



---

**Universidad de Valladolid**

Curso 2020-2021

**Facultad de Filosofía y Letras**

**Grado en Periodismo**

**La comunicación publicitaria en los  
carteles de cine a través de las  
plataformas Netflix y HBO**

Presentado por **D. Carlos González Campos**

Tutora: **Ana Isabel Cea Navas**

Departamento: Historia Moderna, Contemporánea, y de América,  
Periodismo y Comunicación Audiovisual y Publicidad

Primera Convocatoria

**Título:** La comunicación publicitaria en los carteles de cine a través de las plataformas Netflix y HBO.

**Autor:** Carlos González Campos

**RESUMEN:** El cartel de cine se ha convertido en un elemento primordial a la hora de promocionar las obras cinematográficas desde su aparición como medio publicitario con los Hermanos Lumière hasta la actualidad. A partir de ese momento, el modo de creación ha ido evolucionado, especialmente respecto a los elementos que lo conformaban. En la década de los años 20 del siglo pasado surge un sistema de promoción denominado ‘*Star System*’ en el cual el elemento principal de los afiches eran los actores y las actrices de las propias obras como herramienta para llamar la atención del espectador. De esta manera podemos definir al cartel como una forma de representación de la obra cinematográfica cuya función comunicativa y función persuasiva contiene características visuales que incitan al público a su consumo. Esta investigación analiza las creaciones publicitarias gráficas de producciones de las plataformas Netflix y HBO del año 2020 y de elaboración propia, tanto series como películas, con el objetivo de conocer la manera de promoción de su contenido a través del cartel y la influencia que tuvo el sistema ‘*Star System*’ de los años 20 en el cartel actual. Además, queríamos conocer si existían semejanzas y diferencias entre los afiches de ambas plataformas, tanto en sus elementos tipográficos como en los icónicos.

**PALABRAS CLAVE:** Cartel cinematográfico, afiche, persuasión, Star System, espectador, Netflix, HBO.

**Title:** Advertising communication on movie posters through Netflix and HBO platforms.

**Author:** Carlos González campos

**ABSTRACT:** The movie poster has become an essential element in promoting cinematographic works since its appearance as an advertising medium with the Lumière Brothers until today. Since that time, the elements that formed it have evolved. In the 1920s, a system of promotion called ‘*Star System*’ emerged in which the main element of the posters were the actors and actresses of the works themselves as a tool to attract the attention of the viewer. In this way we can define the poster as a form of representation of the cinematographic work with a communicative function and another persuasive function and visual characteristics that incite the public to its consumption. This research analyzes the productions of the platforms Netflix and HBO of the year 2020 and of own elaboration, both series and films, with the aim of knowing the way to promote its content through the poster and the influence that the system ‘*Star System*’ of the 20s had today. In addition, we wanted to know if there were similarities and differences between the posters between both platforms, both in their typographical elements and in their iconic elements.

**KEY WORDS:** movie poster, billboard, persuasion, Star System, viewer, Netflix, HBO.

# INDICE

## Tabla de contenido

1.	Introducción .....	4
1.1.	Justificación.....	4
1.2.	Ámbito u objeto de estudio.....	4
1.3.	Estado de la cuestión.....	5
1.4.	Objetivos.....	5
2.	Metodología .....	7
2.1.	Método empleado.....	7
3.	Marco teórico.....	10
3.1.	Medios de comunicación: el cartel publicitario en el cine.....	10
3.1.1.	Elementos del cartel cinematográfico.....	12
3.2.	Plataformas.....	13
4.	Análisis empírico del uso del cartel publicitario en Netflix y HBO .....	15
5.	Resultados: .....	18
6.	Conclusiones.....	26
7.	Referencias bibliográficas .....	28
8.	Anexos.....	31

# **1. Introducción**

## **1.1. Justificación**

Las razones de la elección de este tema para la realización del trabajo de fin de grado “La comunicación publicitaria en los carteles de cine a través de las plataformas Netflix y HBO” se debe al interés por la comunicación publicitaria y el cine. Es relevante realizar un análisis comparativo de la comunicación publicitaria que hacen las plataformas de streaming a través de los carteles de cine de sus producciones. Además, siempre ha estado presente la atención por el ámbito de la comunicación publicitaria.

