

Decanato de Artes y Comunicaciones

Escuela de Publicidad

Proyecto de grado para obtener el título de Licenciatura en Publicidad

Tema:

Análisis de los carteles publicitarios de películas de humor dominicanas en el periodo 2016-2018 a través de la DGCINE, Santo Domingo, República Dominicana.

Sustentado por:

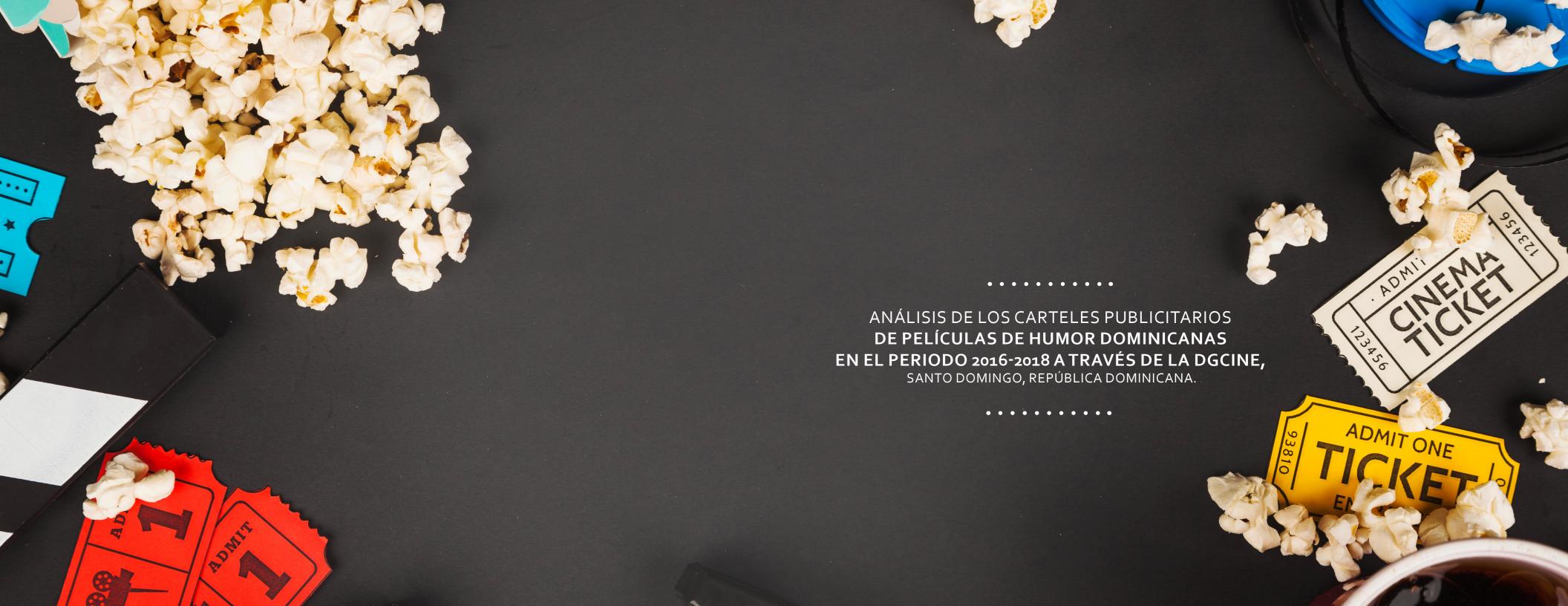
Estephania Reyes 2016-0724 Dayanara Peña 2016-0652

Asesor:

MCC. Lucia Román Corcino

Santo Domingo, República Dominicana Marzo 2019

Los conceptos expresados en el presente documento son responsabilidad exclusiva de sus autores





MARCO TEÓRICO

1.1 CAI	RTEL CINEMATOGRÁFICO
1.1.1	CONCEPTO
1.1.2	ANTECEDENTES
1.1.3	CARACTERÍSTICAS
1.2 EL	CARTEL EN LA REPÚBLICA
1.2.1	ANTECEDENTES
1.2.2	EL CARTEL DOMINICANO EN LA
1.2.3	EL CARTEL DE PELÍCULAS DE HI

02 MARCO CONCEPTUALY REFERENCIAL

2.1 GLOSARIO	34	2.5.8 TIPOGRAFÍA/TEXTO	60
2.2 METODOLOGÍA UTILIZADA	36	2.5.9 ELEMENTOS DECORATIVOS Y AGREGADOS	62
2.3 JUSTIFICACIÓN	38	2.5.10 MEDIDAS DEL CARTEL	63
2.4 OBJETIVOS	39	2.5.11 ETAPAS DEL CARTEL CINEMATOGRÁFICO	64
2.4.1 OBJETIVO GENERAL	39	2.5.11 ETALAS DEL CARTEL CINEMATOGRAFICO	
2.4.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS	39		
2.5 EL CARTEL	40	OD ANÁLICIC DE LOC CARTELEC RURI ICITARIOC DE	DELÍCIU AC DE
2.5.1 HISTORIA DEL CARTEL	41	O3 ANÁLISIS DE LOS CARTELES PUBLICITARIOS DE	PELICULAS DE
2.5.2 EL SIGLO XX	42	HUMOR DOMINICANA	
2.5.3 EL CARTEL DEL CINE	43		
2.5.4 TEORÍA DEL COLOR	46	3.1 DESARROLLO DEL ANÁLISIS	68
2.5.5 TIPOGRAFÍA Y CLASIFICACIÓN	52	3.1.1 PELÍCULAS 2016	72
2.5.6 RECURSOS GRÁFICOS EN LOS CARTELES	56	3.1.2 PELÍCULAS 2017	86
2.5.7 COMPOSICIÓN DE LA IMAGEN	59	3.1.3 PELÍCULAS 2018	116

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1	MUESTRA
	4.1.1 TAMAÑO D
4.2	RESULTADOS D
4.3	ENTREVISTAS
	4.3.1 MIGUEL ALCÁ
	4.3.2 JOSEMA ROD
	4.3.3 EDUARDO SA
	4.3.4 MARÍA TAVÁR
	4.3.5 DANIEL LUCIA
(CONCLUSIONES
ı	RECOMENDACIO
ı	BIBLIOGRAFÍA
/	ANEXOS
	ANTEPROYECTO
	APROBACIÓN DEL



AGRADECIMIENTOS

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizaje, experiencias y sobre todo felicidad.

Gracias a mis Padres Rafael Reyes & Jacqueline Pineda por siempre confiar en mi y apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en transcurso de mi vida. Sobre todo por ser un excelente ejemplo a seguir. A mis hermanos Junior & Michael por ser parte de mi vida y representar la unidad familiar. A Ramiro por ser un ejemplo de desarrollo profesional y a mi abuela por llenar mi vida de alegrías y amor cuando lo necesito.

A mis amigas del alma Yessica Calcaño, Angélica Peña y Dayanara Peña por tenerme paciencia a cada momento, por estar desde primer día apoyándome, por confiar en mí y haber hecho de mi etapa universitaria un trayecto de vivencias que nunca olvidaré. LAS AMO; DANYES FOREVER.

A Gregorío Pimentel, por ser parte de mi en tan poco tiempo, por apoyarme en las buenas y malas, sobre todo por su paciencia y amor incondicional. Love you Puchy.

A Dayanara por haber sido mi compañera de tesis y amiga incondicional, por tenerme la paciencia necesaria y por motivarme a seguir adelante en los momentos de desesperación, por admirar muchas cualidades y actitudes que por ella aprendí, TE ADORO AMIGA.

Y por último agradezco a la UNIVERSIDAD APEC (UNAPEC) por brindarme la oportunidad de ser una más de sus egresadas y ser parte de un recorrido que nunca voy a olvidar.

DEDICATORIA

A Dios por haberme dado la vida y permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi padre por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor. A mi madre, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones.

A mis hermanos que siempre han estado junto a mi brindándome su cariño.

A mi familia en general por siempre preocuparse y tener su apoyo, por compartir conmigo buenos y malos momentos.

A mis amigas que hice en este recorrido que hoy puedo llamarlas hermanas Yessica Calcaño, Dayanara Peña y Angélica Peña, gracias por compartir conmigo sus conocimientos que hicieron de esta experiencia una de las más especiales.





AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a Dios porque sin el no estuviera viviendo este momento tan especial en mi vida, llena de alegría. Finalizo uno de mis sueños, gracias Dios por permitirme llegar hasta aquí, por tu amor y por nunca dejarme sola en este recorrido, que no es fácil pero tampoco imposible, me supiste guiar siempre por el camino del bien y a ti te doy las gracias.

Gracias a mis padres, Yunior Rafael Peña y Raisa A. Ramírez por ser el motor en mi vida que me impulsa hacer mejor persona, por inculcarme los valores que hoy me hace ser una profesional, por nunca dejarme sola en este camino tan importante, por su entrega infinita y todos los sacrificios que hicieron para siempre verme feliz. A mi hermana Kalaina M. Peña que me motiva día a día a dar lo mejor de mi, que de una forma u otra siempre me acompaña en todo momento. Los amo con todo mi corazón son la pieza esencial para cumplir todas mis metas.

Agradezco a las personas que conocí en este trayecto Yessica Calcaño, Estephania Reyes y Angélica Peña, son las personas que me acompañaron en este viaje, que hoy puedo llamar hermanas, gracias por el apoyo que siempre nos brindamos una con otra, y por tener la paciencia necesaria para sobrellevar cada situación que vivimos juntas, les deseo lo mejor chicas en su vida profesional. Las adoro.

Fernando Díaz, por llegar a mi vida en el momento indicado, y darme todo el apoyo que siempre necesite de manera incondicional, por decirme las cosas como son, para que yo sea mejor persona.

Estephania Reyes no se como hubiese sido este camino sin ti, gracias por ser la mejor compañera de tesis, por tu entrega para que este trabajo de grado salga a la perfección, por confiar en mi, por tu amor con que hace las cosas, te quiero amiga.

A todos los profesores que dedicaron su tiempo en transmitir sus conocimientos, gracias por su entrega y a la universidad APEC por hacer de este proceso el mejor.

DEDICATORIA

En primero lugar a Dios, que es quien permite que sucedan las cosas, sin el esto no hubiese sido posible, y por todas sus bendiciones.

A mis padres por creer plenamente en mi, por ser el pilar en mi vida, por nunca soltarme en este camino y por hacer de este proceso como si fuese suyo. Mis abuelos Félix y Belle porque siempre estuvieron pendiente de mi y me brindaron siempre su apoyo este logro también es de ustedes. A mi tía Keki por ser parte de este recorrido desde el principio.

A mi hermana que siempre ha sido mi inspiración a yo ser mejor persona.

A Danyes que nunca me dejaron sola en este proceso y me impulsan a dar lo mejor de mi, Yessica, Estephania y Angélica. También a mis amigas del alma Joselaine y Jessica por siempre estar en todo momento. Las amo chicas









AGRADECIMIENTO GRUPAL

Agradecemos este proyecto a Dios por haber darnos el tiempo mas importantes de nuestras vidas y por formar una amistad en este transcurso de la universidad que permanecerá luego de culminar este recorrido.

Agradecemos a nuestra asesora, Martha Lucia Román por quiarnos y enseñarnos cada proceso y tener la disposición en el trayecto de nuestro trabajo de grado, por estar presente a cada momento, a quien consideramos que es una persona muy profesional pero sobre todo admiramos su inteligencia y gran calidad humana.

Agradecemos, a cada uno de los entrevistados por dedicarnos un minutos de su tiempo y darnos respuestas bien estructuradas y sinceras; gracias al Productor Miguel Alcántara, a la Actriz María Agradecemos a la DGCINE por cada una de sus respuestas tan Tavárez, al Actor Daniel Luciano, Animador Eduardo Santos, y al Comediante Josema Rodríguez, gracias por haber aportado en este trabajo sus ideas.

Gracias al fotógrafo Luis Lombert por su tiempo y amabilidad de necesario para realizarlo, donde elaboramos unos de los trabajos tomarnos las fotos con cariño y disposición. Gracias Luis fue un placer posar para tu cámara.

> A nuestras amigas del alma, Yessica Calcaño y Angélica Peña por sus ideas acerca del tema por su ayuda incondicional por estar presente siempre en las buenas y malas.

> Agradecemos a cada una de las personas encuestadas por su gran apoyo, por su tiempo de responder cada una de las preguntas realizadas y aquellos que compartieron la encuestas a otras personas, gracias de ante mano. Gracias aquellos que aportaron un granito de arena para que este proyecto se hiciera realidad, fue una bonita experiencia que nunca vamos a olvidar.

> agradables y respondidas amablemente.

E.R. | O.P.

INTRODUCCIÓN

Cuando el cine comenzó a vivirse como un espectáculo a fines de 1895 en París, y luego se fue propagando por el mundo uno de los elementos más importantes para su difusión fue el cartel. Una obra con fin informativo, a la cual luego comenzó a dársele una importancia más estética, fue el principal medio por el que la gente se enteraba de los shows y así se reunía en un determinado lugar para disfrutar todos del mismo espectáculo. De esta manera, el afiche de cine se convirtió en uno de los principales instrumentos de promoción. Ahora, muchísimos años más tarde, con el avance de la tecnología tanto para producir películas como para su difusión, el cartel sique teniendo un lugar especial para los consumidores. Es uno de los primeros elementos que nos llaman la atención, con sólo verlo al pasar caminando. Este nos deja observar un estilo particular del género del se trata la película, haciendo que nos formemos rápidamente una idea de la misma.

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

Los primeros afiches cinematográficos solían ser escenas sacadas de las películas, pintadas a mano con tipografía simple y visible. Pero a medida que van pasando las décadas, se fueron implementando nuevas técnicas como el uso de caras (está ayudó a implementar el star-system, un sistema de tipografía en que promociona los nombres de los actores, para aumentar su reconocimiento y llamar la atención del público), fotografías no directamente relacionadas a una escena en particular, y acercándonos más al presente, una tendencia minimalista que logra llamar la atención.

Todas las personas algunas vez hemos sido consumidores del 7mo artes que es el cine, aunque hoy en día existen más métodos y formas de ver películas, pero aun así el cine sigue en pie aunque sí ha disminuido y veremos el porqué, en República

humor, debido a que es lo que representa el pueblo dominicano.

Las películas no solo se basan en la filmación de la misma, sino ellos son los carteles que es de suma importancia ya que esto es lugar estratégico en la sociedad. lo que se encarga de persuadir al espectador y brinda información visual. Ahora bien, ¿Las películas de humor dominicanas en general realizan un buen cartel publicitario?

El enfoque fundamental de los carteles en los últimos años se ha desviado de su buen uso, debido al exceso de retoques fotográficos, fotografías no adecuadas al tema, montajes mal realizados y muchas con mensajes subliminales. El afiche de cine, usado de forma promocional, tenía como objetivo mostrar ingredientes básicos de la película a estrenar (actores, argumento género) y combinarlos con una ilustración llamativa acompañada de una buena tipografía.

Dominicana el cine se caracteriza mayormente por películas de En la actualidad, el afiche de cine sigue siendo una de las propuestas más eficaces al momento de promocionar una película. Si bien la industria cinematográfica hoy cuenta con múltiples métodos de comunicación tales como tráileres, publicidad de más bien de ciertos elementos que la hacen ser exitosas, uno de querrilla/viral y revistas y diarios, el afiche sigue ocupando un

> Por esas razón analizaremos los carteles publicitarios de las películas de humor dominicas 2016-2018 para demostrar y sugerir una mejor propuesta ante dicha problemática.



CAPÍTULO I • • • • **MARCO TEÓRICO**



1.1 CARTEL CINEMATOGRÁFICO

1.1.1 CONCEPTO

El cartel cinematográfico es una pieza visual concebida para transmitir una información con el objetivo de llegar a un número elevado de receptores de manera instantánea, y están conformadas por diferentes funcionalidades las pueden ser clara y directa teniendo en cuenta el público al que va dirigido.

Unas de las características principales son la composición, el color y la tipografía. Un buen cartel de cine debe captar la atención del observador y comunicar de un golpe de vista la esencia y el tono de la película que anuncia. (Braham, 1994, p.30)

1.1.2 ANTECEDENTES

Nace a principios del siglo XIX como invento de la propia industria cinematográfica. Desde entonces, ha acompañado a las películas y ha sido testigo de las evoluciones estéticas y artísticas de cada época. Los elementos comunes son las imágenes y la tipografía pero será su tratamiento, selección y composición lo que determinará su impacto y efecto.

Desde entonces el cartelismo cinematográfico ha pasado por etapas muy diferenciadas evolucionando desde los pequeños bocetos hechos a mano de principios de los años veinte a la manipulación gráfica digital de finales de los ochenta. El Art Decó que predominaba en los años 30, el protagonismo que toman los propios actores en los carteles de los años 40 con composiciones tipográficas más valientes hasta los años 50 donde la tipografía lo es ya todo en carteles de las grandes producciones. En los años 60 comienza a utilizarse la fotografía en combinación con la ilustración, origen de los actuales carteles de cine: composiciones digitales con fotografías.

"El cartel de cine se justifica por la existencia misma de la película que publicita a la que queda ligado estrechamente". (Perales, 2007, p.60). Sin embargo, no deja de ser, un texto autónomo que se emplea para modificar la conducta del individuo a través de una serie de signos visuales y textuales. El cartel de cine posee un doble valor informativo: "por un lado informa sobre el estreno o la proyección en los cines de una película en cuestión y, por otro, informa sobre las características de la propia película" (Collado, 2012, p.64).

El cartel se insertó rápidamente en la creciente industria publicitaria y se convirtió en un importante instrumento del marketing ayudando a propagar una cultura consumista en la sociedad.

Así es como el cartel cinematográfico se ha convertido en un producto de los "creadores de emociones", encaminando conscientemente hacia la persuasión social. Las nuevas técnicas de reproducción foto-mecánica extendieron las posibilidades expresivas, beneficiando así al enriquecimiento expresivo del cartel.



unsplash.con

22

1.1.3 CARACTERÍSTICAS

A. Título. Sin un nombre en el cartel la audiencia no sabrá que decir al comprar su entrada en el cine.

B. Logotipos de producción y distribución. Es posible que la misma empresa produzca y distribuya una película, sin embargo, esos casos se dan cada vez menos. Es por esto que puedes verte manejando varios logotipos para el cartel, en los que debes poner atención para que cada una de las compañías involucradas en la producción del film aparezca en el arte.

