papel. Utilizó el estilo que se conoce como gótica, creando diferentes versiones de varios caracteres, así como ligaduras entre distintas combinaciones de letras, a fin de imitar todas las variantes del manuscrito que se iba a reproducir (McLean, 1993).

Luego de experimentar con distintos materiales tanto para los tipos de los caracteres, como papel y tinta, logró reproducir su primera obra: la Biblia de 42 líneas. Éste fue el primer libro impreso en el mundo occidental que ha llegado hasta nosotros.



Foto: Dibujos primitivos
en cavernas
Fuente: elzo-meridianos.blogspot.com.ar

La imprenta se extendió velozmente por todo el mundo. A principios del siglo XVI, los libros impresos empezaban a convertirse en objetos autónomos y no sólo copias de manuscritos. El oficio de copista terminó por desaparecer, se inventó la letra cursiva, la portada tomó mucha más importancia, y el arte del diseño del libro también se volvió impreso.

La imprenta y su tecnología fue avanzando, de la misma manera que lo hizo la tipografía utilizada. La gótica resultaba difícil de leer, por lo que se fueron creando cursivas y redondas, hasta llegar a las que más se utilizan hoy en día. Entre los años 1600 y 1700 surgieron tipógrafos, calígrafos y grabadores importantes como William Caslon, John Baskerville y Pierre Simon Fournier.

En el siglo XVIII, los caracteres tipográficos comenzaron a dejar de ser copias de otras escrituras, y se convirtieron en formas sujetas a desarrollo artístico e intelectual. Firmin Didot creó la primera familia de caracteres modernos, también mejorando el sistema de punto tipométrico inventado por Fournier y bautizándolo con su propio apellido. Giambattista Bodoni creó tipografías con contrastes marcados entre líneas finas y gruesas, buscando plasmar elegancia y estilo en sus caracteres.

McLean (1993) escribe sobre cómo con la venida de la revolución industrial en el siglo XVIII, y el avance de la tecnología incluyendo maquinaria a vapor, la imprenta vio otro progreso, del cual se aprovecharon los periódicos, cuyo objetivo era entregarles a sus lectores las noticias lo más rápidamente posible. Los libros aún se imprimían con prensas a mano, con papel también manufacturado, y caracteres fundiéndose uno a uno, hasta finalizar el siglo. La composición mecánica de libros no reemplazó a la manual hasta después de la Primera Guerra Mundial.

Durante el siglo XIX, creció la gran demanda de libros, por lo que se comenzaron a buscar formas más baratas de imprimirlos, lo que produjo una baja importante de la calidad. Muy pocas imprentas británicas pudieron mantener el estándar tipográfico elevado durante este siglo.

El siglo XX vio la aparición de tipógrafos freelance, mejoras en la imprenta y la confección de tipos, que luego se fueron dejando de lado a causa de la invención de otros sistemas de impresión que utilizan planchas u otro tipo de forma impresora.

La letra fue desarrollándose de una manera en particular: buscando formar palabras lo más fáciles de comprender y leer posibles. El autor Ruarri McLean (1993), define “legibilidad” como “el término empleado en el diseño tipográfico para definir una cualidad deseable de los tipos de imprenta, los membretes, las páginas de los libros, los carteles, las señales de tráfico, y cualquier tipo de palabras. Si decimos de algo que es legible, queremos decir que, en nuestra opinión, o según nuestra experiencia, la gente a cuya lectura va destinado puede hacerlo en las condiciones en que, a nuestro parecer, lo verán. [...] Los tipógrafos emplean el término ‘legible’ en el sentido de ‘fácil de leer’” (p.42).

Continúa proponiendo tres reglas para la legibilidad:

- Los caracteres sin trazo terminal son menos legibles que los que sí llevan. Resultan menos legibles porque es muy frecuente que las letras se parezcan entre sí.
- La letra redonda, de caja alta y baja resulta más legible que cualquiera de sus variantes: la cursiva, la negrita, las versalitas, ya sean ampliadas o reducidas.
- Las palabras deben estar próximas unas a otras; el espacio entre las líneas debe ser superior al espacio entre las palabras (p.44-45).

Así mismo destaca que, muchas veces, la legibilidad no es siempre una exigencia primaria de la impresión, ya que tal vez no sea tan importante como la notoriedad o la reconocibilidad (por ejemplo, en un cartel o anuncio).

Antes de seguir con clasificaciones de tipografías, es importante definir

Foto: Biblia de 42 líneas
Fuente: catedracosgaya.com.ar



algunos términos que los autores utilizan a la hora de clasificarlas. Para esto, se tomaron varias definiciones escritas por Jorge de Buen Unna (2000):

- **Familia:** Conjunto de grafemas que comparten el mismo diseño fundante que los identifica. Los miembros que integran una familia (letras, números, signos) se parecen entre sí, pero cuentan con rasgos propios que los identifican de otras familias pertenecientes a un mismo estilo.
- **Variable:** Variaciones dentro de cada familia. La variación puede referirse al peso, espesor, tamaño, etcétera. Ejemplo: negrita, cursiva, condensada.
 - **Variables de peso:** generan distintos valores de gris por la modificación del espesor del trazo.
 - **Variables de caja:** son las modificaciones por el ancho de la letra.
 - **Variables de figura:** referido al tipo de dibujo que presenta la letra. Ejemplo: redonda, cursiva, inclinada, etc.
 - **Variables de tamaño:** hace referencia no al cuerpo, sino a la condición, según su tamaño. Ejemplo: minúscula (o caja baja), mayúscula (o caja alta), versalita (letras con igual dibujo que las de caja alta, pero tiene las propiedades de la caja baja).
 - **Variables de situación:** relativa a la posición que pueden adoptar las letras. Ejemplo: súper índice (o voladita), normal, o subíndice.
- **Asta:** Trazo que da la forma a cada letra. Pueden ser rectas, curvas o mixtas.
- **Fuste:** Cada línea vertical gruesa de una letra. Puede formar un ángulo recto con la línea de base, como en las letras normales, o estar ligeramente inclinado, como en las cursivas.
- **Serif:** También llamado trazo terminal, remate, patín o asiento. Muestran distintas formas acorde al estilo al que pertenecen.
- **Ojo:** Referido a todo el recorrido de la letra (superficie impresa).
- **Espesor:** Medida de la cara lateral del tipo móvil (no se presenta en el tipo digital).
- **Caja:** Relativa al ancho de la letra (no del tipo).
- **Asta ascendente:** Porción de la letra que se extiende por encima de la línea media de una fuente tipográfica.
- **Asta descendente:** Porción de la letra que se extiende por debajo de la línea base de una fuente tipográfica.
- **Astas transversales:** Líneas horizontales con las que se construyen las letras.
- **Línea de base:** Donde se apoyan las letras de una fuente tipográfica.

Existen muchas clasificaciones de tipografías por diferentes autores. En este texto se nombrarán algunas, comenzando por la creada por el diseñador francés **Maximilien Vox** en 1952, quien distingue once familias:

- **Humanística:** Se trata de los primeros tipos romanos, basados en la cursiva humanista. Ejemplos: Verona, Centaur, Kennerley.
- **Garald:** Son los tipos romanos que surgieron a partir de los grabados realizados por Francisc Griffo para el impresor-editor italiano Aldo Manuzio. Ejemplos: Garamond, Bembo, Caslon Vendome, Dante, Garaldus, Sabon.
- **De transición:** Son estos caracteres de transición entre los antiguos y los modernos. Ejemplos: los tipos de Fleischmann y Rosart, modelos modernos de Monotype Fournier, Baskerville, Bell, Times y Photina, y en Linotype, del Caledonia, de Dwiggins.
- **Didones:** Estos caracteres, inventados por Didot y perfeccionados por Bodoni, reciben en inglés la denominación de “modernos”. Se caracterizan por su modulación vertical y la precisión de su gracia. Ejemplos: Didot, Bodoni, Falstaff.
- **Mecánicos:** Hace referencia a la aparición de estos tipos durante la revolución industrial. La amplitud de los ojos hacía estos tipos ideales para la decoración y, en ocasiones, llegaban a ser realmente extravagantes. En la actualidad se conocen por el nombre de “egipcios”. Ejemplos: Memphis, Beton, Clarendon, Ionic, Rockwell, Melior.

Regular
Condensed
Condensed Italic
Bold Condensed
Bold Condensed Italic
Italic
Semibold
Semibold Italic
Bold
Bold Italic

Foto: *Varvariables tipográficas*
Fuente: *sobredetipografia.blogspot.com*

- **Lineales:** Pertenecen a este grupo caracteres sin rasgo que actualmente reciben el nombre de “sans” o “sans serif”. Existen cuatro subdivisiones:

- **Grotesque:** de origen decimonónico (Monotype 215 y 216, y supernegra; y Grot nº 6).

- **Neo-gótica:** los modernos caracteres sin rasgos (Universe, Helvética).

- **Geométrico:** ojos basados en formas geométricas, haciendo la diferencia entre las letras mínima (Futura, Erbar, Eurostyle).

- **Humanísticas:** son caracteres sin rasgos basados en las proporciones de la Romana versal y los caracteres Humanística y Garald de caja baja. Presentan una gran diferencia de trazo y no pueden ser monolíneos. (Gill Sans, Optima, Pascal).

- **Tallada:** Caracteres basados en letras talladas en piedra. Las letras talladas más características suelen ser mayúsculas. Ejemplos: Columna, Open Roman, Hadriano.

- **De Escritura:** Letra que imita la escritura manual, pero que se diferencia de los caracteres incluidos en el siguiente grupo, Manuales, que son dibujados. Ejemplos: Mistral, Rondo, Cursiva Reiner, Cursiva Trafton, Legen, Balzac, Cursiva Bernhard, Cursiva Ashley, Hyperion.

- **Manual:** Este grupo abarca a los caracteres decididamente basados en originales dibujados a mano, con pincel, pluma, lápiz o cualquier otro utensilio, pero que no representan ningún tipo de escritura. Ejemplos: Klang, Banco, Jacno, Matrua, Libra, Cartoon.

- **Gótica negra:** Fue el primer carácter de imprenta utilizado en Europa. Es una letra dibujada con un plumín ancho. Se subdivide en cuatro grupos distintos:

- **Gotisch (Gótica de forma):** Se trata de caracteres comprimidos y angulosos. Los de caja baja no llevan curvas y terminan en rectángulos oblicuos. (Hupp-Gotish, Trump-Deutsch, Willhelm Klingspor, Cloister Black, Goudy Text, Minster Black, Monotype Old).

- **Rundgotisch (Gótica de summa o Gótica de transición):** es la versión italiana de la gótica de forma, y se encuentra a medio camino entre ésta y la gótica cursiva. Los caracteres son más redondeados y ya no terminan en rectángulos (Wallau, Weiss-Rundgotisch).

- **Schwabacher (Gótica cursiva):** se basa en un tipo de escritura cursiva (Renata, Ehmcke-Schwabacher).

- **Fraktur (Gótica de fractura):** las letras ascendentes de caja baja tiene unas cabezas características, muy pronunciadas, en forma de horquilla; algunas letras carecen de lazo en la cabeza, otras tienen colas en forma de curva abierta (Unger-Fraktur, Fette Gostisch, Gilgengart). También existen algunas variantes de la gótica de fractura, como Claudius, Koch-Kurrent y Heinrichsen-Kanzlei.

- **Letras no latinas:** Tradicionalmente conocidas con el nombre de “exóticas”, incluyen a los caracteres cirílicos, arábigos y orientales.

Otra clasificación muy conocida y más utilizada, por antigüedad y sencillez, es la de **Francis Thibaudeau**, quien, en 1921, se basó en el contraste de astas y en la forma de los trazos terminales para crearla:

- **Góticas:** Basadas en inscripciones romanas, también se las conoce como palo seco, san serif, antiguas, bastón y grotescas. Ejemplos: Helvética, Univers, Futura.