El siguiente trabajo pretende realizar un acercamiento histórico sobre el cartel publicitario, desde que los hermanos Lumière presentan a la sociedad el cinematógrafo. A raíz de ahí, se hará una evolución en el tiempo de la creación del cartel hasta llegar a la explosión de plataformas como Netflix y HBO.

A través del cartel de cine se puede observar los rasgos más significativos de la publicidad: personalidad del autor, arte, capacidad comunicativa, originalidad, etc.

En la era digital que vivimos actualmente, los medios de comunicación han tenido que reinventarse con la crisis del papel y adaptarse al mundo de internet para seguir avanzando con la sociedad, sin embargo, el cartel de cine sigue teniendo el protagonismo por su gran eficacia publicitaria y la rentabilidad económica que genera.

## **1.2. Ámbito u Objeto de estudio: el cartel en Netflix y HBO**

El presente trabajo tratará de analizar el uso que dan las plataformas de streaming Netflix y HBO del cartel cinematográfico como una herramienta publicitaria para promocionar sus producciones.

En cuanto a la muestra escogida para la elaboración del presente trabajo se ha elegido las producciones propias en el año 2020 de Netflix y HBO. Concretamente se analizarán 15 producciones de cada una de las marcas para poder hacer un análisis comparativo y que permita sacar así una serie de características identificativas y reflejar las semejanzas y diferencias que tienen en los carteles cinematográficos cada una de las plataformas.

### **1.3. Estado de la cuestión**

En cuanto al cartel cinematográfico en su conjunto, Francisco Javier Gómez (2002) hace un acercamiento histórico del cartel como medio de arte, comunicación y publicidad. Tras esto, realiza una clasificación de los elementos del cartel centrándose en la imagen y el texto y cómo puede convertirse en una seña de identidad de una producción la tipografía empleada. A partir de aquí, analiza las funciones del texto dentro del cartel cinematográfico, que se divide en dos ámbitos: el económico y el persuasivo. Un apartado secundario son las funciones ambientales, estéticas y creadoras. El autor concluye que las principales funciones que debe tener todo cartel publicitario son las de informar (a partir de los datos proporcionados por las imágenes) y la de persuadir (jugando con formas, colores, creando imágenes inusuales, etc.).

Por otro lado, José Patricio Pérez (2010) ha efectuado un análisis sobre la función del cartel de cine en la actualidad y como va variando y adaptando a la digitalización y a las nuevas tendencias en el ámbito de composición y diseño del mismo. El autor explica que el cartel elimina elementos superfluos para centrar la atención en los mínimos detalles, el denominado cartel minimalista.

Por su parte, Marta Flores y Manuel Montes (2017) realizaron una investigación sobre la construcción de cultura a través del cartel de cine, en la cual analizaron los afiches de las sagas cinematográficas para dar a entender el cartel de cine como medio de promoción de un producto cultural, pero, también, la aportación que tiene a la comunicación visual, que se convierte en una manifestación cultural.

Centrándonos en los estudios realizados sobre el cartel de cine como medio publicitario, numerosos autores han analizado el papel que juega a la hora del lanzamiento de una producción al público. Sandra Porcel (2018) se ha ocupado de las pautas de comunicación visual que siguen los carteles de las plataformas Netflix y HBO en España. En su trabajo, la autora hace un recorrido desde el nacimiento de la televisión en el año 1950 que llegaría a ser un elemento de masas, hasta la llegada de lo que ella denominó “hipertelevisión”, con la llegada de internet que ofrece un servicio más individualizado y, también, con la aparición de los nuevos participantes en el mercado televisivo, las plataformas de televisión de pago.

Nos basamos en los postulados de Perales Bazo para intentar mostrar que el empleo de fotografías de los actores o actrices en el cartel de cine capta especialmente la atención de los espectadores y persuadirlos para conseguir el propósito último del afiche, que es el de promoción de la obra.

### **1.4. Objetivos**

En esta investigación se plantean una serie de objetivos centrados en el cartel cinematográfico como medio de promoción de una producción fílmica.

Los objetivos de la investigación son los siguientes:

- Objetivo general:
  - Analizar el cartel cinematográfico de las producciones de las plataformas Netflix y HBO.
  