C. Legales. Parece obvio, pero en realidad es engañoso, los legales hacen referencia a los Derechos de Distribución.

D. Fecha de estreno. La fecha de estreno es un dato que se negocia con la distribuidora, sin embargo, es importante darla a conocer lo más pronto posible para que la audiencia interesada sepa cuándo puede comprar sus entradas. No importa que sea solamente una leyenda que diga "PRÓXIMAMENTE" al pie del cartel, es primordial hacer saber al público cuánto tiempo va a tener que esperar para ver tu película.

E. Redes sociales y web oficial. En este punto puede haber algo de polémica, pero creemos que en la era de la tecnología debes ofrecer al público el máximo de información posible sobre tu película, y eso incluye indicar dónde pueden encontrarla.

1.2 EL CARTEL EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

1.2.1 ANTECEDENTES

El cartel cinematográfico aparece en República Dominicana en la ciudad norteña de Puerto Plata en una noche del 27 de agosto de 1900. El teatro Curiel de esta ciudad sirve como el espacio de exhibición del cinematógrafo de los hermanos Lumiére, gracias a la iniciativa del comerciante Francesco Grecco quien realiza varios viajes a través del Caribe mostrando esta atractiva invención.

Después de estas primeras manifestaciones cinematográficas se detecta en la prehistoria fílmica del cine dominicano, los trabajos del fotógrafo y editor Francisco Palau, que en 1922 al lado del fotógrafo Tuto Báez y Juan B. Alfonseca hacen la primera película de ficción del cine dominicano: La leyenda de la virgen de la Altagracia, con la colaboración en los textos del historiador Bernardo Pichardo.

El entusiasmo de este equipo motiva más adelante la realización de una comedia con tintes ingenuos con el título de Las emboscadas de cupido. (Sáez, 1924)

Los años venideros marcan un limbo total en la producción cinematográfica de ficción. La instalación del régimen del presidente Rafael Leonidas Trujillo en 1930, marcado desde sus inicios como un régimen dictatorial, impone un freno total a las manifestaciones artísticas y culturales, estimulando solamente aquello que se entiende como beneficioso para sus propósitos. Por esa razón, en los treinta largos años de la tiranía se realizaron solamente trabajos documentales del país con la exaltación del tirano, sus obras y sus parientes.



1.2.2 EL CARTEL DOMINICANO EN LA ACTUALIDAD



El cartel de cine se ha establecido como un modo de promoción publicitaria de un filme cuya vigencia no se cuestiona, si bien el soporte ha reducido su importancia con respecto a tiempos pasados. Dicha integración ha provocado igualmente cambios en su función y en sus propios componentes, convertido ya el cartel en una referencia gráfica a la campaña publicitaria multimedia. El cartel adopta nuevas formas y varía su definición en su digitalización y adaptación a la pantalla, como forma de acceso al mismo. La actualización en torno al sentido y formas del cartel ci-

nematográfico realizada por esta investigación nos lleva en último lugar a analizar las tendencias más presentes hoy en materia compositiva y de diseño: el cartel se vacía de elementos superfluos que pudieran provocar confusión para centrarse en la potencia transmitida por el mínimo de componentes, dando forma a lo que hemos denominado cartel minimalista.

El cartel de cine, ha estado presente desde los inicios del mismo, reflejando el carácter visual del momento histórico o movimiento artístico de cada época. Ha cumplido diversas funciones, utilizándose para destacar y difundir variados aspectos asociados a las películas, como: los nombres de reconocidos directores, los actores y/o elencos presentes, la selección o nominación en festivales de importancia mundial; la publicación de premios y galardones obtenidos o la trayectoria de las casas productoras.



La revolución tecnológica que conlleva la digitalización y lo que parece ser el final de la cultura impresa ha obligado a redefinir el cartel, la situación de los medios de información y la propia comunicación interpersonal. Aunque la empresa digitalizadora abarca varias décadas, no ha sido hasta hace alrededor de veinte años que ha transformado cada uno de los procesos comunicativos tradicionales: la llegada de la tecnología en forma de microprocesadores con diferentes modos de interfaz al usuario doméstico impuso una nueva cultura de acceso a la información e interrelación, a partir de sus ventajas. (Perales, 2007, p.3)

1.2.3 EL CARTEL DE PELÍCULAS DE HUMOR

Se conoce como humor a todas aquellas experiencias, sensaciones, representaciones y formas de entender la realidad que tienen como relato el divertimento y la alegría. El cartel de cine es una de las piezas clave en la promoción de toda película y, aunque en cuanto a diseño las opciones son infinitas, existen elementos que siempre deben estar presentes.

El cartel agrupa a todas las obras de dichas características. Aunque parezca contradictorio, el humor es un género dramático, en el sentido de que se trata de un género literario o artístico que presenta distintos episodios de la vida mediante el diálogo de los personajes.

El humor cinematográfico se remontan a los orígenes del séptimo arte, con filmes. Por último, podemos mencionar que una historieta cómica es una publicación impresa de humor gráfico, en general caracterizada por las caricaturas. En la actualidad, la mayoría de los diarios incluyen alguna historieta cómica.



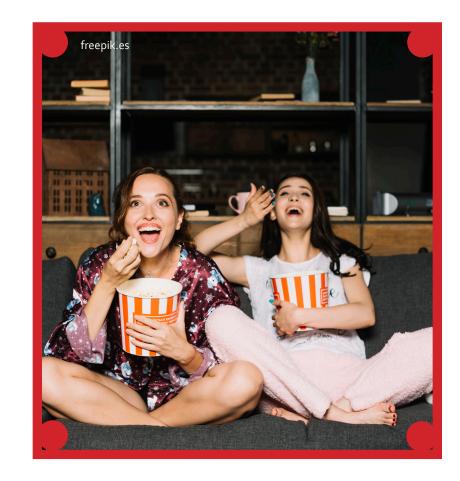
"La comedia nace del interior. Nace del rostro, del cuerpo.".

| HAROLD LLOYD

.

1.2.4 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE PELÍCULAS DE HUMOR

- A. Género. La comedia es un segmento del género dramático, y puede estar conectada con la sátira o el drama.
- **B. Personajes.** Los personajes suelen ser simples o muy complicados, pero siempre se enfocan en personajes particularmente irónicos o erráticos, esto es independiente a que existan cómicos serios que buscan o hablan de chistes. Los personajes no tienen límites, pues pueden ser hombres, mujeres, y hasta niños. Por lo que se desprende que es un personaje común y corriente.
- **C. Protagonista.** Estos pueden variar ampliamente, sobre todo los anti héroes, o incluso los malos pueden ser los protagonistas, pues en este género pueden tanto existir los antagonistas como no existir. Generalmente existe un protagonista, esto independientemente a que otro personaje realice actividades graciosas.
- **D. Facetas.** Las facetas de los cómicos son muchas, prácticamente no existen límites, la comicidad puede ser expresada por el protagonista, o por el antagonista, pero siempre se podrán encontrar aspectos como charlatanería, fanfarronería.
- **E. Defectos.** Esta es una de las herramientas que se pueden destacar en la comedia, principalmente por ser lo más apreciable en forma objetiva. Puede servirse de ojos grandes, pies grandes o pequeños, ojos bizcos, dientes grandes etc.
- **F. Tema.** Puede variar en cada actuación, pues se puede ajustar a la situación política, social o circunstancial aunque siempre el tema de la comicidad se encuentra ligada a la naturaleza humana y a la sensibilidad humana.



G. Desenlace. Este puede variar, siempre con el tema y se encuentra al arbitrio del autor de la trama, independientemente de que pueden existir cambios de última hora como sucede con los programas en vivo o los teatrales.

H. Medios. Los medios de la comicidad actual pueden ser muchísimos, inicialmente fueron teatrales, o en la calle, aunque posteriormente se introdujeron a la radio y después a la televisión. Dando desde ese momento entrada a los shows televisivos y cómicos, posteriormente ha entrado al Internet donde ha variado ampliamente y los programas pueden ser repetidos y hasta criticados al momento de presentarse.

I. Objetivos. Los objetivos pueden ser muy variados, pues como se dijo antes, los objetivos pueden ser sólo el entretenimiento como industria, de índole político, contradiciendo a los gobernantes, puede ser de protesta, o simplemente por diversión sin lucro alguno.





CAPÍTULO II

MARCO CONCEPTUAL Y REFERENCICAL



2.1 GLOSARIO

- Cartel cinematográfico: Anuncio publicitario, impreso a una cara, en una lámina generalmente de papel y de gran tamaño, compuesto por imagen, texto o por ambos a la vez y diseñado para promocionar una película.
- **Humor:** Son aquellas experiencias, sensaciones, representaciones y formas de entender la realidad que tienen como relato el divertimento y la alegría.
- Ley: Es una regla, una norma que seguir, la cual tiene poder jurídico el cual es conferido por la autoridad gubernamental a cargo.
- Cine: Es un arte que se encarga de transmitir de manera veloz, imágenes o fotogramas para dar la sensación de movimientos.
- Análisis: Es un estudio profundo de un sujeto, objeto o situación con el fin de conocer sus fundamentos, sus bases y motivos de su surgimiento, creación o causas originarias.
- **Película:** Toda obra audiovisual, fijada en cualquier medio o soporte, en cuya elaboración quede definida la labor de creación, producción, montaje y posproducción y que esté destinada, en primer término, a su explotación comercial en salas de Cine.
- **Fotografía:** Técnica de captar imágenes permanentes con una cámara, por medio de la acción fotoquímica de la luz o de otras formas de energía radiante, para luego reproducirlas en un papel especial.
- **Tipografía:** Es el arte y la técnica de imprimir a partir de caracteres alfabéticos realzados y fundidos en bloques de metal; actualmente comprende también otros proceso, tales como la foto composición.

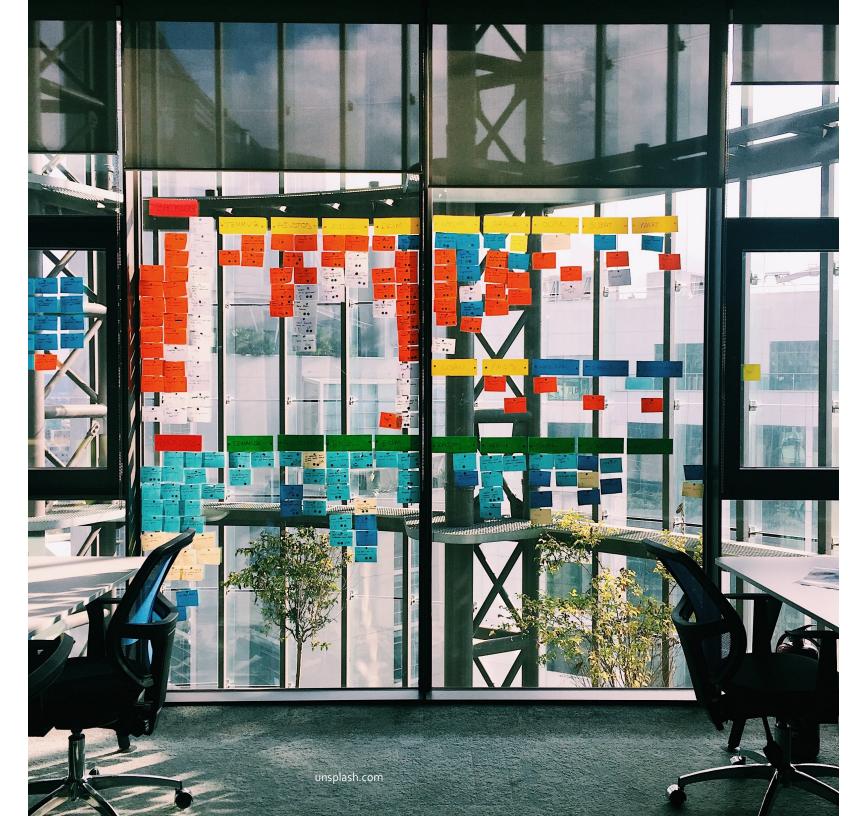
- Color: Experiencia visual, una impresión sensorial que recibimos a través de los ojos, independiente de la materia colorante de la misma.
- Composición: Es el acto de fusionar o reunir varias cosas y disponerlas en cierto orden para obtener una, con la finalidad de lograr constituir algo.
- **Copy:** Es una serie de enunciados unidos mediante diferentes enlaces de tipo léxico, gramatical y se refiere al soporte del contexto del cartel.
- **Storytelling:** Es el arte de contar una historia usando lenguaje sensorial presentado de tal forma que trasmite a los oyentes la capacidad de interiorizar, comprender y crear significado personal de ello.
- **Logline:** Es un breve resumen de un programa de televisión o una película que proporciona tanto la esencia de la historia, como un "gancho" emocional para estimular el interés.
- **Tráiler:** Pequeño avance de la película a estrenar. Solo duran unos minutos y generalmente van acompañados con música de fondo propio al tema del film.
- **Productor:** Administra los recursos humanos y financieros de la producción asegurándose que se presenten en el tiempo, forma y calidad requerida.
- **Director:** Dirige las actividades del staff técnico en grabaciones o emisiones al aire. Su principal meta es entregar el programa, desde el punto de vista técnico, en tiempo, forma y calidad.

34

2.2 METODOLOGÍA UTILIZADA

Para este análisis se utilizaron las siguientes metodologías y técnicas las cuales ayudaron para la obtención de una mejor información para llegar a una preferible conclusión las cuales fueron:

- Descriptiva: El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas, por ende a través de esta se ejecutó un análisis acerca del porqué los carteles publicitarios de las películas de humor dominicanas del periodo 2016-2018 presentan deficiencia en la composición de elementos visuales.
- Explicativa: El propósito de la investigación explicativa es orientar y establecer las causas que originan un hecho determinado, es decir que descubre el por qué y para qué de un hecho, por lo tanto en el análisis realizado por encuestas y entrevistas, se realizó una conclusión en la que servirá para mejorar los carteles publicitarios de las películas de humor dominicanas del periodo 2016-2018.



- Exploratoria: Esta se basa en proveer una referencia general de la temática, encontrar todas las pruebas relacionada con el fenómeno del que no se tiene ningún conocimiento y aumentar la posibilidad de realizar la investigación de modo que, se desempeñó una investigación amplia y detallada de las demandas de los carteles publicitarios de las películas de humor dominicanas del periodo 2016-2018 para ver qué tanto influye su cartel en el mismo.
- Técnicas: Son procedimientos metodológicos y sistemáticos que se encargan de operativizar e implementar los métodos de investigación y tienen la facilidad de recoger información de manera inmediata, por lo tanto esta investigación se llevó a cabo porque era necesario analizar desde el punto de vista de expertos en el área de la publicidad, por medio de entrevistas y/o encuestas, con el objetivo de determinar la eficiencia de los carteles de películas de humor dominicanas, a fin de identificar los aspectos que podrían limitar el alcance o percepción del espectador.

2.3 JUSTIFICACIÓN

El cartel de cine actual es una pieza gráfica que combina la necesidad de crear una expectación con la de proporcionar cierta información relativa a la película que representa.

Esta investigación se llevará a cabo con el fin de profundizar en los aspectos adecuados que deben poseer los carteles publicitarios para cumplir sus objetivos de percepción al tiempo que se analiza de cuales de estas características carecen los carteles de las películas de humor dominicanas en el periodo 2016-2018 a través de la Dirección General de Cine de la República Dominicana.



de fragmentos".

| JEAN-LUC GODARD

.

unsplash.com

2.4 OBJETIVOS

2.4.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar los elementos visuales y/o de composición de los carteles publicitarios de las películas de humor dominicanas 2016-2018 a través de la DGCINE, en República Dominicana, Sto. Dgo.

2.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Cuantificar los carteles existentes de películas de humor dominicanas en el periodo 2016-2018.
- Medir el grado de calidad de cada uno de los carteles.
- Percibir y describir los elementos de la composición del cartel.
- Ver y determinar tipo de imagen y características de los mismos.
- Establecer relaciones entre los elementos de la composición.





2.5 EL CARTEL

Para explicar lo que es un cartel se ha elegido la definición que propone el diseñador Bett Braham en su libro "Manual del diseñador gráfico"

"Un cartel es un material gráfico que transmite un mensaje, está integrado en una unidad estética formada por imágenes que causan impacto y por textos breves. Ha sido definido por algunos estudiosos como "un grito en la pared", que atrapa la atención y obliga a percibir un mensaje. También puede definirse como un susurro que, ligado fuertemente a las motivaciones e intereses del individuo, penetra en su conciencia y le induce a adoptar la conducta sugerida por el cartel" (Braham, 1994, p.10)

2.5.1 HISTORIA DEL CARTEL

El nacimiento del cartel se produce en el siglo XV con la invención de la imprenta en manos de Johannes Gutenberg. En sus comienzos, los carteles, que usualmente no poseían ilustraciones, se utilizaban para comunicar decretos municipales, anuncios reales, ferias y mercados y, en ocasiones anunciaban libros.

En los siglos sucesivos era posible encontrar en los carteles pequeñas ilustraciones, grabados a fibra. Su producción no era sencilla por lo que no eran muy habituales. El cartel no comenzó a tener un aspecto similar al actual sino hasta el siglo XIX. En ese entonces, con la segunda revolución industrial en marcha, se produjeron dos acontecimientos que le abrieron paso a la era moderna del cartel:

- a) El inicio de la producción en serie, que produjo la necesidad de publicidad masiva.
- b) El intento de la litografía, un nuevo sistema de impresión que facilitaba la ilustración de carteles a colores.

El apogeo de la producción de carteles se produjo durante la primera mitad del siglo XIX, ya que se utilizaban para anunciar una gran cantidad de productos y servicios. En este entonces, aparecieron también los carteles teatrales que, generalmente poseían ilustraciones realistas de las escenas representadas en las obras que anunciaban.

La nueva forma de hacer carteles atrajo hacia el género a numerosos artistas conocidos, alcanzando su máximo esplendor en la década de 1890, con las innovaciones introducidas por algunos de los exponentes del Art Nouveau y por los artistas franceses Henri de Toulouse-Lautrec y Pierre Bonnard. (Barnicoat, 1972).

2.5.2 SIGLO XX

En 1914, cuando comenzó la primera Guerra Mundial, el cartelismo sufrió un cambio radical. Esta pasó a ser un instrumento de propaganda y fue utilizado también, entre otras cosas, para reclutamiento militar.

En comparación con el estilo del cartel que había predominado en el siglo anterior, el cartelismo de comienzos del siglo XX era artísticamente rústico, tosco; pero esta pérdida en la imagen, se veía compensada con la contundencia del texto y el mensaje.