- **Romanas:** Caracteres con serif; existen cuatro sub-categorías:

- **Antiguas:** Remates gruesos y cortos, poco contraste de astas, ejes oblicuos, las mayúsculas tienen la misma altura que las ascendentes. Ejemplos: Centaur, Augustea, Bembo.

- **Egipcias:** Algunos tienen terminaciones triangulares, otros rectangulares, de igual espesor que los fustes. Tienen poco contraste. Ejemplos: Serif A, Clarendon, Memphis, Rockwell.

- **Elzevirianas:** Inspirada en manuscritos tradicionales, de asta irregular y terminae triangulares y cóncavos. Ejemplos: Times, Garamond.

Foto: Ejemplos de tipografías

Centaur
Garamond
Sabon
Baskerville
Times New Roman
Bodoni
Rockwell
Helvética
Gill Sans
Mistral

o **De Didot:** Sus astas tienen un gran contraste, sus terminales son filiformes, y sus ejes verticales. Ejemplos: Bodoni, Didot, Walbaum.

• **Cursivas de escritura:** Letras de aspecto caligráfico, que simulan el trazo manual. Ejemplo: English 157, Zapf, Chancery.

• **De fantasía:** Letras adornadas o de carácter experimental. Ejemplo: Stencil, Revue, Achen.

Basado en la clasificación de Thibaudeau, **Javet Matthey** dio a conocer la suya propia en 1967, que en la actualidad se la conoce como clasificación de Thibaudeau:

• **Romanas antiguas:** Tiene remates gruesos y cortos, poco contraste de astas, mayúsculas con misma altura que ascendentes. Ejemplos: Centaur, Augustea, Bembo.

• **Romanas de transición:** Basadas en los principios de la geometría, se empiezan a apartar de la caligrafía. Cuenta con contrastes acentuados entre finos y gruesos, terminales de forma triangular y cóncavos, con un eje de modulación enderezado. Ejemplos: Baskerville, Caslon, Bell.

• **Romanas modernas:** Las astas tienen un pronunciado contraste, terminales filiformes, ejes verticales. Ejemplos: Bodoni, Didot, Walbaum.

• **Antiguas, grotescas o paloseco:** Basadas en inscripciones romanas. Ejemplos: Helvética, Univers, Futura.

• **Egipcias:** Algunos tienen terminaciones triangulares, otros rectangulares de igual espesor que los fustes. Casi no existe contraste. Ejemplos: Serif A, Clarendon, Memphis, Rockwell.

• **De escritura:** Letras de aspecto caligráfico, que simulan el trazo manual. Ejemplo: English 157, Zapf, Chancery.

• **Adornadas y de fantasía:** Letras adornadas o de carácter experimental. Ejemplo: Stencil, Revue, Benguiat.

Basado en los estilos artísticos que van desde el Renacimiento hasta el Postmodernismo, **Robert Bringhurst** propuso su propia clasificación:

• **Renacentistas:** Creadas en los siglos XIV y XV, tienen trazo modulado suave, eje oblicuo, remates finos y grandes aberturas. Ejemplos: Centaur, Augustea, Bembo.

• **Barrocas:** Creadas en el siglo XVII, tienen trazo modulado, eje variable, serif y remates modelados, aberturas moderadas. Ejemplos: Garamond, Caslon, Jenson.

• **Neoclásicas:** Letras con contraste y aberturas moderadas, formas más sutiles, trazo modulado con un eje casi vertical, remates en forma de lágrima. Ejemplos: Baskerville, Bell, Caslon.

• **Románticas:** Parecen dibujadas, con un contraste pronunciado, un eje vertical, serif filiforme y aberturas pequeñas. Ejemplos: Didot, Bodoni, Walbaum.

• **Realistas:** Creadas en el siglo XIX y principios del XX, comparten las formas básicas de las neoclásicas y románticas, pero algunas de sus variantes poseen serif cuadrado, en otras el serif tiene igual peso que el asta, y otras carecen de serif. El trazo es uniforme y tienen poca abertura. Ejemplo: Serifa, Rockwell, Franklin, Gothic, Helvética.

• **Modernistas geométricas:** El serif tiene igual peso que el asta, sus formas remiten a figuras geométricas, no poseen modulación, su abertura es moderada y carecen de serif. Ejemplos: Futura, Memphis.

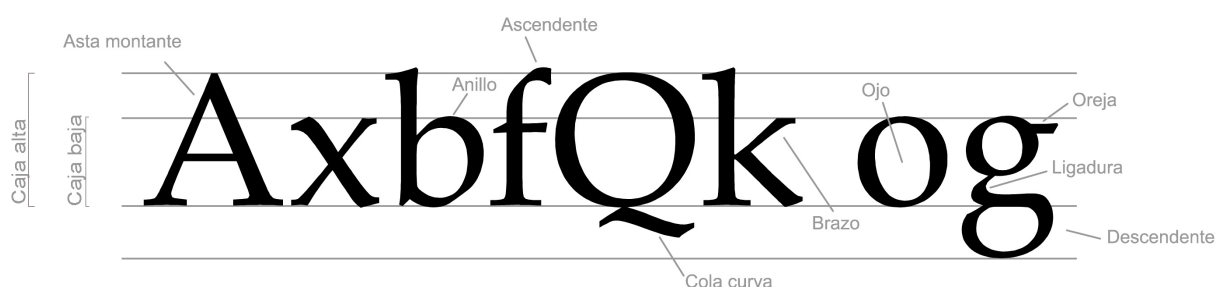
• **Modernistas líricas:** Creadas en el siglo XX, tienen un contraste pronunciado, eje oblicuo, remates cóncavos y aberturas amplias. Ejemplos: Palatino, Dante, Pontifex.

• **Posmodernistas:** Creadas a fines del siglo XX, su eje es casi vertical, con remates geoméricamente delineados y apertura moderada. Ejemplos: Espirit, Nofret.

La última clasificación que destacaremos es la de **Gerard Blanchard** (1988), quien utiliza un esquema que permite observar la evolución histórica de las letras, mientras lo vincula con sus formas.

- **Góticas y civiles:** Escrituras medievales asociadas a lo religioso, las mayúsculas están adornadas por rúbricas caligráficas suaves. La gótica es más rígida, la civil más flexible. Las minúsculas reflejan su origen de escritura hecha a pluma. La gótica es más aplicada, mientras que la civil es más rápida y dinámica. Ejemplos: Bitstream, Fraktur, Fette.
- **Humanas:** Las mayúsculas imitan a las inscripciones lapidarias latinas; las minúsculas se inspiran en la escritura de la época de Carlomagno; la cursiva se inspira en la época de la cancillería papal y sus terminaciones recuerdan los trazos de la pluma. Ejemplos: Centaur, Cancelleres, Augustea.
- **Garaldas:** Cuentan con más contraste entre finos y gruesos, los terminales son cóncavos, triangulares y más extendidos. Ejemplos: Garamond, Times, Caslon, Sabon.
- **Reales o de transición:** Se acentúa el contraste entre gruesos y finos, mientras que los terminales siguen siendo cóncavos y triangulares. El eje de modulación es casi vertical, logrando que las minúsculas sean más redondas. Ejemplos: Baskerville, Caslon, Bell.
- **Didonas:** Se lleva el contraste entre trazos al máximo, logrando casi fragmentar la letra en dos. Se eliminan muchas de las curvaturas, con remates filiformes. Ejemplos: Bodoni, Didot, Basilia.
- **Mecanas o egipcias:** Si los asientos tienen ángulos rectilíneos, se dice que siguen el modelo francés; si el contacto de la vertical con el asiento es suavizado por una curva, se dice que se trata del modelo inglés. Ejemplos: Serifa, Clarendon, Rockwell.
- **Incisas:** Son formas intermedias entre la romana tradicional y el palo seco. Imitan los caracteres tallados en las piedras. Las mayúsculas tienen asientos reducidos a una forma triangular muy sutil; las minúsculas también poseen terminaciones poco marcadas. Ejemplos: Optima, Trajan, Fournier.
- **Lineales geométricas:** Son letras de palo seco que reducen el signo a formas geométricas, recurriendo a líneas rectas y círculos básicos. Ejemplos: Futura, Gill Sans.
- **Lineales moduladas:** Letras de palo seco que conservan el contraste entre gruesos y finos. Permiten cambios de espesor, expansiones e inclinaciones. Ejemplos: Helvética, Univers, Única.
- **Escritas:** Inspiradas en la escritura manual y su aspecto depende de la herramienta con que han sido trazadas. Pueden presentar simplicidad de las líneas o afectaciones de los trazos caligráficos.

Foto: Partes de una letra
Fuente: typographya.wordpress.com



Recursos gráficos en los carteles

Los carteles utilizan todo tipo de recursos gráficos y visuales para transmitir el mensaje que desean, combinándolos para lograr impactar y llamar la atención del espectador. Según el objetivo que cada uno se plantea, encontramos distintos recursos y distintos usos de los mismos.

; Tipo de imagen

Fotografía

Uno de los recursos más utilizados en cuanto a tipo de imagen, es la fotografía. Dicha palabra significa literalmente “dibujo” o “escritura con luz”. A pesar de sus múltiples aplicaciones, el proceso fotográfico es sobre todo un método de reproducir imágenes a través de la luz.

El origen de la fotografía se debe a dos experiencias muy significativas: el descubrimiento de que ciertas sustancias son sensibles a la luz, y la invención de la cámara oscura. En 1757 comenzaron los experimentos para fijar imágenes y dibujos por medio de la luz, pero no fue hasta 1816 que, Joseph-Nicephore Niépce logró conseguir las primeras imágenes negativas, y en 1826, las primeras imágenes positivas directas. Desde entonces, gracias a los grandes avances tecnológicos, tanto las cámaras, como los procesos y técnicas de la fotografía han cambiado para lograr grandes utilidades (Gernsheim, 1986).

Mientras que podemos encontrar muchas técnicas para lograr fotografías con determinados efectos, como jugando con la profundidad de campo (la distancia entre el punto más cercano y el más lejano de un sujeto que puede enfocarse aceptablemente) o captar situaciones en movimiento o congelarlas (utilizando distintos tiempos de obturador, que es el mecanismo destinado a controlar el tiempo de exposición de la película a la luz), uno de los principales factores que podemos observar son los distintos encuadres de las imágenes (toda la información visual que entra en la pantalla).

- **Primerísimo primer plano:** encuadra detalles del sujeto.
 - **Primer plano:** tomando a una persona, encuadra su rostro.
 - **Plano medio pecho:** encuadra del pecho hacia arriba de la persona.
 - **Plano medio:** encuadra de la cintura hacia arriba de la persona.
 - **Plano americano:** encuadra desde las rodillas hacia arriba de la persona.
 - **Plano entero:** se incluye todo el cuerpo entero de la persona.
 - **Plano general:** incluye el contexto, además de poder ver al sujeto.
 - **Plano gran general:** no se llega a divisar al sujeto, ya que se incluye mucho contexto.
 - **Plano conjunto:** cualquiera de los anteriores donde puedan observarse dos o más personas.
- En dichos planos también podemos encontrar distintas angulaciones:
- **Normal:** ángulo paralelo al suelo.
 - **Picado:** la cámara captura los objetos desde una posición superior, viéndose desde arriba.
 - **Contrapicado:** se coloca la cámara en el suelo, de modo que se obtiene una perspectiva contraria al picado.
 - **Centital:** los objetos se toman con la cámara completamente arriba de ellos.



Foto: Fotografía primer plano conjunto
Fuente: comunicacionfamiliar.wordpress.com

- **Contrapicado perfecto:** los objetos se toman con la cámara completamente por debajo de ellos (Gernsheim, 1986).

Langford (1990) sostiene que además, las fotografías pueden tomarse en los ambientes que van a utilizarse en el cartel, o pueden tomarse frente a una superficie que luego se quitará y reemplazará por el fondo escogido. A esto se le llama croma, conocido también como “pantalla verde” o “pantalla azul”. Se trata de una técnica donde dicho color luego se extrae, para poder reemplazar la superficie con alguna otra imagen. Para que funcione correctamente, el color no tiene que estar presente en ningún otro lugar que no se quiera borrar, y hay que evitar los bordes poco definidos de personas, cabello y vestuario.

