

# UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

## MÁSTER UNIVERSITARIO EN DISEÑO GRÁFICO DIGITAL



presentado por  
**RENEDO VELÁZQUEZ, ONDIZ**

director/a  
**YAÑEZ MARTÍNEZ, BEGOÑA**

Ciudad: Bilbao

Fecha: 28/02/2019

Trabajo Fin de Máster Tipo 1

## RESUMEN

El diseño de un afiche cinematográfico, como cualquier creación gráfica, se basa en hacer algo que no se encontraba antes (Luqui; De Los Hoyos; López; Barsa, 1987) como herramienta de comunicación que incite al consumo de un servicio, la película. Pero, ¿cómo transmitir la esencia del film y que el espectador reconozca el género? A través de este estudio se abordan e investigan las estructuras que tienen en común los diferentes afiches cinematográficos en función de su género: acción, animación, ciencia ficción, comedia, drama, fantástico, musical, romance, terror y thriller. Así, se optó por analizar los carteles de las películas publicadas en España desde 2016 a agosto de 2018, a excepción de dos géneros que se requirió remontarse a años anteriores, por no llegar al mínimo de carteles que permitiesen sacar conclusiones firmes.

Para la creación de una tabla de variables que serviría para el posterior análisis se consultaron diversas fuentes de investigación. Una vez realizado el cuadro de variables, se anotaron las características que los 1.176 afiches. Por último, se crearon afiches con las variables mayoritarias obtenidas para comprobar qué elementos eran intrínsecos según el género. Todo ello de una manera esquemática incluyendo los elementos gráficos paso a paso y realizando una retícula de cada género. De esta forma, se obtuvieron unos patrones de prioridades a la hora de diseñar afiches cinematográficos que pueden ayudar a futuros diseñadores de la materia, siendo lo más prioritario el fotograma clave de la película, seguido del color, de la tipografía y finalmente, la composición. Como bien señala Perales (1995) el cartel de una película es la imagen y síntesis de la historia del filme y su diseño está fuertemente influenciado por el género de la obra.

**afiches de cine**

**diseño gráfico**

**investigación**

**diseño de afiches**

**creación de carteles cinematográficos**

## ABSTRACT

The design of a cinematographic poster, like any graphic creation, is based on doing something that was not done before (Luqui, De Los Hoyos, López, Barsa, 1987) as a communication tool that encourages the use of a service, the film. But, what is the best way to transmit the essence of the film and make the viewer recognize the genre of the movie? Throughout this study, the structures shared by different film posters are approached and investigated according to their genre : action, animation, science fiction, comedy, drama, fantasy, music, romance, horror and thriller. Thus, the posters of the films published in Spain from 2016 to August 2018 have been analyzed, with the exception of two genres that took more space in time because as a consequence of not reaching the minimum of posters needed to take relevant conclusions.

Several research sources were consulted for the creation of a usefull variables sheet for the subsequent analysis. Once variables sheet was made, the characteristics of the 1,176 posters were introduced. Finally, posters were created with the most frequent variables to check which elements were intrinsic according to gender. All this examples explained in a schematic way including the graphic elements step by step and making a grid of each gender. In this way, priority patterns were obtained when designing film posters that can help future designers of the subject, with the keyframe of the film as most important key, followed by color, typography and, finally, composition. As pointed out by Perales (1995), the poster of a film is the image and synthesis of the history of the film itself and this design is strongly influenced by the genre of the work.

movie posters

graphic design

investigation

poster design

creation of cinematographic posters

# ÍNDICE

En caso de querer volver al índice en cualquier momento, en la mitad superior izquierda hay disponible un enlace denominado Máster Universitario en Diseño Gráfico Digital.

<u>1. INTRODUCCIÓN</u>	[08]
<u>1.1. Justificación</u>	[09]
<u>1.2. Planteamiento del trabajo</u>	[10]
<u>1.2.1. búsqueda de fuentes</u>	[11]
<u>1.2.2. análisis de afiches cinematográficos</u>	[11-12]
<u>1.2.3. análisis de variables</u>	[12]
<u>1.2.4. diseño de afiches cinematográficos y conclusiones</u>	[12]
<u>1.3. Estructura del trabajo</u>	[13]
<u>2. MARCO TEÓRICO</u>	[14]
<u>2.1. Fuentes de información</u>	[14-16]
<u>2.2. Estudios previos en la materia</u>	[17-18]
<u>2.3. Conclusiones previas</u>	[18]
<u>3. OBJETIVO Y METOLOGÍA</u>	
<u>3.1. Objetivo general</u>	[19]
<u>3.2. Objetivos específicos</u>	[19-20]
<u>3.3. Metodología</u>	[20-22]
<u>4. DESARROLLO ESPECÍFICO DE LA CONTRIBUCIÓN</u>	
<u>4.1. Definición y presentación del contexto</u>	[23-26]
<u>4.2. Trabajo documental</u>	[27]
<u>4.3. Valoración</u>	[27]
<u>4.4. Aportación</u>	[28]
<u>4.5. Investigación y análisis</u>	[28-33]
<u>5. INVESTIGACIÓN</u>	
<u>5.1. Afiches género: acción</u>	[34-35]
<u>5.2. Afiches género: animación</u>	[36-37]
<u>5.3. Afiches género: ciencia ficción</u>	[38-39]
<u>5.4. Afiches género: comedia</u>	[40-41]
<u>5.5. Afiches género: drama</u>	[42-43]
<u>5.6. Afiches género: fantástico</u>	[44-46]
<u>5.7. Afiches género: musical</u>	[47-48]
<u>5.8. Afiches género: romance</u>	[49-50]
<u>5.9. Afiches género: terror</u>	[51-52]
<u>5.10. Afiches género: thriller</u>	[53-54]



## 6. DISEÑO DE AFICHES

<u>6.1. Conclusiones previas</u>	[55]
<u>6.2. Diseño de afiches</u>	[56]
<u>6.2.1. Acción</u>	[57]
<u>6.2.2. Animación</u>	[58]
<u>6.2.3. Ciencia ficción</u>	[59]
<u>6.2.4. Comedia</u>	[60]
<u>6.2.5. Drama</u>	[61]
<u>6.2.6. Fantástico</u>	[62]
<u>6.2.7. Musical</u>	[63]
<u>6.2.8. Romance</u>	[64]
<u>6.2.9. Terror</u>	[65]
<u>6.2.10. Thriller</u>	[66]

## 7. CONCLUSIONES AL DISEÑAR AFICHES DE CINE

[67-68]

## 8. CONCLUSIONES DEL TRABAJO

<u>8.1. Conclusiones finales</u>	[69-70]
<u>8.3. Reflexiones finales</u>	[71]
<u>8.2. Líneas de trabajo futuro</u>	[71-72]

## 9. FUENTES DE DOCUMENTACIÓN

<u>9.1. Libros o capítulos de libros</u>	[73-74]
<u>9.2. Blogs, artículos, revistas y páginas web</u>	[74-76]
<u>9.3. Tesis o trabajos no publicados</u>	[76]
<u>9.4. Imágenes</u>	[76-78]

## 10. ANEXOS

<u>10.1. Género acción</u>	[80]
<u>10.2. Género animación</u>	[80]
<u>10.3. Género ciencia ficción</u>	[81]
<u>10.4. Género comedia</u>	[81]
<u>10.5. Género drama</u>	[81]
<u>10.6. Género fantástico</u>	[81]
<u>10.7. Género musical</u>	[82]
<u>10.8. Género romance</u>	[82]
<u>10.9. Género terror</u>	[82]
<u>10.10. Género thriller</u>	[83]

## ÍNDICE DE FIGURAS

<a href="#"><u>Figura 1. Resumen gráfico de los apartados del trabajo</u></a>	[13]
<a href="#"><u>Figura 2. Número de afiches analizados, según género cinematográfico</u></a>	[21]
<a href="#"><u>Figura 3. Historia del cartel cinematográfico</u></a>	[24]
<a href="#"><u>Figura 4. Aspectos formales. Imagen</u></a>	[29]
<a href="#"><u>Figura 5. Aspectos formales. Color</u></a>	[29]
<a href="#"><u>Figura 6. Aspectos formales. Tipografía</u></a>	[30]
<a href="#"><u>Figura 7. Aspectos formales. Connotación gráfica y factores compositivos</u></a>	[30]
<a href="#"><u>Figura 8. Tabla variables. Aspectos formales</u></a>	[31]
<a href="#"><u>Figura 9. Tabla variables. Connotación gráfica</u></a>	[32]
<a href="#"><u>Figura 10. Tabla variables. Aspectos formales.</u></a>	[33]
<a href="#"><u>Figura 11. Tipo de imagen. Combinación de fotografía con aspectos digitales.</u></a>	
<a href="#"><u>Plano americano. Afiches de <i>Super Singh</i> (2017) y <i>The Belko Experiment</i> (2016).</u></a>	[34]
<a href="#"><u>Figura 12. Gráfico con los efectos de los afiches del género acción.</u></a>	[34]
<a href="#"><u>Figura 13. Paleta de colores predominantes en la titulación. Un color y efecto.</u></a>	
<a href="#"><u>Afiches de <i>Los hombres libres de Jones</i> (2017) y <i>Tiger está vivo</i> (2017).</u></a>	[35]
<a href="#"><u>Figura 14. Resultados de los afiches del género acción.</u></a>	[35]
<a href="#"><u>Figura 15. Gráfico con el tipo de imagen de los afiches del género animación.</u></a>	[36]
<a href="#"><u>Figura 16. Elementos que componen la imagen. Personajes fantásticos, más de tres.</u></a>	
<a href="#"><u>Afiches de las películas <i>¡Vaya bichos!</i> (2018) y <i>Angry Birds, la película</i> (2016).</u></a>	[36]
<a href="#"><u>Figuras 17. Tipografía. Eslogan o frase con tipografía moderna y ubicación superior de los afiches <i>Alvin y las ardillas, fiestas sobre ruedas</i> (2016) y <i>Batman: La Lego Película</i> (2017).</u></a>	[37]
<a href="#"><u>Figura 18. Connotación gráfica. Acción en el afiche <i>Los increíbles 2</i> (2018).</u></a>	[37]
<a href="#"><u>Figura 19. Resultados de los afiches del género animación.</u></a>	[37]
<a href="#"><u>Figura 20. Efecto doble exposición. Afiches de las películas <i>Proyecto Lázaro</i> (2016) y <i>Robots, la invasión</i> (2016).</u></a>	[38]
<a href="#"><u>Figura 21. Tipografía en el eslogan. Modernas, lineales y en mayúsculas. Afiche: <i>La serie divergente, Leal</i> (2016).</u></a>	[38]
<a href="#"><u>Figura 22. Gráfico connotación gráfica en afiches del género ciencia ficción.</u></a>	[39]

<a href="#"><u>Figura 23. Resultados de los afiches del género ciencia ficción.</u></a>	[39]
<a href="#"><u>Figura 24. Tipo de imagen. Combinación de fotografía con elementos gráficos. Encuadre normal y plano medio. Afiches de la películas <i>El futuro ya no es lo que era</i> (2016) y <i>La leyenda de Barney Thomson</i> (2016)</u></a>	[40]
<a href="#"><u>Figura 25. Gráfico variable tipo de elementos que componen la imagen del género comedia.</u></a>	[40]
<a href="#"><u>Figura 26. Tipografía del título. Modernas, lineales en mayúsculas. Afiches de las películas <i>Los visitantes la lían</i> (2016) y <i>Mike y Dave buscan rollo serio</i> (2016).</u></a>	[41]
<a href="#"><u>Figura 27. Resultados de los afiches del género comedia.</u></a>	[41]
<a href="#"><u>Figura 28. Gráfico elementos que componen la imagen en los afiches del cine dramático.</u></a>	[42]
<a href="#"><u>Figura 29. Elementos que componen la estructura: personajes, dos personajes. Afiche de las películas <i>El caso Fischer</i> (2016) y <i>El mundo abandonado</i> (2015).</u></a>	[42]
<a href="#"><u>Figura 30. Premiaciones y nominaciones. Sello. Ubicación mitad superior. Afiche <i>Blanka</i> (2016) y <i>El hombre que conocía el infinito</i> (2016)</u></a>	[43]
<a href="#"><u>Figura 31. Resultados de los afiches del género dramático.</u></a>	[43]
<a href="#"><u>Figura 32. Elementos que componen la estructura. Personajes, más de tres. Afiches de las películas <i>Trío, la búsqueda del santuario sagrado</i> (2017) y <i>Cazafantasmas</i> (2016).</u></a>	[44]
<a href="#"><u>Figura 33. Gráfico variable estructura compositiva del género fantástico.</u></a>	[45]
<a href="#"><u>Figura 34. Color. Paleta de colores predominantes en la imagen y fondo. Afiche de la película <i>Batman vs Superman</i> (2016).</u></a>	[45]
<a href="#"><u>Figura 35. Iluminación. Concentrada en un elemento en particular y dejando a otros de lado. Afiche de la película <i>La forma del agua</i> (2017).</u></a>	[46]
<a href="#"><u>Figura 36. Resultados de los afiches del género fantástico.</u></a>	[46]
<a href="#"><u>Figura 37. Elementos que componen la estructura. Personajes, más de tres. Afiches de las películas <i>Hairspray</i> (2007) y <i>Rock of Ages</i> (2012).</u></a>	[47]
<a href="#"><u>Figura 38. Gráfico connotación gráfica de los afiches del género musical.</u></a>	[47]
<a href="#"><u>Figura 39. Iluminación. Desde atrás para resaltar el/los personaje/s principal/es.</u></a>	[48]
<a href="#"><u>Figura 40. Resultados de los afiches del género musical.</u></a>	[48]

<a href="#"><u>Figura 41. Tipografía. Nombre de los actores. Afiches de las películas <i>Bridget Jones's Baby</i> (2016) con tipografía lineal, en mayúsculas y mitad superior.</u></a>	[49]
<a href="#"><u>Figura 42. Gráfico colores predominantes en la imagen en los afiches románticos.</u></a>	[49]
<a href="#"><u>Figura 43. Connotación gráfica. Drama/melancólico en el afiche <i>Call me by your name</i> (2017) y pasión en <i>Canción de Nueva York</i> (2017).</u></a>	[50]
<a href="#"><u>Figura 44. Resultados de los afiches del género romance.</u></a>	[50]
<a href="#"><u>Figura 45. Gráfico colores predominantes en la titulación en los afiches del género terror.</u></a>	[51]
<a href="#"><u>Figura 46. Paleta de colores predominantes en la titulación. Rojo en el afiche <i>El ritual</i> (2017) y claros y blancos en <i>Inferno verde</i> (2016).</u></a>	[51]
<a href="#"><u>Figura 47. Billing block, color predominante y connotación. Afiche de la película <i>Musa</i> (2017).</u></a>	[52]
<a href="#"><u>Figura 48. Resultados de los afiches del género terror.</u></a>	[52]
<a href="#"><u>Figura 49. Gráfico efectos en los afiches del género terror.</u></a>	
<a href="#"><u>Figura 50. Efecto doble exposición. Afiche de <i>American Assassin</i> (2017) y <i>Animales nocturnos</i> (2016).</u></a>	[53]
<a href="#"><u>Figura 51. Tipografía de los nombres. Modernas, lineales y mayúsculas. Ubicación mitad superior. Afiche de <i>Al final del túnel</i> (2016) y <i>Ahora me ves 2</i> (2016).</u></a>	[54]
<a href="#"><u>Figura 52. Resultados de los afiches del género thriller.</u></a>	[54]
<a href="#"><u>Figura 53. Afiche creado del género acción y su retícula.</u></a>	[57]
<a href="#"><u>Figura 54. Afiche creado del género animación y su retícula.</u></a>	[58]
<a href="#"><u>Figura 55. Afiche creado del género ciencia ficción y su retícula.</u></a>	[59]
<a href="#"><u>Figura 56. Afiche creado del género comedia y su retícula.</u></a>	[60]
<a href="#"><u>Figura 57. Afiche creado del género drama y su retícula.</u></a>	[61]
<a href="#"><u>Figura 58. Afiche creado del género fantástico y su retícula.</u></a>	[62]
<a href="#"><u>Figura 59. Afiche creado del género musical y su retícula.</u></a>	[63]
<a href="#"><u>Figura 60. Afiche creado del género romance y su retícula.</u></a>	[64]
<a href="#"><u>Figura 61. Afiche creado del género terror y su retícula.</u></a>	[65]
<a href="#"><u>Figura 62. Afiche creado del género thriller y su retícula.</u></a>	[66]
<a href="#"><u>Figura 63. Pirámide de prioridades en el diseño de afiches cinematográficos.</u></a>	[67]

# 1. INTRODUCCIÓN

El cartel está presente en la sociedad desde [...] los mercaderes de Mesopotamia hasta la evolución que introdujeron los griegos al utilizar piedras grabadas como soporte a toda clase de textos. Desde este inicio hasta el presente, el cartel ha evolucionado y se prepara para el futuro en donde la utilización del ordenador cada día será mayor, planteando nuevos caminos y desafíos (Luqui; De Los Hoyos; López; Barsa, 1987, p.7).

En este contexto de cambios es fundamental que el propio diseñador tenga herramientas, conocimientos y recursos para comprender el ámbito de desarrollo de futuros carteles. De hecho, la evolución va en aumento. Cada día se crean más carteles para informar, persuadir, publicitar... y es que, no hay que olvidar que este elemento se trata de una herramienta de comunicación muy valiosa. Sin embargo, el hecho de encontrarnos con un gran volumen de carteles hace que el diseño se deba enfrentar a su reto mayor: su creación.

El diseño de un cartel, como de cualquier otro signo gráfico, incluye hacer algo que no se encontraba allí antes, hacer visual algo que todavía no existe como tal. Y en el primer paso compositivo se realiza una elección de elementos apropiados para la puesta en común de las ideas a comunicar. Para esta elección, el diseñador cuenta con una inmensa variedad de opciones y tendrá que intentar elegir aquellas que mejor puedan sintetizarse y [...] mejor comuniquen aquella intención (Luqui; De Los Hoyos; López; Barsa, 1987, p.153).

De esta forma, el cartel se puede considerar un medio de comunicación que incita al consumo de servicios y producto. Entre éstos se encuentra el consumo del cine (Gómez, 2002). “El cartel cinematográfico, al igual que en otras manifestaciones, era y es un medio de comunicación que, al mismo tiempo, informa (título, actores, director, etc.) y persuade (“*Star System*”, géneros, productoras, etc.)” (Gómez, 2003, p.203). Pero, ¿cómo componer un cartel de cine?

Para aportar nuevas respuestas y métodos para el diseño del cartel cinematográfico se realiza este trabajo. De esta manera, en la presente memoria se investigarán los carteles de cine, también denominados afiches, de los últimos tres años para determinar el lenguaje comunicativo más notable en cada género cinematográfico. Junto con la investigación se conformarán retículas y afiches propios para observar la articulación de los carteles en base a los resultados obtenidos en el estudio. Todo ello con la finalidad de tener presente que, “la industria cinematográfica define los géneros, la masa de espectador los reconoce” (Altman, 1999, p.37).



## 1.1. JUSTIFICACIÓN

El estudio del diseño de carteles cinematográficos está ampliamente relacionado con el mundo fascinante de la creación de películas y con sus historias. Esas ficciones parten de un elemento: el guión, una de mis aficiones. Hace un par de años que, tras acabar una formación reglada en esta disciplina en la *Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)*, comencé a escribir guiones para contar historias. Para la creación de un relato es fundamental responder al interrogante principal: ¿de qué va? Esta pregunta es sencilla y compleja a la vez. Blake Snyder (2010) afirma que “si aprendes a contarme ¿de qué va? mejor, más rápido y de forma más creativa, mantendrás mi interés” (p. 26).

Precisamente con la intención de unir ambas disciplinas, la creación de guiones y el diseño gráfico, discurrí una manera de unir y complementar ambas. Así, me percaté que estas dos disciplinas crean un proceso creativo desde cero. El cartel al igual que la redacción del guión es la primera etapa de un diseño. “La primera tarea creativa del diseñador es producir una serie de ideas como respuesta a las instrucciones que recibe [...] el diseñador debe convertir rápidamente este concepto en un *story-board*” (Cotton, 1994, p. 158). De hecho, el diseño gráfico de carteles pertenece “a la categoría de presentación y promoción, en que la imagen y la palabra se reducen a lo esencial” (Hollis, 2000, p.11). Es decir, tiene que responder a la cuestión principal de un guión que es: de qué va. En definitiva, tanto el guión como el cartel se basan en la premisa de transmitir la esencia de la película. La única diferencia es que “el cartel es el instrumento mediante el cual cada película se convierte en «una reflexión de sí misma a través de los signos textuales” (Pérez, 2010, p.77).

Por tanto, se abordó esta idea en busca de una memoria que permitiese avanzar en esta dirección. La confección fue el término de alianza entre las dos especialidades. La composición para un guionista significa “la ordenación y el encadenado de escenas. Como compositores que eligieran notas y acordes, damos forma a las progresiones seleccionando qué incluir, qué excluir, qué poner delante y qué poner detrás” (McKee, 2009, p.347).

De hecho, en la memoria que a continuación se va a exponer se van a dar esas dos dualidades en infinidad de ocasiones a través de los diferentes puntos en los que se ha dividido el trabajo.

## 1.2. PLANTEAMIENTO DEL TRABAJO [detonante]

*“Con el detonante arranca la acción de la historia. Algo pasa- una explosión, un asesinato, llega una cara, quizá tía Mary aparece por la puerta- y, desde ese momento, la historia queda definida. Ya sabemos cuál va a ser la columna vertebral” (Seger, 1991, p.41).*

El objetivo de este trabajo era plantear si, al igual que sucede con el guión, existen unas estructuras firmes a la hora de diseñar un cartel o afiche cinematográfico. Para ello era necesario partir de un estudio de los carteles de cine más actuales que permitiese observar los elementos que componían éstos. Ese fue el detonante. Tratar de realizar un estudio relevante y lo suficientemente fiable para sacar conclusiones de peso y diseñar afiches de guía. Así, se optó por analizar los carteles diseñados de las películas publicadas en España desde enero de 2016 hasta agosto de 2018. En el caso de dos géneros cinematográficos hubo que realizar una excepción por no llegar al mínimo de carteles establecidos. De esta forma, con el objetivo de lograr una muestra lo suficientemente amplia para sacar conclusiones que sustentarian los afiches que se iban a diseñar, se recurrió a abarcar más espacio temporal.

Para la investigación de los afiches cinematográficos se creó una tabla de variables propia que se fundamentó en autores especialista en dicha materia. Una vez ampliado el conocimiento, tras leer a dichos autores, se aunó todos los puntos que se consideraban imprescindibles analizar. La creación de la tabla de variables propia respondió a la necesidad de abarcar con ella todos los datos posibles para la elaboración de un cartel de cine. Además, este estudio permitiría a futuros diseñadores tener como referencia aspectos relevantes para la composición de un afiche de cine, sirviendoles como guía e incluso saber las características de los patrones que durante los años 2016-2018 se diseñaban.

La forma de llevar a cabo este trabajo se distribuyó en:

- 1.2.1. Búsqueda de fuentes.
- 1.2.2. Análisis de afiches cinematográficos.
- 1.2.3. Análisis de variables.
- 1.2.4. Diseño de afiches cinematográficos y conclusiones.