Durante estas dos décadas lograron también gran importancia los carteles no comerciales producidos por artistas, sobre todo alemanes y rusos. El cartelismo se enriqueció también con los aportes a la psicología por parte de la Escuela de la Gestalt, con la exploración del subconsciente por parte del psicoanálisis y con la incidencia en Estados Unidos.

Fue así como el cartel se alejó del arte tradicional, para transformarse en un cuidado medio de comunicación eficaz. Estudios de marketing, realizados durante la depresión de los años 30, establecieron con sus descubrimientos la configuración del cartel para actuar sobre los hábitos de los ciudadanos.



2.5.3 EL CARTEL DE CINE

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

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

Aunque el avance de la tecnología e internet han logrado la difusión de las películas cambie, los carteles aún se utilizan con mucha importancia en el cine. Algunos se han intentado adaptar, diseñando carteles en movimiento o en pantallas.

El cartel de cine es un elemento visual que nos informa y seduce a través del mensaje que quiere transmitir con respeto a su contenido y aspectos fundamentales de la película. Francoise Enel (1974) afirma: "El cartel no debe ser solamente argumental, sino sugestivo e insinuante". Debe poder transmitir la esencia que desea para que el observador realice un juicio de valor ante el film y se sienta atraído. Ruiz (1998) destaca: que para ellos, el cartel toma dos aspectos importantes: el aspecto denotativo, que es la parte objetiva y la que se observa de la comunicación, y el aspecto connotativo, que es la parte subjetiva del mismo. (lo que uno llega a entender "más allá de lo que se ve").

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

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



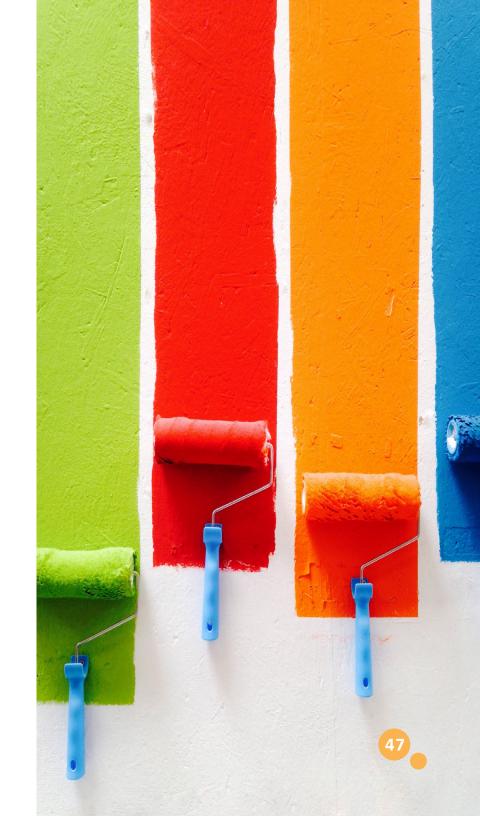
2.5.4 TEORÍA DEL COLOR

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

Wong (1998) remarca: "La percepción del color está asociada con la luz y con el modo en que ésta se refleja. Nuestra percepción cambia cuando se modifica una fuente luminosa, o cuando la superficie que refleja la luz está manchada o revestida de un pigmento diferente". A su vez hace un análisis de categoría de colores:

- Blanco y negro: Utilizados juntos crean el contraste de tonos más acentuados con un máximo de legibilidad y economía de medios.
 En la mayor parte de los casos, el negro constituye la marca y el blanco la superficie, de acuerdo con la tendencia a entender las formas negras como espacios positivos y las formas blancas como espacios negativos.
- Colores neutros: La mezcla de pigmentos negros y blancos en proporciones variables produce una serie de grises; al conjunto se los denomina colores neutros. Los grises son mucho más eficaces para sugerir profundidad y volumen, ya que pueden utilizarse como plenos. La clave alta describe una claridad general en la expresión de tono de un diseño, mientras que los grises oscuros predominan en el diseño en clase baja.
- Colores cromáticos: Los colores neutros no forman parte de esta categoría y pueden denominarse colores acromáticos. Todo color cromático puede describirse de tres modo: el tono es el atributo que permite clasificar los colores como rojo, amarillo, azul, etc. El valor se refiere al grado de claridad o de oscuridad de un color. (p.26-33)







- Tonos complementarios: Son aquellos que se encuentran opuestos en el círculo cromático. Cuando ambos se mezclan, se neutralizan recíprocamente, obteniéndose un gris fangoso o de color pardusco, parecido al que se obtiene cuando se mezclan los tres tonos primarios. Los tonos casi complementarios, es decir, aquellos que no están diametralmente opuestos en el círculo de color, pueden reemplazar a los estrictamente complementarios para obtener resultados similares.
- freepik.com
- Armonía de color: Son las combinaciones de color afortunadas, que se sienten bien a la vista, utilizando colores que se encuentren a ambos lados en el círculo cromático, o colores contrastantes. En cuanto a armonía de tono, puede crearse combinando tonos análogos (que se encuentran uno al lado del otro), limitándose a una porción del círculo y, por lo tanto, a uno solo tono. Los tonos contrastan significativamente cuando están separados por 90° o más grados en el círculo cromático. A más distancia, mayor contraste.



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

- Amarillo: Es el más luminoso de los colores, al que le corresponden simbólicamente la inteligencia y la ciencia, adquiere un carácter resplandeciente y alegre cuando se opone a tono más oscuros.
- Verde: Expresa la fertilidad, la satisfacción, el descanso y la esperanza. Si el verde luminoso queda enturbiado por el gris, desprende una impresión de pereza. Si en cambio, se inclina hacia el amarillo, representa la naturaleza joven y primaveral. Con un toque de azul, desarrolla sus componentes espirituales, pero acercándose más al azul, posee una fría y violenta agresividad.
- Anaranjado: Posee una luminosidad solar y, llevado hasta el rojo-anaranjado, alcanza la máxima energía caliente y activa. Expresa el orgullo y el lujo exterior, aunque aclarado con blanco pierde su carácter. Si se aclara, se obtienen tono beiges que expresan una tranquila benevolencia e irradian una atmósfera caliente y tranquila.



- **Violeta:** Es el color de lo inconsciente, de lo secreto; muestra amenaza, y en función de los contrastes, agresividad y ahogamiento. Refleja la ignorancia, y oscurecido es el color de la superstición.
- **Rojo:** El rojo simboliza el amor, con fondo negro expresa su pasión invencible.
- Azul: Desde un punto de vista material y espacial, el azul siempre será pasivo. Desde un punto de vista espiritual el azul será activo. El azul es introvertido, con una fuerza dirigida hacia el interior, amigo de la oscuridad. Cuando se enturbia, cae en la superstición, el miedo, el extravió y el duelo, pero indica siempre algo de sobrenatural y de transcendental.



2.5.5 TIPOGRAFÍA Y CLASIFICACIÓN

Es el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa. Comprende, pues, la realización de libros, revistas, periodicos, folleros, opusculos. posters, anuncios, cualquier cosa impresa en suma que se comunica a los demás mediante palabras.

La escritura nació como una manera de expresarse, comunicarse sin voz, de poder hacer llegar un mensaje a más cantidad de gente, de crear un archivo de historias, culturas y creencias que traspasara las generaciones. Todo comenzó con el trazo, de lo que surgió más tarde el dibujo y la escritura. Con el avance de la escritura, el descubrimiento del papel y el progreso de la tecnología, llegaron al momento donde comienzan a plasmarse conocimientos, historias, leyendas, y todo tipo de material, en papeles que luego se compendian en libros.

Las tres reglas para la legibilidad:

• Los caracteres sin trazo terminal son menos legibles que los que sí llevan. Resultan menos legibles porque es muy frecuente que las letras se parecen entre sí.

- La letra redonda, de caja alta y baja resulta más legible que cualquiera de sus variantes: la cursiva, la negrita, las versalita, ya sean ampliadas o reducidas.
- Las palabras deben estar próximas a unas o otras; el espacio entre las lineas debe ser superior al espacio entre las palabras

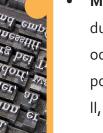
El siglo XX vio la aparición de tipografos freelance, mejoras en la imprenta y la confección de tipo, que luego se fueron dejando de lado a causa de la invención de otros sistemas de impresión que utilizan planchas u otros tipo de forma impresora. (McLean, 1993).

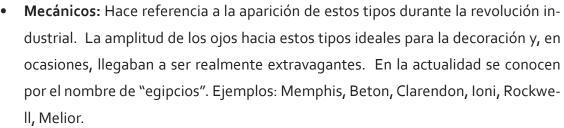
Existen muchas clasificaciones de tipografías las cuales son las siguientes:

- Humanística: Se trata de los primeros tipos romanos, basados en la cursiva humanista. Ejemplos: Verona, Centuar, Kennerley.
- Gerald: Son los tipos romanos que surgieron a partir de los grabados realizados por Francesc Griffo para el impresor-editor italiano Aldo Manuzio. Ejemplos: Garamond, Bembo, Caslon, Vendome, Dante, Geraldus, Sabon.
- De transición: Son estos caracteres de transición entre los antiguos y los modernos. Ejemplos: los tipos de Fleischmann y Rosart, modelos de Monotype Fournier, Baskerville, Bell, Times y Photina, y en Linotype, del Caledonia, de Dwiggins.
- Didones: Estos caracteres, inventados por Didot y perfeccionados por Bodoni, reciben en inglés la denominación de "modernos". Ejemplos: Didot, Bodoni, Falstaff.

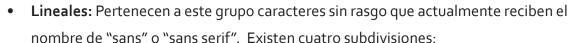












- **Grotesque**: de origen decimonónico, y supernegra. Ejemplos: Universe, Helvética.
- **Tallada:** Caracteres basados en letras talladas en piedra. La letras talladas más características suelen ser mayúsculas. Ejemplos: Columna, Open Roman, Hadriano.



- **De Escritura:** Letra que imita la escritura manual, pero que se diferencia de los caracteres incluidos. Ejemplos: Mistral, Cursiva Reiner, Legen, Balzac.
- Manual: Este grupo abarca a los caracteres decididamente basados en originales dibujados a mano, con pincel, pluma, lápiz o cualquier otro utensilio pero que no representan ningún tipo de escritura. Ejemplos: Klang, Banco, Libra, Cartoon.

- **Góticas:** Basadas en inscripciones romanas, también se conoce como paloseco, san serif, antiguas y grotescas. Ejemplos: Helvética, Futura.
- Romanas: Caracteres con serif. Ejemplos: Centuar, Menphis, Times New Roman.
- De fantasías: Letras adornadas o de carácter experimental. Ejemplos: Stencil, Revue, Achen.
- **Egipcias:** Algunas tiene terminaciones triangulares, otros rectangulares de igual espesor que los fustes. Ejemplos: Serif A, Rockwell, Clarendon.
- **De escritura:** Letras de aspecto caligráfico, que simulan el trazo manual. Ejemplo: English 157, Zapf, Chancery.

- Románticas: Parecen dibujadas, con un contraste pronunciado, un eje vertical, serif filiforme y aberturas pequeñas. Ejemplos: Didot, Bodoni, Walbaum.
- Incisas: Son formas intermedias entre la romana tradicional y el palo seco. Ejemplos: Óptima, Trajan, Fournier. (Vox, 1952).

2.5.6 RECURSOS GRÁFICOS EN LOS CARTELES

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

FOTOGRAFÍA

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

El origen de la fotografía se debe a dos experiencias muy significativas: el descubrimiento de que ciertas sustancias son sensibles a la luz, y la invención de la cámara oscura. En 1757 comenzaron los experimentos para fijar imágenes y dibujos por medio de la luz, pero no fue hasta 1816 que, Joseph-Nicéphore logró conseguir las primeras imágenes negativas, y en 1826, las primeras imágenes positivas directas.



Desde entonces, gracias a los grandes avances tecnológicos, tanto las cámaras, como los procesos y técnicas de la fotografía han cambiado para lograr grandes utilizaciones (Gernsheim, 1986).

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





"Una buena fotografía se obtiene sabiendo dónde pararse".

| ANSEL ADAMS

• • • • •

• IMAGEN DIGITAL

El gran avance tecnológico que estamos viviendo permite que las imágenes sean creadas en su totalidad digitalmente, haciendo uso de programas especializados y modelos en tres dimensiones. Este tipo de imágenes son características de las películas animación realizadas de la misma manera, pero también se han visto recreaciones de personas de carne y hueso utilizando dicha técnica. A su vez, actores reconocidos han sido reconstruidos digitalmente varias veces antes, buscando acercarse lo máximo posible a la realidad, para que el público no sea capaz de distinguir la técnica utilizada, y engañar al ojo humano al creer que se trata de una fotografía. Con respecto a las imágenes digitales Santarsiero (2008) reconoce dos tipos:

- » **Imágenes vectoriales:** compuestas por segmentos y polígonos, definidas por un grupo de parámetros.
- » Imágenes de mapas de bits: compuestas por una gran cantidad de píxeles, cada uno relleno con un color plano pero en conjunto con los demás.



2.5.7 COMPOSICIÓN DE LA IMAGEN

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

- Collage: conjunto de varios elementos o imágenes para formar algo más.
 No busca formar una imagen que se crea real.
- Fotomontaje: en su mayoría compuesto digitalmente, la escena del cartel se crea a través de la combinación de varios elementos, fondos, imágenes, fotografías, figuras humanas, etcétera, logrando algo uniforme, el cual no se nota a simple vista que es artificial.
- Combinación de fotografías: varias veces en un mismo cartel podemos encontrar fotografías que componen dos escenas distintas, como actores por un lado y un pasaje por el otro que, aunque tienen un significado en común para la película, no se relacionan entre sí visualmente. (Lambert, 1999).



2.5.8 TIPOGRAFÍA/TEXTO

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

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

También suele utilizarse para colocar críticas o comentarios de la buena y entretenida que es la película, proveniente de

revistas, diarios y/o críticos especializados, frases que aportan más información como "basado en una historia real", o "del estudio que trajo" una película anterior.

Además, se encuentran los legales del film, normalmente ubicados en la parte baja del cartel. Dicho texto es un escrito que otorga un permiso o establece ciertas restricciones para realizar alguna acción. Además describe personas y estudios involucrados e información pertinente. (Hernández, 2012).

Por fuera del diseño del cartel, a veces se pueden encontrar logos de empresas auspiciantes y de ciertos festivales donde se entregaron premios, aspecto que no se modifica especialmente para cada afiche; es decir; un tercero es quien entrega dicho logo, no se diseña junto al cartel.

Hernández (2012) afirma: "el título de la película es uno de los textos más importantes en el cartel." Por ello se busca que sobresalga, ya sea utilizando tipografía, color, recursos como encuadres y efectos, o a veces, varios de ellos. En cuanto al color, mayormente se suele utilizar el complementario al fondo o algún color que predomine en el cartel, opuesto en el Para crear ese escenario en el que los personajes, figuras y eledel resto de los elementos.

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

En cuanto al color de la imagen, si se busca recrear una imagen fiel a la realidad, ésta tendrá una congruencia con todo el cartel, intentando crear un escenario homogéneo, aunque pueda estar creado artificialmente (a través de collage, fotomontaje, y otra técnica). Se buscará que la imagen tenga un tono parecido, con sombras, luces y texturas, compartidos por todas las figuras, personajes y elementos que encontramos en el cartel.

círculo cromático, o uno cercano a este. Si el afiche utiliza po- mentos conviven, el fondo es sumamente importante. Ya sea cos colores, y predominan el blanco y negro, suele utilizarse el que encontremos en él un paisaje con pocos objetos, una ciuopuesto al fondo, lo que le facilita al espectador diferenciarlo dad en llamas, o un cargado de elementos, siempre se busca lograr una armonía de todo en cuanto a color, con respecto al mensaje que se quiere comunicar y el estilo del film.





2.5.9 ELEMENTOS DECATIVOS Y AGREGADOS

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

- **Recuadros:** ya sea varios para distintos personajes, o uno en general para todo el cartel. Suelen dar la impresión de que se trata de fotografías o ventanas.
- Sellos: con alguna frase para llamar la atención, como si alguien se lo hubiera colocado al cartel una vez que estuvo terminado.
- **Dibujos:** a veces dando la ilusión de que alguien dibujó por sobre la imagen principal, aunque sigue formando parte del mensaje general.





2.5.10 MEDIDAS DEL CARTEL

Normalmente, cuando se prepara la campaña promocional de una película, se confeccionan varios carteles, mostrando distintos personajes y situaciones, a la vez que se toma en cuenta donde se colocará el cartel, para que medio y que público. Por ello, podemos encontrarnos como distintas medidas del cartel y distintas adaptaciones: vertical, horizontal, preparado para la vía pública, para autopistas, para las salas de cine, revistas o diarios. En cada caso se tendrá en cuenta el público objetivo, el medio y el soporte que adaptar el diseño original.

Los carteles destinados a las salas de cine, medios y soportes parecidos, suelen seguir la medida estándar que llegó con el cine sonoro, que es 60 centímetro de ancho por 90 centímetro de alto (60x90cm) aunque también se suelen encontrar de sesenta centímetros de ancho por cien de alto (70x100cm). Estos es a causa de las distintas impresoras y sistemas de impresión por las cuales se pueden realizar. (Hernández, 2012).

2.5.11 ETAPAS DEL CARTEL CINEMATOGRÁFICO



1920



1930



Predominan los carteles artísticos en los que destacan las ilustraciones hechas a mano y las tipografías muy elaboradas, a modo de complemento. Utilizaban colores llamativos y uso principal de la litografía.

Esta década se considera como la Edad de Oro del cine. Estaban muy influido por el estilo Art Decó, que se caracteriza por los colores llamativos y las formas originales de las tipografías.

Elaboran composiciones tipográficas mucho más arriesgadas y a centrar la atención, aún más, en los protagonistas. Nace la televisión, por lo que se viven cambios más notorios. Los diseños son mucho más conceptuales. La tipografía deja de ser un simple apoyo para convertirse en un elemento fundamental dentro de la composición.



960



1970



1980



1990-2000

Entra la fotografía, dejando a la ilustración en segundo lugar al convertirla en un simple acompañamiento del texto. La tendencia era componer carteles usando imágenes de gran tamaño.