- Objetivos específicos:
  - Definir las características del cartel cinematográfico como medio de promoción de las producciones cinematográficas.
  - Observar similitudes y diferencias entre los carteles cinematográficos de las plataformas Netflix y HBO.
  - Descubrir qué elementos expresivos son predominantes en los carteles.
  - Detectar si las imágenes gráficas que configuran los carteles de cine de las plataformas utilizan fotografías del actor o actriz de la obra.
  - Comprobar si existe una influencia de las creaciones del cartel de la década de los 20 donde se incluía el *star system* para llamar la atención del espectador en los carteles de Netflix y HBO del 2020.

A partir de estos objetivos, se plantean una serie de preguntas de investigación:

- ¿Existen diferencias entre los carteles de Netflix y HBO?
- En los mismos géneros, ¿hay diferencias entre las plataformas?
- En ambas plataformas, ¿la creación del cartel se hace desde el personaje/actor como elemento protagonista?
- ¿Existen diferencias entre la tipografía de los títulos entre las plataformas?

Asimismo, los objetivos y las preguntas de investigación nos conducen a formular hipótesis:

**H1.** La imagen del actor o actriz de los filmes como elemento esencial de composición en la creación de los carteles cinematográficos de 2020 en las plataformas Netflix y HBO indican que existe una influencia del material gráfico empleado en la década de los años 20 para promocionar las películas.

**H2.** Los recursos expresivos utilizados en los carteles de Netflix y HBO que son empleados de manera recurrente persuaden al espectador e incitan al consumo de las películas.

## 2. Metodología

### 2.1. Método empleado

La investigación ha sido desarrollada a través de una metodología cuantitativa descriptiva basada en la medición numérica a través de diferentes variables (Sampieri, Fernández-Collado y Baptista, 2014:5).

Se realizará un análisis de contenido de los carteles de manera sistemática y jerarquizada. Se establecen 19 variables de análisis (definidas en el anexo 2). La investigación se centra también en aspectos gráficos para concretar relaciones de diferencias y semejanzas entre los diferentes géneros analizados y ver, también, similitudes o diferencias entre las diferentes plataformas. A continuación, exponemos la tabla utilizada que permite cuantificar las unidades de análisis:

Nivel de iconicidad
Composición
Fuente de iluminación
Escenario
Personajes
Pose del personaje
kinésica
lenguaje no verbal
Encuadre
Ubicación del signo lingüístico
Letra
Formato y color letra
Cuerpo letra
Dimensión tipográfica
Alusión gráfica y grafismo
Signo icónico
Posición signo icónico
Tipología cromática
Connotación gráfica

*Fuente: elaboración propia*

De esta manera, se eligen 20 producciones de una manera aleatoria, del año 2020 de cada una de las plataformas, lo que conforma un grupo de 40 filmes en total a analizar que promocionan estas producciones de Netflix y HBO. Se han elaborado dos tablas para exponer los títulos de cada una de las obras, incluidas en el apartado 4 del proyecto (análisis empírico del uso del cartel publicitario en Netflix y HBO).

El análisis de esta investigación estará centrado en el estudio de la parte icónica de los carteles de las producciones, ya que son los que cumplen con esa función informadora que une al emisor y al receptor y hace que el espectador elija una obra y no otra, en definitiva, esa capacidad de persuasión característica del cartel cinematográfico. El

trabajo, por lo tanto, se centra en los elementos icónicos de los carteles de las producciones para observar que el recurso más empleado es la imagen de los actores y actrices, “las estrellas”, influencia evidente de los años 20, donde el *Star System* está presente y sirve como medio/instrumento de propaganda para los filmes.

Actualmente, hemos observado que el cartel de cine en estas plataformas, Netflix y HBO, también recurre a la idea de incluir a los/las intérpretes en sus imágenes-poster promocionales. Así, nos inclinamos a pensar que el actual cartel está inspirado en esta concepción del *Star System* de la década de los 20.

Retomando la doble vertiente de la función del cartel de cine (comunicación y persuasión), podemos realizar dos lecturas: una denotativa (informativa) y otra connotativa (persuasión). En palabras de Françoise Enel (1977: 16):

“El cartel no debe ser solamente argumental, sino sobre todo sugestivo insinuante. Combina en el seno de una misma configuración símbolos intencionales que constituyen en el enunciado de la denotación: representación del producto, sus funciones, sus cualidades... y símbolos interpretativos que constituyen el enunciado de la connotación: un dato cultural o estético que va a provocar en el receptor reacciones afectivas y elaborar un mundo suprasensorial, desbordando el ámbito de los signos”.