A causa de esto, podemos encontrarnos con luz natural o artificial, además de tonalidades distintas, que lo más probable es que sean modificadas más tarde con algún programa de edición digital. Lo mismo sucede cuando se trata de un grupo de varias personas, donde la fotografía puede tomarse en conjunto o individualmente, y luego retocarse y componerse digitalmente. La luz artificial puede provenir de focos y lámparas colocados estratégicamente a la hora de tomar la fotografía, o puede recrearse y/o modificarse por medio de programas digitales.

Mientras que existen muchas técnicas distintas respecto a luz e iluminación para crear distintos efectos y diferentes escenas e imágenes, en este trabajo se utilizará un esquema simplificado, utilizando las siguientes opciones:

- **Desde atrás para resaltar el/los personaje/s principal/es:** la luz proviene de atrás del sujeto, pudiendo hasta crear siluetas.
- **Desde un ángulo y homogéneo en toda la imagen:** la luz proviene de un ángulo, creando sombras y luces distintivas, homogéneas en toda la imagen.
- **Concentrado en un elemento en particular y dejando a otros de lado:** la luz se concentra en un objeto o personaje, dejando a otros elementos en la oscuridad o con poca iluminación.
- **Natural:** no se observa desde dónde proviene la luz, creando una situación “natural” y homogénea, aunque esté construida artificialmente.

Foto: Fotografía con iluminación desde atrás creando siluetas
Fuente: www.torange-es.com

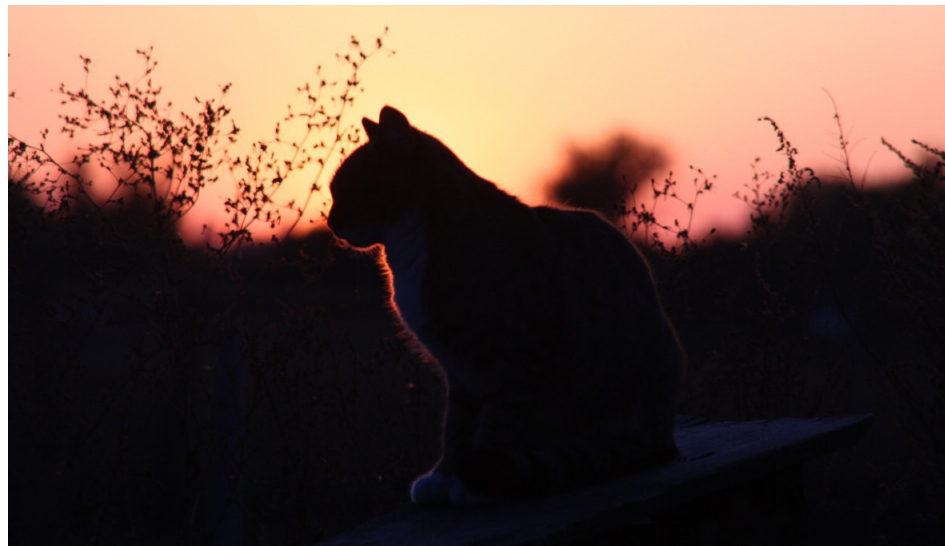


Imagen dibujada a mano e ilustración

Éstas consisten en las viejas técnicas, ya casi inexistentes a la hora de componer carteles, donde una persona o grupo de personas son las encargadas de dibujar y colorear las imágenes. Se hace la mayor parte del trabajo a mano, pudiendo encontrar varias etapas en su proceso: el de dibujo, entintado y coloreado. En dichas etapas pueden involucrarse distintas personas, logrando un trabajo en conjunto.

Aunque también pueden observarse grandes cambios y avances en esta técnica, aún se la distingue por sus característicos colores planos, donde también las sombras y luces están formadas de la misma manera.

También puede estar construido con otro material, como la pintura, donde entonces podremos observar los rasgos característicos de la misma, e incluso del artista encargado de la pieza. Otra técnica menos utilizada es la del collage, construida a través de otros elementos, imágenes o fotografías, creando luego reproducciones de la misma.

Se denomina ilustración a la imagen que adorna o acompaña a un texto. Las ilustraciones son imágenes asociadas a palabras, por lo que se pueden producir piezas que conllevan un mensaje. El aspecto importante de la ilustración, que lo diferencia de las imágenes pintorescas o espaciales, es que son diseños bidimensionales, no intentan reproducir la tercera dimensión (Lambert, 1999).

En la actualidad, los ilustradores son comparados con artistas plásticos y diseñadores gráficos, pero la verdad es que el oficio de ilustrador comenzó de una manera muy diferente.

Aunque la ilustración existe desde la invención de la escritura, la forma de ser vista cambió radicalmente con el nacimiento de la imprenta, que hizo que los manuscritos y el oficio de copista fueran desapareciendo. Se comenzaron a ilustrar y decorar las iniciales y los márgenes de los textos, para luego ir insertando viñetas que los acompañaban hacia finales del siglo XV.

Hasta el siglo XVII, las ilustraciones y el texto se intercalaban en un libro, utilizándose láminas grabadas por separado, pero luego, al perderse el arte de grabar sobre madera y comenzar a hacerlo sobre cobre, ambos elementos pudieron ir juntos y ser tirados en la misma hoja. La prensa tomó ventaja de esto, haciendo que el periodismo ilustrado ganara un gran desarrollo e importancia (McLean, 1993).

Con el avance de la tecnología se fueron inventando nuevas técnicas de reproducción, cambiando a distintos materiales, hasta que, gracias a la fotolitografía (proceso consistente en transferir un patrón desde una retícula conocida como fotomáscara a la superficie de una oblea), la fototipia (proceso de impresión fotomecánica sobre una matriz constituida de una placa de vidrio, donde el diseño se transfiere y cocina, para luego imprimirse mediante contacto con un negativo), y la foto cromolitografía (derivado de la litografía, ayuda a imprimir en varios colores mediante el uso de una superficie plana y distintos productos químicos) permitieron que los dibujos a pluma o lápiz pudieran ser reproducidos directamente sin la intervención de un grabado.

Durante el siglo XIX, movimientos como el Arts and Crafts de Inglaterra toman importancia, a la vez que nace el renacimiento en la ilustración de los libros modernos con William Morris y Aubrey Beardsley, especialmente en el llamado Art Nouveau.

Gracias a los avances, durante estas fechas también surgieron movimientos como la caricatura y la historieta, con artistas reconocidos como Alfred Dubout, Paul A. Weber, Flora Paul, Kurt Halbritter, Guillermo Mordillo, Walter Moers y Brian Bagnall. A su vez, a comienzos de la época moderna, también comienza a utilizarse la ilustración para libros infantiles (Lambert, 1999).



Foto: Ilustración con fibrones
Fuente: artgerm.deviantart.com

Imagen digital

El gran avance tecnológico que estamos viviendo permite que las imágenes sean creadas en su totalidad digitalmente, haciendo uso de programas especializados y modelos en tres dimensiones. Este tipo de imágenes son características de las películas de animación realizadas de la misma manera, pero también se han visto recreaciones de personas de carne y hueso utilizando dicha técnica.

Ya sea buscando algo que recuerde a las imágenes dibujadas a mano, o algo más cercano a la realidad, lo cierto es que podemos observar modelos y sombras más detallados, que logran personajes y siluetas más realistas.

Películas de animación que anteriormente se realizaban con la técnica más antigua ahora se realizan digitalmente, por lo que podemos observar este tipo de imágenes en sus carteles. A su vez, actores reconocidos han sido reconstruidos digitalmente varias veces antes, buscando acercarse lo máximo posible a la realidad, para que el público no sea capaz de distinguir la técnica utilizada, y engañar al ojo humano al creer que se trata de una fotografía.

Con respecto a las imágenes digitales, Santarsiero (2008) reconoce dos tipos:

- **Imágenes vectoriales:** compuestas por segmentos y polígonos, definidas por un grupo de parámetros (coordenadas iniciales y finales, grosor, contorno, relleno, curvatura, entre otros). Dichas imágenes pueden reducirse a una colección de figuras geométricas simples, por lo que es posible ampliarlas o reducir las sin perder la calidad. Están conformadas por colores planos.

- **Imágenes de mapas de bits:** compuestas por una gran cantidad de píxeles (cuadrados de colores), cada uno relleno con un color plano pero que, en conjunto con los demás, da el resultado de integrar visualmente las variaciones de color y la luminosidad en el ojo humano. Este es el tipo de imagen utilizado para la fotografía y el cine, ya que permite recrear fielmente una escena. La calidad de la imagen depende de la cantidad de píxeles utilizados y, a su vez, no permite que se la escale, perdiendo calidad cuando se lo hace.

Las imágenes digitales pueden conseguirse a partir de dispositivos de conversión analógica digital, como los escáneres y cámaras fotográficas digitales, o pueden ser creadas a partir de programas especializados.



Foto: Ilustración digital
Fuente: sakimichan.deviantart.com

; Composición de la imagen

Con esto nos referimos a algo que ya se nombró con anterioridad: cómo se forma la imagen del cartel. Muchas veces podemos observar combinaciones no sólo del tipo de imagen, sino de encuadres y técnicas, como el collage, fotomontaje e incluso dos imágenes distintas en un mismo cartel.

- **Collage:** conjunto de varios elementos o imágenes para formar algo más. No busca formar una imagen que se crea real.

- **Fotomontaje:** en su mayoría compuesto digitalmente, la escena del cartel se crea a través de la combinación de varios elementos, fondos, imágenes, fotografías, figuras humanas, etcétera, logrando algo uniforme, el cual no se nota a simple vista que es artificial.

- **Combinación de fotografías:** varias veces en un mismo cartel podemos encontrar fotografías que componen dos escenas distintas, como actores por un lado y un paisaje por el otro que, aunque tienen un significado en común para con la película, no se relacionan entre sí visualmente. También podemos encontrar otros casos, como varios retratos, escenas o paisajes encuadrados individualmente sobre un fondo.

- **Combinación de tipos de imagen:** aquí se utilizan dos o más tipos de imágenes para crear el cartel, como fotografía e imagen creada digitalmente o dibujada a mano. Podemos encontrar varios ejemplos en películas donde se combinan las mismas técnicas, con actores de carne y hueso que se relacionan con personajes creados artificialmente.

- **Composición tipográfica:** no se encuentran dibujos, ilustraciones o fotografías; en cambio, el texto mismo se utiliza como imagen para crear el mensaje deseado por el diseñador (Lambert, 1999).

; Tipografía/texto

El texto en un cartel de cine es muy importante, ya que no sólo nos da a conocer el nombre del film, sino que también los nombres de los actores, nominaciones a premios, críticas y comentarios que funcionan para intentar atraer personas a las salas de cine.

El foco del cartel suele estar en la imagen principal del mismo, o el título de la película, que puede ser considerado como “texto principal” o de mayor importancia. También se encuentran nombres de actores, directores y productores, más aún si llevan una trayectoria y son conocidos en el ámbito. Los carteles también pueden contar con una bajada de texto o slogan, constituido por una frase relacionada al film que intenta despertar el interés. Por otro lado, pueden querer destacar ciertas premiaciones o nominaciones importantes de dicha película, agregando alguna línea de texto informándolo; dicho texto se diseña junto al cartel.

También suele utilizarse para colocar críticas o comentarios de lo buena y entretenida que es la película, proveniente de revistas, diarios y/o críticos especializados, frases que aportan más información como “basado en una historia real”, o “del estudio que trajo” una película anterior.

Además, se encuentran los legales del filme, normalmente ubicados en la parte baja del cartel. Dicho texto es un escrito que otorga un permiso o establece ciertas restricciones para realizar alguna acción. Además describe personas y estudios involucrados e información pertinente. Aunque no está dirigido al público al que se intenta atraer para que vea el filme, aun así se distingue un diseño y jerarquía, pudiendo encontrar palabras en un tamaño más grande o escrito en mayúscula (Hernández, 2012).