Empiezan a desarrollarse carteles de cine llamativos. Regresa la ilustración con mucha fuerza, hasta el punto de rivalizar con la tipografía. Los carteles empiezan a diseñarse como en la actualidad: composiciones con fotografías sobre fondos. Varias son las tipologías que se han hecho de los carteles e igualmente diverso es el acierto de ellas.

A nuestro entender cuatro serían esos criterios: tecnológico, estético, por las características del emisor o por el tipo de contenido. La tecnología ha determinado no sólo las facultades expresivas del cartel, también su lenguaje y hasta sus posibilidades estéticas. Aunque los procedimientos de impresión y estampación son muchos, cuatro han sido los determinantes a lo largo de la historia del cartel: la xilografía, que es el más antiquo pero que con mayor o menor penetración se ha seguido utilizando incluso hasta el siglo XX.

Se supone, y así lo es claramente en la mayor parte de los casos, que los carteles de una misma categoría presentan amplias características comunes; y cuando existan divergencias notables entre ellos se harán éstas notar en un tratamiento individualizado de cada uno de los ejemplares singulares.

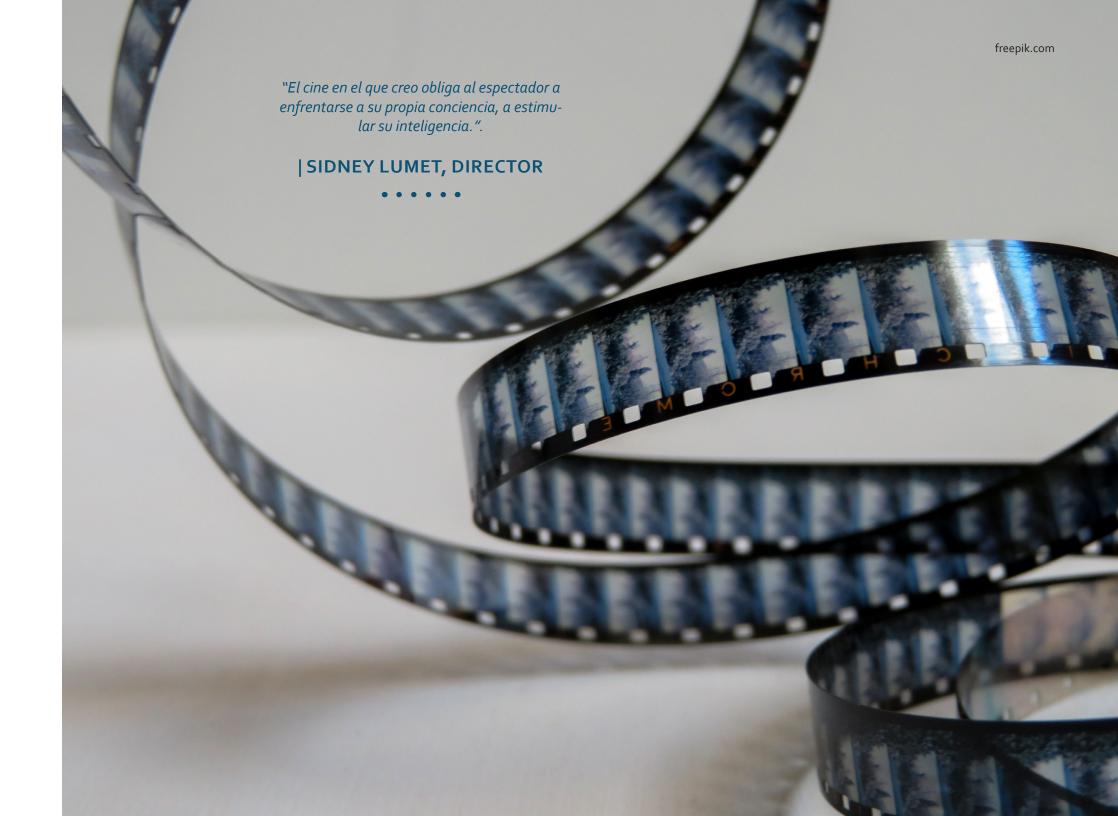
De acuerdo con el planteamiento del problema y los objetivos obtenidos de la investigación propuesta, está tiene un ámbito de referencia sobre el cual se ha de construir conocimiento, en este caso se va identificar como un grupo social, tomando en cuenta la información de la Dirección General de Cine de la República Dominicana (DGCINE).





Para dar a conocer una película se utilizan varios elementos que influyen en el éxito de la taquilla, como son los tráiler, los medios digitales y los carteles. El cartel es uno de los que más influye porque está a justo en las salas de cines, lo que hace que el espectador pueda observar al entrar y salir del cine, lo que es un factor importante a la hora de decidir qué película ver, precisamente este es nuestro objeto de estudio "El cartel cinematográfico".

Este análisis se ha centrado en el estudio de los carteles publicitarios de las películas de humor dominicanas, nos enfocamos en ello, debido a la debilidad en el diseño y concepto que se percibe en muchos de los
carteles de películas dominicanas. A través de este análisis determinaremos cuales son los factores que les
afectan, los carteles de películas son una gran herramienta para llamar la atención de los espectadores y
según las estadísticas el número de espectadores que van al cine a ver películas dominicanas ha disminuido
en los últimos años por lo que entendemos, los carteles no están cumpliendo en parte con su cometido.







MI SUEGRAYYO 2016 | 96 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: Roberto Ángel Salcedo

Guión: Roberto Ángel Salcedo

Género: Comedia

Formato: HD Digital

Productora: Producciones Manatí, S.R.L.

Dirección de Arte: Adria Mejía

Dirección de Fotografía: Francis Adámez

Edición: Johan Vázquez

Sonido: Franklin Hernández

Música: Amaury Sánchez

Reparto: Roberto Ángel Salcedo, Charytín Goyco, Hony

Estrella, Cheddy García y Manolo Ozuna.

SINOPSIS

Cuenta la historia de amor entre Ernesto e Isabel, marcada por la presencia de la madre de esta, Doña Laura. La suegra resulta ser avasallante desde el primer momento, imponiendo su criterio en la relación de noviazgo de su hija, en la preparación de la boda y posterior a ella, con la llegada de todos.

| ANÁLISIS DEL CARTEL

Analizando este cartel visualmente se ve simple ya que solo utilizaron los personajes principales y el nombre de dicha película, observando que la tipografía Good Eatin Pro AOE es simple y común por lo que quizás no sea un gran impacto para los espectadores y no utilizaron elementos adecuados que transmite la película, por ende el cartel no da la sensación del mensaje de la película, además de que los personajes no lucen caracterizados en el rol que tienen en la película, simplemente son ellos mismos.





DOS POLICÍAS EN APUROS

2016 | 87 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: Francisco Disla "El Indio"

Guión: Yarissa Rodríguez / Juan José Namnun / Jalsen Santa-

na / Francisco Disla "El Indio"

Género: Comedia

Formato: HD Digital

Productora: Aldea Films, S.R.L.

Dirección de Arte: Ezequiel Reyna

Dirección de Fotografía: Francis Adámez

Edición: Pedro Ángel López

Sonido: Denis Godoy

Música: Kadmiel Acosta, David Vásquez

Reparto: Fausto Mata, Manolo Ozuna y Adrián Uribe.

| SINOPSIS

Basada en dos policías, un poco "locos", quienes se unen a un agente del FBI con una personalidad completamente diferente, para investigar una red internacional de malhechores.



| ANÁLISIS DEL CARTEL

Gracias a los elementos que pertenecen a la imagen y después de observarlos, se produce una persuasión por parte del cartel ya que invita a ver la película y a enterarse sobre lo que pasará en la historia. Este cartel cuenta con muchos elementos sobrecargados (menos es más), la composición de colores no ayuda a tener una armonía entre sí, lo que provoca algo irreal. La tipografía Glass jaw BB Italic hace que no se vea estético por el contraste que hace con el fondo y los colores de la misma, debieron de utilizar una tipografía más adecuada o una mejor composición hubiese llamado más la atención. Además de que hacen alusión a otra película famosa como es la frase "Ni rápidos ni furiosos" que lejos de beneficiarle es un recurso negativo pues hace que el espectador recurra a la comparación.



TODOS LOS HOMBRES SON IGUALES 2016 | 90 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: Manuel Gómez Pereira

Guión: Manuel Gómez Pereira / José Ramón Alamá

Género: Comedia **Formato:** HD Digital

Productora: Buitrago Investment, S.R.L.

Dirección de Arte: Lorelei Sainz

Dirección de Fotografía: Aitor Matxola

Edición: José Salcedo

Sonido: David Hernández

Música: Sergio Jiménez Lacima

Reparto: Christian Meier, Frank Perozo, Mike Amigorena y

Nashla Bogaert.

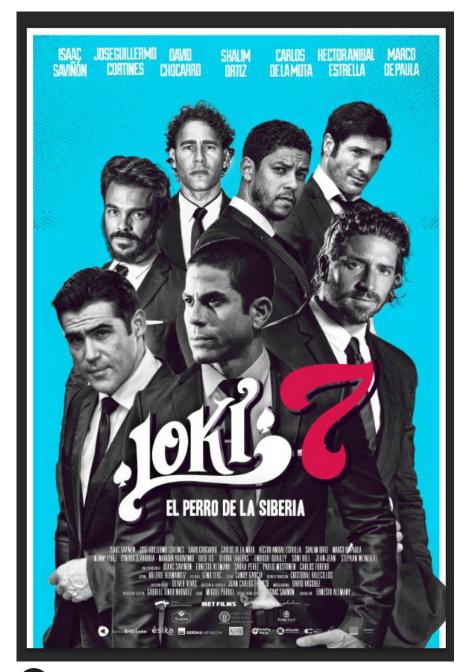
|SINOPSIS

Un dominicano, un peruano y un argentino deciden mudarse juntos. Este trío de amigos pícaros, quienes se encuentran en fase de divorcio, deciden que ninguna mujer puede pasar más de una noche en la casa, pero las cosas se complican con la estadía de la empleada doméstica.

|ANÁLISIS DEL CARTEL

En este cartel se observa mucha irregularidad en los elementos, principalmente en las palabras que reflejan la característica de cada uno de los personajes; no se ve estético, no llama la atención, no es legible, la tipografía Helvética es tradicional sin embargo no resalta y el interlineado está muy unido y se ve muy confusa y los colores utilizados no le dan vida al cartel, aparte de que el fondo no ayuda a resaltar la misma.





LOKI 7 2016 | 101 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: Ernesto Alemany

Guión: Miguel Yarull

Género: Comedia/Acción **Formato:** HD Digital/DCP

Productora: El Paquete Films, S.R.L.

Dirección de Arte: Oliver Rivas

Dirección de Fotografía: Juan Carlos Franco

Edición: Ernesto Alemany
Sonido: David Hernández
Música: David Vázquez

Reparto: Isaac Saviñón, José Guillermo Cortinez, David Chocarro, Shalim Ortíz, Carlos de la Mota, Héctor Aníbal

y Marco de Paula.

SINOPSIS

Siete amigos se ven envueltos en un lío de mucho dinero entre dos mafiosos, uno ruso y el otro dominicano, quienes controlan el bajo mundo de Punta Cana.



| ANÁLISIS DEL CARTEL

En este cartel se pueden apreciar varios defectos que no lo hacen tan llamativo para ser una película de genero comedia/acción, los colores no están bien empleados por esta razón no se entiende de se qué trata, añadiendo de que los personajes no transmiten el mensaje, solo se basaron en los actores sin tomar en cuenta los personajes que representan. La tipografía Calendar JNL está bien empleada pues se deja ver la esencia de la historia de la película.



¿PA' QUE' ME CASÉ? 2016 | 98 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: Roberto Ángel Salcedo

Guión: Roberto Ángel Salcedo

Género: Comedia

Formato: HD Digital/DCP
Productora: XS Films, S.R.L.
Dirección de Arte: Adria Mejía

Dirección de Fotografía: Francis Adámez

Edición: Johan Vázquez

Sonido: Franklin Hernández

Reparto: Fausto Mata, Cheddy García, Carlos de la Mota y

Techy Fatule.

SINOPSIS

Narra la vida de dos parejas que están en proceso de divorcio. Al pasar por el difícil momento de la separación, tendrán que vivir con los cambios que supone una nueva vida. En el camino, se desarrollan escenas de celos, amistad sincera, infidelidad, desconfianza y encuentros inesperados.

|ANÁLISIS DEL CARTEL

El cartel presenta los nombres de los actores a un tamaño que a cierta distancia no se lee, la tipografía Tally Text Bold 1 del título de la película es infantil para la naturaleza de la película, hay una frase que no se identifica. Sin embargo este cartel tiene buena composición de los elementos y coherencia en los colores.





TUBÉRCULO PRESIDENTE 2016 | 90 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: Archie López

Guión: Victor Reyes / Archie López

Género: Comedia

Formato: HD Digital/DCP

Productora: La Chiva Films, S.R.L. **Dirección de Arte:** Giselle Madera

Dirección de Fotografía: Pedro Juan López

Edición: Ramón Ángel Larrañaga **Sonido:** Franklin Hernández

Música: Federico López / Alex Mansilla

Reparto: Raymond Pozo, Miguel Céspedes,

Cheddy García, Jorge Pabón y Orlando Urdaneta.

SINOPSIS

Tubérculo y Tirson son elegidos presidente y vicepresidente del país, y se instalan junto a sus familias en el Palacio Presidencial, cuyo rigor protocolario es totalmente contrastante con su estilo de vida campesino.



| ANÁLISIS DEL CARTEL

Dicho cartel presenta una buena composición de sus elementos y su montaje se ve estético, la tipografía Dazzle Solid está bien adecuada porque representa la naturaleza de la película. Además el personaje Tubérculo es muy conocido y se identifica claramente, el cartel conecta, sobre todo con lo que se plasma en la película. Los colores están bien empleados, se dejan ver los colores que identifica a la República Dominicana. Parte de los elementos crean en el espectador curiosidad por ver la película.



3.2 PELÍCULAS 2017



EL PLAN PERFECTO 2017 | 95 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: Roberto Ángel Salcedo Guión: Roberto Ángel Salcedo

Género: Comedia

Formato: HD Digital/DCP

Productora: Miranda Films / Vistalux Internacional /

Producciones Coral

Dirección de Arte: Adria Mejía

Dirección de Fotografía: Francis Adamez

Edición: Johan Vázquez

Sonido: Franklin Hernández

Música: Amaurys Sánchez

Reparto: Roberto Ángel Salcedo, Daniel Sarcos, Jochy Santos, Fausto Mata, Manolo Ozuna, Bolívar Valera.

| SINOPSIS

Cuenta la vida de seis compañeros de trabajo que laboran en un viejo almacén de Santo Domingo, y que por cuestiones de salud, el dueño se ve obligado a vender.





OVNI 2017 | 93 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: Raúl Marchand Sánchez

Guión: Raúl Marchand Sánchez

Género: Comedia

Formato: HD Digital/DCP

Productora: Bonter Media Group

Dirección de Arte: Adria Mejía / Elvis Mariñes

Dirección de Fotografía: Jaime Costas

Edición: Raúl Marchand Sánchez

Sonido: Rafael Bobadilla / Gerardo López

Música: Gerónimo Mercado

Reparto: Christian Álvarez, Luis del Valle, Pericles Mejía, Brian Payano Parra, Tony Pascual, Irina Pérez Herrera.

| SINOPSIS

La inesperada llegada de un O.V.N.I. da inicio a la historia entre Constantino "Cosmos" Robles y "Uno", el humanoide que llega en la nave. Robles, ex piloto de la Fuerza Aérea Dominicana, en su borrachera, piensa que Uno es su primo hermano, al cual no ha visto en muchos años.



que se expresa y los colores están bien empleados pues logra un equilibrio

con los demás elementos.



SÚPER PAPÁ 2017 | 90 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: Roberto Ángel Salcedo **Guión:** Roberto Ángel Salcedo

Género: Comedia

Formato: HD Digital/DCP

Productora: Miranda Films / Coral Producciones

Dirección de Arte: Adria Mejía

Dirección de Fotografía: Francis Adamez

Edición: Johan Vázquez **Sonido:** Franklin Hernández

Música: Marco Trombin

Reparto: Roberto Ángel Salcedo, Denise Quiñones, Eddy Herrera, Manolo Ozuna, Freddyn Beras-Goico, Francisco

Sanchís, Karen Yapoort.

SINOPSIS

Cuenta la historia de Juan Antonio, padre de seis hijos, que lamentablemente enviudó. Sus abuelos, Don Lorenzo y Doña Clara, al ver la inestabilidad y la falta de control que Juan Antonio tiene sobre sus hijos, establecen una demanda de custodia para quedarse con los seis nietos.





EL PEOR COMEDIANTE DEL MUNDO 2017 | 100 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: Luís Corporán **Guión:** Miguel Alcántara

Género: Comedia

Formato: HD Digital/DCP

Productora: Imakonos / Caballo de Troya / La Brújula

Films

Dirección de Arte: Joseph Morel

Dirección de Fotografía: Miguel Ángel Magallanes

Edición: Luís Corporán
Sonido: Víctor López
Música: HDP Music

Reparto: Phillip Rodríguez, Miguel Alcántara, Ovandy Camilo, Alina Vargas, Richard Douglas, Rafael Alduey,

Lumi Lizardo y Karla Hatton.

| SINOPSIS

Aurelio es un comediante que está pagando con creces el precio de la fama. Su indisciplina y la manera de manejar su carrera, ha fomentado su exclusión de los escenarios.



elementos no da mucha información y luce algo vacía para el espectador.

trama, pero sólo se sugiere. La tipografía Luckiest Guy Pro con el nombre

de la película refleja el género comedia, sin embargo la composición de los



TODAS LAS MUJERES SON IGUALES 2017 | 96 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: David Maler

Guión: José Ramón Alama / David Maler

Género: Comedia

Formato: HD Digital/DCP
Productora: Bou Group

Dirección de Arte: Lorelei Sainz

Dirección de Fotografía: Juan Carlos Gómez

Edición: José Delio Ares **Sonido:** Víctor López

Música: Sergio Jiménez Lacima

Reparto: Nashla Bogaert, Iris Peynado, Cheddy García, Lía Briones, Frank Perozo, Yasser Michelén, Kenny Grullón, Pachy Méndez, Ettore D'Alessandro y Alina Vargas.

| SINOPSIS

Durante el velorio de Manolo, cuatro mujeres, cuya situación sentimental es similar, congeniaron inmediatamente y deciden irse a Casa de Campo a pasar una temporada. Juntas establecen un decálogo de liberación sobre sus relaciones de pareja.