### 1.2.1 Búsqueda de fuentes [primer punto de inflexión]

*“Si el detonante marcaba cuál era la línea de acción de la historia, el conflicto y el objetivo del protagonista, el punto de inflexión ha de suponer un cambio cualitativo” (Fernández, 2005, p.18).*

En la primera parte del trabajo, primer punto de inflexión, se establecieron las pautas para comenzar a abordar el planteamiento. Así, se realizó una búsqueda de fuentes tanto de los carteles, objeto de estudio, como de investigaciones previas sobre el diseño gráfico digital, carteles de cine y géneros. Este proceso se puede observar con detenimiento en el apartado [Marco Referencial](#) de esta memoria, donde se amplía la manera de obtener el conocimiento previo y necesario para poder continuar. En dicha sección se alude a libros que permitieron ahondar de manera específica en la historia del cartel, del proceso de comunicación de un cartel, los diferentes formatos que existen, los códigos visuales empleados en el diseño de la cartelería o la teoría del diseño. Asimismo, fue esencial ampliar el conocimiento de información relevante de cada género cinematográfico.

Por otro lado, también fue trascendente profundizar en estudios similares al que se pensaba elaborar, ya que ciertos autores habían realizados investigaciones previas en busca de estereotipos visuales, en aspecto informativos y promocionales en sagas cinematográficas o en investigaciones de afiches de una productora audiovisual concreta.

Una vez asimilado ese conocimiento, se procedió a establecer el objetivo principal y los específicos de esta memoria junto la metodología. Este punto se podrá observar en el apartado [Objetivos y metodología](#).

### 1.2.2. Análisis de afiches cinematográficos [segundo punto de inflexión]

*“En su lucha se encuentra con un suceso o prueba (segundo punto de inflexión) que acelera los acontecimientos [...]” (Fernández, 2015, p. 2).*

Una vez establecidos los objetivos y la metodología que iba a regir este trabajo, se comenzaron a elaborar las variables de las tablas con los aspectos formales (imagen, tipografía y color), comunicativos y compositivos. Tanto la realización del cuadro como sus resultados se pueden observar en la sección [Desarrollo específico de la contribución](#).

Para la elaboración de esa tabla de variables se tuvo como referente al autor Dabner. Por otro lado, también fue necesario tener presente que, el cartel es una herramienta de comunicación y de persuasión.

El propósito de cualquier cartel es comunicar un mensaje. Para hacerlo debe en primer lugar llamar la atención del espectador, ya no importa si el cartel está impreso y pegado en una pared en la calle, o si aparece publicado en el muro de una conocida red social. El cartel sigue siendo cartel, aunque su soporte sea un monitor, una pared o una publicación impresa. Su mensaje e intención permanecen inalterables independientemente de donde se muestre al gran público (Dabner, 2008, p.234).

### 1.2.3. Análisis de variables [crisis]

*“Durante la crisis el conflicto se manifiesta en toda su magnitud, superando al protagonista” (Fernández, 2015, p. 90).*

Tras el paso anterior, se analizaron los carteles anotando las respuestas a esas variables. De esta forma, se pudo contabilizar de manera cuantitativa el número de afiches que se asociaban a cada una, permitiendo elaborar un documento con los aspectos más reseñables de la composición del afiche según el género cinematográfico al que perteneciese. Este proceso y documentos se pueden observar en el apartado [Desarrollo específico de la contribución](#) y [Anexos](#).

### 1.2.4. Diseño de afiches cinematográficos y conclusiones [desenlace o clímax]

*“El climax es la reacción final, momento culminante de superación del conflicto, toma de decisión trascendental” (Fernández, 2015, p. 90).*

Una vez recabados las variables más relevantes de cada género cinematográfico se elaboraron carteles para demostrar si dichas variables se ajustaban al resultado y también como guía de diseño de afiches cinematográficos para futuros diseñadores. De hecho, “antes de comenzar con el diseño de un cartel es necesario tener el concepto claro, saber qué es lo que hay que comunicar y simplificarlo al máximo para que pueda llegar a sus receptores de forma rápida y directa (Dabner, 2008, p.234).

### 1.3. ESTRUCTURA DEL TRABAJO [¿De qué va?]

Por tanto, el trabajo se puede dividir en dos bloques. El primero es un análisis en busca de recursos gráficos repetitivos en los afiches de cada género. El segundo, la guía de estilos clave a la hora de diseñar un cartel, fundamentándolo con un ejemplo propio.

*De todo el esfuerzo creativo representado en una obra acabada, el setenta y cinco por ciento o más de la tarea de un escritor consiste en diseñar la historia. ¿Quiénes son esos personajes? ¿Qué quieren? ¿Por qué lo desean? ¿Qué hacen para conseguirlo? ¿Qué les detiene? ¿Cuáles son las consecuencias? Nuestra incommensurable tarea creativa consiste en responder a esas imponentes preguntas y darles forma de narración (McKee, 2009, p. 37).*

De esta forma, lo primero que debe hacer un guionista es conocer y crear unos personajes teniendo que pensar como ellos; mientras que, a la hora de diseñar un cartel, el diseñador debe tener un conocimiento de aspectos relevantes como la influencia del color, el uso de la tipografía... es decir, tener un marco de referencia. El resumen gráfico se puede observar en la siguiente *figura 1*:

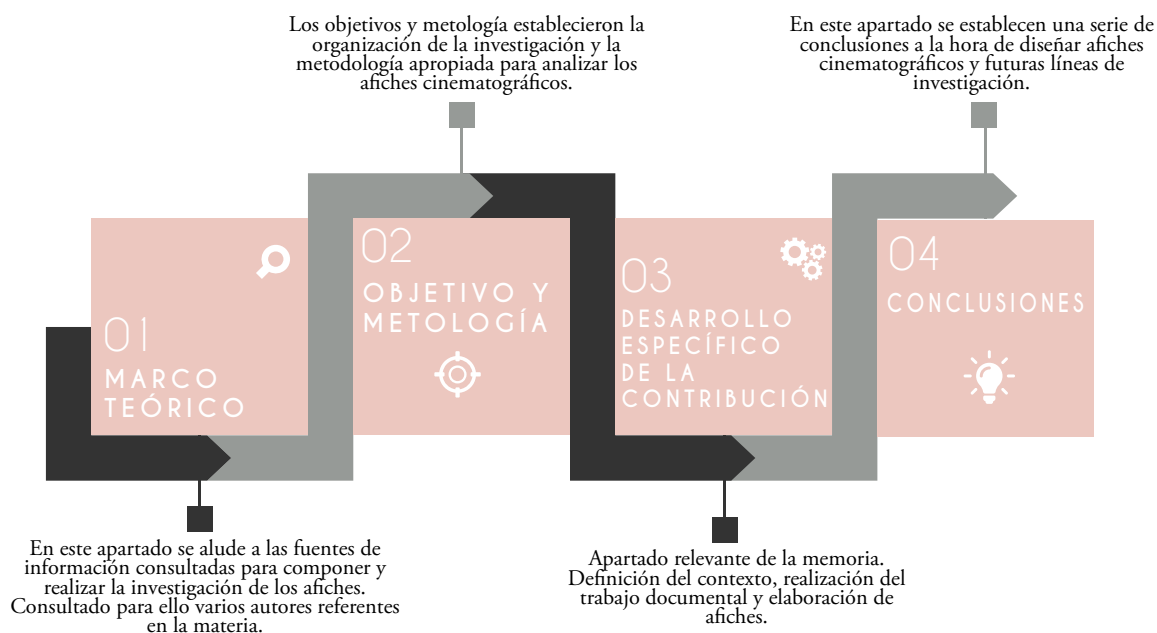


Figura 1. Resumen gráfico de los apartados del trabajo. Fuente: elaboración propia.



## 2. MARCO REFERENCIAL

Para ampliar la información respecto a la creación de los carteles cinematográficos fue necesario localizar fuentes de información tanto el libros publicados, estudios previos y artículos *on line* más actuales.

En este apartado se establecieron una serie de conclusiones a la hora de diseñar un afiche cinematográfico, a la vez que se observaron futuras líneas de investigación.

### 2.1. FUENTES DE INFORMACIÓN [estructura]

*“Estructura es una selección de acontecimientos extraídos de las narraciones de las vidas de los personajes, que se componen para crear una secuencia estratégica que produzca emociones específicas y expresen una visión concreta del mundo” (McKee, 2009, p. 53)*

Antes de profundizar en la creación de afiches cinematográficos y sus componentes se decidió recorrer brevemente la historia del cartel en general para localizar los puntos más relevantes. La intención era la creación de una estructura clave a la hora de abordar el estudio de variables y, por consiguiente, el trabajo en conjunto.

Partiendo del propio contexto de los afiches cinematográficos, hay que destacar la contribución de Tubau (1991) en su libro, *Dibujando carteles*. Este autor abarca la panorámica por la historia del cartel. Repasando los inicios del cartel en la antigüedad, hasta llegar al cartel europeo de los siglos XIX y XX, haciendo alusión a los carteles de Toulouse-Lautrec y su *Molin Rouge*.

Junto con Tubau habría que mencionar a Hollis. Este autor abarca en *El diseño gráfico. Una historia abreviada* (2000) el arte de la realización de carteles como expresión de vida social desde el comienzo de la historia de éste. Todo ello ha supuesto la creación de un contexto clave para entender los análisis de los afiches, acompañado de *Los carteles, su historia y su lenguaje* escrito por John Barnicoat (1972) que apunta a las categorías existentes.

Asimismo, se ha visto oportuno conocer los orígenes del diseño gráfico del cine español de la mano de los autores Luqui, De los Hoyos, Barsa y Baños. En su libro *30 años de diseño gráfico en el cine español* (1987) relacionan al cartel con la cultura y publicidad.

En cuanto al lenguaje del diseño gráfico, hay que mencionar las contribuciones de Bestle y Noble (2002) en *Nuevo diseño de carteles*. En él, se trata todo el proceso de comunicación de un cartel mencionando al emisor, mensaje y receptor. Recalcando la importancia del cartel, ya que “permite al público reconocer (a menudo inconscientemente) los elementos clave, como la tipografía y el color, utilizados repetidamente. El público se familiariza con un enfoque visual particular” (p.41).

Siguiendo con los aportes más teóricos, López en *Curso Diseño gráfico: fundamentos y técnicas* (2014) profundiza en la composición, las técnicas gráficas más relevantes y referencia a multitud de autores como Viturbio y fórmula matemática para dividir un espacio dentro de una composición cuadrada. Estos aspectos se han tenido en cuenta para las variables de composición junto con el siguiente autor.

Dabner en *Diseño gráfico: fundamentos y prácticas* (2008) nos habla del lenguaje del diseño gráfico y de los tres elementos en el proceso de comunicación: emisor, mensaje y receptor. Priorizando en la influencia de los colores y aconsejando sobre las tipografías adecuadas según el propósito.

Por otro lado, Costa (2007) en *Diseñar para los ojos* establece una serie de pautas semióticas y gráficas. Para ello, el autor profundiza en los estudios de Goethe sobre la psicología de los colores y como éstos influyen en los individuos.

Para ampliar el conocimiento tipográfico se ha recurrido a *La tipografía en el cartel cinematográfico: la escritura creativa como modo de expresión* de Gómez (2015), ya que se observaba que era un aspecto relevante para la creación de las variables.

Para abordar aspectos más técnicos para la guía de diseño de afiches se ha prestado atención a Campbell (1989) y su *Manual del diseñador gráfico* y *La nueva guía del diseño gráfico* (1994) de Cotton. Aquí, los autores hablan del espaciado entre los caracteres que influyen en la comprensión, el atractivo y la legibilidad.

Igualmente habría que mencionar a E. Lupton y J. Abbott Miller que hablan de un diccionario visual de códigos empleados en el diseño de cartelería en *El ABC de la Bauhaus y la teoría del diseño* (1994).

El libro *Formato* (2004) de Ambrose expone los diferentes formatos que puede llegar a tener un afiche de cine. Como el autor indica, “los carteles nos rodean, aunque no siempre seamos conscientes de su presencia” (p.49).

Por último, en relación a la imagen, en *Introducción al análisis de la imagen* (1993), Martine Joly ayuda a comprender la manera en que las imágenes comunican y transmiten mensajes.

Del mismo modo, se ha prestado atención a los géneros cinematográficos de la mano de Torodov y su *Introducción a la literatura fantástica* (1980) y *Escribir cine. Guía práctica para guionistas de la famosa escuela de escritores de Nueva York* (2014) de Gotham Writers’s workshop. El hecho de analizar géneros cinematográficos requería conocer como se articulan los géneros, para futuras conclusiones sobre las tendencias. Además, el libro del autor Romaguera i Ramió, *El lenguaje cinematográfico* (1991), ha permitido articular los elementos gráficos.

Por otra parte, en cuanto a los artículos, éstos han sido vitales para ampliar los conocimientos sobre aspectos más actuales de los carteles cinematográficos. Para ello, Pérez en su artículo “El cartel de cine hoy” (2010), menciona a muchos autores y sus puntos de vista y sus propias conclusiones respecto a la actualidad del cartel en el cine. Una conclusión muy relevante para este autor es que “la información resulta útil sólo cuando se comunica al público adecuado, en el lugar y momento adecuados, de una manera que puedan comprender y presentándola de forma lógica y coherente” (p.25).

Igualmente, el autor De Arcaute en su blog “Las horas perdidas” (2010) menciona fragmentos de las entrevistas a guionistas de cine y televisión, como puede ser el caso Cristobal Garrido.

Otro artículo relevante ha sido “Carteles de cine: 6 requisitos de diseño esenciales” de Alejandro Rodríguez. En este texto, el autor valora los nexos en común entre los diferentes afiches. Asimismo, para completar información en este aspecto tan relevante para el análisis, ha sido necesario ampliarlo con la información del blog BeFresh Studio y su artículo “La historia del cartel cinematográfico. El recorrido con los carteles más significativos” (2017).

## 2.2. ESTUDIOS PREVIOS EN LA MATERIA [acontecimientos]

*“Un acontecimiento narrativo crea un cambio en la situación de vida de un personaje, tiene significado y se expresa y experimenta en términos de valor” (McKee, 2009, p. 54)*

De esta manera, los estudios previos y similares que se han tenido en cuenta para aportar valor al trabajo han sido los siguientes:

El estudio de Guiliana Cismondi, “Estereotipos visuales en los carteles de películas contemporáneas” (2015). En dicho estudio, la autora aborda y señala diferentes carteles de cine de ciertos géneros cinematográficos como son: melodrama, acción o cine bélico, musical, terror o suspense, comedia, romance y ciencia ficción. Es decir, su objeto de estudio son los afiches de películas realizadas en Hollywood, Europa y Lationamerica. Cismondi analiza los afiches de cine en busca de estereotipos visuales. Así, evidencia tendencias claras según el mercado al que está dirigida la película. Sobre todo en la comedia y el melodrama. Señalando que, el cine europeo utiliza elementos agregados y fotografías con multitud de personajes; mientras que, el cine americano es más sobrio visualmente. A diferencia de la investigación de este trabajo, el estudio de esta autora difiere en un aspecto relevante y es que, la selección los carteles objeto de estudio son unos concretos. Es decir, no se considera que es un análisis objetivo, ya que las conclusiones estarán influenciadas por la autora, serían unas conclusiones sesgadas por su decisión.

En cuanto a los autores Flores y Montes, en su estudio “Construyendo cultura visual a través del cartel de cine” (2017), hacen un viaje por tres sagas cinematográficas muy relevantes en la historia del cine como son: Harry Potter, Star Wars y Fast and Furios. De esta forma, analizan los afiches en busca de aspectos comunes tanto informativos como promocionales. Además, éstos observan las características más relevantes y que dan singularidad a los afiches. Es decir, perciben un componente distintivo de cada saga. Un aspecto notable que señalan son los títulos de los films. Los afiches se mantienen fieles y constantes en todas las entregas, respetando el aspecto formal en cuanto a la tipografía empleada. Siendo una identidad de los afiches, una pauta de comunicación visual. Por otro lado, la gama cromática e iluminación que se percibe es constante en los diferentes carteles. A diferencia del estudio que se elabora en esta memoria, los autores Flores y Montes presentan un análisis minucioso de tres sagas. Aunque las variables que emplearon han sido vitales para abordar esta memoria.

Siguiendo con los trabajos esenciales para mi estudio, la autora Sánchez en su memoria “Análisis de la comunicación visual del cartel cinematográfico” (2018) plantea el caso de una productora concreta: Universal Pictures. Su objetivo principal en dicho análisis es investigar el diseño de afiches de dicha productora, concluyen que la relevancia de los elementos cromáticos y el tipo de plano son fundamentales. De hecho, éstos representan el género de la película. La variedad de componentes gráficos es potenciada por el color o el encuadre. Igualmente, ha sido vital para este estudio, la conclusión tan relevante que menciona Sánchez, relacionando la gestualidad de las personas, lenguaje no verbal y la pose de éstos. Finalizando exponiendo la variedad de componentes gráficos en los que se sustentan los afiches: los colores y el encuadre.

Por último, en cuanto al cine como tal, Pulecio contribuye en su estudio “El cine: análisis y estética” en un aspecto más profundo que es el lenguaje cinematográfico, observando que, cuando el cine diversificó sus géneros y subgéneros, las tendencias comenzaron a diferenciarse con composiciones diferentes. De hecho, recalca la importancia de las preferencias de los distintos públicos a los diferentes métodos de composición.

## 2.3. CONCLUSIONES PREVIAS [valores]

*“Los valores narrativos son las cualidades universales de la experiencia humana que pueden cambiar” (McKee, 2009, p. 54).*

A modo de valores o conclusiones, los estudios analizados destacan por investigar los afiches cinematográficos con una serie de pautas o variables muy favorables para el trabajo a realizar. Observando como el tipo de plano, la gama cromática o la tipografía son aspectos esenciales y primarios para este estudio. Por otro lado, la diferencia de estos trabajos se basa en la manera de componer y estructurar los puntos determinantes a tener en cuenta. Es decir, los autores Flores y Montes profundizan en la metodología, aportando gráficos. En cambio, Sánchez ahonda en las variables concretas a utilizar y Cismondi describe de manera más genérica los aspectos relevantes antes de centrarse en los resultados.

Para finalizar, hay que mencionar que los estudios que se han expuesto han sido vitales para crear y organizar unas variables acordes a los resultados obtenidos de éstas. Aun así, hay que recalcar que éstos no partían de una base de análisis tan amplia, tantos carteles de cine. Todos los estudios mencionados seleccionaban concretamente unas sagas, unos carteles o una productora para su análisis. En este caso en este trabajo se ha tenido que llevar a cabo una serie de descartes que se mencionaran en el siguiente apartado.



## 3. OBJETIVO Y METODOLOGÍA

### 3.1. OBJETIVO GENERAL [secuencia]

*“Una secuencia es una serie de escenas-habitualmente de dos a cinco- que culminan con un mayor impacto que el de cualquier escena previa” (McKee, 2009, p. 60).*

El objetivo principal de este trabajo es analizar las variables gráficas que se observan en los diferentes afiches, según su género cinematográfico, para obtener pautas para realizar afiches propios.

De esta forma, se pretendía investigar y analizar los afiches cinematográficos en busca de repeticiones de recursos gráficos, tendencias y patrones. Asimismo, la segunda parte residía en demostrar esos recursos obtenidos en una selección de carteles elaborados y que servirían de guía. Es decir, poder ser un referente para diseñadores gráficos que quieran conocer los aspectos más relevantes en caso de precisarlos.

### 3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS [escenas]

*Una escena es una acción que se produce a través de un conflicto en un tiempo y un espacio más o menos continuos, que cambiar por lo menos uno de los valores de la vida del personaje de una forma perceptiblemente importante. (McKee, 2009, p. 56).*

Primer objetivo específico:

- Establecer una metodología de clasificación de los afiches de los tres últimos años, diferenciando los géneros más relevantes: acción, animación, ciencia ficción, comedia, drama, fantástico, musical, romance, terror y thriller. Mencionar que se ha prescindido del género documental por no tratarse de un género ficticio.
- Observar, explorar y describir los elementos de la composición del cartel.
- Crear las variables a identificar en los afiches considerados de estudio.

El segundo objetivo específico:

- Analizar los diferentes afiches, teniendo como base el cuadro de variables elaborado en el primer objetivo específico. Todo ello con la intención de observar variables y permitir sacar conclusiones relevantes según el género de dichos afiches. Delimitando e identificando técnicas utilizadas, estableciendo un patrón. Este segundo objetivo específico podría dividirse en tres puntos.

1. Examinar e identificar estilos gráficos, tipográficos, connotativos y compositivos.
2. Reconocer elementos comunes y predominantes en cada género.
3. Realizar gráficos que permitan observar estos elementos.

Por último, el tercer objetivo concreto es crear la guía de referencia de afiches según el género como se detalla a continuación con estos dos puntos:

- Identificar los elementos de compositivos del segundo objetivo y visualizarlos en los carteles cinematográficos.
- Mostrar los afiches creados en basa a las variables identificadas.

### 3.3. METODOLOGÍA [acto]

*“Un acto es una serie de secuencias que alcanzan su punto más importante en una escena de clímax y que provoca un gran cambio de valor, más poderosos en su impacto que cualquier secuencia o escena anterior” (McKee, 2009, p. 63).*

La metodología utilizada para el análisis de los afiches y su posterior guía de estilo ha sido creada a través de un cuadro de variables propio. Estas características han sido elaboradas teniendo en cuenta las investigaciones relacionadas con el diseño de cartelería, creación de imágenes o diseño de tipografía. Estos estudios se han podido observar de manera detenida en el apartado anterior [Marco Teórico](#). Aun así, a continuación, se exponen de manera concreta que estudios han sido referentes para la creación de variables:

- Para la elaboración de las variables relativas a los aspectos formales se ha tenido presente a la autora Joly y su libro *Introducción al análisis de la imagen* (1993) y la clasificación Vox-Atypl para observar la anatomía tipográfica.
- Para la creación del tipo de imagen y su estructura se han considerado oportunos los conocimientos de Romaguera i Ramió en su libro *El lenguaje cinematográfico*. Por otro lado, para las tendencias o efectos gráficos se ha partido del artículo que *La escuela de profesionales de nuevas tecnologías, CICE*, elaboró con una recopilación amplia y descriptiva.

Asimismo, se ha realizado una descripción detallada de las variables a analizar, por si resultaba compleja su comprensión. Esta descripción podrá observarse en el siguiente apartado, denominado *Desarrollo específico de la contribución*.

La creación de una tabla de variables propia ha sido necesaria para poder analizar todos los aspectos visuales implícitos y explícitos que se han podido sacar de los estudios y libros tomados en cuenta. Asimismo, se ha creado una única tabla para todos los géneros, incluyendo en éstas todos los aspectos relevantes de categorías concretas. Es decir, una variable era “personajes fantásticos”. Esta categoría no se iba a encontrar en la mayoría de los géneros, pero se considera fundamental que una tabla daría respuesta a todos los géneros.

Una vez elaborado este cuadro y para dar comienzo a la investigación se consultó la página web [Nosolocine.net](http://Nosolocine.net), en busca de un listado completo de películas estrenadas en España. Este aspecto es necesario recalcar, ya que las fechas de publicación de las películas dependiendo del país no han sido lanzadas el mismo día. Del mismo modo, hay que mencionar que las películas objeto de estudio han sido las estrenadas en España, independientemente de su procedencia.

La muestra obtenida ha precisado abarcar más de dos años para ser lo suficientemente fiable. Así, se comenzó en enero de 2016 y se finalizó en agosto de 2018. A excepción de dos géneros (fantástico y musical). En éstos ha sido necesario analizar carteles de años anterior por no superar el mínimo delimitado (40 afiches al menos) para obtener patrones o conclusiones lo suficientemente estables o seguras. De esta forma, el objeto de estudio de este trabajo han sido en total 1.176 afiches cinematográficos. A continuación, se pueden observar en la *figura 2* desglosados según el género.