Por fuera del diseño del cartel, a veces se pueden encontrar logos de empresas auspiciantes y de ciertos festivales donde se entregaron premios, as-

pecto que no se modifica especialmente para cada afiche; es decir, un tercero es quien entrega dicho logo, no se diseña junto al cartel.

Mientras que todos estos usos buscan atrapar e interesar al espectador a que vea la película, uno u otro texto tendrá más importancia que los demás, dependiendo de con qué se planea llamar la atención. Esta jerarquía se marca con distintas tipografías, variables, colores, tamaños y ubicación.

Resumiendo, los diferentes textos que podemos encontrar en los carteles de películas son:

- Título del film
- Nombres de actores, directores y productores
- Bajada o slogan
- Legales
- Premiaciones/nominaciones (cuando se diseña junto al cartel)
- Críticas y comentarios

Y por fuera del diseño, encontramos:

- Logos de empresas o auspiciantes
- Logos de festivales o premios

; Color

Del texto

Hernández (2012) sostiene que el título de la película es uno de los textos más importantes en el cartel. Por ello se busca que sobresalga, ya sea utilizando tipografía, color, otros recursos como encuadres y efectos, o a veces, varios de ellos. En cuanto al color, mayormente se suele utilizar el complementario al fondo o a algún color que predomine en el cartel, opuesto en el círculo cromático, o uno cercano a éste. Si el afiche utiliza pocos colores, y predominan el blanco y negro, suele utilizarse el opuesto al fondo, lo que le facilita al espectador diferenciarlo del resto de los elementos.

Cuando se quiere que el público también note otro texto, como nombres de actores y directores, suelen diferenciarse con otra tipografía y color, totalmente distinto al del título. Si éste último es algo complejo, ocupando gran espacio y con un color llamativo, los nombres importantes serán más simples, con una tipografía fácil y un color más apagado o menos provocativo. Si, en cambio, cuentan con el mismo color y misma tipografía, estarán en menor tamaño y arriba o abajo del título.

En cuanto a alguna bajada, frase o slogan, éste sí suele tener una congruencia con el título, ya que se busca que se relacione con éste y el tema de la película. Aun así, su jerarquía se diferencia estando en otro lugar del cartel, de tamaño más chico, o combinando tipografías y/o colores.

Los legales del cartel casi siempre suelen tener un color que facilite su lectura con respecto al fondo (si éste es negro, el texto será blanco o algún color pálido), pero al no ser un texto dirigido al público que se intenta seducir, cuenta con jerarquía propia y poca relación con el resto del cartel.

A veces se busca que ciertos comentarios o críticas a la película tengan más, o casi la misma jerarquía que el propio título, pudiendo encontrarlos de mayor tamaño y ocupando más espacio del cartel. El color cumple una función fundamental en estos casos, ya que se suelen utilizar colores opuestos para diferenciar claramente los comentarios del título.

De la imagen

En cuanto al color de la imagen, si se busca recrear una imagen fiel a la realidad, ésta tendrá una congruencia con todo el cartel, intentando crear un escenario homogéneo, aunque pueda estar creado artificialmente (a través de collage, fotomontaje, u otra técnica). Se buscará que la imagen tenga un tono parecido, con sombras, luces y texturas, compartidos por todas las figuras, personajes y elementos que encontramos en el cartel. Aunque también se encuentran con otros donde se utilizan ciertos recursos en colores y sus combinaciones para crear otras ideas, efectos y mensajes.

También así, hay muchos recursos en cuanto a color que pueden utilizarse si se quiere destacar algo en particular, como utilizar un color más llamativo o complementario al del fondo, o destacar cierto elemento o persona de la misma manera.

Del fondo

Para crear ese escenario en el que los personajes, figuras y elementos conviven, el fondo es sumamente importante. Ya sea que encontremos en él un paisaje con pocos objetos, una ciudad en llamas, o uno cargado de elementos, siempre se busca lograr una armonía de todo en cuanto a color, con respecto al mensaje que se quiere comunicar y el estilo del film.

Si se quieren destacar los personajes, por ejemplo, uno de los recursos más utilizados es el de usar colores opuestos, ya que, de esta manera, visualmente distinguimos automáticamente las figuras del fondo.

Muchas veces se puede encontrar una tonalidad compartida tanto por los elementos del cartel como por el fondo, pero éste se encuentra fuera de foco, o con luces y sombras que hacen que el personaje se destaque y recorte de éste.

Foto: "To the Wonder" (2013)
película de Terrence Malick
Fuente: www.impawards.com



; Elementos decorativos y agregados

Con esto hacemos referencia a otros elementos gráficos que se pueden encontrar en los carteles con el fin de decorar y que pueden aportar algo más de información, pero no es su función principal otorgar datos por sí solos.

Entre otros, podemos encontrar:

- **Recuadros:** ya sea varios para distintos personajes, o uno en general para todo el cartel. Suelen dar la impresión de que se trata de fotografías o ventanas.
- **Sellos:** con alguna frase para llamar la atención, como si alguien se lo hubiera colocado al cartel una vez que estuvo terminado.
- **Dibujos:** a veces dando la ilusión de que alguien dibujó por sobre la imagen principal, aunque sigue formando parte del mensaje en general.
- **Figuras, fotografías o elementos fuera de la imagen principal:** manchas, agujeros de bala, roturas en ciertas partes, algún animal u objeto que se encuentra apoyado en el título o a sus costados.
- **Texturas:** normalmente más distinguibles en determinados puntos del cartel, como en las esquinas o bordes, pueden dar la impresión de desgaste o viejo.

; Grilla compositiva

Casi todos los diseños tienen una estructura que gobierna la posición de las formas y elementos en un diseño, impone un orden y predetermina las relaciones internas de las formas del diseño.

Sobre el tema a tratar, Wong (1995) escribe que “la retícula básica es la que se usa con más frecuencia. Se compone de líneas verticales y horizontales, parejamente espaciadas, que se cruzan entre sí, lo que resulta en una cantidad de subdivisiones cuadradas de igual medida. [...] Aporta a cada módulo una misma cantidad de espacio, arriba, abajo, a la izquierda y a la derecha” (p.61).

Tomando eso en cuenta, podemos dividir la mayoría de los carteles en una serie de filas y columnas que nos resulten en una determinada cantidad de módulos, para así poder estudiar mejor su composición y la posición de sus elementos. A su vez, podríamos encontrar casos en los que sólo se utilicen líneas verticales o sólo líneas horizontales, u otros donde la grilla usada puede volver a dividirse en secciones más pequeñas.

A los planos que resultan de dividir un espacio en líneas horizontales y verticales se los conoce como módulos, pudiendo ubicar los elementos de un diseño utilizándolos como guía, combinándolos o volviéndolos a dividir si se quisiera.

Wong continúa proponiendo distintos tipos de estructura:

- **Formal:** se compone de líneas estructurales que aparecen construidas de manera rígida, matemática. Dichas líneas guían la formación completa del diseño, logrando que el espacio quede dividido en una cantidad de subdivisiones iguales o rítmicas, y las formas queden organizadas con una fuerte sensación de regularidad.
- **Semiformal:** es habitualmente bastante regular, pero existe la ligera irregularidad. Puede componerse o no de líneas estructurales que determinan la disposición de los módulos.
- **Informal:** normalmente no tiene líneas estructurales; la organización es generalmente libre o indefinida (p. 59).

Además, la estructura puede ser:

- **Inactiva:** se compone de líneas estructurales que son puramente conceptuales. Tales líneas son construidas en un diseño para guiar la ubicación de las formas de los módulos, pero nunca interfieren con sus figuras ni dividen el espacio en zonas distintas.
- **Activa:** se compone de líneas estructurales que también son conceptuales. Sin embargo, pueden dividir el espacio en subdivisiones individuales que aíslan el contenido de los demás (p. 59).

; Lectura del cartel

Nuestro ojo humano occidental tiende a leer de una determinada manera cualquier pieza: de arriba abajo, de izquierda a derecha; pero eso no quiere decir que sea igual en todos los casos. Dependiendo de en qué parte u objeto del cartel se quiere centrar la atención, y cómo se quiere que se recorra, se encuentran casos muy distintos, que utilizan diferentes recursos para lograr su cometido.

El ojo explora la imagen y registra varias figuras buscando un orden. Si encuentra muchas figuras pequeñas, lo más probable es que adopte el orden de lectura de izquierda a derecha, de arriba abajo. Si esto se complica, y la configuración no indica otra cosa, puede que se recorra la pieza desde el centro hacia afuera, siguiendo un recorrido parecido a un espiral. Pero en la mayoría de los casos, habrá un recorrido de lectura predeterminado, que guiará los ojos y cómo quiere que se perciban los elementos. Aun así, normalmente el cierre de la pieza la encontraremos al final, que será lo que se quiere que se recuerde en última instancia (Arnheim, 2005).

Por ello, la división del espacio y dónde se coloquen sus elementos es muy importante, y guiará cómo recorrerá el espectador la superficie, y la manera en que percibirá el mensaje. A sí mismo, podríamos encontrarnos con cierto recorrido predeterminado, pero el primer objeto que nos llama la atención no se encuentra allí, sino más adelante. También se pueden encontrar con una línea de lectura y otra que, aunque resulta de interés, no es el recorrido principal de la obra.

; Medidas del cartel

Normalmente, cuando se prepara la campaña promocional de una película, se confeccionan varios carteles, mostrando distintos personajes y situaciones, a la vez que se toma en cuenta dónde se colocará el cartel, para qué medio y qué público.

Por ello, podemos encontrarnos con distintas medidas del cartel y distintas adaptaciones: vertical, horizontal, preparado para la vía pública, para autopistas, para las salas de cine, revistas o diarios. En cada caso se tendrá en cuenta el público objetivo, el medio y el soporte para adaptar el diseño original.

Los carteles destinados a las salas de cine, y medios y soportes parecidos, suelen seguir la medida estándar que llegó con el cine sonoro, que es de sesenta centímetros de ancho por noventa centímetros de alto, aunque también se suelen encontrar de setenta centímetros de ancho por cien de alto. Esto es a causa de las distintas impresoras y sistemas de impresión por las cuales se pueden realizar (Hernández, 2012).



Foto: "Enough Said" (2013)
película de Nicole Holofcener
Fuente: www.impawards.com

Otras investigaciones sobre el tema

“Análisis semiótico-visual de películas ganadoras a mejor fotografía en el festival de San Sebastián”

Diana Carolina Santanilla Cala – Bogotá, 2009

Su objetivo principal es el análisis de la fotografía cinematográfica desde la mirada semiótica, dando cuenta de la producción de sentido. Para ello selecciona seis películas ganadoras a mejor fotografía en el festival de San Sebastián, un evento que se realiza desde 1953 y que cuenta con dicha categoría ininterrumpidamente desde 1996.

Propone un sistema de análisis, teniendo en cuenta ciertos aspectos, recursos y retórica utilizados en los filmes (fotografía, objeto, percepción, signo icónico, figuras retóricas y significación). Sobre cada película expone una sinopsis y escenas que se van a tener en cuenta a la hora de analizarlas; de dichas escenas observa y describe los aspectos, el objeto de la percepción, los tipos, referentes, significantes, figuras retóricas y la significación de éstas.

Sus conclusiones son que los recursos utilizados en determinadas escenas de las películas es partícipe substancial del proceso de significación y creación de sentido. Abunda la presencia de mensajes en la composición, colores, luz, texturas y decisiones fotográficas, haciendo que sea tarea del director de fotografía y del director del filme el proporcionar los mensajes convenientes y acertados.