PASAO DE LIBRAS 2017 | 80 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: Roberto Ángel Salcedo

Guión: Roberto Ángel Salcedo

Género: Comedia

Formato: HD Digital/DCP

Productora: Miranda Films / Coral Producciones

Dirección de Arte: Adria Victoria Mejía **Dirección de Fotografía:** Oliver Mota

Edición: Johan Vásquez

Sonido: Johan Vásquez / Franklin Fernández

Reparto: Luis José Germán, Carlos de la Mota, Carlos Sánchez, Tania Báez, José Guillermo Cortines, Kenny Grullón, Techy Fatule, Johnnie Mercedes, Zeni Leyva, Tony Sanz y

Albert Mena.

|SINOPSIS

La trama de la historia gira en torno a Aníbal, Javier y Francisco, quienes están en sobrepeso, y por motivo de salud y debido al "bullying", deciden someterse a una cirugía bariátrica.



Este cartel se percibe como su nombre lo indica, tres personajes "pasao de libras", posee una buena composición y representa el mensaje de la película, sin embargo, utilizaron dos tipografías diferentes Popular Bold y Kg Legacy Of Virtue que podría decirse juega bien con sus elementos, pero el título se ve confuso, pudo haber sido una sola tipografía tal como la Popular Bold. Consta de un buen montaje de los elementos. Los colores utilizados son armónicos, utilizaron un fondo estampado que está sobrando, ya que lo recarga.



DOS COMPADRESY UNA YOLA 2017 | 90 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: Félix Peña

Guión: Félix Peña / Carlos Ventura

Género: Comedia

Formato: HD Digital/DCP
Productora: Yate Films

rodoctora: rate mins

Dirección de Arte: Rafael Leoner García

Dirección de Fotografía: Elías Acosta / Peyi Guzmán

Edición: José Delio Ares

Sonido: Jonás Antonio Rodríguez

Música: Winston de Jesús

Reparto: Félix Peña, Tony Pascual, Rafael Alduey, Alfonso Alemán, Dimary Castro, Lynette Chico, Julio Gasette, Luís

Gil y María Tavarez.

| SINOPSIS

Narra la historia de dos taxistas que acuden a un servicio de transporte en un hotel de lujo, en el que encuentran a dos hermosas mujeres de alta sociedad puertorriqueñas que quieren conocer la ciudad.





COLAO 2017 | 90 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: Frank Perozo

Guión: José Ramón Alama / José Pastor

Género: Comedia

Formato: HD Digital/DCP

Productora: Bou Group / Caribbean Cinemas RD

Dirección de Arte: Lorelei Sainz

Dirección de Fotografía: Juan Carlos Gómez

Edición: José Delio Ares

Sonido: Edmanuel Leonor / Jonathan Hiciano

Música: Sergio Jiménez Lacima

Reparto: Manny Pérez, Celinés Toribio, Nashla Bogaert, Evelyna Rodríguez, Anthony Álvarez, Raymond Pozo, Chelsy Bautista, Shailyn Sosa, Miguel Céspedes.

| SINOPSIS

Antonio decide darle un giro a su vida y abrirse nuevos horizontes con el fin de encontrar lo único que le falta: el amor. Al mudarse a Santo Domingo, Antonio es acompañado por sus dos primos capitaleños, los cuales le ayudan no tan solo a conquistar el corazón de Laura.



grafía Humanist 521 Ultra Bold está bien empleada ya que esta modificada para agregar la imagen del corazón como símbolo esencial de la trama. Sin embargo, el fondo de la ciudad no se ve acorde. Debieron utilizar otra paleta de colores que contrastara más con el fondo. El cartel refleja que es de género comedia, pero pudo a haber sido mejor.



MELOCOTONES 2017 | 80 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: Héctor Manuel Valdez

Guión: José Ramón Alama / Felipe Jiménez Luna

Género: Comedia

Formato: HD Digital/DCP

Productora: Bou Group

Dirección de Arte: Adria Mejía

Dirección de Fotografía: Juan Carlos Gómez

Edición: Teresa Font

Sonido: David Mantecón / David A. Hernández

Música: Fran Villalba

Reparto: Peter Vives, Joaquín Ferreira, Frank Perozo,

Ramón Langa y María Guinea.

SINOPSIS

Cuando la novia de Diego decide dejarle después de una desastrosa escapada, buscará la manera de arreglar el desastre, aunque ello implique viajar en el tiempo.





Este cartel tiene una composición simple pero algo confusa, pues parece que es una historia de diferentes situaciones, en donde el eje central es el producto de la lata (melocotones), no se identifican personajes principales, en fin, no se entiende la trama. Su tipografía ITC Serif Gothic Std Heavy es simple y adecuada para el cartel, sin embargo esta película no da entender que es del género comedia. Los colores utilizados están bien empleados.





3.3 PELÍCULAS 2018



EL FANTASMA DE MI NOVIA 2018 | 90 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: Francis Disla "El Indio"

Guión: Francis Disla "El Indio"

Género: Comedia

Formato: HD Digital/DCP

Productora: Aldea Films, S.R.L

Dirección de Arte: Ezequiel Reyna

Dirección de Fotografía: Francis Adámez

Edición: Pedro Ángel López

Sonido: Denis Godoy

Música: Kadmiel Acosta, David Vásquez

Reparto: William Levy, Carmen Villalobos, Susana Dosamantes, Claudette Lalí, Elizabeth Gutierrez, Fausto Mata, Ivan Camilo, Francisca Lachapel, Brandon Peniche, Jalsen

Santana.

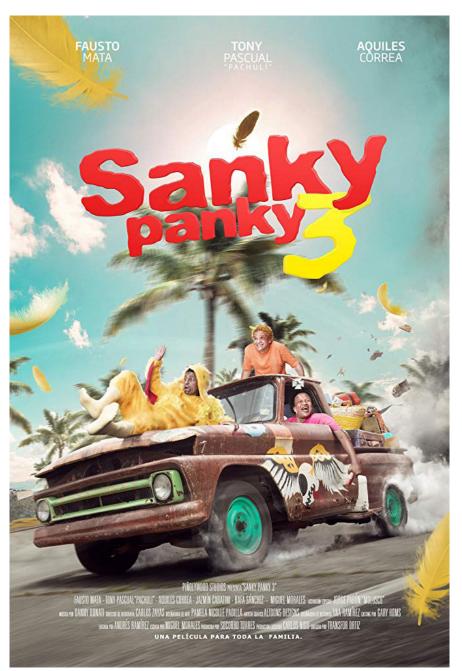
| SINOPSIS

Guadalupe de Mar una actriz arrogante que viaja a la República Dominicana a realizar el sueño de su vida una película "LA REINA DE LOS CIELOS", pero tiene un terrible accidente y busca ayuda de la única persona que puede verla CHEPA.



|ANÁLISIS DEL CARTEL

Este cartel tiene un montaje sobrecargado. La tipografía Cisalpin Std Bold está bien elaborada pero el texto "El fantasma de mi" tiene un movimiento de ola que la hace poco legible, además la palabra "novia" entre la N y la O se ve confusa. Utilizaron muchos efectos no adecuados por ello el espectador no lo identifica por tanto contenido.



SANKY PANKY 3 2018 | 96 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: Eduardo Ortíz **Guión**: Miguel Morales

Género: Comedia

Formato: HD Digital/DCP

Productora: Pinewood Studios **Dirección de Arte:** Ángel Dotel

Dirección de Fotografía: Elias Acosta

Edición: Pedro Ángel López **Sonido:** Franklin Hernández

Música: Pachy Carrasco

Reparto: Jazmín Caratini, Fausto Mata, Omar Cruz Soto, Ramiro 'Ramir' Delgado Ruiz, Jorge Pabón, Aquiles Correa, Tony Pascual, Raymond Joel Oliveras, Rafa Sánchez.

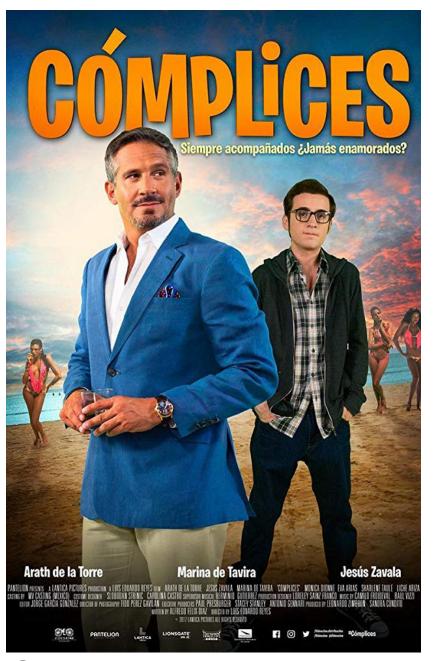
SINOPSIS

Continuando con la saga de esta película de humo ahora la trama se desarrolla en Puerto Rico donde el hotel ha abierto una sucursal y ha decidido llevarse a la súper exitosa mascota del hotel, el Pollo y sus pollitos

| ANÁLISIS DEL CARTEL

Este cartel se basa en una composición bien empleada, su tipográfica Letterpress Aurora la que siempre han utilizado en la saga, por tanto la representa desde que salió la película. Los protagonistas tienen un personaje que los identifica a cada uno que da entender la continuación de la historia por ende el espectador puede observar lo claramente. Solo el texto de los créditos al pie del cartel a primera vista no se puede leer.





CÓMPLICES 2018 | 90 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: Luis Eduardo Reyes

Guión: Alfredo Félix Díaz

Género: Comedia

Formato: HD Digital/DCP

Productora: Pantelion / Lantica
Dirección de Arte: Adria Mejía

Dirección de Fotografía: Juan Carlos Gómez

Edición: Teresa Font

Sonido: David Mantecón

Música: Fran Villalba

Reparto: Héctor Aníbal, Eva Arias, Liche Ariza, Arath de la Torre, Marina de Tavira, Claudette Lalí, Socrates Montas,

Sharlene Taulé, Jesús Zavala

|SINOPSIS

Juan Campos ha dedicado su vida a seducir a las más bellas mujeres junto a su amigo y cómplice Luis Pani. Cuando se preparan para su viaje a República Dominicana, Luis enferma, y Juan se ve obligado a llevar a su sobrino Mau.



| ANÁLISIS DEL CARTEL

Este cartel se ve poco convincente, pues se nota el montaje de los personajes y no se ven reales, el paisaje que contiene no está bien adecuado para lo que quiere transmitir el film. La tipografía asignada Duera Condensed Bold jugaron con ella por lo que es adecuada, la composición establecida funciona pero debieron utilizar otro montaje que diera más fuerza al cartel, las fotografías están muy bien elaboradas.



QUE LEÓN 2018 | 90 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: Frank Perozo

Guión: José Ramón Alama / José A. Paxtor

Género: Comedia

Formato: HD Digital/DCP

Productora: Bou Group / Caribbean Cinemas RD

Dirección de Arte: Lorelei Sainz

Dirección de Fotografía: Juan Carlos Gómez

Edición: José Delio Ares

Sonido: Edmanuel Leonor / Jonathan Hiciano

Música: Sergio Jiménez Lacima

Reparto: Christine Marzano, Stephany Liriano, Celines Toribio, Raymond Pozo, Jorge Pabón, Ozuna,

Candy Flow, Irvin Alberti, Clarissa Molina.

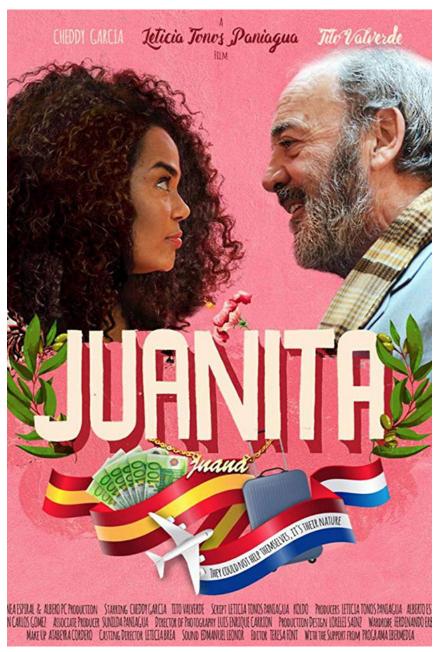
SINOPSIS

Narra la historia de amor de Nicole y José Miguel, ambos por coincidencia de apellido León, pero de clase social muy distinta, se enamoran, pero sus padres se oponen ocasionando un sin número de situaciones donde siempre prevalecerá el amor.

| ANÁLISIS DEL CARTEL

Este cartel no explica nada lo que es el film, su tipografía Ann Fret Three colocada en el suelo no expresa nada aunque el rojo y blanco se visualiza bien, pero le quita calidad a la imagen. Los colores están bien empleados, exceptuando al personaje de Raymond, los personajes siguen siendo ellos mismo, no tiene un papel que los identifique, por ende se ve muy vacío y poco entendible, además de que no se refleja que es una película de genero comedia.





JUANITA 2018 | 90 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: Leticia Tonos

Guión: Koldo, Leticia Tonos

Género: Comedia

Formato: HD Digital/DCP
Productora: Leticia Films

Dirección de Arte: Lorelei Sainz

Dirección de Fotografía: Aitor Matxola

Edición: José Salcedo

Sonido: David Hernández

Música: Sergio Jiménez Lacima

Reparto: Cheddy García, Tito Valverde, Milly Quezada,

Carasaf Sanchez, Ruth Emeterio, Enrique Quailey.

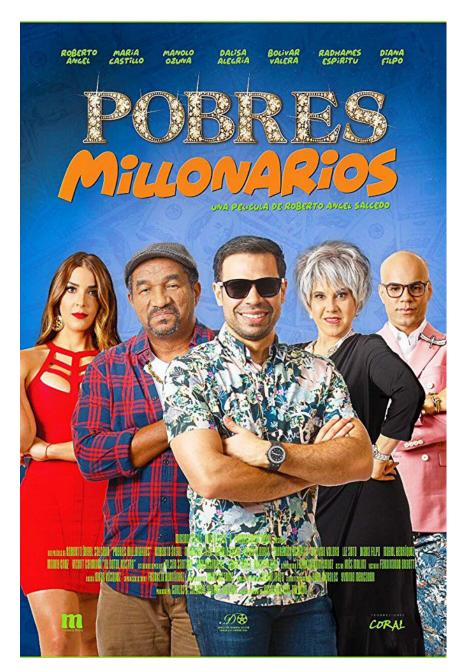
|SINOPSIS

Juanita, una ruidosa mulata de 35 años, regresa a su tierra natal para pasar la Navidad con sus seres queridos junto con 350.000 dominicanos que viven en el extranjero. No viene sola, está acompañada por Mariano, un español rudo y mucho mayor que ella, que está ansioso por conocer esta isla donde se puede sembrar los 365 días del año.



| ANÁLISIS DEL CARTEL

Buena composición de los elementos, los colores están bien empleados y un balance en la fotografía. Su tipografía Bladi Two 4F sencilla y adecuada para el cartel por esto llama la atención, utilizaron varias piezas que componen la película e identifican la trama desde ver el afiche.



POBRES MILLONARIOS 2018 | 90 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: Roberto Ángel Salcedo

Guión: Roberto Ángel Salcedo

Género: Comedia

Formato: HD Digital/DCP

Productora: Miranda Films / Coral Producciones

Dirección de Arte: Adria Mejía

Dirección de Fotografía: Francis Adamez

Edición: Johan Vásquez

Sonido: Franklin Hernández

Música: Marco Trombin

Reparto: Jalsen Santana, Roberto Angel Salcedo, Dalisa Alegria, Manolo Ozuna, Karla Fatule, Esmerling Ventura, Gabriela Desangles, Radhamés Espíritu, Diana Filpo, Maria

Castillo

SINOPSIS

Es una comedia que narra la historia de una familia adinerada que vive la vida sin ningún tipo de control hasta que por infortunios del destino se ven en la pobreza, obligados a buscar residencia en un barrio pobre y entablar relaciones de negocios con un prestamista avaro.

| ANÁLISIS DEL CARTEL

En este cartel los colores utilizados están bien empleados pero el texto debajo no se visualiza con claridad. Las tipografías utilizadas Archive French Shaded y Ratatatat Italic están bien elaborados, si la hubieran manipulado un poco más habría quedado mejor, en cuanto a la fotografía, presenta los personajes en diferentes planos, donde cado uno tiene un rol diferente pero no están del todo identificados como personajes.





HERMANOS 2018 | 96 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: Archie López

Guión: Archie Lopez, Victor Reyes

Género: Comedia

Formato: HD Digital/DCP

Productora: Panamericana / Dragon Films / Caribbean Cine-

mas RD

Dirección de Arte: Gissel Rosario **Dirección de Fotografía:** Karl Kim

Edición: Jef Crook

Sonido: Gaelan Mullins

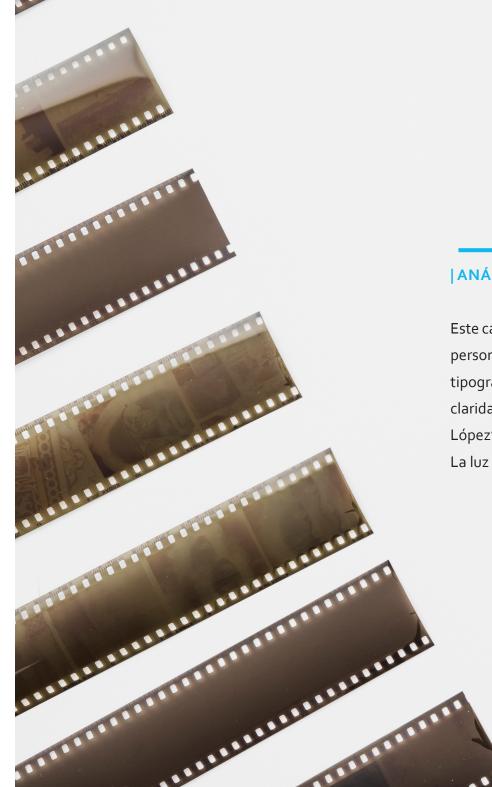
Música: Evan Wilson

Reparto: Francis Cruz, Raymond Pozo, Miguel Céspedes, Milly Quezada, Héctor Sierra, Lidia Ariza, Lilly Goodman, Lucy Cos-

me, Wisleidy Muñoz, Robert Green.