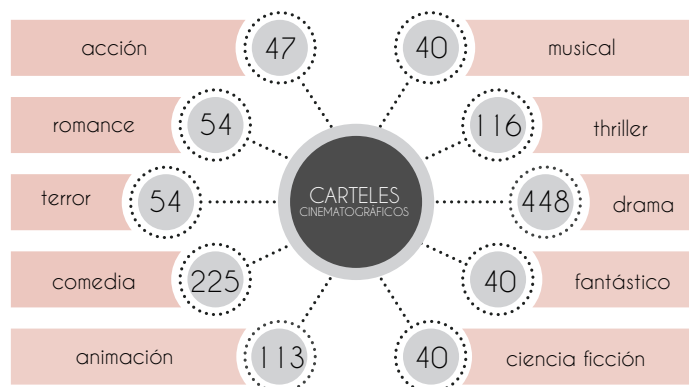


Figura 2. Número de afiches analizados según género cinematográfico.  
Fuente: elaboración propia.

La lista completa de películas con datos relativos a su estreno y se puede observar en el apartado denominado [Anexo](#).

Mencionar que no se ha delimitado a un número exacto los afiches de estudio para no influir o condicionar los resultados que pudiesen extraerse del estudio posterior.

El método para analizar ha sido comenzar por agrupar las películas por género y registrar estas películas en las tablas de variables creadas, para cada género. Se han anotado sus características de manera cuantitativa. Una vez completado este proceso, se ha realizado el recuento de los resultados. Después se han observado las variables más repetidas y se han sacado conclusiones para elaborar carteles propios.

## 4. DESARROLLO ESPECÍFICO DE LA CONTRIBUCIÓN

### 4.1. DEFINICIÓN Y PRESENTACIÓN DEL CONTEXTO [acto]

*“Un acto es una serie de secuencias que alcanzan su punto más importante en una escena de clímax y que provoca un gran cambio de valor, más poderosos en su impacto que cualquier secuencia o escena anterior” (McKee, 2009, p. 63).*

Los marcos o contextos que han sido necesario tener presentes eran dos.

1. La evolución de los carteles y, sobre todo, los afiches cinematográficos. Observando la evolución a lo largo de la historia.
2. Contexto propio de la investigación. Es decir, los carteles de las películas estrenadas en los últimos tres años, a excepción de los dos géneros mencionados que han necesitado recurrir a más años posteriores.

La evolución de los carteles a lo largo de la historia (*figura 3*).

Para la elaboración de este contexto se han tenido presentes los siguientes autores: Tubau (1991), *Dibujando carteles*. En cuanto a los artículos consultados habría que mencionar el artículo de Lastra sobre la evolución del diseño gráfico y sobre la tipografía en el cartel cinematográfico de Gómez.

Como bien expresa Ambrose, “los carteles nos rodean, aunque no siempre seamos conscientes de su presencia. Distribuidos por vallas publicitarias, autobuses y taxis, en el entorno urbano los carteles son endémicos” (2004, p.49).

El origen del comienzo del cartel podría decirse que está ligado a la Revolución Industrial y a la aparición de la imprenta de Johannes Gutenberg en el año 1440. Aunque hay que mencionar que la combinación de la palabra e imagen en una composición tiene sus inicios mucho antes, en la antigüedad. En la antigua Grecia, las leyes eran grabadas en piedra.

Pero no es hasta la invención de la imprenta cuando comienza el auge del cartel. Tubau (1991) señala que, “el primer cartel impreso e ilustrado que se conoce [...] es francés: fue hecho en 1482, y anunciaba <<El Gran Perdón de Nuestra Señora>> de París” (p.34).



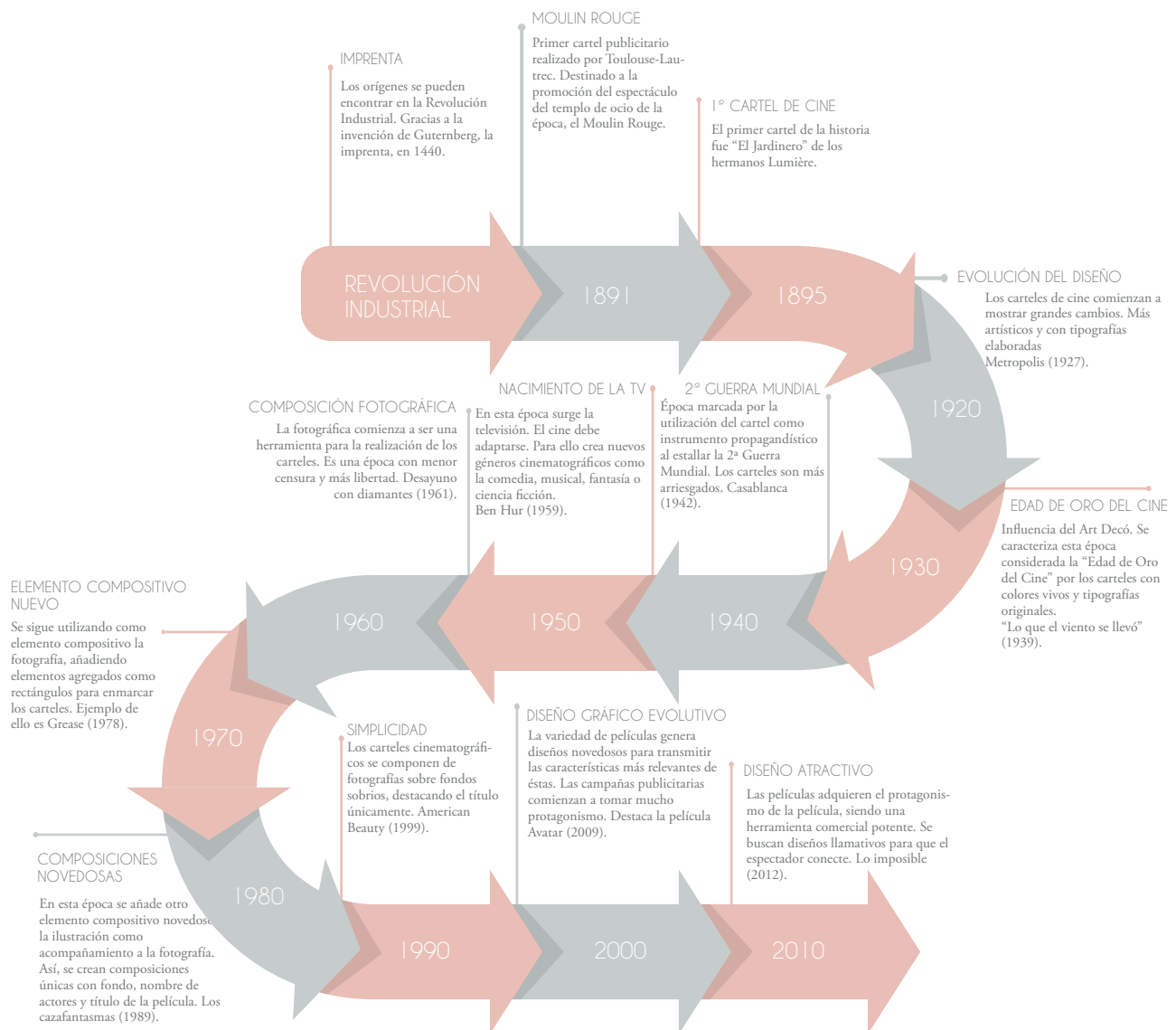


Figura 3. Historia del cartel cinematográfico. Fuente: elaboración propia.

Consultar el *timeline Historia del cartel cinematográfico* con carteles relevantes de la

época: <https://drive.google.com/open?id=1Z12C3Y0SL6sKMtUB2PFoNSvZPdRQDce6>

El cartel como herramienta publicitaria comienza a mostrar sus armas gracias a Toulouse-Lautrec y su cartel promocionando el Moulin Rouge, el lugar de ocio más famoso de París. “Cuántas ideas hay en él: la repetición por tres veces de <<Moulin Rouge>> utilizando la misma <<M>> inicial; la creación de varios planos y el hecho de siluetear en negro puro las figuras del fondo, son enormes hallazgos cartelísticos” (Tubau, 1991, p.37).

El primer cartel de que conoce en la historia del cine fue *El Jardinero* de los hermanos Lumière, inventores del cinematógrafo. Se trataba de un cartel realizado en papel. Más tarde, el método para publicitar las películas comenzó a ser los fotogramas de las escenas de las películas. Estos carteles eran denominados *Lobby Cars*. Asimismo, los carteles comienzan a tener más tamaño y empiezan a destinarse a campañas de publicidad.

Aunque la verdadera evolución comienza con la elaboración de multitud de carteles que dan paso al cine como producto. De esta forma, los afiches realizados manualmente con colores llamativos son los principales. Ejemplo de ello, el cartel de la película *Metropolis* (1927).

En la siguiente década, la influencia del *Art Decó* se apropia de los carteles. Así, la tendencia que se observa son los colores vivos con formas totalmente geométricas. Además, los actores comienzan a ser un reclamo. Así, se incorporan sus fotografías como elemento prioritario, convirtiéndose en la época dorada del cine. Entre las películas reseñables se encuentran *Lo que el viento se llevó* (1939).

En la siguiente década, el cartel adquiere importancia como herramienta propagandística a consecuencia de la Segunda Guerra Mundial.

Con el nacimiento de la televisión, el cine debe reinvertirse. Para ello comienzan a elaborarse películas de géneros diferentes y muy variados. Así, surgen géneros cinematográficos que hoy en día siguen presentes como el musical, la comedia o la fantasía.

No es hasta la década de los 60, cuando la fotografía se convierte en la composición predominante. De ese modo, la ilustración queda en un segundo puesto. Ésta solo será utilizada como acompañamiento junto al texto.

En la siguiente década, la composición de los carteles comienza a ser muy llamativa. El recurso de la fotografía sigue predominando con elementos agregados como recuadros. Un ejemplo claro se encuentra en el afiche de la película *Grease* (1978).

Los años 80 traen consigo un cambio. La gama de colores comienza a ser más amplia y se destinan colores concretos para ciertos géneros. Por ejemplo, el negro y rojo para el terror como *Maniac* (1980). Para realizar un cambio en la siguiente década. En esta época, los carteles son simples y se destina un espacio para los nombres de los actores. Esta característica se puede observar el cartel de la película *Forrest Gump* (1994).

Desde este momento, la evolución del diseño gráfico irá en aumento hasta la actualidad, siendo un instrumento clave para la promoción de la película. De hecho, hoy en día son una pieza fundamental para una campaña de marketing. Y es que, el nacimiento de las redes sociales ha sido un ámbito por descubrir. Así, este nuevo nicho se ha convertido en una pieza clave para promociones de las películas.

El cartel cinematográfico se integrará como parte de una campaña de publicidad que utiliza distintos soportes, en cuanto uno más de los elementos de promoción. Si bien no supone el centro ni el origen de la imagen de marca del filme, representa una pieza fundamental dentro de una estrategia más amplia diseñada para lanzar al mercado una batería ingente de mensajes destinados a atraer la atención del público (Pérez, 2010, p.76).

En definitiva,

Las películas, como productos comerciales que son, están destinadas a ser consumidas por un extenso público. Como cualquier otro producto necesitan de la publicidad para difundirse y persuadir al posible consumidor: el espectador que adquiere una entrada. Así, acude a aquellos modos publicitarios que mejor sirven para darse a conocer al público, diferenciándose de los demás productos. Entre esos instrumentos propagandísticos encontramos el cartel (Gómez, 2002, 203).

Para el segundo contexto, la investigación, se ha elaborado un listado de las películas comprendidas entre el 2016 y mediados de 2018. Para categorizar las historias en un género concreto se ha recurrido al sitio web [filmaffinity.com](http://filmaffinity.com). Se ha decidido realizarlo con esta página, dado que no categorizaba las películas en un género únicamente, aportaba subgéneros. Esto enriquecía el trabajo en el caso de encontrarse con complicaciones para la jerarquización y ubicación en uno en concreto. Lo que beneficiaba para mejorar las conclusiones, en el caso de que hubiese discrepancias o variables con porcentajes similares, permitiendo justificar o realizar un análisis en segundo plano para poder sacar conclusiones estables.

## 4.2. TRABAJO DOCUMENTAL [duración y localización]

*“La duración es la extensión de una historia a través del tiempo” (McKee, 2009, p. 95).*

La parte documental, las imágenes de esos afiches de cine, ha sido seleccionada de tres páginas webs para cinéfilos. Una vez extraída la lista se fue consultando la página web [filmaffinity.com](http://filmaffinity.com) para agruparlas según la temática o género. Para recolectar estos diseños de los carteles cinematográficos se recurrió a la página web [sensacine.com](http://sensacine.com), por ser el sitio más completo y con mayor calidad fotográfica de los afiches.

## 4.3. VALORACIÓN [nivel de conflicto]

*“El nivel de conflicto es la posición que ocupa la historia dentro de la jerarquía de las luchas humanas” (McKee, 2009, p. 96).*

Antes de comenzar a sacar conclusiones o elementos comunes en base a un género en concreto, hay que mencionar que los afiches de cine son piezas publicitarias para vender. Como bien dice Arcaute (2010), el espectador cuando va a una sala de cine en muchos de los casos no sabe que es lo que va a ver. Por tanto, “hay que tratar de destacar sobre el resto y a la vez vender el concepto de la película” (párr. 2).

Por otro lado, todos pueden conocer u observar que existen estereotipos en los carteles de cine. El asunto es que, desde la posición de un diseñador gráfico esos elementos visuales que se muestran engloban más que una simple imagen. De modo que, un espectador puede percibir que un cartel le genera miedo y asociarlo al género de terror. En cambio, no va más allá. No aprecia que ese cartel ha sido diseñado de ese modo por un motivo concreto. Es decir, los espectadores no somos conscientes de las variables que se utilizan, tan solo las identificamos. Y es que, “un buen diseño de cartel es fundamental ya que, junto con el tráiler, es el vehículo para llegar al público y transmitirle la esencia de la película dejando a su elección que la vean o no” (Befresh Studio, 2017, párr. 2).

## 4.4. APORTACIÓN [historias]

*“Las historias deben cumplir sus propias normas de probabilidad. Por consiguiente, los acontecimientos que elija el guionista estarán limitados por las posibilidades y probabilidades marcadas por el mundo que diseñe” (McKee, 2009, p. 96).*

La aportación que se va a realizar con este estudio es la realización de una guía de estilos de afiches cinematográficos. Sin delimitar si se trata de una película europea, latinoamericana o norteamericana. Así, el diseñador gráfico que quiera realizar un afiche de cine puede observar el lenguaje visual que más se utiliza en dicho género. Además, se pretende dar un ejemplo visual para que sea más fácil de asimilar; ya que, como dicen un proverbio chino “una imagen vale más que mil palabras”. Por tanto, antes de comenzar con el análisis realizado, ha sido necesario especificar qué se pretendía hacer, cómo se iba a abordar y las soluciones que se iban a tomar.

La investigación y análisis se ha realizado de los afiches de cine, desde el año 2016 a agosto de 2018, de los géneros principales o con mayor número de películas. Este estudio se ha elaborado a partir de la creación de un cuadro propio de variables, teniendo como referencia los estudios expuestos anteriormente. Una vez realizado el recuento de variables, se ha efectuado un análisis y unas conclusiones para la composición de los afiches de cada género. Finalmente, se han diseñado unos afiches que representarían las conclusiones extraídas para observar si se cumplían y se observaban dichos patrones.

## 4.5. INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS [investigación]

*“Las historias deben cumplir sus propias normas de probabilidad. Por consiguiente, los acontecimientos que elija el guionista estarán limitados por las posibilidades y probabilidades marcadas por el mundo que diseñe” (McKee, 2009, p. 99).*

Teniendo en cuenta el posterior análisis de los afiches que se debía realizar, hay que mencionar que la tabla de variables está creada para determinar y analizar todos los elementos gráficos y compositivos de todos los géneros. Es decir, es una única tabla con todas las variables posibles que se podían encontrar a la hora de abordar la investigación. Esta tabla se puede visualizar en la siguiente página (figura 4, 5, 6 y 7).

Figura 4. Aspectos formales < Imagen.  
Fuente: elaboración propia.

ASPECTOS FORMALES		
IMAGEN		
TIPO DE IMAGEN	ESTRUCTURA COMPOSITIVA	ELEMENTOS QUE COMPOENEN LA ESCRITURA
A- Fotografía B- Dibujo C- Imagen digital D- Combinación fotografía con elementos digitales  (1) Plano detalle (2) Primerísimo primer plano (3) Primer plano (4) Plano medio (5) Plano americano (6) Plano entero (7) Plano general (8) Plano gran general  (I) Normal (II) Picado (III) Contrapicado (IV) Cenital (V) Plano nadir (VI) Plano dorsal (VII) Plano escorzo (VIII) Plano perfil (IX) Plano holandés	A- Imagen B- Combinación de imágenes C- Fotomontaje D- Collage E- Composición tipográfica	A- Personaje (1) Un personaje (2) Dos personajes (3) Tres personajes (4) Más de tres personajes B- Personaje fantástico (1) Un personaje (2) Dos personajes (3) Tres personajes (4) Más de tres personajes C- Combinación de A y B D- Objeto
ELEMENTOS AGREGADOS O DECORATIVOS	EFECTOS	
A- Recuadros (1) Para distintos personajes (2) Uno en general para el cartel (3) No se utiliza B- Dibujos (1) Sobre la imagen (2) Fuera de la imagen (3) No se utiliza C- Figuras o elementos fuera de la imagen principal (1) Manchas (2) Agujeros (3) Roturas (4) Animales u objetos (5) Chispas (6) Otros (7) No se utiliza	A- Si (1) Doble exposición (2) Espacio negativo (3) Efecto canales de color (4) Glitch (5) Degradado (6) Fotografía con ilustración (7) Runned o arruinado (8) Cropped type (9) Otro B- No	

ASPECTOS FORMALES		
COLOR		
PALETA DE COLORES PREDOMINANTES EN LA IMAGEN	PALETA DE COLORES PREDOMINANTES EN FONDO	PALETA DE COLORES PREDOMINANTES EN LA TITULACIÓN
A- Rojos B- Azules C- Violetas/ morados D- Grises, negros y oscuros E- Verdes F- Amarillos G- Naranjas H- Claros y blancos I- Gama amplia de colores	A- Rojos B- Azules C- Violetas/ morados D- Grises, negros y oscuros E- Verdes F- Amarillos G- Naranjas H- Claros y blancos I- Gama amplia de colores	A- Rojos B- Azules C- Violetas/ morados D- Grises, negros y oscuros E- Verdes F- Amarillos G- Naranjas H- Claros y blancos I- Gama amplia de colores (I) Un único color (II) Un color y efecto (III) Más de un color
RELACIÓN ENTRE LOS COLORES DE LA TITULACIÓN Y EL FONDO		
A- Complementarios B- Armoniosos C- Contrastantes		

Figura 5. Aspectos formales < Color. Fuente: elaboración propia.

ASPECTOS FORMALES		
TIPOGRAFÍA		
DEL TÍTULO	DE LOS NOMBRES DE LOS ACTORES	DEL ESLOGAN O FRASE
A- Clásicas (1) Humanas, venecianas (2) Garamdas, antiguas (3) Reales / de transición B- Modernas (4) Didonas (5) Mecanas (6) Lineales C- Caligráficas (7) Incisas / talladas (8) De escritura / scripts (9) Manuales  (I) Todo en mayúsculas (II) Uso de mayúsculas con minúsculas (III) Todo en minúsculas (IV) Uso de versalitas	X- SI Y- NO A- Clásicas (1) Humanas, venecianas (2) Garamdas, antiguas (3) Reales / de transición B- Modernas (4) Didonas (5) Mecanas (6) Lineales C- Caligráficas (7) Incisas / talladas (8) De escritura / scripts (9) Manuales  (I) Todo en mayúsculas (II) Uso de mayúsculas con minúsculas (III) Todo en minúsculas (IV) Uso de versalitas	X- SI Y- NO A- Clásicas (1) Humanas, venecianas (2) Garamdas, antiguas (3) Reales / de transición B- Modernas (4) Didonas (5) Mecanas (6) Lineales C- Caligráficas (7) Incisas / talladas (8) De escritura / scripts (9) Manuales  (I) Todo en mayúsculas (II) Uso de mayúsculas con minúsculas (III) Todo en minúsculas (IV) Uso de versalitas
DE LAS PREMIACIONES O NOMINACIONES	DE LAS CRÍTICAS O COMENTARIOS	BILLING BLOCK
X- SI X1- Sello únicamente X2- Sello y texto X3- Texto únicamente Y- NO A- Clásicas (1) Humanas, venecianas (2) Garamdas, antiguas (3) Reales / de transición B- Modernas (4) Didonas (5) Mecanas (6) Lineales C- Caligráficas (7) Incisas / talladas (8) De escritura / scripts (9) Manuales  (I) Todo en mayúsculas (II) Uso de mayúsculas con minúsculas (III) Todo en minúsculas (IV) Uso de versalitas	X- SI Y- NO A- Clásicas (1) Humanas, venecianas (2) Garamdas, antiguas (3) Reales / de transición B- Modernas (4) Didonas (5) Mecanas (6) Lineales C- Caligráficas (7) Incisas / talladas (8) De escritura / scripts (9) Manuales  (I) Todo en mayúsculas (II) Uso de mayúsculas con minúsculas (III) Todo en minúsculas (IV) Uso de versalitas	X- SI Y- NO
ASPECTOS FORMALES		
CONNOTACIÓN GRÁFICA		
A- Acción B- Violencia C- Pasión D- Terror/ suspense E- Diversión F- Naturaleza G- Peligro/ maldad H- Poder/ lujo I- Drama/ melancólico		
FACTORES COMPOSITIVOS		

Figura 6. Aspectos formales < Tipografía.  
Fuente: elaboración propia.

Figura 7. Aspectos formales . Connotación gráfica y factores compositivos. Fuente: elaboración propia.

LECTURA DEL CARTEL	UBICACIÓN	ILUMINACIÓN
A- De arriba a abajo, izquierda a derecha B- De arriba a abajo, derecha a izquierda C- De abajo a arriba, izquierda a derecha D- De abajo a arriba, derecha a izquierda E- De arriba a abajo, izquierda a derecha F- De abajo a arriba, línea vertical G- Del centro hacia fuera H- Otro	Del título A- Mitad superior B- Mitad inferior C- Centrado  De los nombres de los actores A- Mitad superior B- Mitad inferior C- Centrado  Del eslogan o frase A- Mitad superior B- Mitad inferior C- Centrado  De las premiaciones o nominaciones A- Mitad superior B- Mitad inferior C- Centrado  De las críticas o comentarios A- Mitad superior B- Mitad inferior C- Centrado  Del billing block A- Mitad superior B- Mitad inferior C- Centrado	A- Desde atrás para resaltar personajes principales 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

El cuadro de variables se ha compuesto por tres apartados. Primero por los aspectos formales compuestos por imagen, tipografía y color. “En el cartel cinematográfico podemos encontrar dos tipos de lenguajes: el de las imágenes y el de las palabras” (Gómez, 2002, p. 208). Es por ello que se ha comenzado por establecer estos dos tipos de lenguajes acompañados de la simbología del color, ya que éstos “añaden variedad, sensación y una dimensión espacial. Los colores seleccionados para un diseño no solo provocan reacciones psicológicas y emocionales, sino que además tienen que apoyar y realizar los aspectos formales” (Dabner, 2005, p.9).