“El cine con problemas de cartel”

Pablo Andrés Luna – Buenos Aires, 2006

En su tesis, plantea que, aunque el cartel de cine fue cambiando durante los años y países en los que se desarrolle, no siempre se supo aprovechar todos los recursos con los que cuenta para poder transmitir el mensaje deseado. Hace principal hincapié en los carteles actuales, justificando que muchos se centran en estrellas de cine conocidas para incitar al público a ver la película, en vez de utilizar mejor los recursos para generar la respuesta buscada. Su primera hipótesis es que, para lograr un resultado eficaz a nivel masivo, el afiche de cine debe administrar todos los recursos de comunicación y persuasión disponibles (nombres conocidos de las estrellas, la influencia del arte y las vanguardias del momento, el color, la tipografía, el uso de las imágenes, la composición, la construcción del mensaje). Su segunda hipótesis es que el afiche de cine debe administrar los recursos de comunicación con el fin de plantear una incógnita que ayude a crear expectativa, y por lo tanto, el deseo de consumir la película.

Haciendo un repaso por la teoría y comparándola con ejemplos de carteles, el autor concluye que muchas veces, los diseñadores emplean de manera errónea los recursos gráficos, desvinculados totalmente del mensaje y el estilo gráfico de la película en sí, solo para generar algo “llamativo a la vista”. Se terminan generando identidades diferentes entre el filme y el afiche, principalmente variando tipografía, imagen y color, desaprovechando totalmente otras opciones de utilización de recursos. Además, se hace excesivo uso del estereotipo del género, unificando elementos que no deberían manifestarse de esa manera si se quiere destacar el producto.

“Funciones del lenguaje: Análisis de cartel cinematográfico”

Úrsula Torres – España, 2011

La autora de este artículo se propone hacer un análisis del cartel cinematográfico de la película “The Fall”, de Tarsem Singh, estrenada en el 2006. Para ello, toma las funciones del lenguaje según R. Jakobson, y las del cartel según Norberto Chaves. Comienza explicando la función emotiva, apelativa, poética, metalingüística y fática del cartel, resaltando en los antecedentes en los que se basa, teniendo en cuenta sus signos, elementos visuales y recursos. Continúa con las funciones de la comunicación (información, identificación, persuasión, estética, convencionalidad y contacto), haciendo el mismo trabajo de relacionar la teoría con lo visto en el cartel y el público al que está dirigido.

“El cartel. Análisis desde el diseño gráfico”

Santiago Nieto – Ecuador, 2010

Comenzando con una breve historia sobre el cartel, su definición y grandes cartelistas de la historia, continúa haciendo una explicación sobre los carteles del siglo XX, con sus ventajas y desventajas. Sigue haciendo un análisis de los carteles en general, teniendo en cuenta la composición, técnicas, tipos de imagen, equilibrio entre texto e imagen, y cómo afectan al mensaje que se quiere hacer llegar al espectador. Es un trabajo sintético, hablando del afiche en general, sin tomar ejemplos específicos, pero elaborando sobre los elementos a analizar de cada obra, y qué aporta cada uno de ellos al observar carteles.

Capítulo 2:

Metodología y
criterios de evaluación

Capítulo 2:

Metodología y criterios de evaluación

Para el estudio de los estereotipos en los carteles de películas, se tomó la lista de géneros cinematográficos reconocida por Rick Altman, dentro de la categoría de ficción:

- Melodrama
- Acción o bélico
- Musical
- Terror y suspenso
- Comedia
- Ciencia Ficción
- Romance

A la vez que se recortaron los mercados en tres: Hollywood (por ser al que más nos exponemos, el que se toma como ejemplo en todas partes del mundo, y el que más nos llega), el europeo (por afinidad histórica) y el latinoamericano (por ser el que proviene de nuestro propio territorio). Reconocemos que existen más mercados, algunos con una producción cinematográfica mayor, pero son más difíciles de acceder para nosotros, y con una cultura de producción y comercialización totalmente distinta.

Para calificar cada película, se tomó la principal clasificación que se le atribuye, sin tener en cuenta filmes con una clasificación ambigua o no muy definida. Se investigaron largometrajes destinados a la comercialización en las regiones ya mencionadas. Además, se escogieron las películas más famosas, conocidas, populares o con una mayor comercialización. Si existía más de un afiche por película, se escogió el principal o el más usado.

Se tomaron seis carteles de películas de cada género y de cada región a estudiar, abarcando filmes estrenados en los años 2012 y 2013, ya que eso permitió observar las tendencias actuales en ciclos cinematográficos terminados.

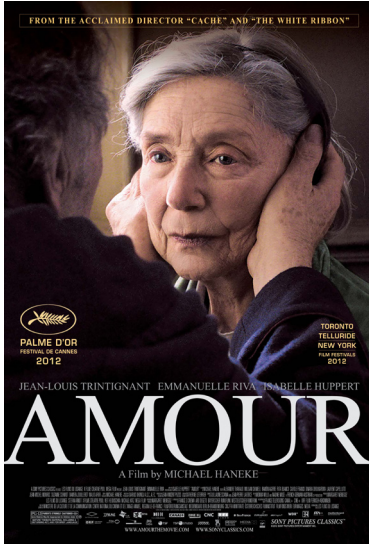
Cuando ciertas regiones no presentaban películas estrenadas en esos años de determinado género, no se incluyeron en el estudio. A su vez, cuando existían menos de seis, se analizó la cantidad disponible.

Para llevar a cabo este análisis, se implementó un cuadro de doble entrada, con el que se estudió la tipografía utilizada, la paleta de colores predominante, el tipo de imagen, la composición de los fondos y otros elementos, objetos o características que se encontró pertinente destacar. Cada cuadro estudió un género de una de las regiones, por lo que se elaboraron tantos cuadros como géneros hay, multiplicado por la cantidad de regiones que tenían muestras disponibles de ese género.

A continuación se presentan los carteles de cada género y región que se estudiaron en este trabajo:

; Melodrama

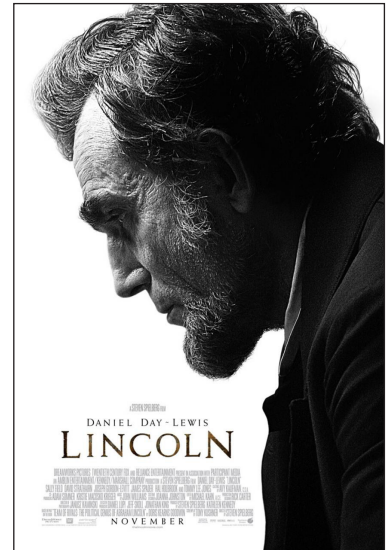
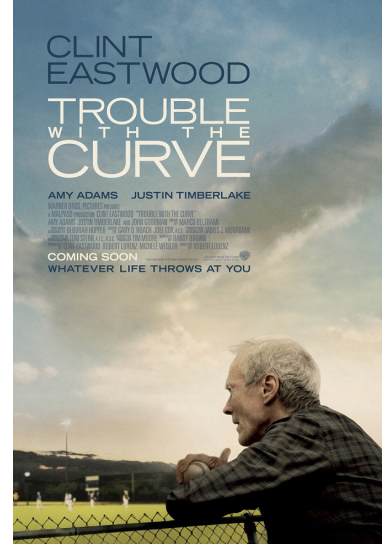
Europa



Fuente: www.impawards.com
y Google imágenes

; Melodrama

Hollywood



Fuente: www.impawards.com
y Google imágenes

; Melodrama

Latinoamérica



Fuente: www.impawards.com
y Google imágenes

; Acción

Europa



Fuente: www.impawards.com
y Google imágenes

; Acción

Hollywood



Fuente: www.impawards.com
y Google imágenes

; Acción

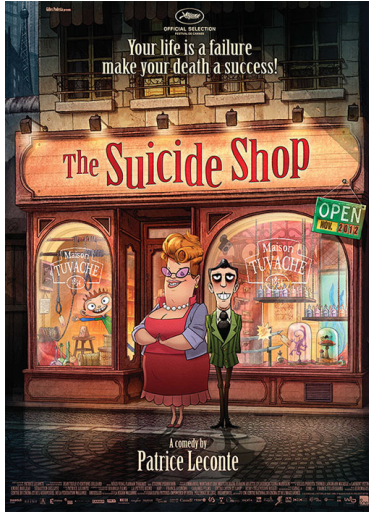
Latinoamérica



Fuente: Google imágenes

; Musical

Europa



Hollywood



Fuente: www.impawards.com
y Google imágenes

; Terror y suspenso

Europa



Fuente: www.impawards.com
y Google imágenes

; Terror y suspenso

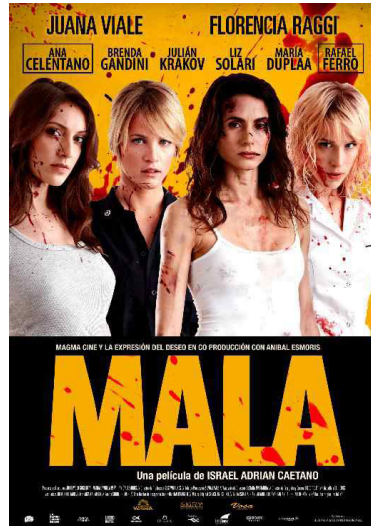
Hollywood



Fuente: www.impawards.com
y Google imágenes

; Terror y suspenso

Latinoamérica



Fuente: Google imágenes

; Comedia

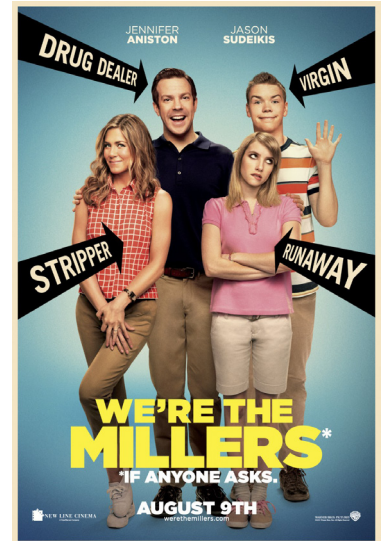
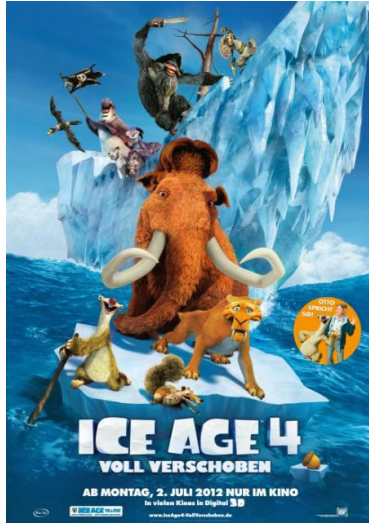
Europa



Fuente: www.impawards.com y Google imágenes

; Comedia

Hollywood



Fuente: www.impawards.com

; Comedia

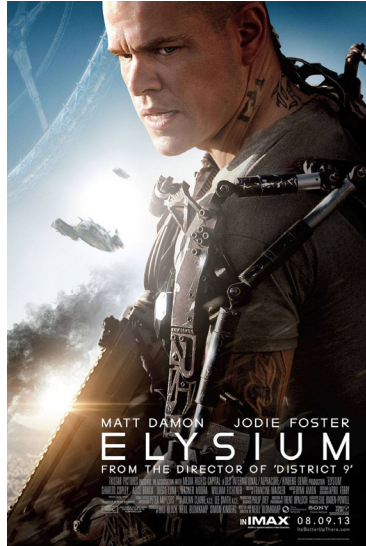
Latinoamérica



Fuente: www.impawards.com
y Google imágenes

; Ciencia ficción

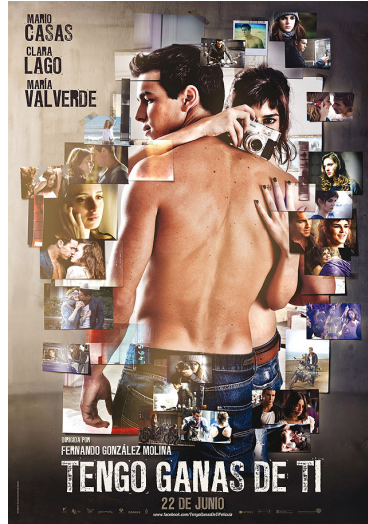
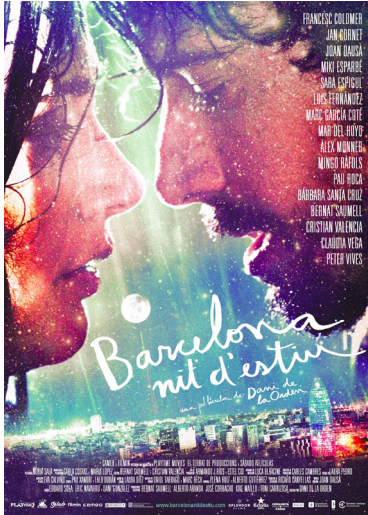
Hollywood