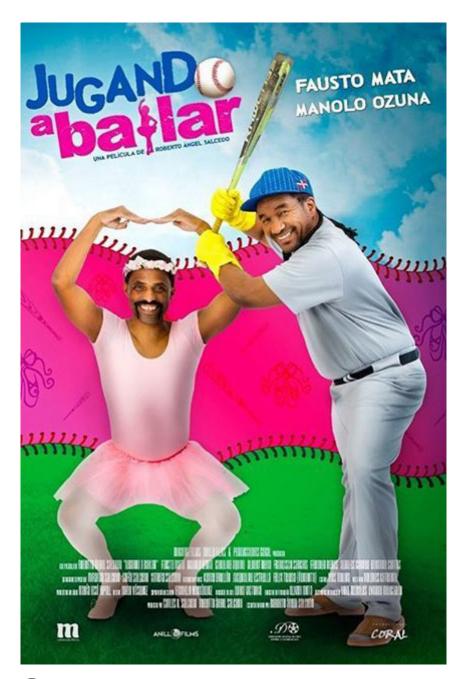
|SINOPSIS

Dos hermanos gemelos son separados al nacer. Al crecer en ambientes muy diferentes, uno se convierte en un devoto cristiano y el otro en un vulgar ladronzuelo.



| ANÁLISIS DEL CARTEL

Este cartel tiene una composición cargada, no se ve estético por la cantidad de personajes que presenta, aunque se da entender la trama de la película. Las tipografía Sunwind Small Caps no favorecen, la mezcla una con otra no dan claridad al nombre del mismo (menos es más), la frase "Una película de Archie López" no se destaca, por ende no tiene un gran impacto a los espectadores. La luz del fondo está demás, debieron utilizar otro fondo.



JUGANDO A BAILAR 2018 | 80 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: Roberto Ángel Salcedo **Guión:** Roberto Ángel Salcedo

Género: Comedia

Formato: HD Digital/DCP

Productora: Miranda Films / Coral Producciones

Dirección de Arte: Adria Mejía

Dirección de Fotografía: Francis Adamez

Edición: Johan Vásquez

Sonido: Franklin Hernández

Música: Marco Trombin

Reparto: Fausto Mata, Carolyn Aquino, Aquiles Correa, Francis Cruz, Manolo Ozuna, Kenny Grullon, Eduardo San-

tos, Héctor Then.

| SINOPSIS

Se desarrolla entre una escuela de ballet, dirigida por Francisco Sanchís, y una liga de béisbol que dirige Albert Mena. La escuela de ballet afronta problemas económicos y para mantenerla se ven obligados a participar en un campeonato de pequeñas ligas.

| ANÁLISIS DEL CARTEL

Este cartel tiene muy buenos elementos que una vez visualizamos entendemos la trama del film, los colores van acorde, sin embargo el montaje de la sus elementos no se ve real, los personajes están bien empleados pero su distribución pudo ver sido mejor. La tipografía Dead Meat aunque está manipulada, está muy bien empleada para el concepto de la película. La texturas y colores que utilizaron en el fondo capta la atención.





TRABAJO SUCIO 2018 | 90 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: David Pagan Mariñez

Guión: José Ramón Alama

Género: Comedia

Formato: HD Digital/DCP

Productora: MV Films / J & N

Dirección de Arte: Ricardo Sosa / Henry Vargas

Dirección de Fotografía: Henry Vargas

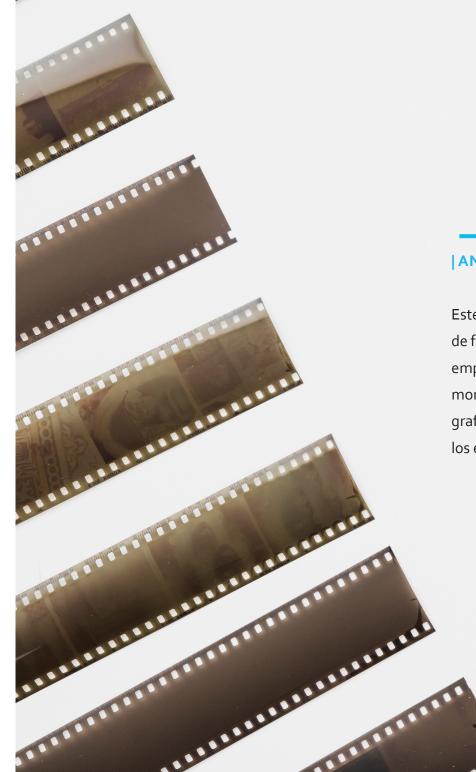
Edición: Miguel Vásquez **Música:** Amaury Sánchez

Reparto: Pio La Ditingancia, Frank Perozo, Nashla Bogaert, Alfonso Rodríguez, Cheddy García, Vicente Santos, Yasser Michelén, El Mayor Clásico, Killadamente, Carlos

Montesquieu.

SINOPSIS

Un buen día, lo que inicia con la intención de acabar con todas las injusticias a las cuales son sometidos los empleados del hogar en casa de los Pérez, acaba convirtiéndose en una noche de locura.



| ANÁLISIS DEL CARTEL

Este cartel está compuesto por todos los personajes de la película, esto lejos de funcionar, más bien le perjudica, como es el caso. La composición está bien empleada y los personajes se identifican claramente. Está muy cargado y el montaje se ve irreal, aunque esté compuesto por buenas tipografías. La tipografía Rimmy Tall está bien empleada, llama mucho la atención, los colores y los efectos que emplearon le da más sentido al cartel.



UN 1/4 DE JOSUÉ 2018 | 96 MIN

| FICHA TÉCNICA

Dirección: Gabriel Valencia

Guión: Dulcita Lieggi

Género: Comedia

Formato: HD Digital/DCP

Productora: Coral Producciones **Dirección de Arte:** Ricardo Folch

Dirección de Fotografía: Francis Adamez

Edición: Johan Vásquez

Sonido: Franklin Hernández **Música:** Amaury Sánchez

Reparto: Yasser Michelén, Ivan Aybar, Dulcita Lieggi, Shailyn Sosa, Paloma Valenzuela, Héctor Sierra.

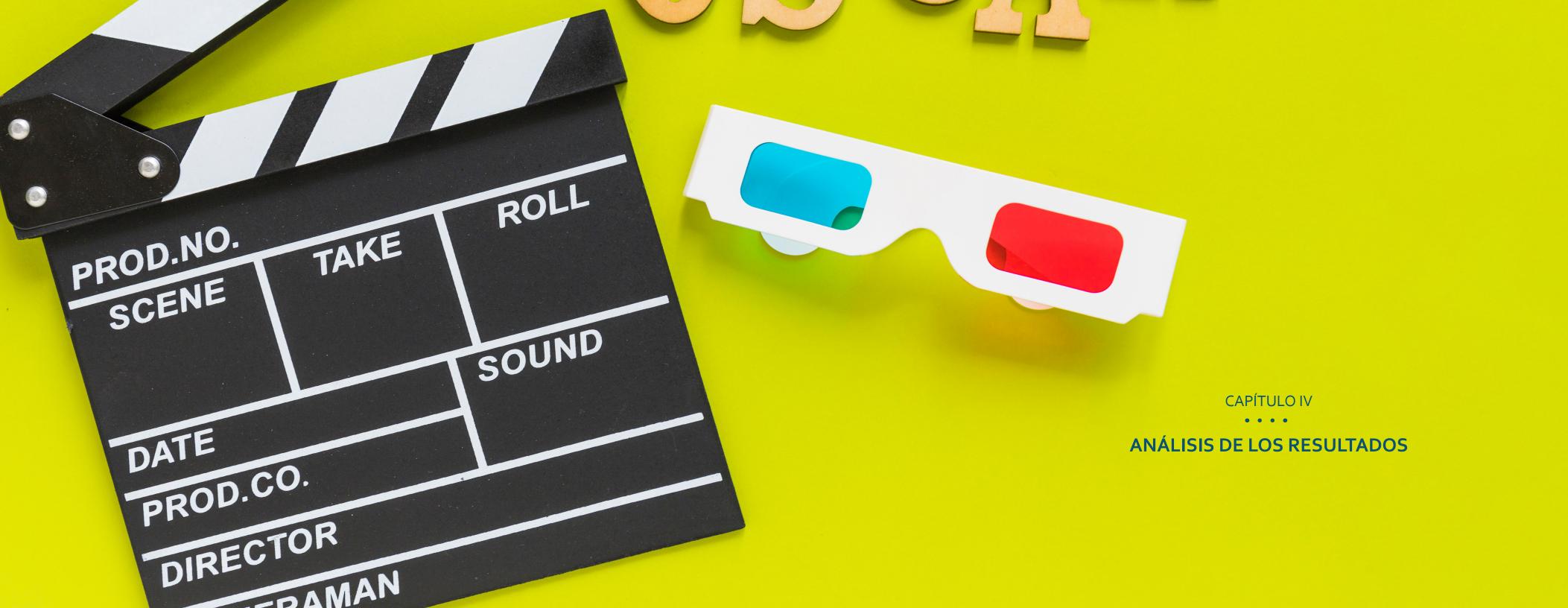
SINOPSIS

Josué es un chico peculiar que se encuentra en su último año de bachiller. Después de varios años enamorado de su mejor amiga Martina, está listo para confesar su amor y buscarle sentido a la vida.

| ANÁLISIS DEL CARTEL

El presente cartel no transmite que es de genero comedia, los colores y el estilo no da entender la trama de la misma, no acapara la atención de los espectadores, ni parece en sí un cartel de película. La tipografía Quendel Bold pudo ver funcionado pero no supieron usarla de la manera correcta. Los colores aunque son neón tampoco cumplen con su objetivo, en general este cartel no tiene una buena composición, ni sus elementos está bien empleado.





Para determinar y llevar a cabo una investigación o análisis, debemos tomar en cuenta, la opinión, crítica y parecer de la población acerca de nuestro tema de interés. Esto lo podemos llevar a cabo a través de entrevistas y encuestas. A continuación los resultados arrojados sobre los carteles de película de humor Dominicano.

El resultado de la muestra evaluada por la ecuación elaborada es de 140 personas, lo que simboliza una cantidad adecuada para calcular la población.



4.1 MUESTRA

4.1.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA

[P] Probabilidad a favor: 0.50

[Q] Probabilidad en contra: 0.50

[D] Error de muestra: 0.02

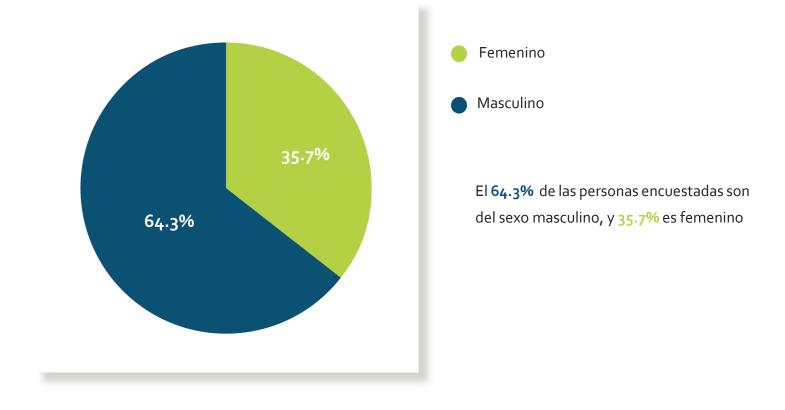
[N] Tamaño de la población: 1,414,281

[n]:140

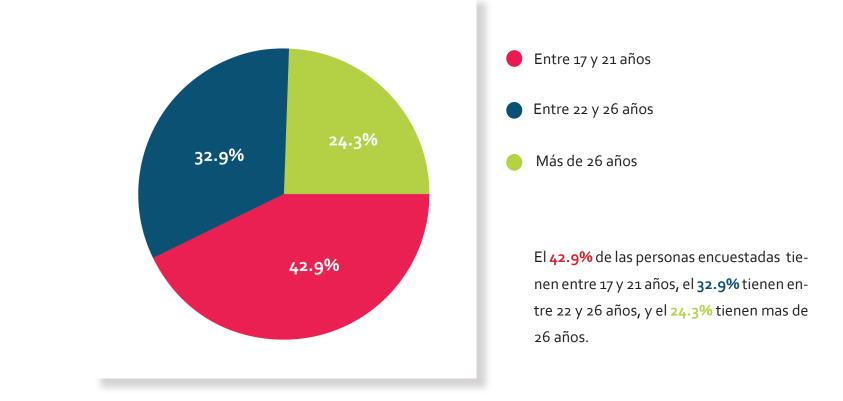
= 140

4.2 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

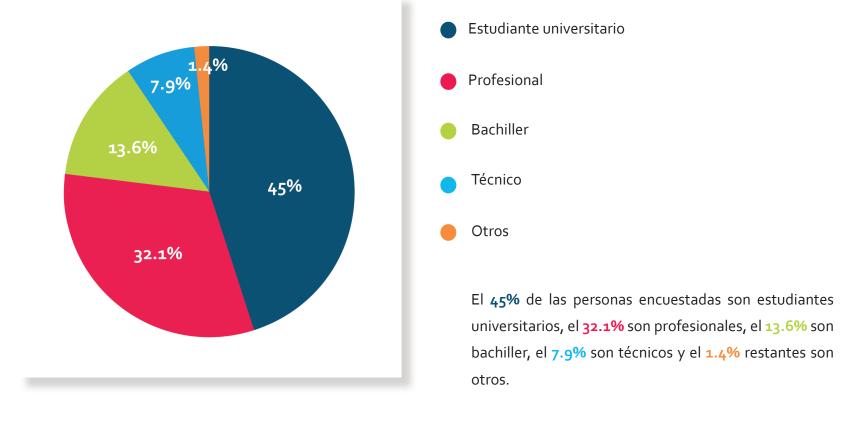
4.2.1 SEXO



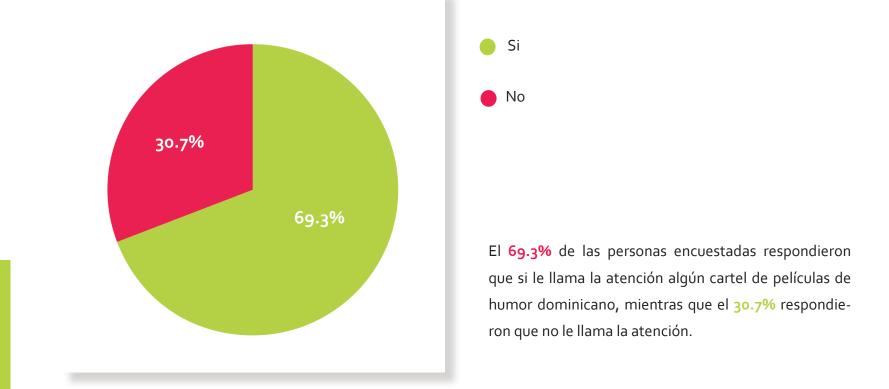
4.2.2 EDAD



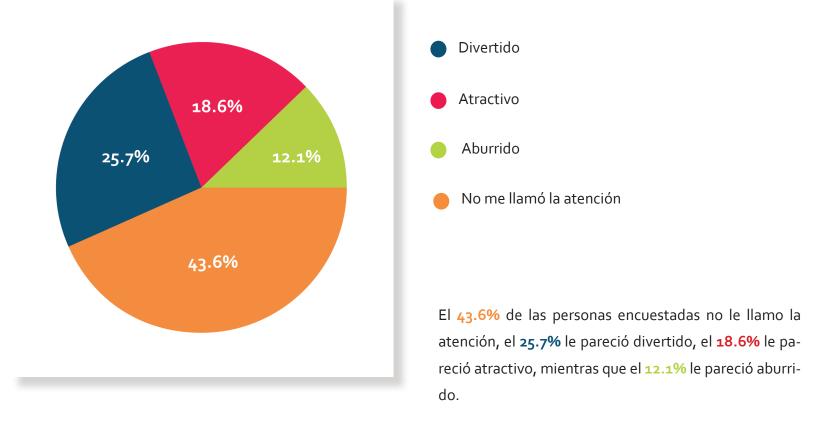
4.2.3 NIVEL DE EDUCACIÓN



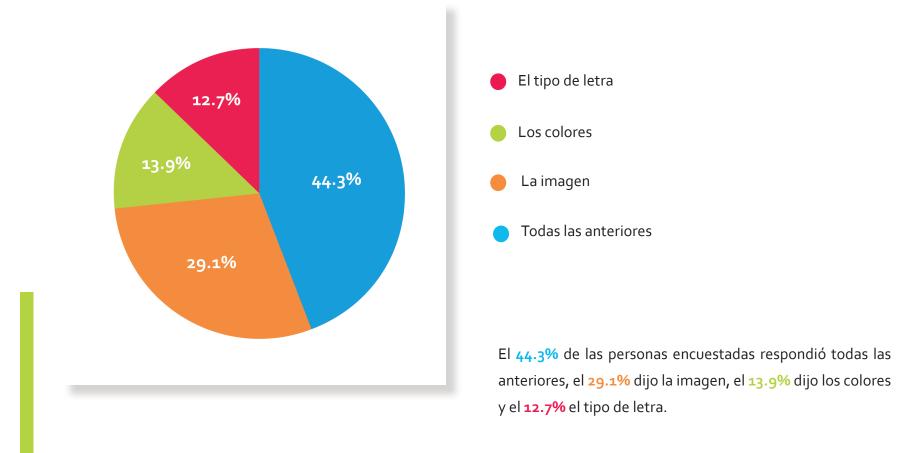
4.2.4 ¿LE HA LLAMADO LA ATENCIÓN ALGÚN CARTEL DE PELÍCULAS DE HUMOR DOMINICANO?



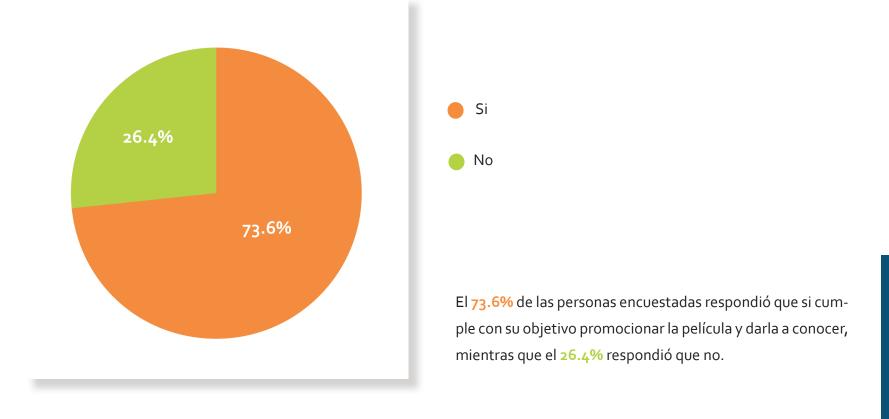
4.2.5 ¿QUÉ LE PARECIÓ?