El hecho de incluir la imagen del actor o actriz en el cartel, la estrella en el afiche, como ya se ha apuntado, es una herramienta publicitaria de gran rentabilidad. Según afirma Perales Bazo (1999: 40):

“La figura del protagonista ha estado desde el principio unida al actor o actriz que lo representa”.

Desde que surge el *Star-system* y hasta los años 70, el actor se convierte en el signo icónico dentro del cartel cinematográfico con mayor reclamo para los espectadores. Explica Sánchez López:

“Lo importante en los carteles que contienen estrellas es que se puede reconocer de manera rápida y certera a la estrella, que es el mejor y más seguro reclamo de la película” (1997: 64).

Cuando se consolida este sistema de representación de la estrella dentro de la obra para llamar la atención y conseguir persuadir a la audiencia, empieza un movimiento de “falsificación” de la imagen para mejorar su aspecto. En palabras de Perales Bazo:

“Se había iniciado una técnica que consistía en la estilización premeditada, con un tamaño superior al del ser humano y con una perfección que distaba del resto de mortales” (1999: 140)

A raíz del gran éxito que tiene este sistema de representación de la estrella en el afiche, se generaliza en el mundo. Perales Bazo (1999: 161-164), aproxima algunas características comunes:

- Figura del protagonista como tema principal de la obra. El actor y el personaje se combinan. Se introduce, posteriormente, la imagen del antagonista enfrentándose al actor principal. Esto se consolida en los ochenta como signo visual.



- La cara como elemento más representativo de la estrella.
- Fondos neutros o monocromáticos con el objetivo de dar mayor fuerza al protagonista.
- Se plasman más personas en plano entero para reforzar el tema del filme, si el rostro del protagonista contribuye a ello.

En otro punto, si la temática del filme carece de importancia, la estrella se convierte en el eje central por su poder de representación:

- Semblante como único signo visual (popularidad)
- Se recurre a la inclusión del cuerpo entero para aportar mayor riqueza informativa (sobre todo si se incluyen más personajes).

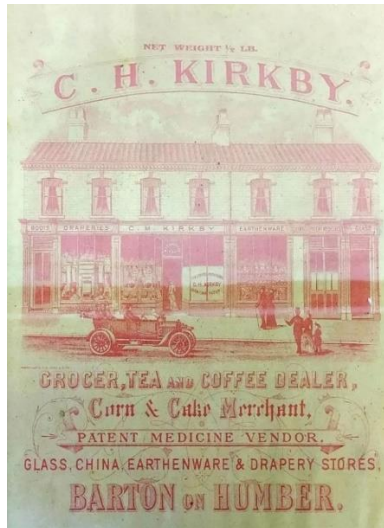
Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, se procederá a la elaboración de una lista de producciones cinematográficas de las plataformas Netflix y HBO del año 2020 y se investigará qué elementos predominan en sus carteles.

### 3. Marco teórico

#### 3.1. Medios de comunicación: el cartel publicitario en el cine

El primer cartel impreso data del año 1477, con la obra de William Caxton. A pesar de esto, el cartel publicitario como lo entendemos a día de hoy surge en la segunda mitad del siglo XIX en diferentes países como Francia o Gran Bretaña. A partir de este momento el cartel se consolida como instrumento publicitario. Posteriormente, pasará por diferentes etapas de apogeo gracias a pintores prestigiosos como Marcellin Auzolle, pintor francés.

CARTEL PUBLICITARIO DE C.H. KIRKBY. PAPEL IMPRESO. GRAN BRETAÑA. SIGLO XIX



*Fuente: Todo colección*

Remontándonos al inicio del cartel de cine como medio publicitario, tenemos que hablar de los hermanos Lumière.

Con la llegada del cinematógrafo, empiezan a surgir nuevas fórmulas para los espectáculos audiovisuales. La primera proyectada fue *Salida de la fábrica Lumière* en el año 1895.

Los hermanos Lumière recurrirán al cartel para dar a conocer sus proyectos. Podemos hablar de la primera forma de publicidad de cine. De esta manera, podemos decir que el cartel cinematográfico es una representación de la obra con una función comunicativa y con una serie de características visuales que incitan al público a su consumo.