Fuente: www.impawards.com
y Google imágenes

; Romance

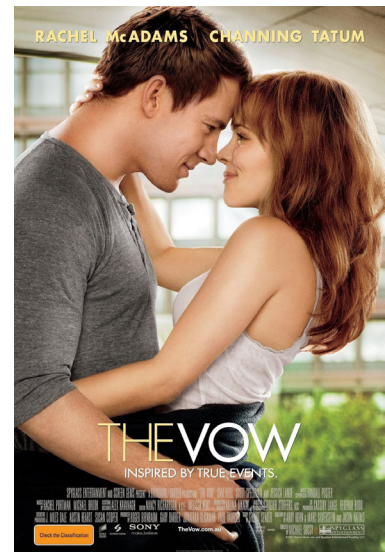
Europa



Fuente: www.impawards.com
y Google imágenes

; Romance

Hollywood



Fuente: www.impawards.com
y Google imágenes

; Romance

Latinoamérica



Fuente: Google imágenes

Criterios de evaluación

Para el análisis de los carteles se utilizó un cuadro de doble entrada, en el que se estudió lo siguiente, con dichas opciones:

Imagen

Tipo de imagen

A – Fotografía

- 1 – Primerísimo primer plano
 - 2 – Primer plano
 - 3 – Plano medio pecho
 - 4 – Plano medio
 - 5 – Plano americano
 - 6 – Plano entero
 - 7 – Plano general
 - 8 – Plano gran general
 - 0 – Plano conjunto
- I. Normal
 - II. Picado
 - III. Contrapicado
 - IV. Cenital
 - V. Contrapicado perfecto

B – Dibujo a mano

C – Imagen digital

Composición de la imagen

A – Collage

B – Fotomontaje

C – Combinación de fotografías

D – Combinación de tipos de imágenes

E – Composición tipográfica

Uso de figuras retóricas

A – Metáfora visual

B – Metonimia visual

C – Hipérbole visual

D – Sinécdoque visual

E – Ninguna

Tipografía

Del título

A – Paloseco

B – Serif

C – Caligráfica o manual

1 – Todo en mayúscula

2 – Uso de mayúsculas y minúsculas

3 – Uso de versalitas

4 – Todo en minúscula

Para los nombres

- A – Paloseco
- B – Serif
- C – Caligráfica o manual
- D – No cuenta con este aspecto
- 1 – Todo en mayúscula
- 2 – Uso de mayúsculas y minúsculas
- 3 – Uso de versalitas
- 4 – Todo en minúscula

De la bajada o slogan

- A – Paloseco
- B – Serif
- C – Caligráfica o manual
- D – No cuenta con este aspecto
- 1 – Todo en mayúscula
- 2 – Uso de mayúsculas y minúsculas
- 3 – Uso de versalitas
- 4 – Todo en minúscula

De los legales

- A – Paloseco
- B – Serif
- C – Caligráfica o manual
- D – No cuenta con este aspecto
- 1 – Todo en mayúscula
- 2 – Uso de mayúsculas y minúsculas
- 3 – Uso de versalitas
- 4 – Todo en minúscula

Premiaciones/nominaciones

- A – Paloseco
- B – Serif
- C – Caligráfica o manual
- D – No cuenta con este aspecto
- 1 – Todo en mayúscula
- 2 – Uso de mayúsculas y minúsculas
- 3 – Uso de versalitas
- 4 – Todo en minúscula

Críticas y/o comentarios

- A – Paloseco
- B – Serif
- C – Caligráfica o manual
- D – No cuenta con este aspecto
- 1 – Todo en mayúscula
- 2 – Uso de mayúsculas y minúsculas
- 3 – Uso de versalitas
- 4 – Todo en minúscula

Color

Paleta de colores predominante en la imagen:

- A – Rojos
- B – Azules
- C – Violetas/morados
- D – Grises, negros y oscuros
- E – Verdes

- F – Amarillos
- G – Naranjas
- H – Claros y blanco

Paleta de colores predominante en el fondo:

- A – Rojos
- B – Azules
- C – Violetas/morados
- D – Grises, negros y oscuros
- E – Verdes
- F – Amarillos
- G – Naranjas
- H – Claros y blanco

Paleta de colores predominante en la titulación:

- A – Rojos
- B – Azules
- C – Violetas/morados
- D – Grises, negros y oscuros
- E – Verdes
- F – Amarillos
- G – Naranjas
- H – Claros y blanco

Relación entre los colores de las figuras principales y el fondo:

- A – Complementarios
- B – Armoniosos
- C – Contrastantes

Relación entre los colores de la titulación y el fondo:

- A – Complementarios
- B – Armoniosos
- C – Contrastantes

Relación entre los colores de la titulación y la imagen:

- A – Complementarios
- B – Armoniosos
- C – Contrastantes

Homogeneidad de color en la imagen:

- A – Sí
- B – No

Uso de iluminación:

- A – Desde atrás para resaltar el/los personaje/s principal/es
- B – Desde un ángulo y homogéneo en toda la imagen
- C – Concentrado en un elemento en particular y dejando a otros de lado
- D – Natural

Elementos decorativos y agregados

Recuadros

- A – Para distintos personajes
- B – Uno en general para el cartel
- C – No se utiliza

Sellos

- A - Sí
- B - No

Dibujos

- A - Por sobre la imagen
- B - Fuera de la imagen
- C - No se utiliza

Figuras o elementos fuera de la imagen principal

- A - Manchas
- B - Agujeros
- C - Roturas
- D - Animales u objetos
- E - Chispas
- F - Otros
- G - No se utiliza

Texturas

- A - Sí
- B - No

Grilla

Para esta categoría, se proponen dos modelos de grillas para analizar la muestra: un modelo de tres columnas y otro de cuatro, aunque pueden volver a dividirse en más columnas o filas.

- A - Modelo de tres columnas
- B - Modelo de cuatro columnas
- C - Sólo guías verticales
- D - Sólo guías horizontales
- E - No se puede observar una grilla

Lectura del cartel

- A – De arriba abajo, izquierda a derecha
- B – De arriba abajo, derecha a izquierda
- C – De abajo a arriba, izquierda a derecha
- D – De abajo arriba, derecha a izquierda
- E – De arriba abajo, línea vertical
- F – De abajo arriba, línea vertical
- G – Del centro hacia afuera
- H - Otro

Medidas del cartel

- A – 60cm x 90cm
- B – 70cm x 100cm
- C – Otra medida

Capítulo 3:

Análisis

Análisis

Melodrama

En los carteles de películas de melodrama, se puede observar una tendencia a centrar la atención en unos pocos personajes, los protagonistas, normalmente con fotografías en primer o primerísimo primer plano. Unos pocos optaron por utilizar tomas de cuerpo entero, pero aun así, la atención se centra en ellos ya sea por la composición del cartel o la iluminación. A su vez, varios carteles combinan imágenes, ya sea dos con tomas en primer plano, o una de éstas con una fotografía de plano general para armar otra escena. Se encuentran algunos usos de la metonimia, aludiendo a una idea relacionada, seguramente, con la trama de la película pero que, aún sin conocerla, podemos llegar a entender.

En cuanto a tipografía, en Europa suele utilizarse más una con serif para los títulos, mientras que en Hollywood y Latinoamérica se utilizan más las familias de palo seco. El resto de la titulación del cartel suele utilizar la misma tipografía que el título, aunque se hace uso de variables o se suele escribir una parte en minúscula y otra todo en mayúscula.

Los colores de los carteles europeos muestran mucho uso de rosados, anaranjados y marrones, con algunos toques de azules y verdes. Se suele mantener una homogeneidad de color, haciendo uso, en todo caso, de la iluminación para resaltar algo. Los colores de la titulación son contrastantes con el fondo y, en algunos casos, mantienen una armonía con los colores de las imágenes principales.

No hay presencia de elementos decorativos y agregados, siendo los recuadros los más observables en algunos casos.

En cuanto a la grilla compositiva, en Europa y Latinoamérica rige la utilización del modelo de cuatro columnas, mientras que en Hollywood lo hace la de tres columnas. Los tipos de lectura que predominan son los de arriba abajo, izquierda derecha y arriba abajo en vertical, aunque también pueden encontrarse algunos del centro hacia afuera, especialmente aquellos donde se usan fotografías de primer o primerísimo primer plano. Por otro lado, medidas distintas a las estándares son las más utilizadas en todas las regiones.



Foto: Película latinoamericana “Días de pesca” (2012) de Carlos Sorín
Fuente: Google imágenes

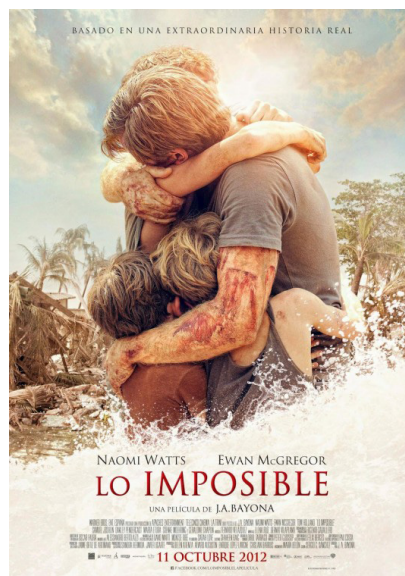


Foto izquierda: Película europea
“Lo Imposible” (2013) de Juan
Antonio Bayona

Foto derecha: Película hollywoodense
“People Like Us”
(2012) de Alex Kurtzman

Fuente: www.impawards.com



Acción

El tipo de fotografía que se utiliza en los carteles de acción suele ser de plano medio, medio pecho o entero. Se muestra a los protagonistas en el centro, a veces haciendo uso de la iluminación y colores del fondo para resaltarlos.

Aunque estos carteles guardan un parecido entre las tres regiones, en Hollywood se puede observar más uso de los elementos agregados, o fondos más elaborados con imágenes y figuras, que los hacen parecer más cargados. Los carteles, en su mayoría, suelen mostrar una homogeneidad de color, aunque hacen uso de complementarios o contrastantes entre los fondos y las figuras principales.

Las tipografías utilizadas suelen ser de palo seco, aunque en el título muestran algún efecto como desgaste, degradados, sombras o bordes. Para los nombres y/o bajadas, utilizan la misma tipografía o una parecida, pero sin tantos adornos y haciendo uso de variables de peso y tamaño. En cuanto al color de éstos, el título suele ser contrastante con el fondo, pero a veces guarda una armonía con las figuras principales. El cartel de Latinoamérica es el único que utiliza una tipografía con serif, tanto para el título como para la bajada.

Los carteles europeos suelen utilizar colores más apagados y oscuros, aunque resaltan algunos elementos con otros más llamativos. Hollywood utiliza mucho los azules, rojos y naranjas con secciones del fondo más oscuro, mientras que el único cartel disponible de Latinoamérica utiliza el azul como color principal de las figuras y fondo, y el rojo para destacar el título del film.

La figura retórica que más se observa es la metonimia, mientras que la grilla más utilizada en todas las regiones, salvando algunas excepciones, es la de cuatro columnas. Mientras que en Europa predomina la lectura de arriba abajo en línea vertical, en Hollywood pude observar más carteles que se leen del centro hacia afuera, al igual que el único cartel de Latinoamérica.