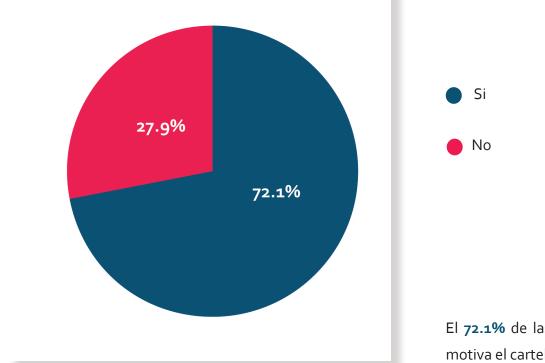
4.2.6 EN CASO DE RESPONDER LA RESPUESTA CO D ¿QUÉ CREE USTED QUE ESTUVO MAL?



4.2.7 ¿CREE USTED QUE CUMPLE SU OBJETIVO PROMOCIONAR LA PELÍCULAY DARLA A CONO-CER?

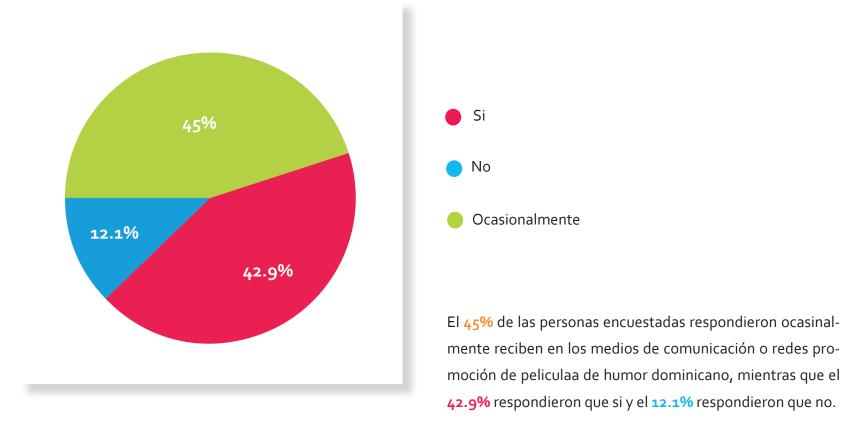


4.2.8 ¿ANTES DE IR AL CINE A VER UNA PELÍCULA, ES USTED MOTIVADO POR EL CARTEL?

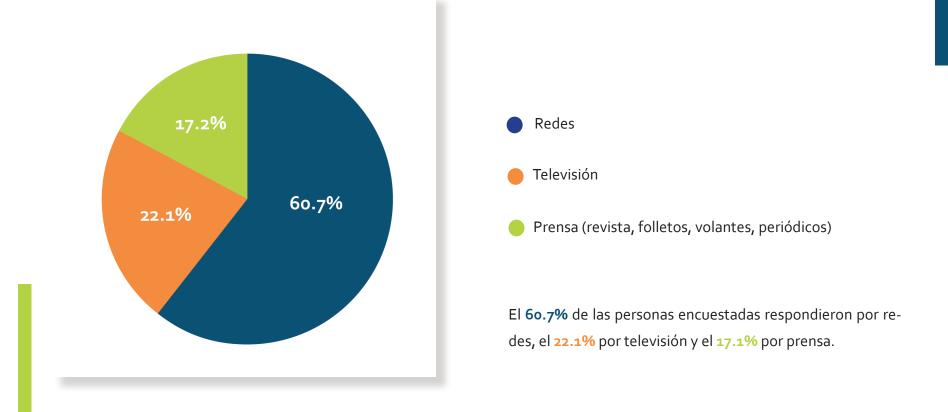


El **72.1%** de las personas encuestadas respondió que si le motiva el cartel, sin embargo el **27.9%** dijo que no.

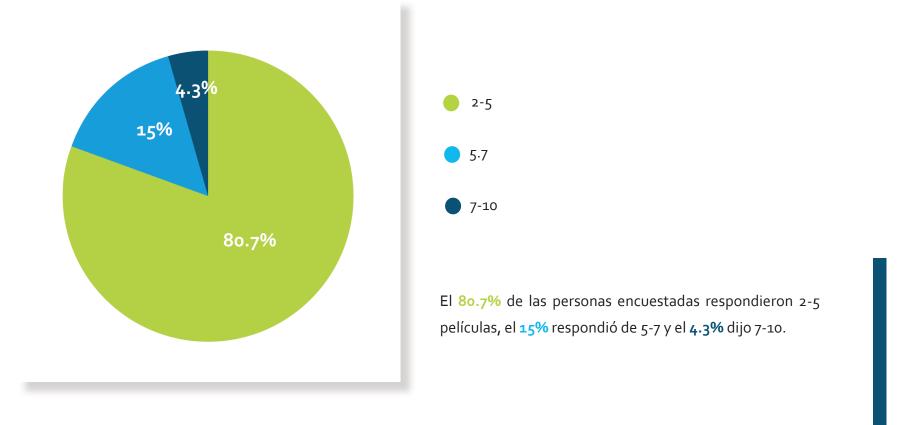
4.2.9 ¿RECIBE CON FRECUENCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN O REDES PROMOCIÓN DE PELÍCULAS DE HUMOR DOMINICANO?



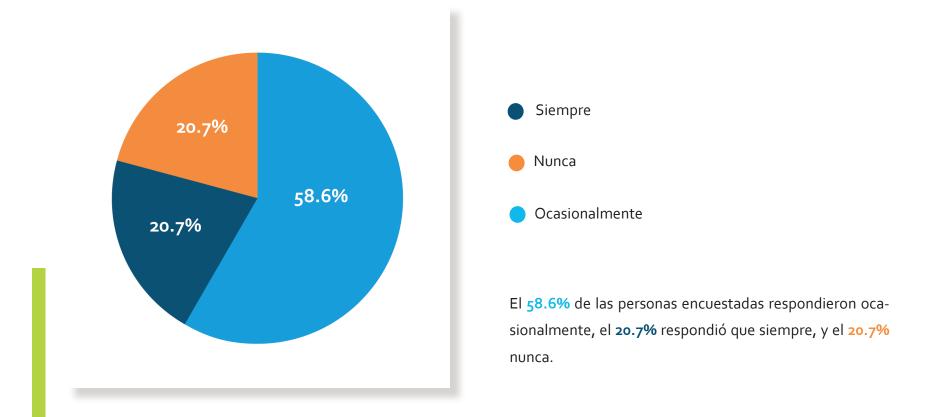
4.2.10 DE SER POSITIVO U OCASIONALMENTE ¿POR QUÉ MEDIOS LO HA RECIBIDO?



4.2.11 ¿CUÁNTAS PELÍCULAS DE HUMOR DOMINICANA HA VISTO USTED EN LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS?

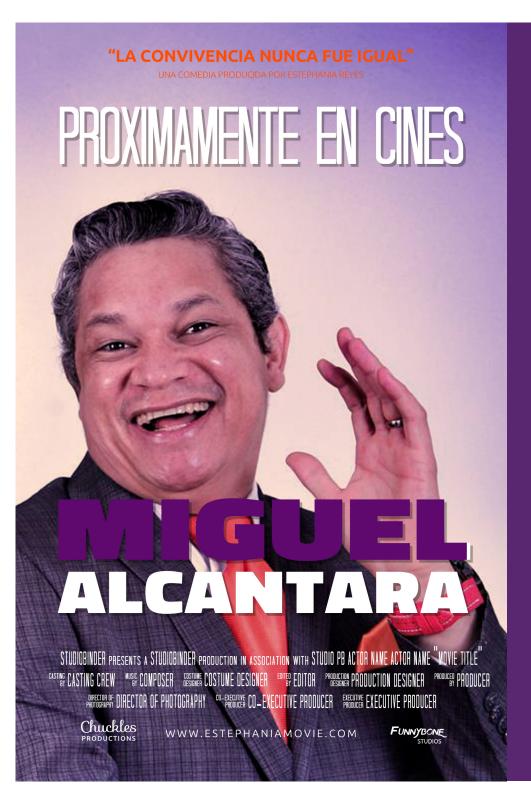


4.2.12 ¿CUÁNDO ESTÁ EN EL CINE LE LLAMA LA ATENCIÓN LOS CARTELES DE PELÍCULAS DE HUMOR DOMINICANO?



A continuación les presentamos las entrevistas elaboradas por diferentes profesionales en el área, quienes darán su opinión acerca de esta problemática.





Edad: 44 años

Profesión: Actor, quionista, Productor.

¿Que hace actualmente?

- Escribo Cine
- Produzco Televisión
- Produzco Cine
- Trabajo en la Radio.

1. ¿Cree usted que los carteles de películas de humor dominicanas motivan al público a ver dicha película?

Muy pocos. En los últimos tiempos los carteles (afiches) de las películas carecen de creatividad alusivas al tema y género de la película.

- 2. ¿Considera usted que los carteles de películas de humor dominicanas cumplen con los objetivos mercadológicos o publicitarios?
- Si. Llenan el espacio.
- 3. ¿Cuáles son las principales fallas que vemos hoy en el día en los carteles de películas de humor dominicanas?
- Se limita solo a la técnica de mostrar las caras de los protagonistas en muchos de ellos. Generalmente de pie y alineados en grupos.
- Se ha eliminado casi por completo la frase creativa o el Tagline que define el conflicto de la historia.
- Diseño gráfico simple.

- Incoherencias en el equilibrio de los colores y la tipografía.
- 4. ¿Tiene usted alguna sugerencia en cuanto a diseño y/o composición de un cartel de películas de humor?
- Colores más festivos
- Mejor uso de la fantasía.
- Frases creativas
- 5. ¿Qué es lo que más le motiva a usted a la hora de ver una película de humor Dominicana?
- El tráiler
- La productora que la realiza según la trayectoria de sus éxitos.
- Los actores.



Edad: 43 años

Profesión: Ing. Electrónico

¿Que hace actualmente?

- Trabajo en Titirimundati
- Boca de piano es un Show
- La opción 13.0

1. ¿Cree usted que los carteles de películas de humor dominicanas motivan al público a ver dicha película?

Ser innovador, hacer afiches creativos que no necesariamente tienen que estar los actores en dicho cartel.

La mayoría de los carteles no motivan al publico entre un 10 o 20% el cartel llama la atención para ver la película.

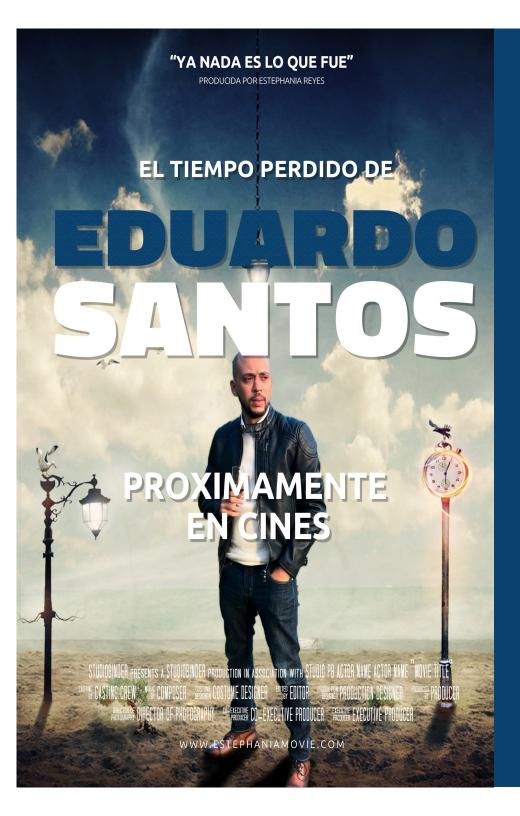
5. ¿Qué es lo que más le motiva a usted a la hora de ver una película de humor Dominicana?

2. ¿Considera usted que los carteles de películas de humor dominicanas cumplen con los objetivos mercadológicos o publicitarios?

2. ¿Considera usted que los carteles de películas de humor Mas que su cartel, me motiva es el tráiler de dicha película.

Si, cumplen pero la creatividad, lo innovador es donde creo que esta el fallo.

- 3. ¿Cuáles son las principales fallas que vemos hoy en el día en los carteles de películas de humor dominicanas?
- La tipografía
- Deben variar con los colores
- Ser innovador y ser cosas creativas
- 4. ¿Tiene usted alguna sugerencia en cuanto a diseño y/o composición de un cartel de películas de humor?



Edad: 35 años

Profesión: Lic. Comunicación

¿Que hace actualmente?

- Comediante
- Presentador
- Actor
- Animador

1. ¿Cree usted que los carteles de películas de humor dominicanas motivan al público a ver dicha película?

Si, porque las personas viven estresados y mayormente van al cine a reírse y disfrutar a ver películas de humor.

2. ¿Considera usted que los carteles de películas de humor dominicanas cumplen con los objetivos mercadológicos o publicitarios?

Si, porque cumplen con el objetivo, ya que el publico abarrota lo que quiere ver.

- 3. ¿Cuáles son las principales fallas que vemos hoy en el día en los carteles de películas de humor dominicanas?
- Siempre tienen los mismo actores.
- La cantidad masiva de promoción.
- Utilizan los mismo colores.
- 4. ¿Tiene usted alguna sugerencia en cuanto a diseño y/o composición de un cartel de películas de humor?

No, porque el diseño que han estado utilizando hoy en día ha innovado prácticamente la composición del cartel.

5. ¿Qué es lo que más le motiva a usted a la hora de ver una película de humor Dominicana?

La historia, mientras mas graciosa mejor. Por ejemplo: te imaginas a Fausto Mata con los poderes de Dios. El final.



NOMBRE INVITADO ESPECIAL APELLIDO NOMBRE Y APELLIDO



Edad: 37 años

Profesión: Derecho

¿Que hace actualmente?

- Actriz
- Locutora
- Presentadora de TV
- Comediante

1. ¿Cree usted que los carteles de películas de humor domi- 4. ¿Tiene usted alguna sugerencia en cuanto a diseño y/o nicanas motivan al público a ver dicha película?

composición de un cartel de películas de humor?

Si, por el tipo de tipografía que están utilizando actualmente.

No, porque pienso que las técnicas que están utilizando han mejorado con el diseño.

2. ¿Considera usted que los carteles de películas de humor publicitarios?

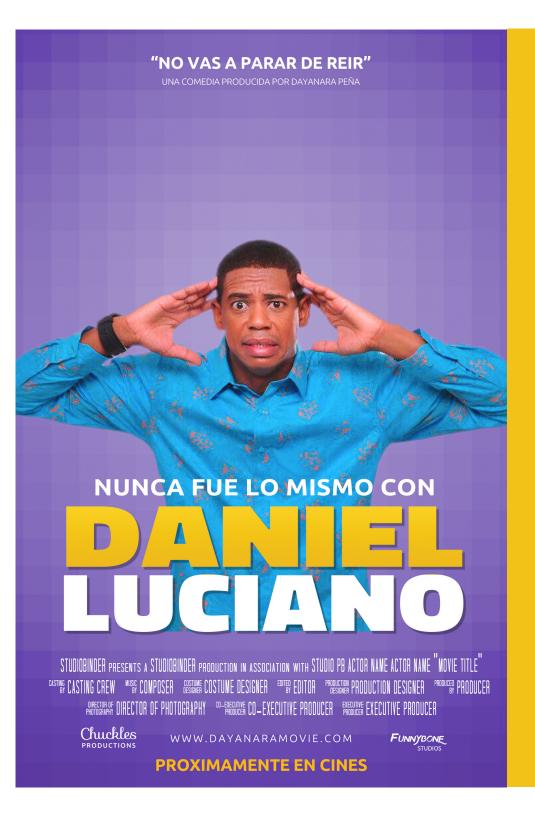
dominicanas cumplen con los objetivos mercadológicos o 5. ¿Qué es lo que más le motiva a usted a la hora de ver una película de humor Dominicana?

Si, porque se dan a conocer tanto en el mercado como en la Primero el actriz, la trama, tipografía y el mensaje que pueda transmitir dicha película.

3. ¿Cuáles son las principales fallas que vemos hoy en el día en los carteles de películas de humor dominicanas?

- Los nombres de los actores no le dan mucha importancia.
- El tipo de color que usan.
- La fotografía.

publicidad.



Edad: 30 años

Profesión: Actuación

¿Que hace actualmente?

- Actor
- Comediante
- Show de la comedia
- Opción 13.0

1. ¿Cree usted que los carteles de películas de humor dominicanas motivan al público a ver dicha película?

No, en la actualidad los carteles que vemos hoy en día son muy parecidos, y por ende no motivan al publico a ver cualquier película de humor dominicana.

2. ¿Considera usted que los carteles de películas de humor dominicanas cumplen con los objetivos mercadológicos o publicitarios?

A veces cumplen con sus objetivos porque algunas películas llaman al publico a verlas y por ende el mercado y la publicidad funciona para ver la película.

3. ¿Cuáles son las principales fallas que vemos hoy en el día en los carteles de películas de humor dominicanas?

Bueno, que a veces utilizan la misma tipografía, los mismo colores y siempre ponen a los mismo actores.

4. ¿Tiene usted alguna sugerencia en cuanto a diseño y/o composición de un cartel de películas de humor?

Mi sugerencia en este caso es que puedan innovar y cambiar algunas técnicas de diseño para así el publico pueda ver algunos cambios en la composición que dicho cartel pueda tener.

5. ¿Qué es lo que más le motiva a usted a la hora de ver una película de humor Dominicana ?

A mi parecer lo que mas me motiva a ver una película de humor es su tráiler ya que es lo que me permite captar y observar el mensaje que quiere dar la película.