Una vez seleccionado los tres grandes componentes de los denominados aspectos formales, se han desglosado en diferentes características que podían contener (*figura 8*):

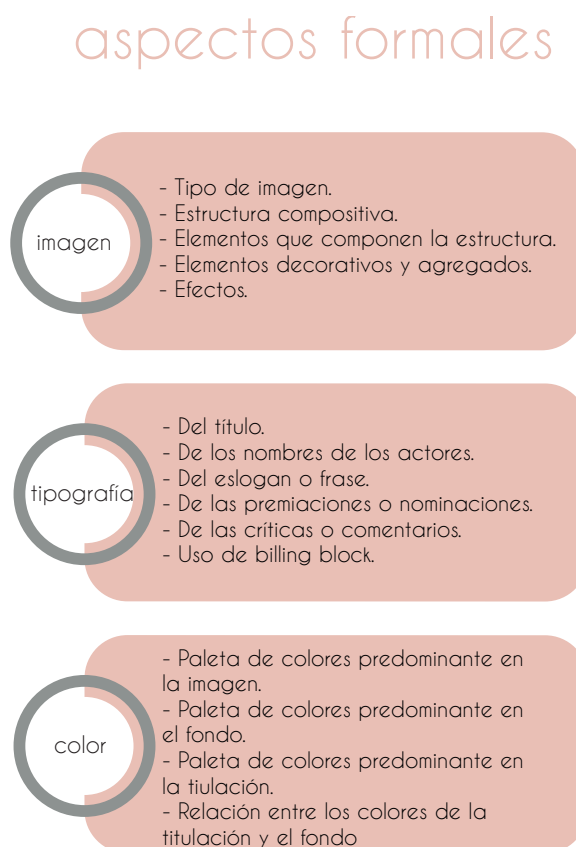


Figura 8. Tabla variables. Aspectos formales. Fuente: elaboración propia.

En el caso de la imagen se ha dividido en:

- Tipo de imagen. Como se puede observar en la *figura 8*, el tipo de imagen se compone de fotografía, dibujo, imagen digital o una suma de fotografía con aspectos digitales. Esta última se diferencia de la fotografía en un detalle: la fotografía se crea con la cámara, sin necesidad elementos que la digitalicen. Asimismo, el encuadre o el tipo de plano son dos variables más.



- Estructura compositiva. Está dividida en cinco variables. La primera es la imagen como tal, la combinación de imágenes, el fotomontaje, el collage y la composición tipográfica.
- Elementos que componen la estructura. Compuesto por personajes reales, personajes fantásticos, combinación de ambos y los objetos.
- Elementos decorativos o agregados: recuadros, dibujos o figuras.
- Efectos. Compuesto por: color channels o efecto de canales, la doble exposición, diseño corrupto o *glitch*, degradados, fotografía con ilustraciones digitales, efecto arruinado, espacio negativo y *cropped type*.

En el caso de la tipografía, se han creado las mismas variables para dar respuesta al título, nombre de los actores, eslogan o frase, premiaciones / nominaciones y críticas o comentarios. En el caso de los créditos, denominado a ese espacio *billing block*, tan solo se ha tenido en cuenta su presencia.

En todos los casos señalados, menos en el *billing block*, han sido analizados en base a la clasificación de la tipografía realiza por Maximilian Vox. Asimismo, se ha visto relevante apuntar si éstas iban en mayúsculas, minúsculas, un conjunto de ambas o usaban versalitas. A excepción del título del cartel, los demás apartados han incorporado la variable si / no.

En el caso de los colores, este apartado se ha dividido en la paleta de colores predominantes en la imagen, en el fondo y en la titulación. Además de si los colores de la titulación y el fondo eran complementarios, armoniosos o contrastantes. Por otro lado, se ha visto oportuno añadir las variables (un color, más de un color o un color con efecto) a la sección de colores predominantes en la titulación.

El segundo bloque (*figura 9*) lo compone la connotación gráfica. Es decir, la interpretación de la imagen.

## aspectos comunicativos

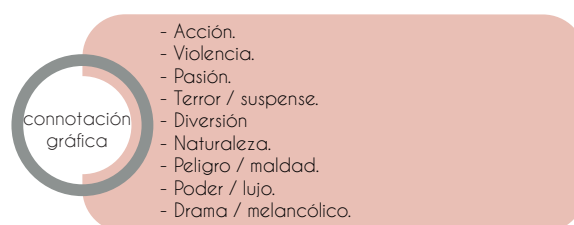


Figura 9. Tabla variables. Connotación gráfica. Fuente: elaboración propia.

El tercer y último bloque está compuesto por los aspectos compositivos (*figura 10*) como: la lectura del cartel, la ubicación de los elementos tipográficos e iluminación.

## factores compositivos

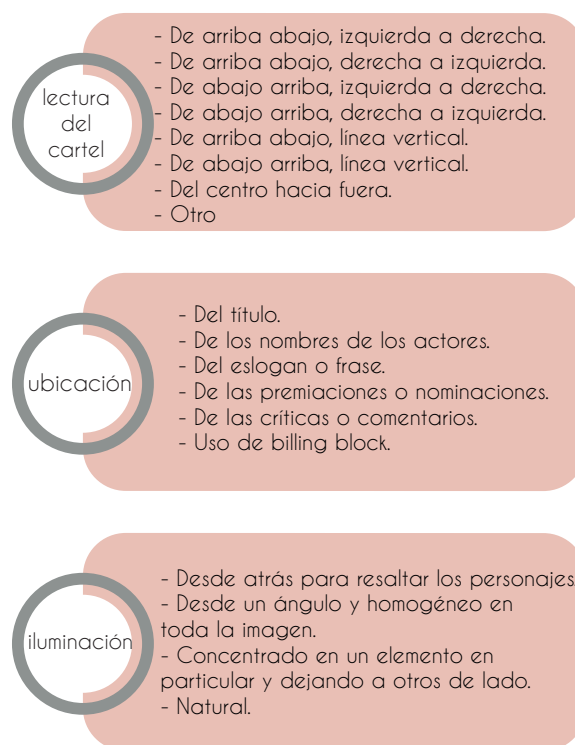


Figura 10. Tabla variables. Aspectos formales. Fuente: elaboración propia.

Antes de observar los resultados y el análisis de cada género hay que apuntar que, la figura del *Star System* no se ha tomado en cuenta, ya que era posible delimitar o categorizar a los actores de todas las películas.

Una vez estudiado los carteles y anotado los resultados, se ha procedido a desarrollar una clasificación analítica y visual de los diferentes géneros cinematográficos.

## 5. INVESTIGACIÓN

### 5.1. AFICHES GÉNERO: ACCIÓN

En cuanto al análisis del género acción han sido objeto de estudio 47 afiches de películas estrenadas desde el 2016 hasta agosto de 2018.

Partiendo de la base de la definición del género, Morales define el cine de acción como:

El cine de acción es un género cinematográfico en el que prima la espectacularidad de las imágenes por medio de efectos especiales dejando al margen cualquier otra consideración. Se caracteriza por un relato esquemático, protagonizado por personajes arquetípicos y por la abundancia de secuencias donde prima el dinamismo -persecuciones, huidas, carreras y combates- y el enfrentamiento espectacular a través de luchas cuerpo a cuerpo y con máquinas tiroteos, explosiones, incendios, etc. (Morales, 2013, p. 10).

Por tanto, partiendo de la base de que es un género con una trama e historia variada se ha encontrado que la mayoría de los afiches de este género priorizan la fotografía con elementos digitales (*figura 11*). Un tercio de los carteles se decantaban por utilizar el plano americano y el encuadre normal. El cartel estaba compuesto por personajes reales. Éstos tenían una categorización dependiendo del peso de los personajes en la historia. Un tercio de los afiches estaba compuesto por un único personaje o dos.

La estructura predominante en los afiches de acción es el fotomontaje sin efectos complejos. Solo un tercio de los diseños apostaban por algún efecto, como la doble exposición como se puede ver en la siguiente página (*figura 12*).

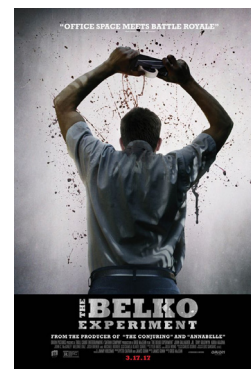
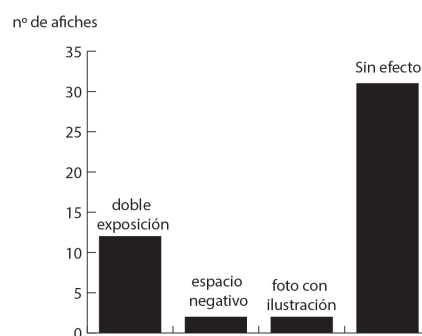


Figura 11. Tipo de imagen. Combinación de fotografía con aspectos digitales. Plano americano. Afiches de *Super Singh* (2017) y *The Belko Experiment* (2016).



Efectos en los afiches analizados del género cinematográfico acción.

Figura 12. Gráfico con los efectos de los afiches del género acción. Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la tipografía de estos afiches, tanto la del título, nombre de los actores y eslogan son lineales y van en mayúsculas. En estos carteles no se recurría a mostrar premiaciones o críticas.

Los colores predominantes en la imagen y fondo son los colores grises, negros y oscuros junto con los claros y blancos (*figura 13*). En cambio, en la titulación eran los blancos. La connotación gráfica de los afiches del género acción queda de la siguiente manera: acción (30%) y violencia (26%).



Figura 13. Paleta de colores predominantes en la titulación. Un color y efecto. Afiches de *Los hombres libres de Jones* (2017) y *Tiger está vivo* (2017).

Por último, en cuanto a la lectura del cartel tiende a ser de arriba abajo, en línea vertical. La iluminación es natural. La ubicación de los componentes tipográficos, la mitad superior está destinada a nombres de actores y eslogan, mientras que la parte inferior al título y *billing block*. En resumen, en la *figura 14* se puede observar de una manera gráfica y directa las características más utilizadas.

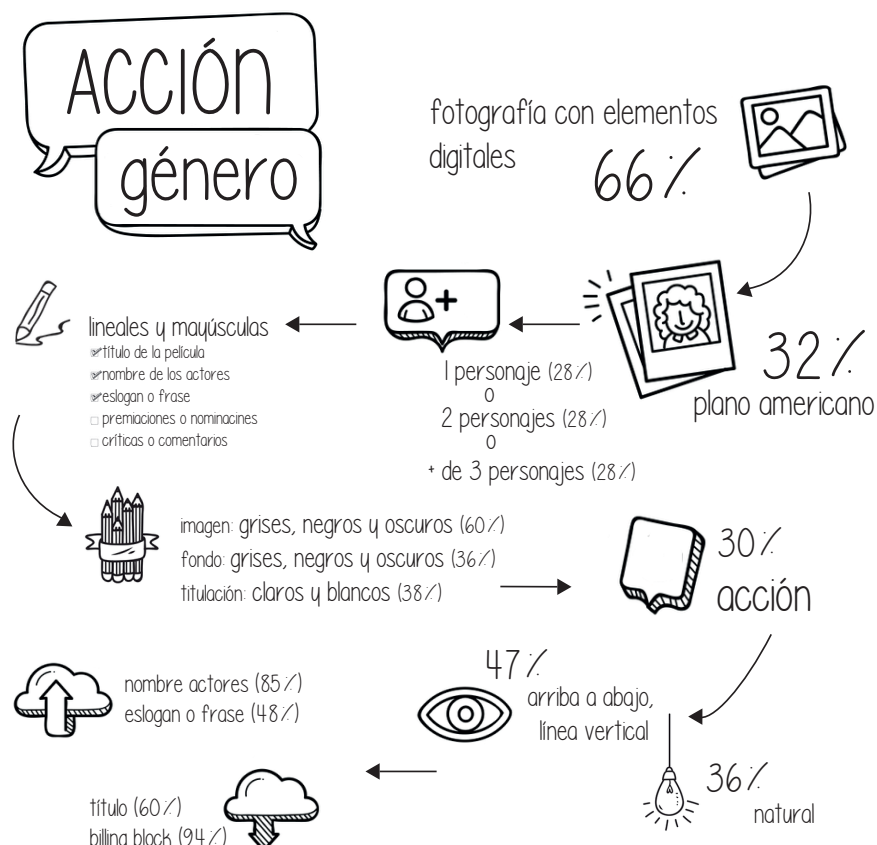


Figura 14. Resultados de los afiches del género acción. Fuente: elaboración propia.

## 5.2. ANIMACIÓN

El cine de animación más que una categoría infantil se define como una técnica que sustituye la filmación de actores y escenarios por el uso de ilustraciones, muñecos articulados o planos infográficos o computarizados, animados, fotograma por fotograma, hasta lograr la sensación de movimiento, es decir, no existe movimiento real que filmar, sino que se producen las imágenes individualmente y una por una (mediante dibujos, modelos, objetos y otras múltiples técnicas), de forma que al proyectarse consecutivamente se produzca la ilusión de movimiento (Morales 2013, p. 8).

En cuanto al análisis del género animación han sido objeto de estudio 113 afiches de películas estrenadas desde el 2016 hasta agosto de 2018.

Atendiendo al análisis de los afiches se puede enumerar en relación a los aspectos formales que en el género de animación prevalece la imagen digital. El 95% de los afiches están creados por ordenador (*figura 15 y 16*). Y es que, si prestamos atención a la afirmación de Morales, este cine está compuesto por historias generadas a través del ordenador. Así, destacan los planos gran general con un encuadre normal. Todo ello realizado a través de un fotomontaje. Los personajes que componen estas películas son personajes fantásticos, en concreto más de tres. En la mayoría de estos afiches no se apuesta por la realización de efectos.

La paleta de colores que se observa en la imagen tiene una gama amplia de colores, mientras que en el fondo predomina el azul. Para la titulación se emplean los colores claros como el blanco y el amarillo. La mitad de los afiches emplea un único color para mostrar el título.

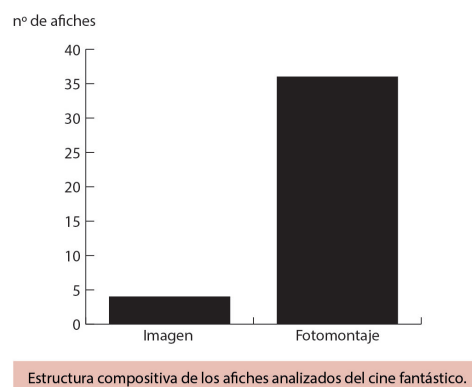


Figura 15. Gráfico con el tipo de imagen de los afiches del género animación. Fuente: elaboración propia.



Figura 16. Elementos que componen la imagen. Personajes fantásticos, más de tres. Afiches de las películas *¡Vaya bichos!* (2018) y *Angry Birds, la película* (2016).

La tipografía del título de los afiches de animación se compone tanto por lineales como incisas. Todas ellas en mayúsculas. El eslogan es uno de los elementos que refuerzan el cartel. No obstante, no se incluyen los nombres de los actores, ni premiaciones / nominaciones, ni críticas o comentarios. Asimismo, también se incluye el *billing block* en el 85% de los carteles. En la lectura del cartel prevalece la continuidad vertical con una iluminación natural. Por último, la ubicación de los elementos se divide en la franja superior e inferior. El eslogan se sitúa en la parte superior junto con el título y en la parte inferior el *billing block* (figura 17).

Por último, la connotación gráfica (figura 18) es la acción en la mayoría de los afiches de animación. Es decir, se prioriza el movimiento a través de un fotograma de la película que alude a ello. El resumen de todas estas características se puede observar en la siguiente figura 19.



Figura 17. Tipografía. Eslogan o frase con tipografía moderna y ubicación superior de los afiches *Alvin y las ardillas, fiesta sobre ruedas* (2016) y *Batman: La Lego Película* (2017).



Figura 18. Connotación gráfica. Acción en el afiche *Los increíbles 2* (2018).



Figura 19. Resultados de los afiches del género animación. Fuente: elaboración propia.



## 5.3. CIENCIA FICCIÓN

En cuanto al análisis del género de ciencia ficción han sido objeto de estudio 40 afiches de películas estrenadas desde el 2016 hasta agosto de 2018.

Género cinematográfico al que pertenecen películas que narran historias en un futuro imaginario, ordinariamente caracterizado por un desarrollo tecnológico mayor. Suele estar emparentado con el género fantástico, aunque se diferencia en que éste no siempre se refiere al futuro y en que la ciencia-ficción tiene mayor realismo, los argumentos se justifican desde un punto de vista científico, aunque haya elementos no reales, como viajes en el tiempo o inventos inverosímiles (Morales, 2013, p. 12).

Bajo estas premisas, los diseñadores gráficos de los afiches de este género recurren a la combinación de imágenes con elementos gráficos, predominando los planos generales y americanos con encuadre normal. El fotomontaje es la herramienta clave para diseñar los afiches, mostrando una amplitud de personajes. Asimismo, muchos diseñadores recurren a la doble exposición (*figura 20*). La tipografía predominante en este género es lineal y en mayúsculas. La mitad de los carteles cinematográficos (*figura 21*) incluyen los nombres de los actores.



Figura 20. Efecto doble exposición. Afiches de las películas *Proyecto Lázaro* (2016) y *Robots, la invasión* (2016).

No obstante, no se dedica espacio a las premiaciones o nominaciones, ni a las críticas o comentarios. Los créditos o *billing block* está presente en los carteles de esta temática.

Por otra parte, los colores predominantes en las imágenes son los grises, negros y oscuros combinándolos con éstos mismo, blancos y claros o azules para el fondo. Los títulos están compuestos por colores claros. Por último, la relación de estos con el fondo es contrastantes o armoniosos.



Figura 21. Tipografía en el eslogan. Modernas, lineales y en mayúsculas. Afiche: *La serie divergente, Leal* (2016).

La connotación gráfica que predomina es la acción (figura 22). Aunque es un género que abarcar la mayoría de las connotaciones que aparecían en la tabla de variables. En cuanto a los factores compositivos, la lectura del cartel es vertical de arriba abajo.

La ubicación del título y *billing block* es inferior y los nombres de los actores se sitúan en la mitad superior. Por el contrario, es eslogan se ubican tanto en la parte superior como inferior. El resumen de todas las características más reseñables de los afiches de ciencia ficción se pueden ver en la figura 23.

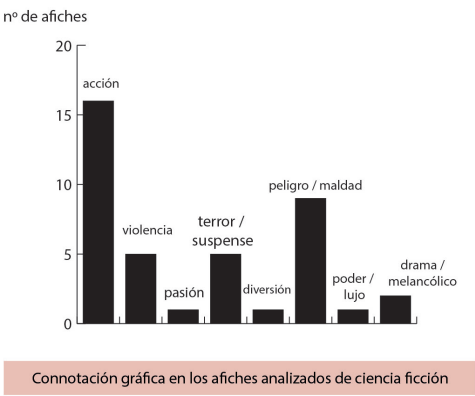


Figura 22. Gráfico connotación gráfica en afiches del género ciencia ficción . Fuente: elaboración propia.

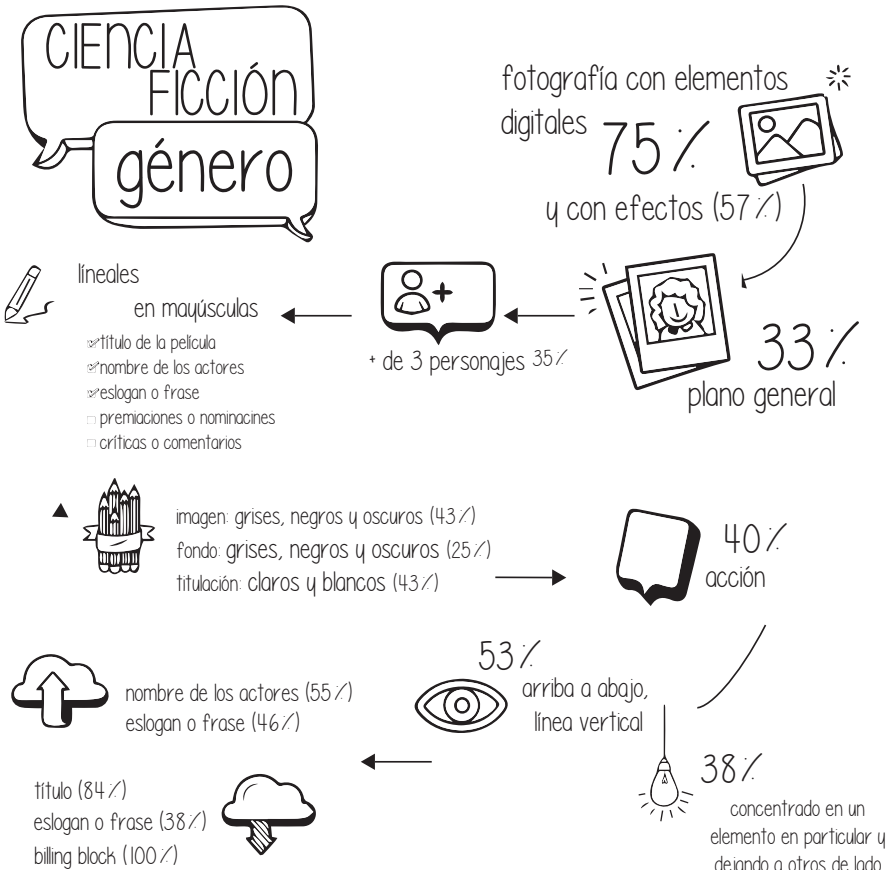


Figura 23. Resultados de los afiches del género ciencia ficción. Fuente: elaboración propia.



## 5.4. COMEDIA

“En la comedia prevalece un entramado humorístico desenfadado con desenlace feliz, a través de un complejo estudio planteamiento argumental” (Gómez, 2002, p. 116).

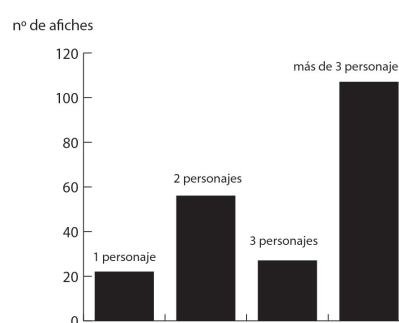
En cuanto al análisis del género cómico han sido objeto de estudio 224 afiches de películas estrenadas desde el 2016 hasta agosto de 2018.

Atendiendo al análisis de los afiches se puede enumerar en relación a los aspectos formales que en el género de comedia prevalece la combinación de la fotografía con aspectos digitales con un plano medio y encuadre normal. En este diseño, el fotomontaje es la opción más empleada sin la necesidad de apostar por algún efecto. Los elementos que componen la imagen son más de tres personajes (*figura 24*), sin la necesidad de agregar elementos decorativos como recuadros, dibujos o figuras, ni efecto a la fotografía (*figura 25*).

Por su parte, los colores preponderantes en la imagen son los oscuros y en el fondo, los azules. Para los títulos se utilizan colores blancos o azules. Los afiches de este género apelan a la diversión y a la acción.



Figura 24. Tipo de imagen. Combinación de fotografía con elementos gráficos. Encuadre normal y plano medio. Afiches de la película *El futuro ya no es lo que era* (2016) y *La leyenda de Barney Thomson* (2016).



Elementos que componen los afiches del género comedia.

Figura 25. Gráfico variable tipo de elementos que componen la imagen del género comedia. Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la tipografía (figura 26), siguiendo la clasificación de Maximilian Vox, las modernas y mayúsculas son las prioritarias en estos diseños. Por su parte, los colores preponderantes en la imagen son los oscuros y en el fondo los azules. Para los títulos se utilizan colores blancos o azules. Los afiches de este género apelan a la diversión y a la acción. En cuanto a los factores compositivos se puede apreciar la verticalidad y la iluminación natural. La ubicación de los elementos tipográficos se sitúa en la mitad superior el eslogan y nombres de los actores y en la mitad inferior el *billing block*. En cuanto a la ubicación del título, éste está tanto en la parte superior como inferior. El resumen gráfico se muestra en la figura 27.