En cuanto a los tamaños de los carteles, en Europa se utilizan tanto los de 60cm x 90cm como los de 70cm x 100cm. Hollywood se divide en la utilización de 60cm x 90cm y otra medida, mientras que el único caso latinoamericano es de 70cm x 100cm.

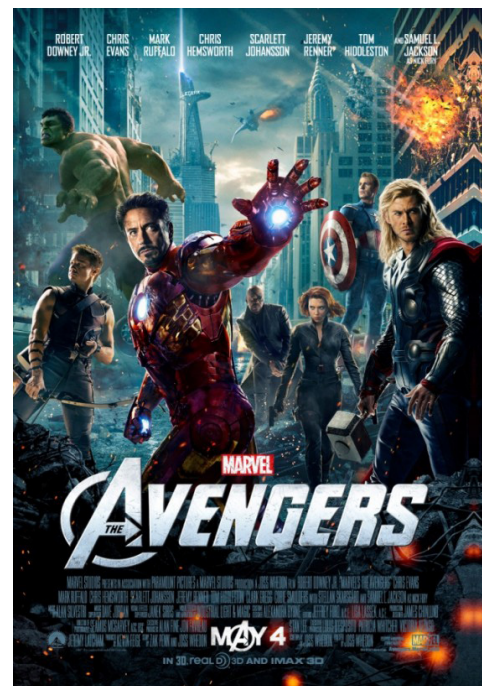


Foto: Película hollywoodense
"The Avengers" (2012) de
Joss Whedon
Fuente: www.impawards.com



Foto: Película europea "Combustión" (2013) de Daniel Calparsoro
Fuente: www.impawards.com



Foto: Película latinoamericana
"Cinco de Mayo: La Batalla"
(2013) de Rafa Lara
Fuente: Google Imágenes

Musical

Los carteles de Hollywood y Europa de este género muestran diferencias bastante marcadas. Para empezar, en Hollywood se pueden observar fotografías de plano entero conjunto, mientras que en Europa puede verse uno de plano general, otro de primer plano, y un último que combina imágenes en primer plano, y uno de plano general. La metonimia sigue siendo la figura retórica más utilizada, pero no en todos los casos se observa una.

Las tipografías varían bastante, encontrando dos carteles europeos que utilizan una con serif y otro una de palo seco, al igual que en Hollywood, pero en ésta última región, los títulos tienen efectos para transmitir cierta idea. Para los nombres y bajadas suele utilizarse la misma tipografía, excepto en uno de los carteles de Hollywood, donde se utiliza otra de más fácil lectura, distinta a la del título. En ambos casos, también se observan variables de peso, tamaño y color.

Los colores de los carteles son muy variados, y no guardan mucha relación entre sí. El único cartel no compuesto por una fotografía muestra mucho uso de los rojos, naranjas y amarillos, mientras que en el siguiente cartel europeo se observa una homogeneidad de rojo/rosado, y en el tercero predominan los azules de fondo, contrastados por los rojizos y anaranjados de los rostros. En el primer afiche de Hollywood predominan los tonos oscuros, en el segundo los azules de fondo y rojos/anaranjados en los personajes. En dos de los casos europeos, los colores de las tipografías son armoniosos con las figuras y contrastantes con los fondos, mientras que en uno de los casos de Hollywood, el color de la tipografía es contrastante en su totalidad, y en el otro caso, el título es armonioso con el fondo, y los nombres contrastan con él, compartiendo los colores de las figuras.

Aunque en Europa no se hace uso de elementos decorativos y/o agregados, en Hollywood sí se encuentran en ambos carteles, utilizando el primero texturas en el fondo, y el segundo chispas de luces.

En todos los casos de ambas regiones se utiliza una grilla compositiva de cuatro columnas, y las lecturas varían entre arriba abajo en línea vertical, y arriba abajo, izquierda derecha. En cuanto a las medidas de los carteles, rige la utilización de otras distintas a las estándares.

Foto izquierda: Película europea
"Los Miserables" (2012) de
Tom Hooper

Foto derecha: Película holly-
woodense "Rock of Ages" (2012)
de Adam Shankman

Fuente: www.impawards.com



Terror y suspenso

En todas las regiones predominan las fotografías de plano entero o general, siguiendo en segundo lugar, las de primer o primerísimo primer plano. En Latinoamérica también se observa un caso con fotografías de plano medio, pero es la única excepción. En la mayoría se alude a otras ideas, utilizando distintas figuras retóricas, como la metonimia, hipérbole y metáfora.

En todos los carteles de Hollywood y en la mayoría de los europeos, se utilizan tipografías con serif, tanto para los títulos como para las bajadas. Suele estar escrito todo en mayúscula, o haciendo uso de versalitas. Sólo los dos casos latinoamericanos y dos europeos utilizan tipografías de paloseco. Los colores son bien contrastantes con el fondo, y en el caso de que éste sea claro y las figuras oscuras, guardan armonía con el color de éstas últimas.

Los colores en general suelen ser oscuros, aunque esto puede observarse especialmente en los carteles Hollywoodenses. En los europeos se hace más uso de colores contrastantes para resaltar algún elemento o punto en especial del cartel, mientras que vemos que dos en especial, utilizan otros colores para los fondos. En todos los casos, los colores principales suelen ser negros y grises, utilizándose el rojo para resaltar. En Europa también vemos el uso de algunos amarillos y azules, mientras que uno de los carteles de Latinoamérica hace más uso del amarillo, a diferencia del segundo, que guarda más relación con los de las otras regiones.

En Hollywood utilizan mucho las texturas para crear una imagen y ambiente de terror y suspenso, mientras que en Europa se crea por los grandes contrastes de colores e iluminación. En Latinoamérica podemos observar manchas en uno, y roturas en otro, pero este segundo cartel es el que guarda más relación con los de las demás regiones.

En cuanto a la grilla compositiva, en Europa rige la utilización del modelo de cuatro columnas, mientras que en Hollywood y Latinoamérica observamos la misma cantidad de casos utilizando ambos modelos. La lectura más observable es de arriba abajo en línea vertical, ya que la mayoría de los carteles están diagramados formando verticalidad, mientras que en segundo lugar le sigue la lectura de arriba abajo, izquierda a derecha.

Con respecto a las medidas de los carteles, tanto en Europa como en Hollywood, lo más utilizado son medidas distintas a las estándares, mientras que los casos latinoamericanos siguen las medidas de 70cm x 100cm.



Foto izquierda: Película hollywoodense "The Conjuring" (2013) de James Wan

Foto derecha: Película latinoamericana "El Páramo" (2012) de Jaime Osorio Márquez

Fuente: www.impawards.com



Foto: Película europea "Dark Touch" (2013) Película de Marina de Van
Fuente: www.impawards.com



Comedia

En este género, se encuentran tendencias bastante diferentes en cada región, aunque aun así, se observan algunas similitudes.

En Europa predominan las fotografías de plano entero conjunto, mostrando gran cantidad de gente. En Hollywood vemos casos distintos entre sí, encontrando uno con una fotografía de plano general, dos de plano americano, otro de plano entero, y dos con imágenes creadas digitalmente, acorde a cómo se realizó la película. En Latinoamérica se observan dos con fotografías de plano medio pecho, y uno que combina fotografías con ese mismo plano, con otra general.

La única figura retórica que se usa en algunos carteles es la metonimia, armando situaciones o imágenes que aluden a otra idea. La iluminación en la mayoría suele ser natural, aunque pueden observarse algunas excepciones.

En todos los casos, excepto en uno de Latinoamérica, se usan tipografías de palo seco, tanto para el título como para las bajadas, críticas y nombres, también aprovechando los recursos de variables tipográficas, aunque predominan las palabras escritas todo en mayúscula.

En los carteles europeos es donde más se observan los elementos agregados y/o decorativos, encontrando en algunos manchas, dibujos, sellos, recuadros y otros objetos. También es donde más se hace uso de otros textos como críticas y premiaciones, en general resultando en carteles bastante cargados.

En los carteles Hollywoodenses predominan los colores azules de fondo, contrastando con los rojos y anaranjados de las figuras. Excepto uno, donde podemos observar un fondo liso de color fucsia, y otro donde, además del azul, notamos un amarillo que acompaña a la iluminación desde atrás. Los carteles europeos son muy coloridos, aunque también predominan los azules, junto con los verdes, rojos y anaranjados. En Latinoamérica esto cambia bastante, pudiendo encontrar dos carteles con fondos claros (uno de ellos azulado), y otro donde se utilizan colores oscuros y negros, contrastándolos con rojos y naranjas. Las tipografías usan colores complementarios y contrastantes a los de los fondos, y unos pocos están compuestos por degradados del mismo estilo.

En cuanto a la grilla, en Europa rige el modelo de cuatro columnas, en Hollywood se utilizan ambos modelos, y en Latinoamérica el de tres columnas es el más usado. La lectura suele ser de arriba abajo, izquierda derecha, encontrándonos con unos pocos donde el recorrido es de arriba abajo en línea vertical. Las medidas utilizadas para los carteles varían entre 70cm x 100cm y otras distintas a las estándares.



Foto izquierda: Película europea "La Gran Familia Española" (2013) de Daniel Sánchez Arévalo

Foto derecha: Película latinoamericana "Dos Más Dos" (2012) de Diego Kaplan
Fuente: www.impawards.com y Google Imágenes



Foto: Película hollywoodense "Scary Movie 5" (2013) Película de Malcolm D. Lee
Fuente: www.impawards.com



Ciencia ficción

El único caso observable de este género es el Hollywoodense. Guarda una semejanza con los carteles de películas de acción, aunque menos cargados y con menos elementos por fuera de la imagen. En todos se observan fotografías de plano medio o americano, excepto en uno donde es de plano general. Si se utilizan figuras retóricas, la más usada es la metonimia.

En cinco de los seis casos se usa una tipografía de palo seco, todo en mayúscula. En ese sexto cartel, se utiliza una con serif, pero se mantiene el uso de la mayúscula. Los colores son claros, contrastando con el fondo oscuro, y en ese último afiche, también se hace uso del rojo.

En general predominan los colores azules y amarillos, con iluminación desde atrás o desde un ángulo. En cuatro de los casos, los fondos son más elaborados, pero se mantiene una homogeneidad de color. En sólo uno de los carteles se puede observar el uso de recuadros, mientras que en otros pocos se utilizaron distintos objetos o elementos.

El modelo de grilla más utilizado es el de cuatro columnas, habiendo sólo un cartel que utiliza el de tres. La lectura suele seguir la verticalidad creada por las figuras, pero también se puede observar un recorrido de arriba abajo, izquierda a derecha. En cuanto a las medidas de los carteles, la mayoría utiliza la estándar de 60cm x 90cm, aunque dos de los seis casos utilizan otras.

Foto: "Elysium" (2013) película de Neill Blomkamp
Fuente: www.impawards.com

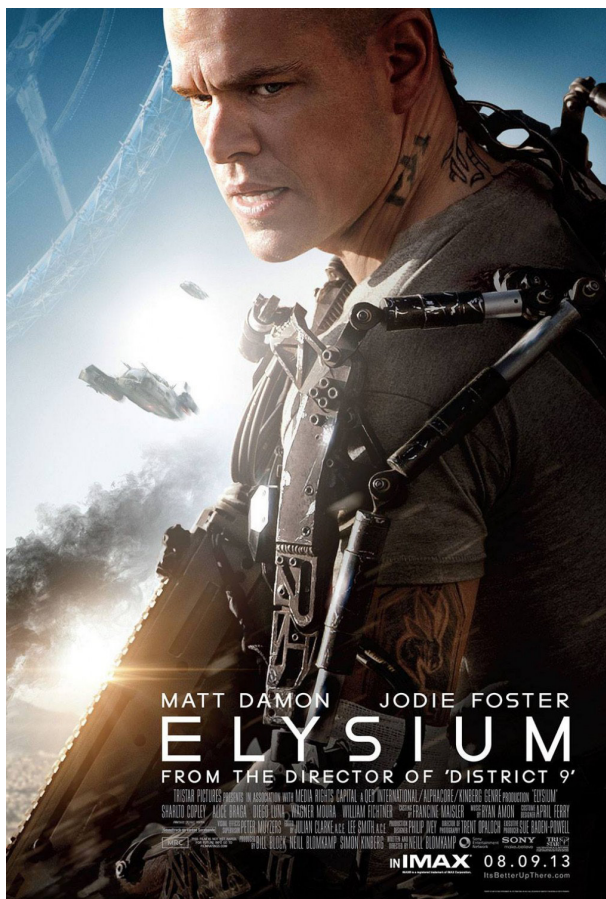


Foto: "Oblivion" (2013) película de Joseph Kosinski
Fuente: www.impawards.com



Romance

Los carteles de este género, en general, utilizan fotografías de primer plano, primerísimo primer plano, plano medio o plano medio pecho. Aunque suelen ser fotomontajes simples, también se pueden observar combinaciones de fotografías y un collage. Las figuras retóricas más usadas son la metonimia y sinécdoque visual.