.55

CONCLUSIONES

dominicanas existe un bajo nivel de calidad en la elaboración, portancia a los actores y no crean el impacto necesario, lo la composición de los diseños y su diagramación. Según los que causa desinterés por parte de la audiencia, quienes al resultados arrojados en las encuestas y entrevistas realizadas fin y al cabo son los que ven la película. Sin embargo, aunrevelan que gran parte de la población dominicana que va al cine y gusta del cine dominicano, en especial las comedias, no siente gran impacto ante los carteles, puesto que la mayoría de estos no cuentan con las características y propiedades necesarias que hay que tomar en cuenta para su realización.

saturación de elementos y el mal uso de tipografías, colores y que se tomen en cuenta la hora de su elaboración, y tenmal montaje en su gran mayoría. Esto trae como consecuencia la disminución de los espectadores de dichas películas, ya que no motivan ni crean el deseo de ir a ver la película. Esta situación afecta a su vez al cine Dominicano que se caracteriza ciertamente por las películas de humor.

A través del análisis notamos que no dan la importancia necesaria a los textos de los créditos al pié del cartel, ya que en la mayoría de los carteles se destaca muy poco y no tienen bue-

En sentido general, en los carteles de las películas de humor na visibilidad. A su vez evidenciamos que le dan mayor imque hay baja calidad en la elaboración de la gran mayoría de los carteles, existen algunos que sus fallas son mínimas y se pueden clasificar como buenos y válidos ya que cumplen con sus objetivos.

Este análisis busca presentar la problemática que clara-La principal problemática que se percibe en los carteles es la mente existe en los carteles de humor Dominicanos, para gan más impacto en sus futuros espectadores.





RECOMENDACIONES

Después de un arduo análisis se recomienda, tomar en cuenta algunos aspectos importantes para la realización de los carteles.

Dentro de la composición del cartel debemos tener en cuenta cuál es nuestro elemento principal y con que queremos llamar la atención de nuestro espectador. Recomendamos estructurar la composición de los elementos, especialmente las fotografías, la regla de los tercios, las simetría y el movimiento visual, lo que permitirá tener un impacto positivo del cartel.

Se recomienda usar tipografías acorde con el género y la historia que narra el film. Las frases del cartel deben ser visibles por lo que se recomienda no colocar tipografías arriba de fotografías para que este no interrumpa ni le reste visibilidad. Se debe evitar letras comunes, tampoco abusar del uso de tantas tipografías diferentes en un mismo cartel, lo ideal es hacerle modificaciones al tipo de letra con el fin de que no hayan comparaciones, ni parecido con otras de otro carteles, salvo cuando sea una secuela de la misma película.

Así mismo también se recomienda utilizar la paleta de colores de la película para lograr la coherencia con la colonización del filme y a la vez obtener armonía entre los elementos utilizados, que no distorsione el diseño del cartel y que mantenga una línea visual acorde con la composición.

BIBLIOGRAFÍA

- Altmar, R. (2000). Los generos Cinematográficos. Buenos Aires, Argentina: Paidós Ibérica.
- Arnheim, R. (2005). Arte y percepción visual: Psicología del ojo creador. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Barnicoat, J. (1972). Los carteles. Su historia y su lenguaje. Barcelona, España: Gustavi Gili.
- Beltrán, F. (1993). La Supervivencia del Cartel. Revista TipoGráfica,, 21, p.30-31.
- Blanchard, G. (1988). La letra. España: CEAC.
- Blanco, A. (2007). Cartelera cinematografico. Madrid, España: Unam, 13.
- Braham, B. (1994). Manual del Diseñador Gráfico. España: Edificiones Celeste.
- Chaves, N. (19891). Pequeña Teoría del Cartel. Revista TipoGráfica, 8, P. 4-7.
- De Buen Unna, J. (2000). Manuel de Diseño Editorial. México DF:: Santillana.

- Duiops. (04 de Septiembre de 2009). Historia del cine. Obtenido de http://www.duiops.net/cine/inicios-del-cine.html
- Enel, F. (1974). El cartel: Lenguaje, funcione, retórica. España: Fernando Torres.
- Frascara, J. (1999). El poder de la Imagen: Reflexiones sobre Comunicación Visual. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.
- Gónzalez Ruiz, J. (1998). Estudio de Diseño. Buenos Aires, Argentina: Emecé Editores.
- Hernández, L. (30 de Abril de 2012). El cartel de cine. Lo Estratégico, 1. Obtenido de http://loestrategico.com/2012/2014/el-cartel-de-cine/
- Itten, J. (1992). El arte del color. México DF: Limusa.
- Langford, M. (1999). La fotografía paso a paso. Madrid, España: Tursen-Hermann Blume ediciones.
- Lora Robles, F. M. (2007). Encuadre de una identidad audiovisual. Santo Domingo, Rep. Dom.,: Ediciones Valdivia, 2007.
- McLean, R. (1993). Manual de tipografía. Madrid, España: Hermann Blume Ediciones.

ANEXOS

A continuación se anexaran los documentos requeridos para mantener la autenticidad de este análisis de investigación.

Esta anexado el anteproyecto aprobado por la universidad y realizado antes de esta investigación.



ANTEPROYECTO



DECANATO DE ARTES Y COMUNICACIÓN

"Anteproyecto de grado"

Tema:

"Análisis de los carteles publicitarios de películas de humor dominicanas en el periodo 2016-2018 a través de la DGCINE, en República Dominicana, STO DGO."

Integrantes

Dayanara Peña 2016-0652 Estephania Reyes 2016-0724

12 de Diciembre del 2018 Santo Domingo, DN

164

INDICE

TEMA	2
INTRODUCCIÓN	3
JUSTIFICACIÓN	3
DELIMITACION DEL TEMA Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
OBJETIVOS	4
Objetive general	4
Objetivo general	4
Objetivos específicos	4
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	5
Hipotesis	7
DISEÑO METODOLOGICO	7
Métodos	7
Técnicas	8
Descriptiva	8
Explicativa	8
Exploratoria	0
=-\pi(s) (3.50) (3.10) (3.	8
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	
	ч
ESQUEMA PRELIMINAR DE CONTENIDO DEL TRABAJO DE GRADO	10



INTRODUCCIÓN

Todas las personas algunas vez hemos sido consumidores del 7mo artes que es el cine, aunque hoy en día existen más métodos y formas de ver películas, pero aun así el cine sigue en pie aunque sí ha disminuido y veremos el porqué, en República Dominicana el cine se caracteriza mayormente por películas de humor, debido a que es lo que representa el pueblo dominicano.

Las películas no solo se basan en la filmación de problemática. la misma, sino más bien de ciertos elementos que la hacen ser exitosas, uno de ellos son los carteles que es de suma importancia ya que esto es lo que se encarga de persuadir al espectador y brinda información visual. Ahora bien, ¿Las películas de humor dominicanas en general realizan un buen cartel publicitario?

El enfoque fundamental de los carteles en los últimos años se ha desviado de su buen uso, debido al exceso de retoques fotográficos, fotografías no adecuadas al tema, montajes mal realizados y muchas con mensajes subliminales.

Por esas razones analizaremos los carteles publicitarios de las películas de humor dominicas 2016-2018 para demostrar y proponer una mejora ante dicha problemática.

JUSTIFICACIÓN

El cartel de cine actual es una pieza gráfica que combina la necesidad de crear una expectación con la de proporcionar cierta información relativa a la película que representa.

Esta investigación se llevará a cabo con el fin de profundizar en los aspectos adecuados que deben poseer los carteles publicitarios para cumplir sus objetivos de percepción al tiempo que se analiza de cuales de estas características carecen los carteles de las películas de humor dominicanas en el periodo 2016-2018 a través de la Dirección General de Cine de la República Dominicana.

DELIMITACION DEL TEMAY PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTI-GACIÓN

El cartel publicitario de una película es tan importante como el tráiler, debido a que el mismo brinda información visual de la película al tiempo que intenta persuadir al espectador de consumirla. En base a esto, la forma en que se presentan dichos carteles debe llevar una serie de criterios que lo hagan cumplir con su cometido.

En la República Dominicana, el género de humor o comedia en las películas es el más popular, siendo estrenadas más de 30 films cada año, según información de la dirección general de Cine del país (DGCINE). A pesar de esto, la mayoría de los carteles publicitarios de las mismas no brindan la información visual necesaria para atrapar a los espectadores, lo que puede ser una de las razones de la disminución de la audiencia en los últimos años.

Los colores, imágenes, tipografía y demás elementos visuales son solo algunos de los aspectos a mejorar en los carteles publicitarios de las películas de humor dominicanas en el periodo 2016-2018.

OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar los elementos visuales y/o de composición de los carteles publicitarios de las películas de humor dominicanas 2016-2018 a través de la DGCINE, en República Dominicana, Sto. Dgo. para plantear una propuesta de mejora que atraiga más visualmente al espectador.

Objetivos específicos

- Cuantificar los carteles existentes de películas de humor dominicanas en el periodo 2016-2018.
- Medir el grado de calidad de cada uno de los carteles.
- Percibir y describir los elementos de la composición del cartel.
- Ver y determinar tipo de imagen y características de los mismos.
- Establecer relaciones entre los elementos de la composición.

170

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

El cartel cinematográfico es una pieza visual concebida para transmitir una información con el objetivo de llegar a un número elevado de receptores de manera instantánea, y están conformadas por diferentes funcionalidades las pueden ser clara y directa teniendo en cuenta el público al que va dirigido. Unas de las características principales son la composición, el color y la tipografía. Un buen cartel de cine debe captar la atención del observador y comunicar de un golpe de vista la esencia y el tono de la película que anuncia.

El cartel cinematográfico nace a principios del siglo XX como invento de la propia industria cinematográfica. Desde entonces, ha acompañado a las películas y ha sido testigo de las evaluaciones estéticas y artísticas de cada época. Los elementos principales son las imágenes y la tipografía pero depende de su composición lo que determina su impacto y efecto.

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 en su preferencia que la vean o no. Muchos expertos consideran que se ha producido un retroceso en el diseño de los carteles.

Etapas:

Años 20: predominan los carteles artísticos en los que destacan las ilustraciones hechas a mano y las tipografías muy elaboradas, a modo de complemento. Utilizaban colores llamativos y uso principal de la litografía.

Años 30: esta década se considera como la Edad de Oro del cine. Estaban muy influido por el estilo Art Decó, que se caracteriza por los colores llamativos y las formas originales de las tipografías. Al mismo tiempo empiezan aparecer ilustraciones más trabajadas de algunas escenas de películas.

Años 40: empiezan a elaborar composiciones tipográficas mucho más arriesgadas y a centrar la atención, aún más, en los protagonistas.

Años 50: aquí nace la televisión, por lo que se viven cambios más notorios. Los diseños son mucho más conceptuales. La tipografía deja de ser un simple apoyo para convertirse en un elemento fundamental dentro de la composición.

Años 60: entra la fotografía, dejando a la ilustración en segundo lugar al convertirla en un simple acompañamiento del texto. La tendencia era componer carteles usando imáques de gran tamaño.

Años 70: empiezan a desarrollarse carteles de cine llamativos.

Años 80: regresa la ilustración con mucha fuerza, hasta el punto de rivalizar con la tipografía.

Años 90-2000: los carteles empiezan a diseñarse como en la actualidad: composiciones con fotografías sobre fondos.

Modalidades del cartel

Varias son las tipologías que se han hecho de los carteles e igualmente diverso es el acierto de ellas.

En cualquier caso más que confeccionar unas casillas perfectamente homogéneas y excluyentes pero escasamente ilustrativas (como sería, por ejemplo, por tamaños) lo que nos interesa es agrupar los carteles de acuerdo a algún criterio realmente significativo.

A nuestro entender cuatro serían esos criterios: tecnológico, estético, por las características del emisor o por el tipo de contenido. La tecnología ha determinado no sólo las facultades expresivas del cartel, también su lenguaje y hasta sus posibilidades estéticas.

Se supone, y así lo es claramente en la mayor parte de los casos, que los carteles de una misma categoría presentan amplias características comunes; y cuando existan divergencias notables entre ellos se harán éstas notar en un tratamiento individualizado de cada uno de los ejemplares

singulares.

De acuerdo con el planteamiento del problema y los objetivos obtenidos de la investigación propuesta, está tiene un ámbito de referencia sobre el cual se ha de construir conocimiento, en este caso se va identificar como un grupo social, tomando en cuenta la información de la Dirección General de Cine de la República Dominicana (DGCINE).

El tipo de investigación es longitudinal tratando el análisis de los carteles publicitarios de las películas de humor dominicanas del periodo 2016-2018 a través de la DGCINE y se llevará a cabo en el periodo Enero - Marzo 2019.



HIPÓTESIS

Los carteles publicitarios de las películas de humor dominicanas del periodo 2016-2018 presentan deficiencias en la composición de los elementos visuales.

Las deficiencias en la composición de los elementos visuales de los carteles publicitarios de las películas de humor dominicanas en el periodo 2016-2018 impide la percepción adecuada de los mismos por el espectador, lo que disminuye el alcance de audiencia de las mismas.

DISEÑO METODOLÓGICOS

Métodos

el llamado al consumo.

La cinematografía ha retornado como unos de los elementos publicitarios que han trascendido más allá de sus propias funciones. El concepto de consumo rápido ha alcanzado también a la industria cinematográfica y en la actualidad miles de películas son estrenadas al mismo tiempo, lo que da un papel protagónico a los carteles como uno de los principales medios publicitarios.

de los principales medios publicitarios.

Este análisis se realiza porque existe la necesidad de hacer las mejoras pertinentes de cada uno de los carteles publicitarios de las películas de humor dominicanas del periodo 2016-2018, utilizando los elementos visuales, la composición y las reglas tanto gráficas como publicitarias que son

Para lograr una buena recolección de información se utilizaran técnicas que sean capaces de tener en cuenta que los

adecuadas para cumplir el objetivo de los mismos que es,

protagonistas poseen experiencias que están determinadas por la interacción con su entorno, donde el investigado se abre al mundo de la subjetividad y de la afectividad, con una orientación interpretativa y participante de la acción que se desarrolla poniendo en evidencia la singularidad de los protagonistas al estar en una cultura como lo es la estudiantil.

La siguiente investigación se estará realizando los diferentes tipos de métodos las cuales son:

- **Descriptiva:** se hará un análisis de porqué los carteles publicitarios de las películas de humor dominicanas del periodo 2016-2018 presentan deficiencia en la composición de elementos visuales.
- Explicativa: en el análisis realizado ya sea por encuestas y entrevistas, se llegara a una conclusión en la que servirá para mejorar los carteles publicitarios de las películas de humor dominicanas del periodo 2016-2018.
- Exploratoria: se hará una investigación amplia y detallada de las demandas de los carteles publicitarios de las películas de humor dominicanas del periodo 2016-2018 para ver qué tanto influye su cartel en el mismo.
- **Técnicas:** esta investigación se realiza porque es necesario analizar desde el punto de vista de expertos en el área de la publicidad, a través de entrevistas y/o encuestas, la eficiencia en los carteles de películas de humor dominicanas en el periodo 2016-2018, esto con el fin de llegar a la conclusión de cuáles son los aspectos que impiden el éxito de alcance o percepción del espectador.

176

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- Noguera, M. S. (2002). Humor en el cine actual. Área abierta, 2.
- Studio, B. (27 de Enero de 2017). Befresh. Obtenido de Befresh: http://www.befresh-studio.com/blog/la-historia-del-cartel-cinematografico.html
- Zavala, L. (2017). Análisis Cinematográfico. Comunicación lenguaje y cultura, 12.
- Blanco, A. (2007). Cartelera cinematografico. Unam, 13.
- Ronald, B. (2001). Retorica de la imagen. Elementos de semiologia, 23.
- Rufi, J. P. (2010). El cartel del cine hoy. En J. P. Rufi, El cartel del cine hoy (pág. 88). Madrid, España.
- Tabuenca, M. (2008). El universo femenino analizando a traves de sus carteles cinematograficos. Dialnet, 13.

- Altmar, R. (2000). Los generos Cinematográficos . Buenos Aires, Argentina : Paidós Ibérica.
- Arnheim, R. (2005). Arte y percepción visual: Psicología del ojo creador. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Barnicoat, J. (1972). Los carteles. Su historia y su lenguaje. Barcelona, España: Gustavi Gili.
- Beltrán, F. (1993). La Supervivencia del Cartel. Revista TipoGráfica,, 21, p.30-31.
- Blanchard, G. (1988). La letra. España: CEAC.
- Blanco, A. (2007). Cartelera cinematografico. Madrid, España: Unam, 13.
- Braham, B. (1994). Manual del Diseñador Gráfico. España: Edificiones Celeste.
- Chaves, N. (19891). Pequeña Teoría del Cartel. Revista TipoGráfica, 8, P. 4-7.
- De Buen Unna, J. (2000). Manuel de Diseño Editorial. México DF:: Santillana.

178

ESQUEMA PRELIMINAR DE CONTENIDO

Introducción

Capitulo I.- Marco teórico

- 1.1 Cartel cinematográfico
- 1.1.1 Concepto
- 1.1.2 Antecedentes
- 1.1.3 Características
- 1.2 El cartel en la República Dominicana
- 1.2.1 Antecedentes
- 1.2.2 El cartel dominicano en la actualidad
- 1.2.3 El cartel de películas de humor
- 1.2.4 Características generales de películas de humor

Capitulo II.- Marco conceptual y referencial

- 2.1 Glosario
- 2.2 Metodología utilizada
- 2.3 Justificación
- 2.4 Objetivos
- 2.4.1 Objetivos General
- 2.4.2 Objetivos específicos

2.5 El cartel

- 2.5.1 Historia del cartel
- 2.5.2 El siglo XX
- 2.5.3 El cartel del cine
- 2.5.4 Teoría del color
- 2.5.5 Tipologías y clasificación
- 2.5.6 Recursos gráficos en los carteles
- 2.5.7 Composición de la imagen
- 2.5.8 Tipografía/Texto
- 2.5.9 Elementos decorativos y agregados
- 2.5.10 Medidas del cartel
- 2.5.11 Etapas del cartel cinematográficos

Capitulo III.- Análisis de los carteles publicitarios de películas de humor dominicana

- 3.1 Desarrollo del análisis
- 3.1.1 Películas 2016
- 3.1.2 Películas 2017
- 3.1.3 Películas 2018

Capitulo IV.- Análisis de los resultados

- 4.1 Muestra
- 4.1.1 Tamaño de la muestra
- 4.2 Resultados de la encuesta
- 4.3 Entrevistas
- 4.3.1 Miguel Alcántara
- 4.3.2 Josema Rodríguez
- 4.3.3 Eduardo Santos
- 4.3.4 María Tavárez
- 4.3.5 Daniel Luciano
- 4.3.6 Leonardo Rosario

Conclusión

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

APROBACIÓN DEL ANTEPROYECTO