Figura 26. Tipografía del título. Modernas, lineales en mayúsculas. Afiches de la película *Los visitantes la lian* (2016) y *Mike y Dave buscan rollo serio* (2016).

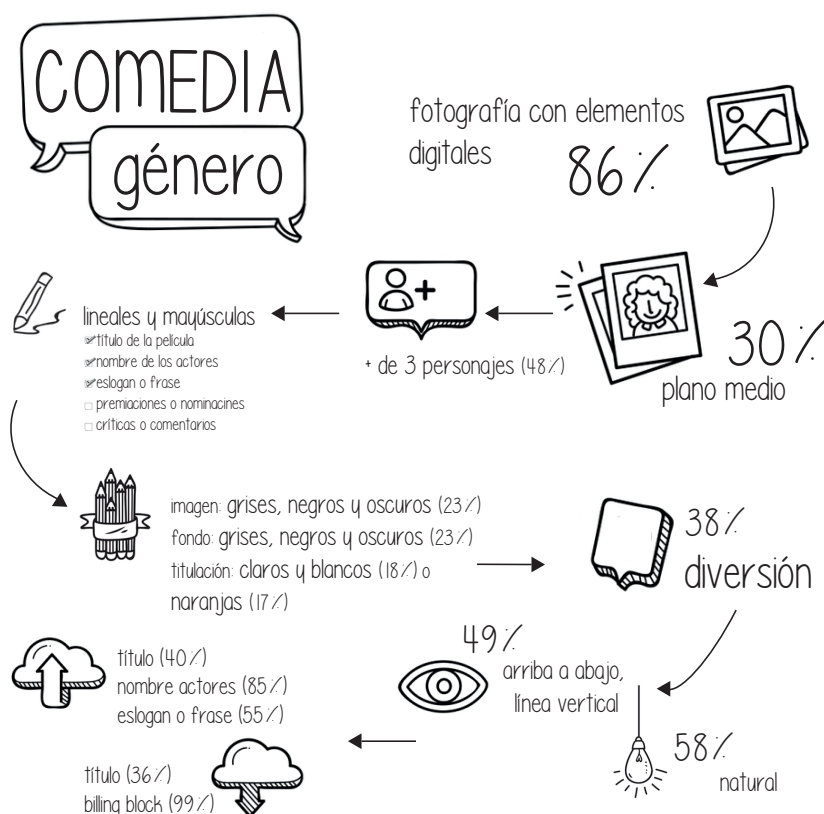


Figura 27. Resultados de los afiches del género comedia. Fuente: elaboración propia.

## 5.5. DRAMA

Este género busca despertar las emociones de los espectadores mediante las intrigas apasionadas y las personalidades polémicas de sus personajes, quienes movidos por sus mundos interiores, principios morales, ideologías, pasiones exacerbadas, etc., pueden llegar a no ser dueños de sus destinos, hasta el extremo de provocar un desenlace trágico, muchas veces representado en la confrontación del héroe o de la persona principal con la muerte” (González, 2002, p.74).

“Los dramas proponen aventuras románticas, con una dimensión fuertemente moralizante y didáctica, con vivencias emotivas, tensas, protagonizadas por personajes que se atraen o se rechazan, que se ama y que se odian” (González, 2002, p.74).

En cuanto al análisis del género drama han sido objeto de estudio 449 afiches de películas estrenadas desde el 2016 hasta agosto de 2018.

En relación a los aspectos formales de la imagen, la fotografía se combina con elementos digitales. Compuesta por el fotomontaje, con plano medio y encuadre normal en la mayoría de los afiches. Los elementos que componen la imagen son dos personajes (*figura 28 y 29*).

Los colores predominantes de la imagen son los claros y blancos al igual que los del fondo y la titulación, creando una mezcla sutil que contraste entre ellos. La iluminación ejerce mayor fuerza, siendo natural. Lo que hace que se interprete una escena de drama o melancolía. La lectura de los carteles es lineal, de arriba abajo.

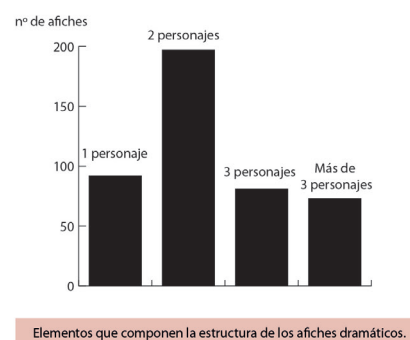


Figura 28. Gráfico elementos que componen la imagen en los afiches del cine dramático. Fuente: elaboración propia.



Figura 29. Elementos que componen la estructura: personajes, dos personajes. Afiche película *El caso Fischer* (2016) y *El mundo abandonado* (2015).

La tipografía empleada para todos los elementos (título, nombre de actores y eslogan o frase) es la lineal en mayúsculas. Las premiaciones o nominaciones suelen ir enmarcadas por el propio logo o sello del premio (figura 30).

La ubicación de los elementos tipográficos se establece de la siguiente manera: superior para los nombres y los sellos de las premiaciones o nominaciones y la mitad inferior para el título. En cambio, en el eslogan se utiliza la mitad superior o centrado. Todo ello se puede observar en la figura 31.



Figura 30. Premiaciones y/o nominaciones. Sello. Ubicación mitad superior. Afiche *Blanka* (2016) y *El hombre que conocía el infinito* (2016).

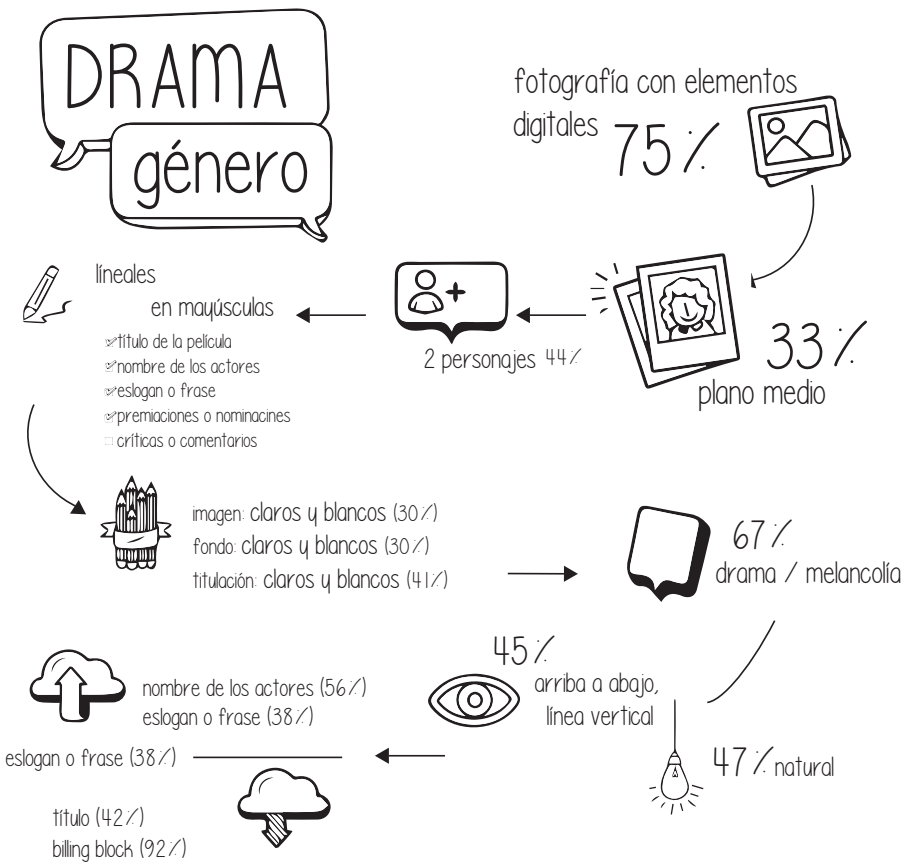


Figura 31. Resultados de los afiches del género drama. Fuente: elaboración propia.

## 5.6. FANTÁSTICO

En cuanto al análisis del género fantástico han sido objeto de estudio 40 afiches de películas estrenadas entre julio de 2014 a agosto de 2018. El hecho de tener que abarcar más espacio de tiempo se ha debido a que, como bien se ha comentado en apartados anteriores, ha sido imposible recabar una muestra de 40 carteles que estarían catalogados en el género fantástico.

Como género cinematográfico, la fantasía podría definirse como un híbrido entre el mundo real y el imaginario. Es decir, “el concepto de fantástico se define pues con relación a lo de real e imaginario” (Todorov, 1980, p.19). Asimismo, el autor (1980) cita a varios literatos que describen el género fantástico de modos similares: “En *Le Conte fantastique en France*, Castex afirma que “Lo fantástico... se caracteriza... por una intrusión brutal del misterio en el marco de la vida real” (p.19). Por otra parte, en *El Arte y la Literatura fantástica* de Louis Vax “el relato fantástico... nos presenta por lo general a los hombres que, como nosotros, habitan el mundo real pero que de pronto, se encuentran ante lo inexplicable” (Todorov, 1980, p.19-20). Es decir, estas definiciones hablan de un mundo real o una vida real con toques de misterioso o enigmático.

Atendiendo al análisis de los afiches, se puede señalar en relación a los aspectos formales que en el género fantástico se prioriza la imagen digital (*figura 32*) y la combinación de ésta con la fotografía o dibujo. El hecho de ser un género híbrido, entre lo real e imaginario, hace que la imagen de la película requiera de un toque digital para su consecución. Además, los planos más empleados son los planos gran general o general.



Figura 32.

Elementos que componen la estructura. Personajes. Más de tres personajes.

Afiches de la películas: *Trio, la búsqueda del santuario sagrado* (2017) y *Cazafantasmas* (2016).

Lo que lleva a la conclusión de que se apuesta por mostrar el conjunto de una escena o situación, ya que el plano general podría definirse como:

El que muestra la figura humana completa en su totalidad y situada en un espacio abierto, donde convive con otras personas o en el que evoluciona; su presencia es, por tanto, más relativa, menos protagonista. Estos planos suelen tener un sentido descriptivo y se usan en situaciones de grupo (Romaguera i Ramió, 1991, p.19).



Lo mismo sucede con el plano gran general donde se muestra el transcurso de una acción. Por otro lado, el encuadre más utilizado es el normal (68%). Es decir, se observa todo lo que transcurre en la acción delante del sujeto. El afiche está compuesto por personajes fantásticos, apareciendo en la escena más de tres personajes. En cuanto a la estructura compositiva, sin duda alguna, el fotomontaje (*figura 33*) es la técnica más empleada por los diseñadores. Asimismo, no se recurre a los elementos decorativos y agregados. De hecho, tampoco se asisten de tendencias gráficas o efectos para generar impacto. Solo el 20% de los carteles analizados utilizan algún efecto, como es la doble exposición (5%) y la fotografía con ilustración (15%).

En relación con la tipografía, las lineales en mayúsculas son las más empleadas para el título, nombre de los actores y eslogan.

Si reparamos en los colores de los carteles (*figura 34*) del género fantástico, la paleta de colores predominantes en la imagen son los grises, negros y oscuros (38%), en el fondo los azules (38%) y en la titulación los claros/ blancos (38%) y amarillos (35%). En el título, la mitad se decanta por utilizar un único color y la otra mitad un color con efecto. La relación de los colores con el fondo es complementario o armonioso. Es decir, como bien indica Dabner “los colores están profundamente arraigados en la psicología humana porque el lenguaje los utiliza con frecuencia para describir sentimientos” (2005, p.33). El hecho de utilizar colores oscuros para la imagen “evocan la noche, el miedo y el misterio” (Dabner, 2005, p.33), mientras que para el fondo, el azul se asocia a “la claridad, frialdad y transparencia” (Dabner, 2005, p.36). De hecho, el propio autor afirma que es muy acertado para utilizarlo como fondo en los carteles.

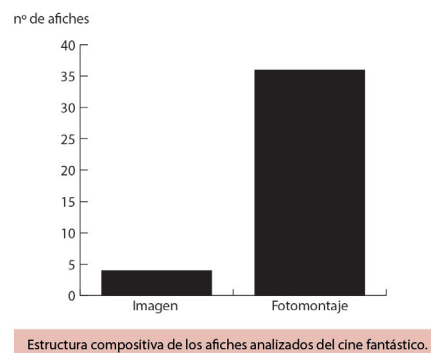


Figura 33. Gráfico variable estructura compositiva del género fantástico. Fuente: elaboración propia. Fuente: elaboración propia.



Figura 34. Color. Paleta de colores predominante en la imagen y fondo. Afiche de la película: *Batman vs Superman* (2016).

Si reparamos a los aspectos compositivos (*figura 35*) y organizativos, la lectura del cartel es de arriba abajo en línea vertical. De esta forma, los diseñadores deciden ordenar los elementos para que la mirada del usuario o consumidor sea vertical. La iluminación acentúa este aspecto; ya que, un 45% de los afiches la luz está concentrada en un elemento en particular y deja a los demás de lado.

La ubicación de los textos está dividida. El título, el eslogan y el *billing block* en la mitad inferior, mientras que los nombres de los actores en la mitad superior. Todo ello se puede ver resumido en la *figura 36*.



Figura 35. Iluminación. Concentrada en un elemento en particular y dejando a otros de lado. Afiche de la película: *La forma del agua* (2017). Fuente: elaboración propia.



Figura 36. Resultados de los afiches del género fantástico. Fuente: elaboración propia.

## 5.7. MUSICAL

En cuanto al análisis del género musical han sido objeto de estudio 40 afiches de películas, siendo necesario remontarnos al 2005 y hasta el 2018 para poder llevar a cabo un análisis crítico.

Partiendo de la base de que un género musical apuesta por una temática: “que gire en torno o se manifieste a través de expresiones musicales que incluyan canciones o temas bailables como parte fundamental de su desarrollo dramático” (Morales, 2013, p. 6).

Se han observado los siguientes aspectos a la hora de diseñar un cartel del género musical.

Se apuesta por la combinación de la fotografía con elementos gráficos (78%), sin ser necesario emplear efectos. El fotomontaje es la herramienta principal. La estructura compositiva está compuesta por más de tres personajes en la mitad de los casos. El plano (*figura 37*) es muy variado desde el plano gran general (28%), pasando por el plano general (20%), el americano (20%) y el medio (18%), con un encuadre normal en el 73% de los afiches. Asimismo, tampoco se emplean elementos decorativos o agregados. La tipografía de los caracteres utilizada en los afiches de este género mayoritariamente es moderna, lineal y en mayúsculas.



Figura 37.  
Elementos que componen la estructura. Personajes, más de tres.  
Afiche de la película *Hairspray* (2007) y afiche de *Rock of Ages* (2012)

En cuanto a los colores, la imagen predominan la gama amplia de colores con un 28%, en el fondo, los azules son los principales con un 30% de éstos con ese color. Por último, para la titulación se apuesta por los claros y blancos (41%) con efecto (43%). Siendo, el contraste armonioso. La connotación gráfica de los afiches del género musical está entre la diversión y la pasión (*figura 38*).

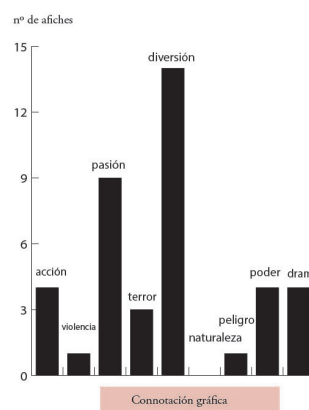


Figura 38. Gráfico connotación gráfica de los afiches del musical.  
Fuente: elaboración propia.



La lectura de cartel es de arriba abajo en línea vertical o del centro hacia fuera. La iluminación (figura 39) es desde atrás para resaltar a los personajes,

La ubicación del título, nombres de los actores, eslogan o frase y créditos queda de la siguiente manera: el título, eslogan y billing block en la mitad inferior y los nombres de actores en la mitad superior. Todo estos detalles se puede observar en la figura 40.



Figura 39. Iluminación. Desde atrás para resaltar el/los personaje/s principal/Es. Afiche de la película *Amanece en Edimburgo* (2013) y *Dreamgirls* (2006)



Figura 40. Resultados de los afiches del género musical. Fuente: elaboración propia.

## 5.8. ROMANCE

En cuanto al análisis del género romántico han sido objeto de estudio 54 afiches de películas estrenadas desde el 2016 hasta agosto de 2018.

Este género cinematográfico tiene puesto el foco en las historias de amor donde los protagonistas quieren estar juntos y para lograrlo tienen que superar algún obstáculo o impedimento (Gotham Writer's Workshop, 2014).

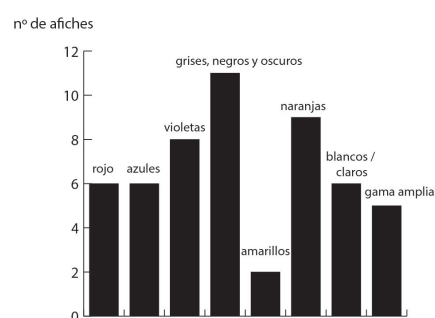
Atendiendo al análisis de los afiches se puede enumerar en relación a los aspectos formales que en el género romántico prevalece la combinación de la fotografía con aspectos digitales (*figura 41*). Es decir, no se limitan a seleccionar una fotografía y maquetarla. Más bien, crean elementos que armonicen el diseño. Los planos de estas imágenes son muy variados, desde el plano medio, plano general, plano americano y primer plano; mientras que el encuadre predominante es el normal (32%).

En este diseño, el fotomontaje es la opción más empleada sin la necesidad de apostar por algún efecto. Los elementos que componen la imagen son los dos personajes que van a tener que hacer frente a la dualidad de la situación o historia. Asimismo, no se agregan elementos decorativos como recuadros, dibujos o figuras, ni efecto a la fotografía. En cuanto a la tipología siguiendo la clasificación de Maximilian Vox, las modernas y mayúsculas son las predominantes.

Los colores preponderantes para la imagen es el gris, negro y oscuro, naranja o violeta. Es decir, no hay un color que sobresalga sobre el resto (*figura 42*). En cambio, en el fondo se puede observar la tendencia de los claros y blancos con un 37% sobre el resto de colores. Además, lo mismo sucede en la titulación, donde imperan los claros y blancos sin efecto. En cuanto a la relación de colores con el fondo, contrastantes con un 70%.



Figura 41. Tipografía. Nombre de los actores del afiche *Bridget Jones' Baby* (2016) con tipografía lineal y en mayúsculas. Asimismo, la ubicación de éstas en la mitad superior.



Colores predominantes en la imagen de afiches romántico.

Figura 42. Gráfico colores predominantes en la imagen en los afiches románticos. Fuente: elaboración propia.

En cuanto al aspecto comunicativo la interpretación de estos afiches es la pasión y el drama/melancólico (figura 43). Esto hace que la premisa mencionada sobre que los protagonistas deben sortear un impedimento tome más fuerza. Si hablamos de los factores compositivos se puede decir que la lectura de la mayoría de los carteles del centro hacia fuera. La iluminación es muy variada concentrando el foco en un elemento en particular dejando a un lado lo demás, desde atrás o desde un ángulo homogéneo.



Figura 43. Connotación gráfica. Drama/ melancólico en el afiche de *Call me by your name* (2017) y pasión en el afiche de la película *Canción de Nueva York* (2017).

La ubicación de los elementos está dividida. El título se sitúa en ambas partes, superior e inferior. En cambios, los nombres de los actores en la mitad superior. El *billing block* en la mitad inferior. Todo ello se puede observar en la figura 44.

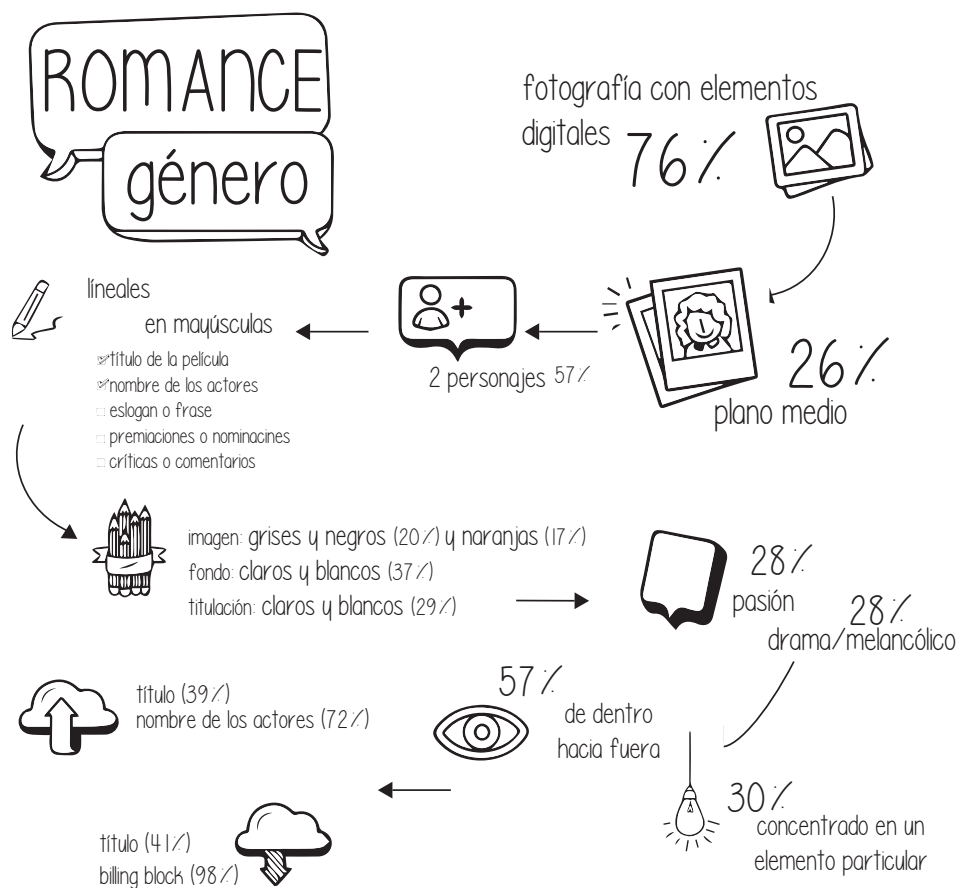


Figura 44. Resultados de los afiches del género romance. Fuente: elaboración propia.

## 5.9. TERROR

En cuanto al análisis del género romántico han sido objeto de estudio 54 afiches de películas estrenadas desde el 2016 hasta agosto de 2018.

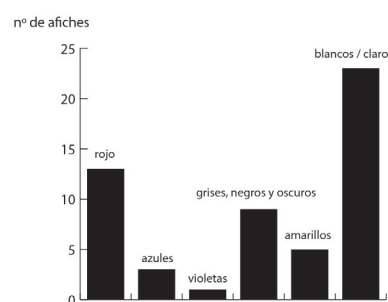
Cuando se habla del género de terror, como bien indica Morales (2013) se priorizan tramas enfocadas en generar en el espectador emociones fuertes como el temor, miedo o pánico a través de sobresaltos.

Por tanto, partiendo de que se debe generar emociones como el miedo, de los afiches analizados de esta categoría se ha encontrado que: la fotografía con elementos digitales es la principal, mostrando un plano general o medio del personaje. Ayudado de un fotomontaje y encuadre normal.

La tipografía predominante no hay una categoría concreta. Tanto las clásicas como las modernas se emplean. Eso si, en mayúsculas.

En los colores de los afiches de este género prevale los grises, negro y oscuros tanto en el fondo como en la imagen. Para la titulación se apuesta por el color blanco o rojo (figura 45 y 46).