En Europa, se observan carteles que utilizan tipografías con serif o caligráficas, mientras que en Hollywood y Latinoamérica predominan las de palo seco. Aun así, se observan más textos escritos en mayúscula y haciendo uso de las variables tipográficas de tamaño y peso. Su color suele ser bien contrastante con el fondo, y a veces, armonioso con las figuras principales.

Mientras que en Hollywood predomina el uso de verdes, azules y rojos, junto con el blanco, en Europa podemos encontrar más amarillo, anaranjados y marrones, junto con colores más oscuros. En Hollywood se nota más el contraste de las figuras con el fondo, mientras que en Europa se observa una homogeneidad mayor. Latinoamérica sigue más la línea de Hollywood en cuanto a color, aunque no en plano de las imágenes.

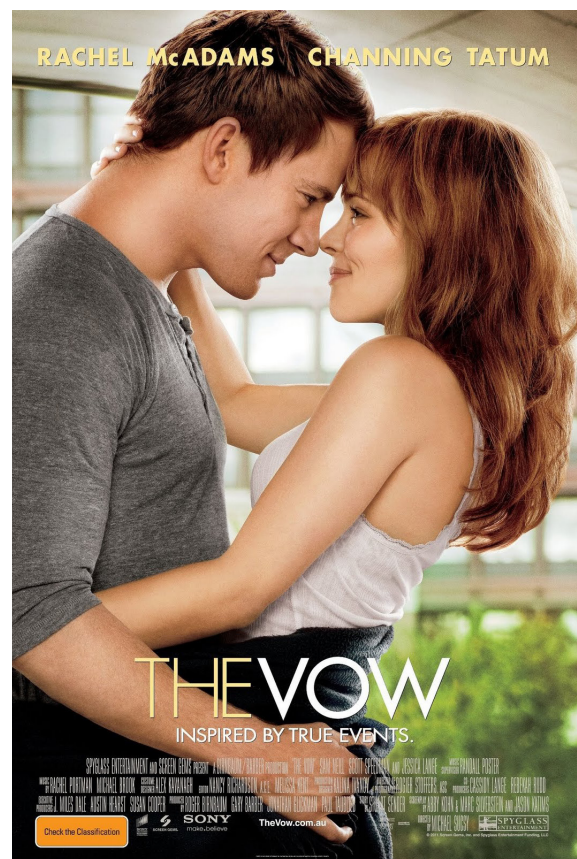
No se suele hacer uso de otros elementos agregados, excepto una minoría que utiliza texturas. En cuanto a la grilla compositiva, en Europa se utilizan ambos modelos de igual manera, en Hollywood rige el modelo de cuatro columnas, mientras que el único caso de Latinoamérica usa el modelo de tres columnas. Las lecturas varían, pero en general es de arriba abajo, izquierda a derecha. En Hollywood también se observan algunas en vertical, y pocas del centro hacia afuera. Las medidas más utilizadas en Europa son las de 70cm x 100cm y otras distintas, mientras que en Hollywood podemos encontrar las tres opciones, y en Latinoamérica la de 70cm x 100cm.

Foto: Película europea "Ce Que Le Jour Doit a La Nuit" (2012) de Alexandre Arcady
Fuente: Google imágenes



Foto: Película latinoamericana "Amor a Primera Visa" (2013)
Película de Pedro Pablo Ibarra
Fuente: Google Imágenes

Foto: Película hollywoodense "The Vow" (2012) película de Michael Sucsy
Fuente: www.impawards.com



Capítulo 4:

Conclusiones

Capítulo 4:

Conclusiones

Al comparar los carteles de películas de los distintos géneros entre sí, podemos observar los elementos que se comparten, incluso a través de las distintas regiones estudiadas.

Algunos géneros tienen tendencias claras en sus propios mercados, como los de comedia y melodrama, fácilmente distinguibles entre regiones; por ejemplo, el primero en Europa utiliza bastantes elementos agregados y fotografías con muchos personajes, creando un cartel visualmente cargado de objetos, mientras que en Hollywood rige la verticalidad de los elementos y fondos más simples. Lo interesante son los elementos que se respetan en ambas regiones, como la inclinación a utilizar colores azules, contrastados con rojos, fucsias, negro y blanco; fotografías de plano general conjunto, tipografías palo seco, la homogeneidad de los colores y el orden de la lectura. En cuanto a los carteles de melodrama, los tres mercados utilizan fotografías de primer plano y plano general, colores azules, amarillos y violetas, contrastados entre las tipografías y los fondos, composiciones por fotomontaje y combinación de fotografías, homogeneidad de color en todo el cartel, tendencia a no utilizar elementos decorativos o agregados, lo que crea una apariencia simple y limpia, mientras que se usa una misma lectura y medida.

En otros géneros, lo que se comparte es más evidente, como en los carteles de acción, donde rige la utilización de planos americanos y medios, con una composición por fotomontaje, colores oscuros contrastados con naranjas, rojos y blancos, tipografías de palo seco y una iluminación que resalta los personajes. En los afiches de terror y suspenso es fácilmente observable que hay una tendencia a compartir los planos generales y primeros planos de las fotografías, las figuras retóricas, el estilo de tipografías y los colores oscuros resaltados con tonos de colores contrastantes en alguna parte del cartel y en los títulos y nombres.

En los dos mercados donde observamos carteles del género musical, puede verse que comparten la composición de la imagen, el uso de la figura retórica metonimia visual, la iluminación para resaltar a los personajes, la homogeneidad del color, el tipo de grilla y las medidas del afiche.

En cuanto al género romance, dos de los tres mercados comparten los planos de las imágenes y el uso de las figuras retóricas, mientras que en todos puede verse la utilización de colores amarillos y azules, contrastados con rojos y oscuros, homogeneidad de color en todo el afiche, la misma grilla, composición de la imagen, y la verticalidad en la ubicación de los elementos.

A la conclusión que llegamos después de analizar todos los carteles y compararlos con los de otra región, es que, a pesar de que cada mercado tiene tendencias propias en cuanto a diseñar los carteles, los elementos compartidos son claramente observables, al igual que las influencias entre ellos. Los géneros de las películas fueron creados para que los espectadores supieran qué esperar a la hora de ver cada film, creando también, a su vez, categorías con afiches que comparten elementos entre sí.

Aunque nos encontremos en distintas regiones a la hora de observar carteles, los géneros a los que pertenecen las películas que representan son universales, por lo que, a través de la historia del cine y el afiche, mientras los géneros se afianzaban, también lo hacían los recursos que los carteles utilizaban para hablar de dichos filmes.

Foto: "A Royal Affair" (2012)
Película de Nikolaj Arcel
Fuente: www.impawards.com



Bibliografía

Bibliografía

- Altman, R. (2000) Los Géneros Cinematográficos. Buenos Aires, Argentina: Paidós Ibérica.
- Arnheim, R. (2005) Arte y percepción visual: Psicología del ojo creador. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Barnicoat, J. (1972) Los carteles. Su historia y su lenguaje. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Beltrán, F. (1993) La Supervivencia del Cartel. Revista TipoGráfica, 21, p. 30-31
- Blanchard, G. (1988) La Letra. España: CEAC.
- Braham, B. (1994) Manual del Diseñador Gráfico. Madrid, España: Ediciones Celeste.
- Chaves, N. (1989) Pequeña Teoría del Cartel. Revista TipoGráfica, 8, p. 4-7
- De Buen Unna, J. (2000) Manual de Diseño Editorial. México DF: Santillana.
- Duiops (2009) Historia del cine. Recuperado el 4 de septiembre del 2014 de <http://www.duiops.net/cine/inicios-del-cine.html>
- Enel, F. (1974) El cartel : lenguaje, funciones, retórica. España: Fernando Torres.
- Frascara, J. (1999) El Poder de la Imagen: Reflexiones sobre Comunicación Visual. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.
- Fügemann Otaolauruchi, L. (2005) Análisis estructural comparativo de las películas Down with love y Ladies' Night. México: (s/n)
- Gernsheim, H. (1986) A concise history of photography. Estados Unidos: Dover Publications.
- González Ruiz, J. (1998) Estudio de Diseño. Buenos Aires, Argentina: Emecé Editores.
- Hernández, L. (2012, 30 de abril) El cartel de cine. Lo Estratégico, 1. Recuperado el 5 de septiembre del 2014, de <http://loestrategico.com/2012/04/el-cartel-de-cine/>
- INTEF (s.f.) Historia del cine. Recuperado el 4 de septiembre del 2014, de <http://recursos.cnice.mec.es/media/cine/index.html>
- Itten, J. (1992) El arte del color. México DF: Limusa.
- Jameson, R. (1994) They Went Thataway: Redifining film genres a national society of film critics video guide. Estados Unidos: Mercury House.
- Lambert, S. (1999) El dibujo: técnica y utilidad. Madrid, España: Tursen-Hermann Blume ediciones.
- Langford, M. (1999) La fotografía paso a paso: Un curso completo. Madrid, España: Tursen-Hermann Blume ediciones.
- Luna, P. (2006) El Cine con Problemas de Cartel. Tesis de maestría, Universidad Abierta Interamericana, Buenos Aires, Argentina.
- Meggs, P. (2000) Historia del Diseño Gráfico. México: Trillas Editorial.
- McLean, R. (1993) Manual de tipografía. Madrid, España: Hermann Blume Ediciones.
- Neale, S. (1999) Genre and Hollywood. Estados Unidos: Routledge.
- Nieto, S. (2010) El cartel. Análisis desde el diseño gráfico. Recuperado el 4 de septiembre del 2014, de <http://www.slideshare.net/sjnietoc/el-cartel-anlisis-desde-el-diseo-grfico>
- Pelta, R. (2011) ¡¿Adiós cartel?!.. Revista Etapes, 12, p. 52-61
- Santanilla Cala, D. (2009) Análisis semiótico-visual de películas ga-

nadoras a mejor fotografía en el festival de San Sebastián. Tesis de maestría, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

- Santarsiero, H. (2008) Preimpresión 2: Flujos de trabajo y gestión digital. Buenos Aires, Argentina: Producción Gráfica Ediciones.
- Schatz, T. (1981) Hollywood Genres: Formulas, Filmmaking and the Studio System. Estados Unidos: McGraw-Hill Higher Education.
- Torres, U. (2011) Funciones del lenguaje: Análisis de cartel cinematográfico. Recuperado el 4 de septiembre del 2014, de <http://vforvisign.wordpress.com/2011/04/26/funciones-del-lenguaje-analisis-de-cartel-cinematografico-the-fall/>
- Wong, W. (1988) Principios del diseño en color. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Wong, W. (1995) Fundamentos del Diseño. España: Ediciones Gustavo Gili.

Fuentes

- IMP Awards. Carteles de películas. Disponible en: <http://www.impawards.com>
- Internet Movie Database. Información sobre películas. Disponible en: <http://www.imdb.com>
- My Sofa. Información sobre películas. Disponible en: <http://www.mysofa.es>