En cualquier espectáculo a lo largo de la historia, el cartel publicitario ha sido el gran aliado de las producciones. Autores como J. Reanau, en el año 1976, definen el cartel de cine como:

“El cartel es un ‘medio impreso escríptico-icónico’, que se diferencia de su antecesor, el libro ilustrado, en por lo menos tres rasgos: en el protagonismo de la imagen y la complementariedad del texto escrito, en su emplazamiento estable en un soporte inmovilizado y en su función pública en espacios comunitarios” (p. 79).

Por otra parte, Julio Pérez Perucha explica:

“El cartel se propone como objeto prioritario de su existencia la venta de un producto o la calificación favorable de un servicio que debe ser socialmente legitimado” (1986: 9).

Para concretar un poco más, podemos utilizar la definición de Cartel del autor Rafael R. Tranche (1994: 135), que dice que es la síntesis de la obra y su diseño responde a los rasgos más característicos de la obra y que, para ello, emplea un lenguaje telegráfico que refleja la idea temática. Además, explica que la forma, el tamaño, el color y la disposición de los elementos tipográficos deben formar una imagen impactante y atractiva que enganchen al espectador.

A partir del año 1920 se empezaba a destacar en los carteles a los actores y actrices. Se trata del *Star System*. Se empieza a considerar a los actores como herramienta de promoción de una producción, por lo tanto, se decantaban los autores por:

“Trabajar con ‘factores tangibles’ [...] que con otros ‘intangibles’ de los que nada sabían” (Powdermaker, 1950: 228).

En cuanto a este nuevo sistema que aparece, tiene un crecimiento explosivo durante la década de los años 30.

“El star system cinematográfico supuso un salto cualitativo en relación con el anterior divismo en el mundo del teatro, de la ópera o del ballet [...] fue en buena medida un subproducto del invento del primer plano” (Gubern, 1994: 16)

El cartel publicitario no constituye un fin en sí mismo, sino que es un medio que pretende conseguir un fin, que es la comunicación entre el comerciante productor de esa obra y el público al que va dirigido.

Según explica Barnicoat en su libro “*Los carteles, su historia y su lenguaje*” (1972): “el diseñador de afiches no inicia la noticia, solo la transmite; y su función es proporcionar un motivo publicitario atractivo, que sea claro en su mensaje y que se ajuste a su referente” (1976: 81).

En otras épocas los filmes eran estrenados en diferentes fechas según el país, pero en la actualidad los estrenos son de manera simultánea en todo el mundo, lo que elimina el argumento publicitario de ser un “éxito” en otras capitales del mundo. Por esto, es necesaria una campaña publicitaria diseñada específicamente para cada producción.

Con la aparición de las nuevas tecnologías y, en concreto, la televisión, el cartel publicitario podría haber pasado a un segundo plano. Nuevas maneras de publicidad como programas especializados en cine, que muestran nuevos formatos como ‘Making-off’,

hacen que el espectador se interese por el filme. A pesar de estos nuevos formatos, la característica principal del cartel cinematográfico es llevar al espectador o consumidor final la primera imagen de la obra para así formar en él un concepto positivo o negativo de ella. Francisco Perales Bazo señala:

“No podemos olvidar que el futuro espectador, antes de entrar al cine, observa primero el cartel. Las sensaciones que le transmite, el equilibrio pictórico, las sugerencias narrativas y los rostros de los intérpretes son, en gran parte, los responsables últimos de su elección” (1995: 5).

En definitiva, podemos definir como cartel cinematográfico como producto de la industria cultural cuya principal función comercial es la del consumo final del producto que promociona y con una naturaleza artística e industrial, cuyo fin último es el lucro.

### **3.1.1. Elementos del cartel cinematográfico**

En cuanto a su valor dentro de una obra, tiene una doble función: informar sobre las características de la producción. En palabras de Enel (1977), por un lado, informa, de ahí que utilice el código textual para el título, actores, directores, etc., y por otro, usa la imagen para persuadir:

Centrándonos en los elementos que podemos encontrar en el cartel cinematográfico, principalmente son el texto y la imagen.