Para organizar los elementos se recurre a una lectura del cartel de arriba abajo, línea vertical con la iluminación natural o concentrada en un elemento en particular y dejando a otros de lado.



Colores predominantes en la titulación de afiches del género terror.

Figura 45. Gráfico colores predominantes en la titulación en los afiches del género terror. Fuente: elaboración propia.



Figura 46. Paleta de colores predominantes en la titulación. Rojo en el caso del afiche *El ritual* (2017) y claros y blancos para el cartel de *Inferno verde* (2016).

La connotación gráfica se divide en terror/suspense con un 35% y peligro y maldad en un 33%. El negro predomina asociado a la connotación. El hecho de jugar con un único personaje hace que al espectador note y se sienta identificado. La ubicación de los elementos tipográficos (figura 47) queda de la siguiente manera: tanto el título los créditos en la parte inferior. Por el contrario, el eslogan tanto en la mitad inferior y superior. El resumen se puede ver de manera gráfica en la figura 48.



Figura 47.  
Créditos. Afiche de la película *Musa* (2017).

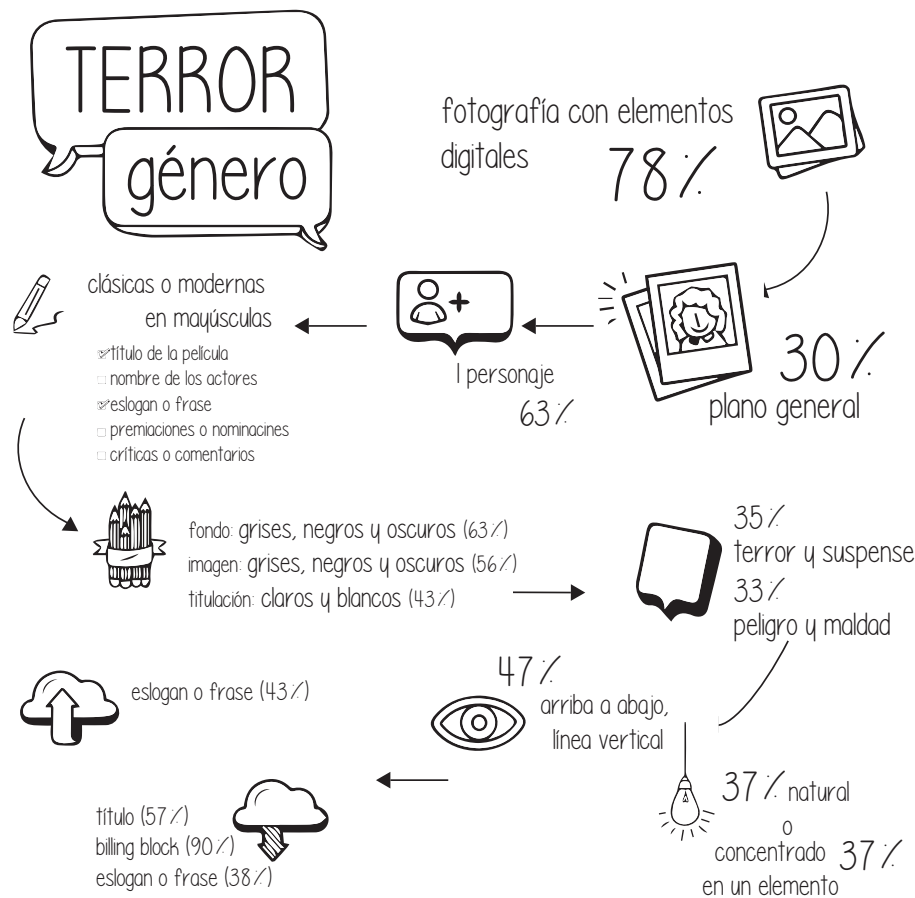


Figura 48. Resultados de los afiches del género terror. Fuente: elaboración propia.

## 5.10. THRILLER

Como bien indica Morales (2013), el thriller es un género cinematográfico que aborda sucesos extraños que requieren de la participación del espectador “a quien se proporciona una información hábilmente dosificada cuando no manipulada y de diversas hipótesis sobre los interrogantes planteados el motivo espectacular” (p. 13).

En cuanto al análisis del género suspense han sido objeto de estudio 116 afiches de películas estrenadas desde el 2016 hasta agosto de 2018.

Atendiendo al análisis de los afiches se puede enumerar en relación a los aspectos formales que en el género thriller prevalece la combinación de la fotografía con aspectos digitales, con el fotomontaje y apostando por la inclusión de un efecto (*figura 49 y 50*). Los planos son medios o primer plano y el encuadre es normal con dos personajes.

Los colores que destacan en este género son los grises, negros y oscuros combinándolo con el fondo claro o de la misma tonalidad. El color predominante en la titulación es el blanco.

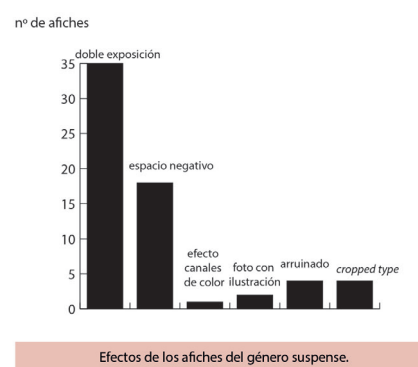


Figura 49. Gráfico efectos en los afiches del género suspense  
Fuente: elaboración propia.

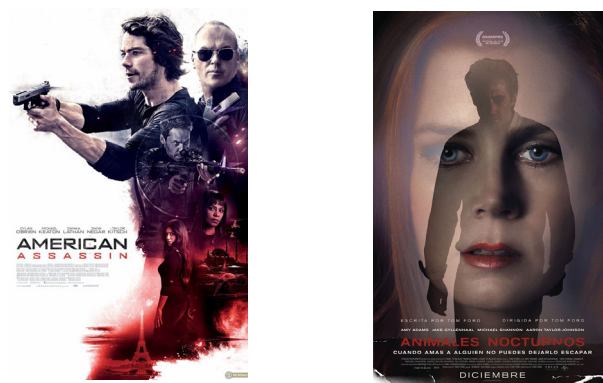


Figura 50. Efecto doble exposición. Afiche de *American Assassin* (2017) y *Animales nocturnos* (2016).



En cuanto al aspecto comunicativo sobre la connotación impera la acción y el terror o suspense. En cuanto a la tipografía (figura 51) se apuesta por lineales y mayúsculas para el título, los nombres de actores y el eslogan.

Por último, si se habla de los factores compositivos se puede decir que la lectura de la mayoría de los carteles es de arriba abajo en línea vertical con iluminación natural. La ubicación de la tipografía se divide en la mitad superior para el título, nombre de los actores y la inferior para los créditos. En el caso del eslogan o frase se opcional. Todos estos detalles se pueden observar en la figura 52.



Figura 51. Tipografía de los nombres. Modernas, lineales y mayúsculas. Ubicación mirad superior. Afiche de *Al final del túnel* (2016) y de la película *Ahora me vez 2* (2016).

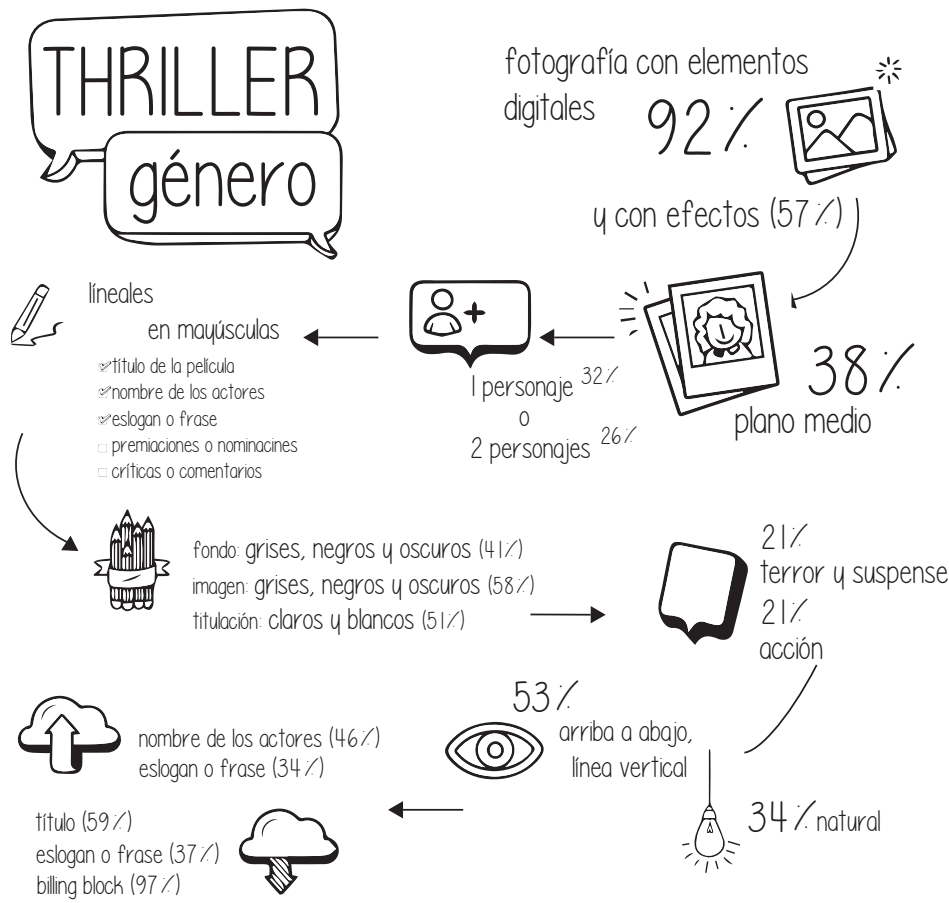


Figura 52. Resultados de los afiches del género thriller. Fuente: elaboración propia.

## 6. DISEÑO DE AFICHES

### 6.1 Conclusiones previas [estructura]

*Narrar es la demostración creativa de la verdad. Una historia es la prueba viva de una idea, la conversación de una idea en acción. La estructura de los acontecimientos de una historia será el medio que utilizemos primero para expresar y luego para demostrar nuestra idea... sin explicaciones. (McKee, 2009, p. 147).*

A modo de conclusiones genéricas previas al diseño de los afiches cinematográficos se puede observar que el peso del cartel está en los personajes y su connotación gráfica. Por lo que, un paso fundamental para diseñar es elegir el fotograma oportuno. Así, la audiencia se encargará de descomponer el mensaje. “Para la confección de un cartel sobre una película basta con reproducir una imagen lo más significativa posible del film en cuestión, y esto es suficiente para cumplir su principal misión que es la de informar al público” (Luqui; De los Hoyos; López; Barsa, 1987, p.7).

A continuación, se puede observar los diseños de carteles elaborados en base a estas premisas halladas en el análisis. Pero antes, mencionar que hay un elemento común en todos ellos y que delimitará el trabajo del diseñador: el formato. Este vendrá expuesto por las necesidades que se le exijan para el afiche. Por ejemplo, el formato específico del color para imprimir, las máquinas que imprimirán el cartel, etcétera.



## 6.2. Diseño de afiches [opciones creativas]

*La buena escritura no es nunca un equilibrio perfecto entre creatividad y dominio [...] nos exige inventar mucho más material del que podemos usar razonablemente, y después llevar a cabo una astuta selección de entre esa cantidad de acontecimientos de calidad, de momentos de originalidad que encajen con el personaje y con el mundo. (McKee, 2009, p. 104).*

Para continuar, teniendo en cuenta las variables de cada afiche que predominaban, se han diseñado afiches cinematográficos que corresponderían con los resultados obtenidos en el apartado anterior.

“El espacio debe estar organizado y controlado, pues proporciona importante información sobre la forma [...] el espacio mal organizado es similar a las pausas a destiempo en un discurso” (Dabner, 2005, p.10).

De esta forma, se han seleccionado imágenes que, perfectamente podrían corresponder a fotogramas, y se han perfilado según las características obtenidas en el análisis. En las siguientes páginas se enseña el proceso llevado a cabo para la realización de los afiches cinematográficos.

### 6.1.2. ACCIÓN

La organización de un afiche del género acción, según en análisis realizado, quedaría como se representa en esta retícula. Se prioriza el fotograma del personaje principal. Es decir, el protagonista. Los colores en este caso son más oscuros. El título de la película suele localizarse en la parte inferior, mientras que el eslogan y el nombre del actor que encarna al protagonista se coloca en la zona superior. De esta forma, la imagen que se ha seleccionado parte de la connotación gráfica que es necesario representar: la acción. En esta imagen se ve a un jugador de rugby mirando de frente a la cámara. Con un plano americano y encuadre normal. Asimismo, se optó por cambiar los colores de la imagen y agregar unos efectos. Una vez realizado los cambios, directamente se seleccionó la tipografía que recalca la connotación que se pretendía obtener y se valoró los contrastes para que el título, nombre de actor y eslogan serían legibles.

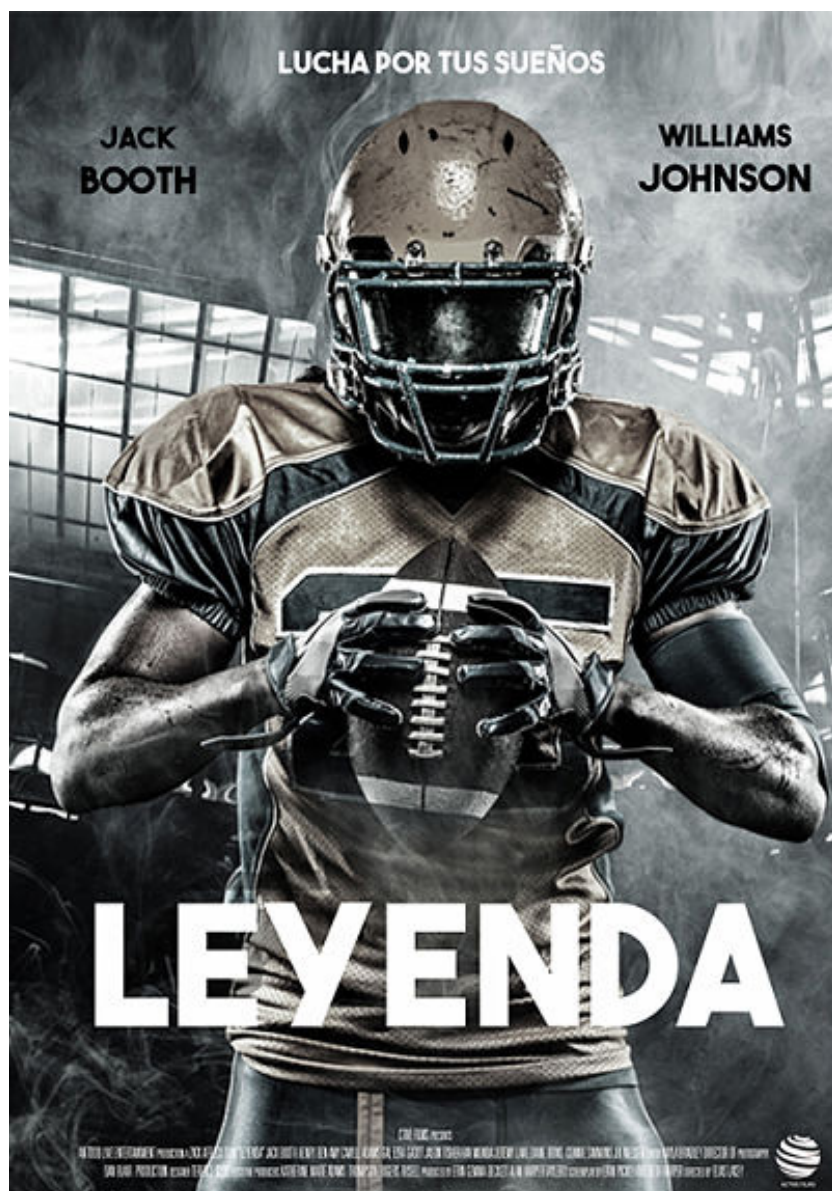
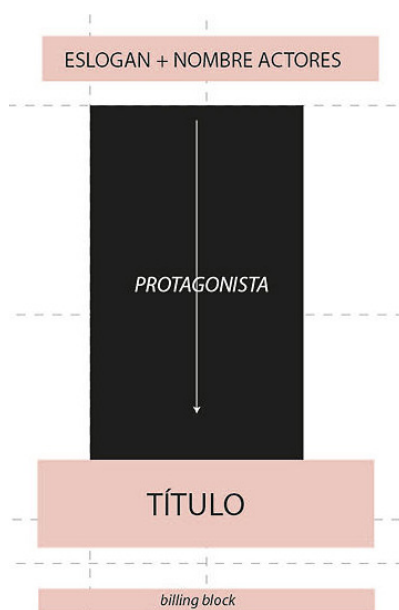


Figura 53. Afiche creado del género acción y su retícula. Fuente: elaboración propia.

Para consultar el afiche cinematográfico en alta calidad: <https://drive.google.com/open?id=1U12c29UPZzjwIYoerxcH4RvP0dvOngIN>

## 6.2.2. ANIMACIÓN

Como se puede apreciar en la retícula, la imagen quedaría del siguiente modo. El eslogan y el título en la zona superior. El fotograma de la película con más de tres personajes. La connotación gráfica de este género cinematográfico es la diversión. De esta forma, la manera de articular un afiche cinematográfico de animación comenzó por realizar un fondo con algún dibujo que haría que éste no sería plano, jugando con la profundidad de la imagen. El hecho de utilizar corazones de diferentes tamaños y formas se ha realizado en base a la idea de la película que se ha inventado. En el siguiente paso se añaden los protagonistas, en este caso monstruos. Por último, se añade el título, el *billing block* y el eslogan. En cuanto al título, se ha optado por tipografía diferente para cada letra para sustentar la idea de la película que se pretendía llevar a cabo: todos los monstruos son diferentes, únicos.

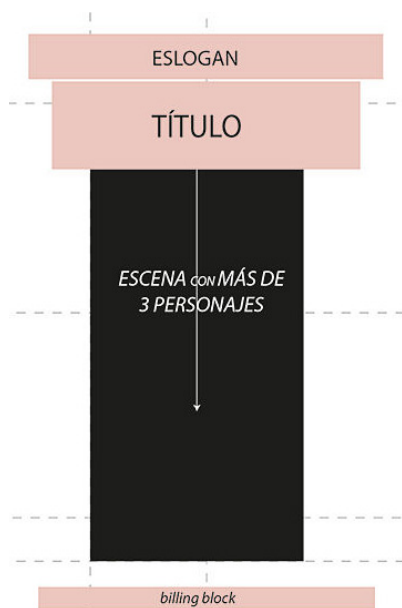


Figura 54. Afiche creado del género animación y su retícula. Fuente: elaboración propia.

Para consultar el afiche cinematográfico en alta calidad: [https://drive.google.com/open?id=1\\_5PM6\\_Dczkuro5DAGsoQwfhJCXzofld](https://drive.google.com/open?id=1_5PM6_Dczkuro5DAGsoQwfhJCXzofld)

### 6.2.3. CIENCIA FICCIÓN

Los afiches del género ciencia ficción analizados priorizan fotogramas clave de la película con doble exposición. Es decir, combinando dos escenas que otorgan al futuro espectador las claves para comprender el film en un género concreto. En este caso, se ha elegido realizar el afiche de una película que tendría como base el viaje al espacio. Así, en el plano general se observa al astronauta y la tierra. Dos de los elementos clave para situar en film en una categoría. Para realizar la técnica de doble exposición se seleccionó la tierra. Este elemento se combinó con un plano medio de un centro de mandos del espacio, logrando una composición imposible de lograr con una única fotografía. Además, los tonos de la foto se cambiaron a tonos más oscuros sin tanta exposición de gama de colores. Finalmente se incluyeron los elementos tipográficos. En la mitad inferior, el título con el *billing block* y en la zona superior se colocaron los nombres de los actores y el eslogan.

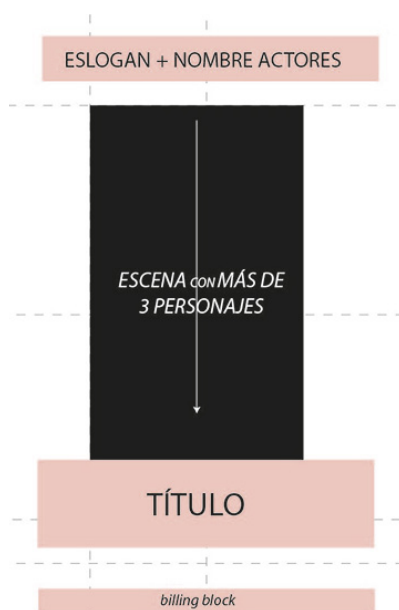


Figura 55. Afiche creado del género ciencia ficción y su retícula. Fuente: elaboración propia.

Para consultar el afiche cinematográfico en alta calidad: <https://drive.google.com/open?id=1QeXkcTDN6eVOla1NYEqjKgYmmjSyRc84>



## 6.2.4. COMEDIA

Según las variables analizadas en las películas de comedia, se observa que los afiches de este género utilizan como reclamo para su diseño a más de tres personajes del film. El título, el eslogan y los nombres de los actores son elementos indispensables, situándose en la mitad superior y los créditos en la mitad inferior. De esta forma, se parte con el color de fondo más utilizado: el azul. Los actores se ubican en la mitad inferior para poder articular en base al espacio resultante los demás elementos tipográficos necesarios para la elaboración del cartel cinematográfico. Por último, antes de agregar los elementos tipográficos se ha visto oportuno cambiar el tono de los colores de las prendas de los protagonistas, ya que las variables obtenidas priorizaban este color en la imagen. Por tanto, se ha cambiado la vestimenta a negro del protagonista que ocupaba más espacio en el afiche. Con esta variación, el negro priorizaba en la imagen. Para finalizar se añadió el título en blanco y los nombres de los actores en amarillo para generar un mayor contraste.

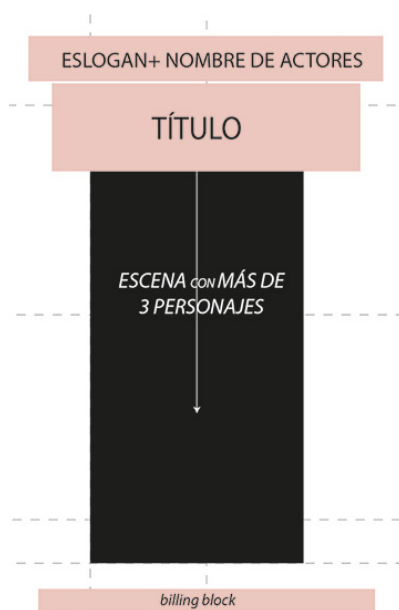


Figura 56. Afiche creado del género comedia y su retícula. Fuente: elaboración propia.

Para consultar el afiche cinematográfico en alta calidad: [https://drive.google.com/open?id=1gpG3\\_14SpNI\\_sh7lfXmQIWlpNXN1CzOm](https://drive.google.com/open?id=1gpG3_14SpNI_sh7lfXmQIWlpNXN1CzOm)

## 6.2.5. DRAMA

Las variables más empleadas en los diseños de los afiches del género dramático incluyen en la escena a dos personajes principales. Es decir, a los protagonistas que durante 90 minutos tendrán un conflicto. Los elementos textuales se dividen tanto en la zona superior como inferior. De esta manera, la imagen seleccionada abarca a dos personas, madre e hijo abrazados. Los tonos de la imagen como del fondo son claros, reafirmando el género de la película o, al menos, dejando al espectador que se haga una idea de la película. El título, según los diseños analizados, se ubica en la mitad inferior. Los demás elementos textuales, título, premiaciones y nombre de los actores se sitúa en la mitad inferior abarcando el espacio que queda libre con el fondo sin elementos.

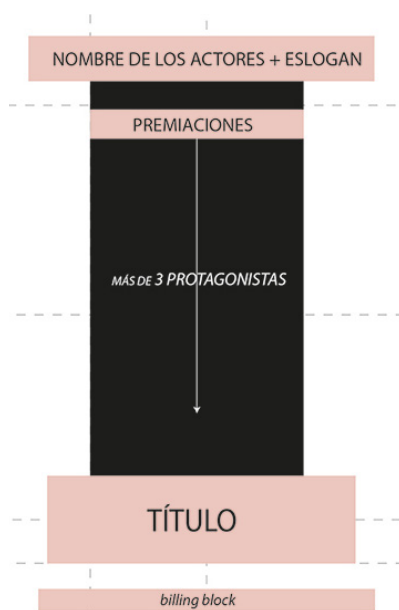


Figura 57. Afiche creado del género drama y su retícula. Fuente: elaboración propia.  
Para consultar el afiche cinematográfico en alta calidad: <https://drive.google.com/open?id=1QapaSXIZfvL7RtWXeUze-9IgjuljXx0a>

## 6.2.6. FANTÁSTICO

Las variables más empleadas en los diseños de los afiches del género fantástico incluyen más de tres personajes en un plano general. El elemento textual principal, el título, se sitúa en la mitad inferior. El eslogan o frase que recalca el género del film se coloca junto al título. En cuanto a los nombres de los actores, éstos se nombran en la zona superior. De esta forma, se seleccionó una imagen de héroes en plena acción y en diferentes posiciones respecto a la escena. Para cambiar los tonos de la imagen, se optó por realizar un equilibrio de color para oscurecer las llamas y efectos que estos héroes realizan. Tras este cambio, se colocó el elemento principal de la película, el título, en el espacio inferior más legible de la escena. Además, el hecho de la utilización del amarillo recalca y da contraste al conjunto del afiche. Por último, se agregó los demás elementos tipográficos acorde a la estructura compositiva más empleada en los carteles de cinematográfico de este género.



Figura 58. Afiche creado del género fantástico y su retícula. Fuente: elaboración propia. Para consultar el afiche cinematográfico en alta calidad: [https://drive.google.com/open?id=1i-38K\\_r2iz6qoheJSxs2lBblwh3eDlIJ](https://drive.google.com/open?id=1i-38K_r2iz6qoheJSxs2lBblwh3eDlIJ)



## 6.2.7. MUSICAL

En los afiches cinematográficos del género musical, el fotograma a utilizar emplea a más de tres personajes del film. El plano seleccionado en muchos casos es un gran general, abarcando una situación concreta. Así, en este caso se ha seleccionado un momento de baile, como una batalla, como fotograma para el cartel de cine. En este caso, por los colores de la fotografía se ha decidido dividir en dos el cartel. Es decir, se ha creado una franja blanca para situar el billing block en ese lugar. En cuando a la imagen, el título como la mayoría de los afiches de dicho género va en la mitad inferior. La mitad superior está destinada a los nombres de los actores de la película. Por último, se ha escogido una tipografía lineal con cortes en las letras para aportar mayor dinamismo a la imagen. El color blanco ha sido el protagonista tanto para el título como para el eslogan. En cambio, el color rosa se ha decidido utilizar para los nombres de los protagonista y que así hubiese contraste.

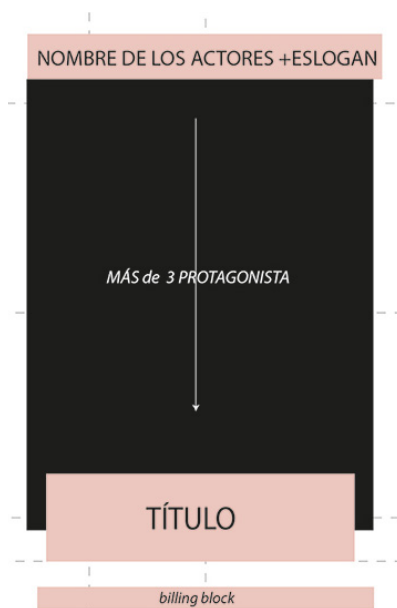


Figura 59. Afiche creado del género musical y su retícula. Fuente: elaboración propia. Para consultar el afiche cinematográfico en alta calidad: [https://drive.google.com/open?id=1GjllTjzyJbq\\_HXnIhRaZwbv0BMr3xU1](https://drive.google.com/open?id=1GjllTjzyJbq_HXnIhRaZwbv0BMr3xU1)



## 6.2.8. ROMANCE

Los afiches de género romántico ubican a los protagonistas, en la mayoría de los casos dos, en el cartel. De este modo, se suele utilizar un plano americano para observar a los personajes y reconocer claramente la situación. Es decir, la connotación que ambos transmiten. Así, la fotografía seleccionada responde a una escena de amor entre un hombre y una mujer. El título de la película de este género suele situarse en la parte inferior, mientras que los nombres de los actores se colocan en la mitad superior. En este caso, no se suele apostar por un eslogan o frase que atrape al espectador, ya que únicamente con la connotación de la escena es suficiente valiosa. Por último, se observa que todos los elementos son legibles y que la iluminación y la lectura del cartel es acorde a las variables más empleadas en los afiches románticos investigados.

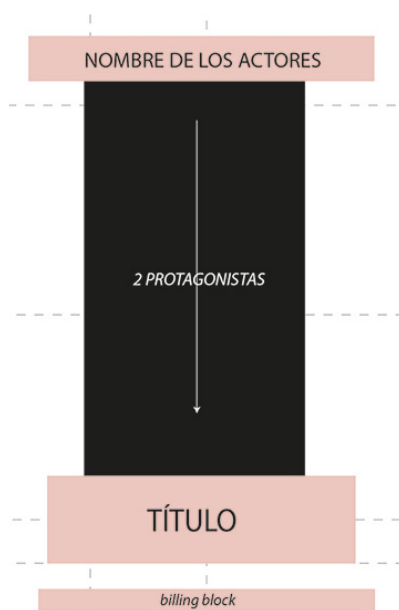


Figura 60. Afiche creado del género romance y su retícula. Fuente: elaboración propia.

Para consultar el afiche cinematográfico en alta calidad: [https://drive.google.com/open?id=1NAb3K\\_FrntjCsu9N75BBEmBAsg9jGgM3](https://drive.google.com/open?id=1NAb3K_FrntjCsu9N75BBEmBAsg9jGgM3)

## 6.2.9. TERROR

Los afiches del género terror se caracterizan por una fotografía cuidada con connotaciones de miedo o terror. Los colores que priorizan en la imagen como en el fondo son tonos oscuros. En los elementos tipográficos es donde se usa los tonos claros para diferenciar y crear contraste. En la fotografía selecciona se observa una sombra o silueta negra con una ventana abierta. Para ello se utiliza un plano general de lo que podría ser perfectamente una escena de la película. Para finalizar, la paleta predominante en la titulación y eslogan en blanco para que el espectador tienda a observar el título y el eslogan y categorice rápidamente el género.

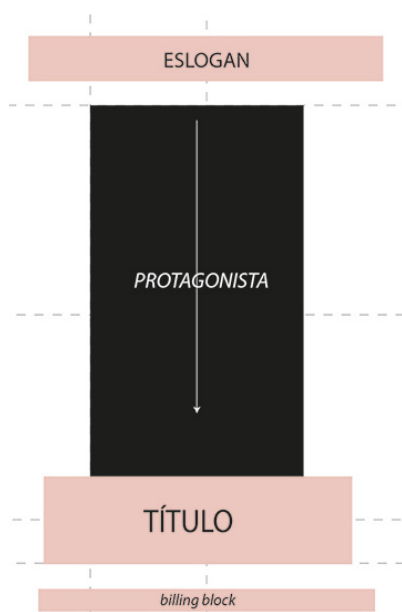


Figura 61. Afiche creado del género terror y su retícula. Fuente: elaboración propia.

Para consultar el afiche cinematográfico en alta calidad:

<https://drive.google.com/open?id=1OPi8lgIAbY20LecK0QPjhmPECBBdwLUN>

## 6.2.10. THRILLER

Los afiches del género suspense o thriller utilizan una doble exposición para generar contraste e incertidumbre, reforzando la connotación gráfica de este estilo de películas. Así, utilizan el fotomontaje. Como se puede observar, el plano recurrente de estos carteles de cine es el plano medio con uno o dos personajes máximo. En cuanto a la paleta predominante en la imagen como en el fondo son los negros con algún cierto contraste. El color en la tipografía del título suele dominar el blanco. La manera de la composición de los carteles cinematográficos de suspense tiende a ubicar en la mitad inferior le título junto con el *billing block*. En cambio, el eslogan suele utilizarse tanto en la mitad superior como inferior. Los nombres de los actores, por su parte, se colocan en la mitad superior.

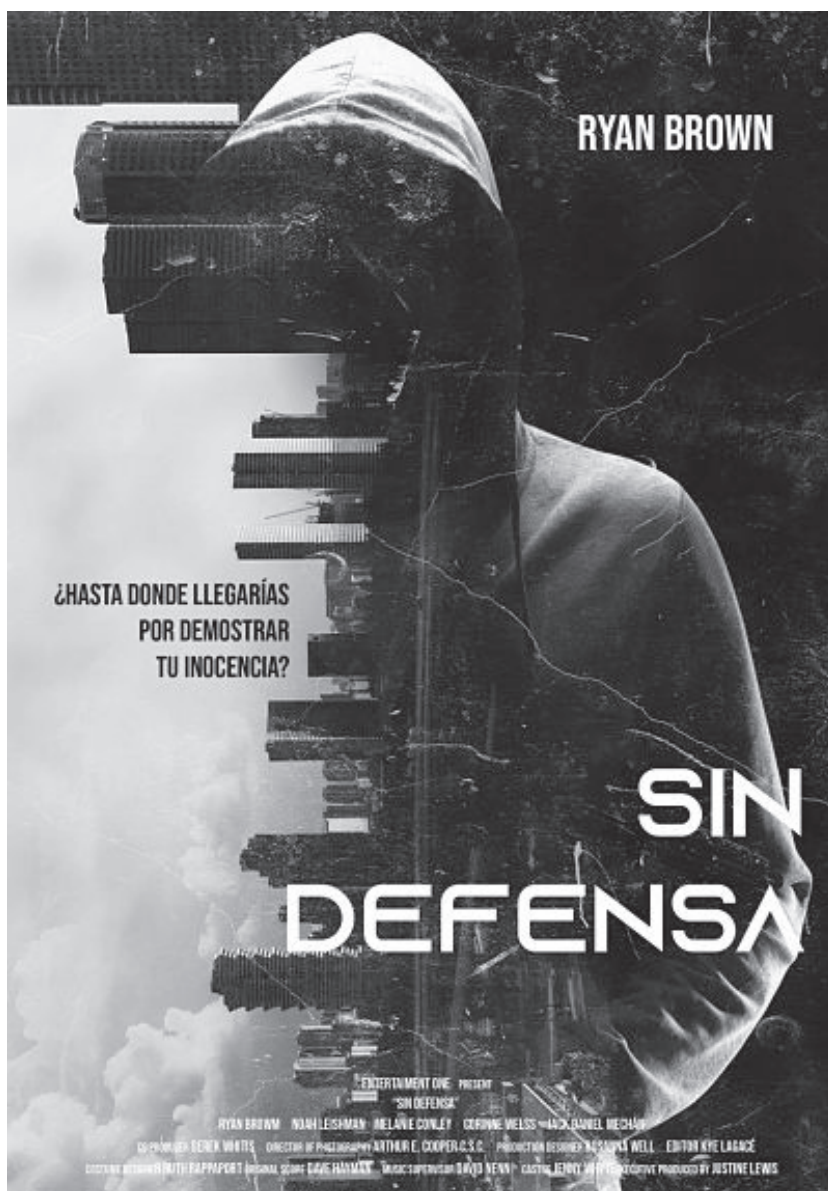
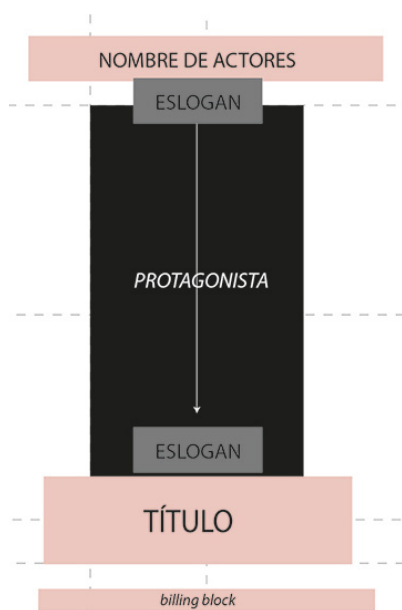


Figura 62. Afiche creado del género thriller y su retícula. Fuente: elaboración propia.

Para consultar el afiche cinematográfico en alta calidad:

<https://drive.google.com/open?id=1JVZxzc9Nhts4JZA1IEEYBjIgPdA5r9G>

## 7. CONCLUSIONES AL DISEÑAR AFICHES DE CINE

La respuesta o conclusión más determinante es responde a la pregunta: ¿qué elementos son esenciales y no pueden faltar en el diseño del cartel cinematográfico?

Esta pregunta se puede satisfacer con esta pirámide de prioridades (*figura 63*) de elementos a tener en cuenta a la hora de diseñar cualquier cartel de cine.

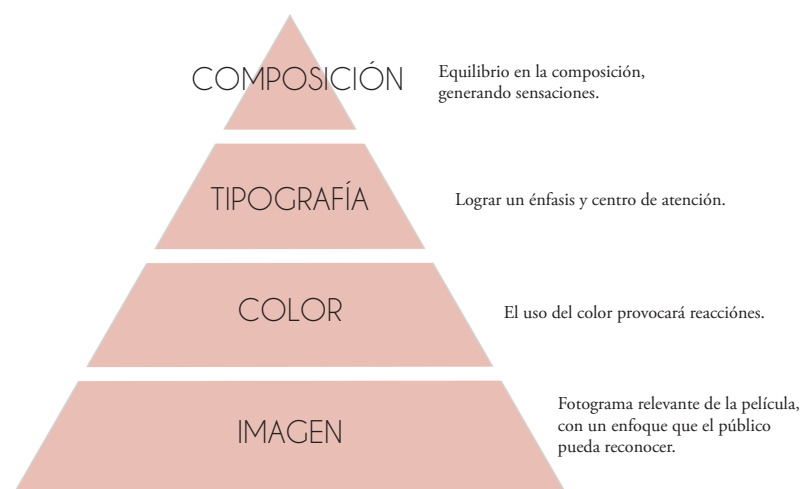


Figura 63. Pirámide de prioridades en el diseño de afiches cinematográficos. Fuente elaboración propia.

“Los carteles deben atraer la atención en un corto espacio de tiempo, lo cual se puede conseguir de muchos modos, aunque principalmente es a través de medios visuales” (Ambrose, 2004, p.49).

A la hora del diseño de un cartel de cine, la imagen debe ser la más adecuada al género cinematográfico en cuestión. “El publico se familiariza con un enfoque visual particular” (Bestle; Noble, 2002, p.41). De esta forma, el fotograma clave va a generar una connotación diferente.

Existen literalmente decenas de miles de colores a disposición del diseñador, y las formas de combinarlos son prácticamente infinitas. El diseñador tiene que dominar la clasificación de colores y los términos utilizados para describirlos. Se puede decir que el color difiere de tres forma significativas (Dabner, 2005,p.26).

“A través del uso del color se pueden provocar reacciones, transmitir emociones, determinar estados de ánimo positivos y negativos, etc.” (Tubau, 1991, p.98). Es decir, el color debe apoyar a la connotación gráfica y, por consiguiente, a la imagen”. Debe ser un elemento que refuerce la principal motivación en el diseño de carteles de cine, ya que permitirá que el público reconozca en segundos el género cinematográfico. “El color es fundamental para retener la atención y actuar sobre la capacidad reflexiva y emocional del individuo (Tubau, 1991, p.67).

Existen literalmente decenas de miles de colores a disposición del diseñador, y las formas de combinarlos son prácticamente infinitas. El diseñador tiene que dominar la clasificación de colores y los términos utilizados para describirlos. Se puede decir que el color difiere de tres forma significativas (Dabner, 2005,p.26).

Asimismo, la tipografía reforzará la interpretación. Como revela Dabner (2005), “es aconsejable estudiar una selección de caracteres individuales y valorar la imagen y el estilo que cada letra representa” (p.42). De hecho, el tamaño de éstas es fundamental. Un tamaño de letra acorde al mensaje que se quiere transmitir generará mayor énfasis para atraer la atención del ojo del espectador (Dabner, 2005). Por lo que, “es recomendable decidir el establecimiento de jerarquías dentro del texto, o los principales puntos de énfasis” (Dabner, 2005, p.14). Todo ello seleccionando estos componentes “de manera que cada uno de ellos tenga un porqué en la combinación y la composición, buscando un equilibrio lógico entre las sensaciones visuales y el mensaje ofrecido” (Luqui; De los Hoyos; López; Barsa, 1987, p. 207). Como bien expresa Perales (1995), todos estos elementos (imagen tipografía, color...) son los que componen el afiche y todo debe estar al servicio de un mensaje claro, sin opciones a interpretaciones contradictorias. “No se debe permitir que el espacio se extienda sin rumbo ni limites porque pueden debilitar la estructura de diseño” (Dabner, 2005 ,p 10 ).

No hay que olvidar, “diseñar un cartel es agregar valor comunicacional: que se entienda mejor, que se lea mejor, que destaque lo fundamental sobre lo secundario, que resulte convincente y persuada al mayor numero de receptores, que llame la atención y no pase desapercibido” (Luqui; De los Hoyos; López; Barsa, 1987, p. 148). Por tanto, el cartel de cine es el medio gráfico “que existe en el espacio público, su forma exige una relación particular con el espectador” (Bestle; Noble, 2002, p.6). Por consiguiente, el afiche de cine tiene dos características. Ser una plataforma de comunicación y una herramienta de publicidad, de persuasión. (Gómez, 2002). Además, “es de vital importancia recordar que todo lo que se diseña lo verán otras personas. El diseñador no trabaja en un vacío, y debe saber qué quiere su público” (Dabner, 2005, p.110).

Como bien señala Perales (1995) el cartel de una película es la imagen y síntesis de la historia del filme y su diseño está fuertemente influenciado por el género de la obra.



## 8. CONCLUSIONES DEL TRABAJO

*“Escribir un guión a partir de una biblia muy trabajada es una alegría y a menudo se desarrolla a un ritmo de entre cinco a diez páginas diarias”  
(McKee, 2009, p. 494).*

### 8.1 Conclusiones finales [clímax]

El objetivo principal de este trabajo, el análisis de las variables gráficas observables de los diferentes afiches de cine según el género, ha revelado unas pautas y conclusiones sobre la forma de diseñar éstos. Asimismo, la realización propia de carteles en base a esas pautas obtenidas ha sido relevante para los objetivos planteados.

Comenzando por estudiar los diferentes autores y sus aportaciones, permitió establecer una serie de variables aportando el conocimiento de años de investigaciones en este ámbito. Tras analizar la diversidad de afiches se observaron patrones de diseño de afiches concretos en cada género de cine. Esos esquemas fueron determinantes al obtener una mayoría clara en las variables creadas. Es decir, se obtuvieron en la mayoría de los casos pautas que representaban a la mayoría de los carteles. Además, esta metodología de clasificación de carteles puede aplicarse a otras temáticas diferentes al cine.

Por último, tras el análisis posterior llevado a cabo se pudieron establecer una serie de conclusiones visibles en los diseños elaborados. Estas series de características notables en los carteles puede ayudar para futuros diseñadores gráficos para que puedan observar los patrones de diseño que se siguen según el género. Además, también puede servir para elaborar en un futuro una cronología y observar durante este periodo que componentes eran los principales.

De esta forma, las conclusiones obtenidas en este trabajo, tras una investigación exhaustiva del diseño de carteles de cine entre el 2016 y 2018, revelan que la herramienta principal del cartel es la imagen. De hecho, la fotografía y la connotación gráfica son los elementos claves para poder determinar su género.

Además, la mayoría de carteles tienden a utilizar mayúsculas en sus diseños. Aunque, Dabner (2005) señala que se usa mayoritariamente los caracteres en mayúsculas. “No obstante, cualquier tipo de letra puede y es utilizado en el cartel cinematográfico, siempre y cuando responda a las necesidades comunicativas y persuasivas que se persiguen. (p. 208).

En cuanto al género dramático, éste se percibe como el género por excelencia durante los tres años analizados; ya que, la cantidad de afiches analizados de esta variedad era ampliamente superiores a las demás. Asimismo, los afiches de este género son los únicos que tienden a mostrar las nominaciones y premiaciones. Lo que se puede intuir que, sirve de herramienta publicitaria, ya que el espectador reconoce que esa película goza de reconocimiento por parte de entidades especializadas en cine.

Otra conclusión que ha revelado los carteles cinematográficos es que, los elementos tipográficos más reseñables (nombre de actores, eslogan o frase, críticas) se seleccionaban y se ubicaban en diferentes partes del cartel en base al género. Es decir, la necesidad de estos elementos era determinada por la película. Como señala Perales (1995) el cartel “debe contener una selectiva información que contribuya al mensaje sintético, empleando un lenguaje telegráfico en el que debe estar representada, ya sea de manera implícita o explícita, la idea temática” (p.91).

Por otro lado, los colores de los afiches cinematográficos ayudan al espectador a encasillar el género. Las películas del género suspense, terror o acción priorizan este color para generar esa sensación de incertidumbre. El negro “simboliza autoridad, fortaleza, prestigio, seriedad y lujo” (Dabner, 2008, p. 100).

En definitiva, todos los componentes se articulan para que el público diferencie los géneros, “porque hay que recordar que un cartel solo existe y adquiere verdadero sentido cuando es visto y puede llegar a comunicar su mensaje” (Tubau, 1991, p.235). De hecho, el principal objetivo de un diseñador “es intentar conseguir un equilibrio visual [...] porque, al leer, el ojo humano interpreta más bien formas de palabras que letras individuales (Dabner, 2005. p.44).



## 8.2. Reflexiones finales [la resolución]

La elaboración de esta memoria ha supuesto un gran reto por diferentes motivos. El primero de ellos por la cantidad de afiches cinematográficos que había que recopilar y, posteriormente, analizar. Además, el hecho de tener que generar una tabla de variables para esa investigación, retrasó bastante el comienzo del análisis.

El segundo reto fue el análisis. El proceso de la investigación fue largo debido a la cantidad de carteles de cine, al ser más de 1.000 diseños. De hecho, la clasificación de estos afiches antes de comenzar el estudio fue una tarea larga. Después de la investigación, recopilación y análisis de esas variables se obtuvieron una serie de conclusiones que se materializaron en diseños de carteles de cine según su género. Como ya se ha mencionado anteriormente, en el apartado [8.1. Conclusiones finales](#), la creación de una tabla de análisis propia podría extrapolarse a otras temáticas.

## 8.3. Líneas de trabajo futuro

Este estudio sobre los afiches cinematográficos ha revelado datos y propuestas sobre la realización de afiches de cine. Se considera que, para aportar más patrones de diseño gráfico de carteles, una línea de trabajo futuro idónea sería conocer los mercados cinematográficos individualmente. Es decir, realizar investigaciones de afiches de cine según el lugar de procedencia de esas películas. Así, lo mismo que las películas cuentan con una serie de características concretas según su producción, en los afiches de cine esta tendencia también se podría estudiar. La forma de diseñar los afiches podría revelar variaciones. La investigación se podría dividir en dos mercados existentes: el estadounidense y el resto de países, ya que las películas del primer mercado predominan por encima del resto. Al igual que sucede con la creación de guiones. De hecho, se puede observar esta afirmación en los carteles de cine analizados ([ver Anexo](#)). El lugar de procedencia de las películas estadounidenses es mayor. De hecho, otra línea de investigación que se podría tomar es la de analizar los afiches de películas que han sido nominadas o premiadas en cine. Por ejemplo, los Premios Oscars (EE.UU) o en los Premios Goya (España). Así, se podría observar si las películas que han sido galardonadas con algún premio anual por las academias de las artes y las ciencias cinematográficas otorgan patrones de diseño particular en sus carteles.

Por último, otra futura línea de investigación que sería interesante observar es la articulación del afiche cinematográfico como herramienta de publicidad junto a otros elementos gráficos y digitales de promoción. De este modo, se podría observar si se sigue un patrón firma en todos los diseños. Aunque no hay que olvidar que,

El arte publicitario es un tipo de arte que tiene que ser comprendido por todo el mundo, de tal modo que pueda llegar incluso a los individuos más diversos, sin distinguir clases sociales, ni diferencias culturales e intelectuales. El arte del cartel es un arte urbano, de calle y eminentemente popular (Perales, 1995, p.96).

## 9. FUENTES DE DOCUMENTACIÓN

### 9.1 Libros o capítulos de libros

- Altman, R. (2010). *Los géneros cinematográficos*. Barcelona: Paidós.
- Ambrose, H. (2004). Capítulo 3: El cartel. En H. Ambrose, (1aEd.), *Formato* (pp.48- 58). Barcelona: Parramón.
- Bestle, R. y Noble, I. (2002). Introducción. En R. Bestle y I. Noble, (1a Ed.), *Nuevo diseño de carteles* (pp. 6- 12). Barcelona: Gustavo Gili.
- Barnicoat, J. (2000). *Los carteles. Su historia y su lenguaje*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Cabrera, N. y Pelayo, N. (2001). *Lenguaje y comunicación*. Venezuela: Los libros de El Nacional.
- Campbell, A. (1989). Capítulo 8: El proceso de diseño. En A. Campbell, (1ª Ed.), *Manual del Diseñador Gráfico* (pp. 19-51). Madrid: Tellus, S.A.
- Costa, J. (2007). *Diseñar para los ojos*. Barcelona: Costa Punto.
- Cotton, B. (1994). *La nueva guía del diseño gráfico*. Barcelona: Blume.
- Dabner, D. (2005). *Diseño gráfico. Fundamentos y prácticas*. Barcelona: Blume.
- Fernández, F. (2015). *El libro del guión*. Barcelona: Ediciones Díaz de Santos.
- Gómez, J.P. (2002). *El cine: una guía de iniciación*.
- González, F. (2002). *Aprender a ver cine: la educación de los sentimientos en el séptimo arte*. Recuperado el 16 de enero de 2019 de <https://books.google.es/books?id=cAEfVKW-l8cC&pg=PA73&dq=genero+cinematografico+drama&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwikuLK86PLfAhU75uAKHaRiCQAQ6AEILTAB#v=onepage&q=genero%20cinematografico%20drama&f=false>
- Gotham Writers's workshop. (2014). *Escribir cine. Guía práctica para guionistas de la famosa escuela de escritores de Nueva York*. Recuperado de <https://books.google.es/books?id=KPPzAgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Herrera, E. y Fernández, L. (2013). *Un proceso creativo en el diseño gráfico de carteles*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Hollis, R. (1989). Capítulo 1: El arte del cartel. En R. Hollis, (1a Ed.), *El diseño gráfico. Una historia abreviada* (pp. 11-24). Barcelona: Destino.

- Joly, M. (1999). Capítulo 2: El análisis de la imagen: posibilidades y métodos. En M. Joly, (1ª Ed.), *Introducción al análisis de la imagen* (pp. 47-76). Argentina: La marca editora.
- Lupton, E. y Abbott, J. (1994). Capítulo 3: Diccionario visual. En E. Lupton y J. Abbott, (1ª Ed.), *El ABC de la Bauhaus y la teoría del diseño* (pp. 22-33). Barcelona: Gustavo Gili.
- Luqui, J.; De los hoyos, I. y López, A.; Barsa, M. (1987) 30 años de diseño gráfico en el cine español. Madrid: Erisa.
- McKee, R. (1997). *El guión*. Barcelona: Alba Editorial, S.L.U.
- Perales, F. (2007). *Cine y publicidad*. Madrid: Fragua
- Romaguera i Ramió, J. (1991). *El lenguaje cinematográfico. Gramática, géneros, estilos y materiales*. Madrid: Ediciones De La Torre.
- Seger, L (1987). *Cómo convertir un buen guión en un guión excelente*. Madrid: Rialp. S.A.
- Synder, B. (2010). *Salva al gato*. Barcelona: Alba Editorial.
- Torodov, T. (1980). *Introducción a la literatura fantástica*. México: Editions du Seuil.
- Tubau, I. (1991). *Dibujando carteles*. Barcelona: CEAC.

## 9.2 Blogs, artículos, revistas y páginas web

- A2 Media Studies (2014). Billing block [blog]. Recuperado el 30 de octubre de 2018 de <https://anatali1.wordpress.com/billing-block/>
- BeFresh Studio (2017). La historia del cartel cinematográfico [blog]. Recuperado el 27 de octubre de 2018 de <http://www.befresh-studio.com/blog/la-historia-del-cartel-cinematografico.html>
- Campos, C. (2014). JotDown [web site]. Recuperado el 27 de octubre de 2018 de <https://www.jotdown.es/2014/01/como-disenar-un-buen-cartel-de-cine/>
- De Arcaute, J. (2010). El diseño gráfico en el cine. Las Horas Perdidas. Recuperado de <http://www.lashorasperdidas.com/index.php/2010/11/19/el-diseno-grafico-en-el-cine/>
- E-cartelera (s.f.). Recuperado el 10 de diciembre de 2018 de <https://www.ecartelera.com/>
- Filmaffinty España (s.f.) Recuperado de <https://www.filmaffinity.com>
- Flores, M. y Montes, M. (2017). Construyendo cultura visual a través del cartel de cine. Información, cultura y sociedad, 37 (1), 127-144. Recuperado de <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/ICS/article/view/3268/3568>
- Inventanova+ (2015). La evolución del diseño de cartelería en el cine. Inventanova. Recuperado el 25 de octubre de 2018 de <http://www.inventanova.com/la-evolucion-del-diseno-de-carteleria-en-el-cine/>

- Gómez, F.J. (2002). La tipografía en el cartel cinematográfico. *Comunicación: revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 1 (1), 203-216. Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/57546>
- Illescas, S. (2017). Dzoom. Recuperado el 20 de diciembre de 2018 de <https://www.dzoom.org.es/primerisimo-primer-plano/>
- La cabeza llena (s.f.). ¿Por qué usan letras tan finas en los carteles de las películas? Recuperado el 12 de enero de 2019 de <https://lacabezallena.com/disenio/un-film-de-gamusino/>
- Maram, L. (2011). Cinco figuras retóricas explicadas con carteles de cine. Luis Maram [blog]. Recuperado el 22 de diciembre de 2018 de <https://www.luismaram.com/cinco-figuras-retoricas-explicadas-con-carteles-de-cine/>
- Martínez, M. (2018). 10 tendencias de diseño gráfico para 2018. CICE, La escuela profesional de nuevas tecnologías. Recuperado el 20 de noviembre de 2018 de <https://www.cice.es/noticia/10-tendencias-de-diseno-grafico-para-2018/>
- Merino, O. (2018). Tendencias de diseño gráfico 2018. OM. Recuperado el 20 de noviembre de 2018 de <https://olaiamerino.com/tendencias-de-diseno-grafico-2018/>
- Nosolocine (s.f.) Recuperado el 10 de octubre de 2018 de <http://www.nosolocine.net/>
- Sensacine (s.f.). Recuperado el 10 de octubre de 2018 de <http://www.sensacine.com/>
- Palacio, C. (2005). El diseño gráfico y el cine. *Revistas Ulima*. Número 13. Recuperado el 15 de noviembre de <http://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/viewFile/747/719>
- Pentacion Espectáculos (s.f.). La comedia de las mentiras. Recuperado de 10 de enero de 2019 de <https://pentacion.com/obras-en-archivo/la-comedia-de-las-mentiras/>
- Pérez, J.P. (2010). El cartel de cine hoy. *Pensar la Publicidad*, 4 (2), 71-88. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/PEPU1010220071A/15029>
- Pulecio, E. (s.f.). El cine: análisis y estética. Recuperado de <https://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/publicaciones/Documents/El%20Cine%2C%20An%C3%A1lisis%20y%20Est%C3%A9tica.pdf>
- Rodríguez, A. (2017). Carteles de cine: 6 requisitos de diseño esenciales. Paredo. Recuperado el 10 de enero de 2019 de <https://www.paredro.com/carteles-cine-6-requisitos-diseno-esenciales>
- Salvador, R. y Montes, M. (2016). La identidad visual del lujo en España. *Prisma Social*, 17 (1), 1-23. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=353749552001>
- Sánchez De Lucas, I. (2018). Análisis de la comunicación visual del cartel cinematográfico. Estudio de caso de la productora Universal Pictures. *Grafica*, 6 (12), 67-75. Recuperado de <https://revistes.uab.cat/grafica/article/view/v6-n12-sanchez/116-pdf-es>

- Pentacion Espectáculos (s.f.). La comedia de las mentiras. Recuperado de 10 de enero de 2019 de <https://pentacion.com/obras-en-archivo/la-comedia-de-las-mentiras/>
- 365 enfoques (s.f.). Tipos de Planos en cine y fotografía con ejemplos. Recuperado el 30 de noviembre de 2018 de <https://365enfoques.com/video-reflex/tipos-de-planos-cine/>

### 9.3 Tesis o trabajos no publicados

- Cismondi, G. (2015). Estereotipos visuales en los carteles de películas contemporáneas. (Tesis doctoral). Universidad Abierta Interamericana, Argentina. Recuperado de <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC120804.pdf>
- Morales, J. (2013). Los géneros cinematográficos. Material no publicado. Recuperado el 14 de enero de 2019 de <https://jesusvisual.files.wordpress.com/2013/02/guia-4-cine.pdf>
- QUISPE, O. (2016). Preferencia de los géneros cinematográficos según el perfil demográfico de los espectadores del cineplanet de la ciudad de Puno del año 2015. (Tesis doctoral). Universidad Nacional del Altiplano, Perú. Recuperada de [http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3436/Quispe\\_Catacora\\_Oscar.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3436/Quispe_Catacora_Oscar.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

### 9.4 Imágenes

- Betancourt, Y. (s.f). Descubre ideas sobre monstruos infantiles [Imagen]. Recuperado de <https://www.pinterest.ie/pin/393290979949916341/>
- Bibiana (s.f). Monstruos infantiles [Imagen]. Recuperado de <https://co.pinterest.com/pin/816910819883939172/>
- Celdrán (s.f). Descubre ideas sobre Monstruos SA [Imagen]. Recuperado de <https://www.pinterest.es/pin/394205773613684062/>
- Comfreak (2016). Astronauta ingravido espacio [Imagen]. Recuperado de <https://pixabay.com/es/astronauta-ingr%C3%A1vido-espacio-1784245/>
- CopyrightFreePictures (2013). Base de datos Sqlite logo [Imagen]. Recuperado de <https://pixabay.com/es/base-de-datos-sqlite-logo-sql-183453/>
- Desrosiers, J. (s.f). Monstruos SA [Imagen]. Recuperado de <https://www.pinterest.ie/pin/393290979949916341/>
- Gimenez, S. (s.f). Descubre ideas sobre monstruos infantiles [Imagen]. Recuperado de <https://ar.pinterest.com/pin/862369028620455530/>

- Holguín, S. (s.f). Monstruos SA [Imagen]. Recuperado de <https://co.pinterest.com/pin/318911217358367336/>
- Frances, K. (s.f). Descubre ideas sobre imagen digital [Imagen]. Recuperado de <https://www.pinterest.es/pin/472033604670010062/>
- Kuznetsova, O. (s.f). Portrait of a mother with her son teenager, Tenderness, love, multinational family [Imagen]. Recuperado de <https://www.shutterstock.com/es/image-photo/portrait-mother-her-son-teenager-tenderness-462352954?src=17iYjhOrvF6sfo6Z852YOQ-6-56>
- LeGraphisteFrancais (2017). Logotipo esfera Verano sun [Imagen]. Recuperado de <https://pixabay.com/es/logo-logotipo-esfera-verano-sun-2150297/>
- Lohrelei (2016). Apertura fotógrafo fotografía [Imagen]. Recuperado de <https://pixabay.com/es/apertura-fot%C3%B3grafo-fotograf%C3%ADa-1142967/>
- Nivens, S. (s.f). Guy in hoody. Mixed media [Imagen]. Recuperado de <https://www.shutterstock.com/es/image-photo/guy-hoody-mixed-media-689222860>
- PngImage (s.f) Monstruos. [Imagen]. Recuperado de <https://pngimage.net/monstruos-png-3/>
- Pettycon (2016) Montaña icono signo diseños símbolo [Imagen]. Recuperado de <https://pixabay.com/es/monta%C3%B1a-ic%C3%B3no-signo-dis%C3%B1os-s%C3%ADbolo-1849091/>
- Ptra (2016) Colibrí aves vector logo signet [Imagen]. Recuperado de <https://pixabay.com/es/sierra-circular-logo-patr%C3%B3n-grey-1700037/>
- Ptra (2016). Logo banda diseño devorado [Imagen]. Recuperado de <https://pixabay.com/es/logo-espiral-brillante-plata-1914020/>
- Ptra (2017). Logo espiral brillante plata [Imagen]. Recuperado de <https://pixabay.com/es/logo-banda-dis%C3%B1o-devorado-2078018/>
- Rawpixel.com (s.f). Business Team Investment Entrepreneur Trading Concept [Imagen]. Recuperado de <https://www.shutterstock.com/es/image-photo/business-team-investment-entrepreneur-trading-concept-388962934>
- Rawpixel (s.f) Gráfica signo símbolo logotipo [Imagen]. Recuperado de <https://pixabay.com/es/gr%C3%A1fica-signo-s%C3%ADbolo-logotipo-3608405/>
- Rawpixel (2018) Resumen arte cámara cine [Imagen]. Recuperado de <https://pixabay.com/es/resumen-arte-c%C3%A1mara-cine-3602682/>
- Sfrolov (s.f). American football sportsman player on stadium with [Imagen]. Recuperado de <https://www.shutterstock.com/es/image-photo/american-football-sportsman-player-on-stadium-621355088>
- Sfrolov (s.f). Performance on the water of a dance group against the background of club lights on background [Imagen]. Recuperado de <https://www.shutterstock.com/es/image-photo/performance-on-water-dance-group-against-1017411391>



- StockSnap (2015). Gente [Imagen]. Recuperado de <https://pixabay.com/es/personas-hombre-mujer-fr%C3%ADo-clima-2597454/>
- Uhh (2016) Sierra circular logo patrón grey [Imagen]. Recuperado de <https://pixabay.com/es/colibr%C3%AD-aves-vector-logo-signet-1935665/>
- Zeferli, I. (s.f.). Horror woman in window wood hand hold cage scary scene Halloween concept [Imagen]. Recuperado de <https://www.shutterstock.com/image-photo/horror-woman-window-wood-hand-hold-740966866>

# ANEXOS

## 10. ANEXOS

### 10.1. Afiches de películas de acción, listado y tabla de variables con resultados

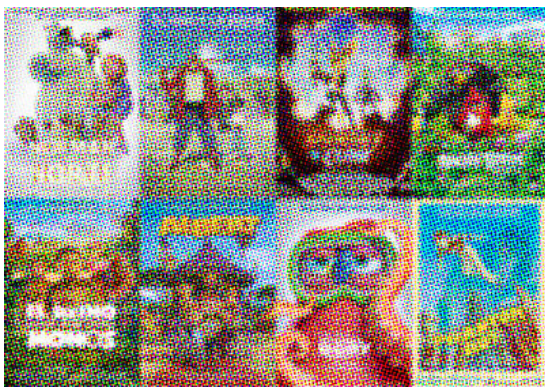


Afiches de las películas: <https://drive.google.com/open?id=1s2EnPh9wxSjBZ6F1Azb0dztcupCBikSI>

Listado de películas analizadas: <https://drive.google.com/open?id=13-80HR4ZBlpoqIdiWPfcN7FCBUArzaxH>

Tabla de variables con resultados: [https://drive.google.com/open?id=1XxYwdhMha8VcnsUjNAHEBTd4vpH\\_MkoB](https://drive.google.com/open?id=1XxYwdhMha8VcnsUjNAHEBTd4vpH_MkoB)

### 10.2. Afiches de películas de animación, listado y tabla de variables con resultados



Afiches de las películas: [https://drive.google.com/open?id=1LEfg4Ev6R6-aGWYecZt-mfqr\\_QS4CcP](https://drive.google.com/open?id=1LEfg4Ev6R6-aGWYecZt-mfqr_QS4CcP)

Listado de películas analizadas: <https://drive.google.com/open?id=1p6N1ZWnL2dhp7NCmOxVLCtbc5d66ykIr>

Tabla de variables con resultados: <https://drive.google.com/open?id=11xMSe2wSX00ya2c8z4puNXfU48L5PYwS>

### 10.3. Afiches de películas de ciencia ficción, listado y tabla de variables con resultados



Afiches de las películas: <https://drive.google.com/open?id=1xgQIb7MArV2380f0m-3QDXTf0PciLkLf>

Listado de películas analizadas: <https://drive.google.com/open?id=1nIVV2bjucVCVABKHDSfqlK3HG4ndxN8J>

Tabla de variables con resultados: <https://drive.google.com/open?id=1GXM2t8GoDqAwOuJUE8unUlqT2xeGvFkC>



## 10.4. Afiches de películas de comedia, listado y tabla de variables con resultados



Afiches de las películas: <https://drive.google.com/open?id=1H3YHKRZP9BBSeNrpq2clTjHiut9ImkTE>

Listado de películas analizadas: <https://drive.google.com/open?id=16tAE0xQeOAYKa47HA3D42XWjcKeluWbI>

Tabla de variables con resultados: [https://drive.google.com/open?id=1YYg\\_isJOAufsdm4OUOEYELSt45v7D8XY](https://drive.google.com/open?id=1YYg_isJOAufsdm4OUOEYELSt45v7D8XY)

## 10.5. Afiches de películas de drama, listado y tabla de variables con resultados

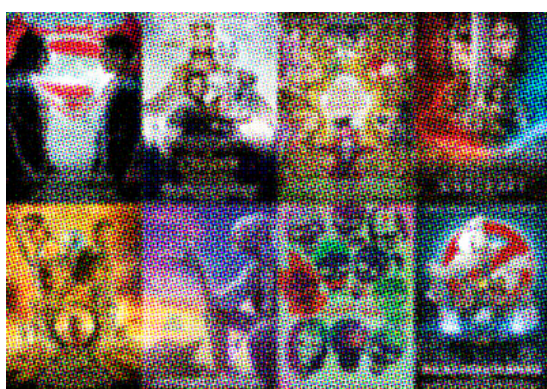


Afiches de las películas: <https://drive.google.com/open?id=1RX0MR-bWSNCocB88wt6LLoxiJLaPvIMj>

Listado de películas analizadas: [https://drive.google.com/open?id=1xzAzlD2U\\_DeSX7a7fYNMjUjwusU14e6T](https://drive.google.com/open?id=1xzAzlD2U_DeSX7a7fYNMjUjwusU14e6T)

Tabla de variables con resultados: <https://drive.google.com/open?id=1PZy8DPrTe6x1hdf30g1Ib-C8F42qIkRj>

## 10.6. Afiches de películas de fantástico, listado y tabla de variables con resultados



Afiches de las películas: [https://drive.google.com/open?id=1YsoC7NN-NiTko-9wQnpXeOUF-iXRLG\\_F](https://drive.google.com/open?id=1YsoC7NN-NiTko-9wQnpXeOUF-iXRLG_F)

Listado de películas analizadas: <https://drive.google.com/open?id=1kqTcY0FGEYZWRNLFzM05L97-1K5KqvgF>

Tabla de variables con resultados: [https://drive.google.com/open?id=1\\_2MkFwiOCAPPmp-rSBDITFWpbGKtCRy](https://drive.google.com/open?id=1_2MkFwiOCAPPmp-rSBDITFWpbGKtCRy)

## 10.7. Afiches de películas de musical, listado y tabla de variables con resultados



Afiches de las películas: <https://drive.google.com/open?id=142MjV3pydq9kgIGag1pqbX7JqLVY9ysR>

Listado de películas analizadas: <https://drive.google.com/open?id=1c6JxLgk2ce5QmstE3SfLupR25nRyBdzc>

Tabla de variables con resultados: <https://drive.google.com/open?id=1c6JxLgk2ce5QmstE3SfLupR25nRyBdzc>

## 10.8. Afiches de películas de romance, listado y tabla de variables con resultados

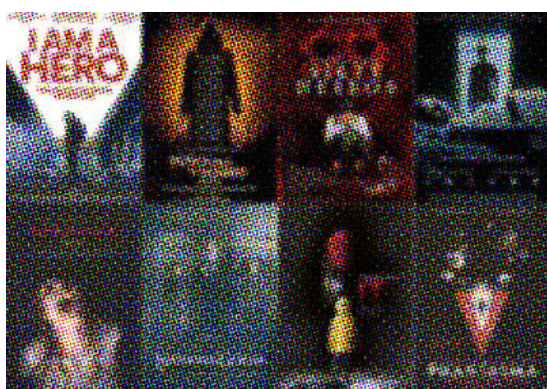


Afiches de las películas: <https://drive.google.com/open?id=1Sz9718M0hRyOg0F-4ZhpX47aIrUeOcT>

Listado de películas analizadas: [https://drive.google.com/open?id=1rraQaIjNAvI9x\\_O47fpfHV16wOCmGMOo](https://drive.google.com/open?id=1rraQaIjNAvI9x_O47fpfHV16wOCmGMOo)

Tabla de variables con resultados: [https://drive.google.com/open?id=1pZxt8GBOKCIJ2P7\\_W1LgX8d6UB4Oy8\\_5](https://drive.google.com/open?id=1pZxt8GBOKCIJ2P7_W1LgX8d6UB4Oy8_5)

## 10.9. Afiches de películas de terror listado y tabla de variables con resultados



Afiches de las películas: <https://drive.google.com/open?id=126ISzkEyN7P4D5DB7oy2mSVrCznm4lX>

Listado de películas analizadas: [https://drive.google.com/open?id=1NXLNcA2YF5V2sT\\_yPAXej1cOKNYiCgY](https://drive.google.com/open?id=1NXLNcA2YF5V2sT_yPAXej1cOKNYiCgY)

Tabla de variables con resultados: <https://drive.google.com/open?id=1OCCVFPTATSnYzEja7HFmnrEFSB2IV-a>



## 10.10. Afiches de películas de thriller, listado y tabla de variables con resultados



Afiches de las películas: <https://drive.google.com/open?id=1e-s-slBEW-rbzXqqOkolb3YzKJOsYCqo>

Listado de películas analizadas: <https://drive.google.com/open?id=1kakWxpo4q1w2elM9181q-AZZrG-WW2f1>

Tabla de variables con resultados: [https://drive.google.com/open?id=1ECbnD5NWYhw1qS\\_ADh8Y5frio2Q\\_CBRU](https://drive.google.com/open?id=1ECbnD5NWYhw1qS_ADh8Y5frio2Q_CBRU)