“El cartelista debe saber cómo combinar estos elementos para crear una significación atractiva y eficaz que responde a las dos principales funciones del cartel cinematográfico: informar y persuadir” (Gómez Pérez, 2002: 206)

La parte gráfica del cartel es el título de la película, que es la más importante y suelen aparecer información sobre el director, actores, productores, etc., y en ocasiones algún reconocimiento publicitario. También hay que fijarse en la tipografía empleada, el tamaño, la ubicación dentro del cartel, color, etc.

En cuanto a los elementos visuales, deben captar la atención del espectador e intentar seducirle, cuántos se repiten y cuáles predominan para captar la atención del público. Aquí entran en juego la fotografía, encuadre, personajes, etc., en general, cualquier elemento capaz de generar significado. En definitiva, el texto refuerza la parte icónica del cartel. Los recursos expresivos de la imagen cumplen con esa función informadora. Relaciona a un emisor con un receptor para llevar al espectador lo que quiere mostrar la producción y poder persuadirle eligiendo esa obra y no otra. Para ello, todos los elementos del cartel deben estar equilibrados, según explicó Perales Bazo:

“La imagen posee un valor de iconicidad muy superior al de otros signos, pero tiene también un alto valor polisémico. Esto hace imprescindible la dualidad imagen-texto, para evitar imprecisiones en la captación del contenido del cartel además de para ofrecer otras informaciones que la imagen no puede aportar por sí misma” (1999: 43)

### 3.2. Plataformas

- **Netflix**

En el año 1997, a Reed Hastings se le ocurrirá una idea de negocio muy innovadora. En ese año alquiló una película a la compañía Blockbuster y se le olvidó devolverla, lo que le supuso perder 30 dólares.

A partir de esto, junto a Marc Randolph fundarán en agosto de ese mismo año la compañía Netflix. En principio se trataba de una empresa de venta y alquiler de DVD's a través de internet. En el año 1999 surgirá un nuevo sistema, por 15,95 dólares los usuarios podrían alquilar sin límite de devolución ni cobros por retrasos las películas.

El gran éxito viene de la comodidad que ofrece al usuario, que no tiene que consumir anuncios en la plataforma, como pasas en otras webs de vídeo ilegales, y tiene la opción de descarga para ver los contenidos sin conexión.

La compañía, que actualmente está presente en 190 países, llegará a España en el año 2015.

En cuanto al contenido, Netflix optó por eliminar la publicación de sus producciones en serie, es decir, se decidió estrenar todos los contenidos de una serie a la vez.

En el marketing de sus productos, deben transmitir la mayor cantidad de información posible sobre la obra simplemente observando el cartel.

Netflix se aleja del modelo de televisión lineal, lo que invita a las “maratones” de episodios o sagas, y esto se ve reflejado en las estrategias que utilizan para la comunicación.

Aquí podemos observar, además, como utilizan el sistema *Star System* evolucionado a la actualidad, donde utilizan personajes famosos para promocionar sus contenidos, como de la promoción de sus contenidos por parte de Esperanza Gracia.

En comunicación y publicidad en exteriores, la marca ha conseguido generar gran impacto por sus llamativas campañas. Como ejemplo está la campaña de navidad de la serie *Narcos*, donde hacían referencia a la cocaína.

*Imagen 1: cartel publicitario Narcos*



*Fuente: Netflix*

- **HBO**

La plataforma HBO (Home Box Office) se trata de un canal de televisión estadounidense por suscripción, cuya propiedad la posee WarnerMedia.

Es el primer canal de cable y satélite por Charles Francis Dolan. Dolan presentó su proyecto a la compañía Time Life y, de esta idea, surge Home Box Office (HBO) el 8 de noviembre de 1972 en Pennsylvania. Empezará su vida utilizando las microondas para su programación.

Nace con el slogan *'Different and First'* resaltando que era una plataforma que ofrecía estrenos antes que los canales convencionales.

El primer contenido que mostró fue un partido de los New York Rangers contra los Vancouver Canucks. Esa misma noche se emitirá la primera película *'Sometimes a Great Notion'*.

En cuanto a la programación, HBO tiene contratos con Warner Bros, Sony Pictures Entertainment, The Walt Disney Company y Universal Studios.

En el año 1990 empiezan a producir contenidos propios en exclusiva. La primera será *Dream On*, que llegó a España a través de Canal +. Tras el éxito de la serie, en el año 1994 los creadores fueron contratados para un nuevo proyecto, *Friends*.

A partir de este momento comienza el gran despegue de la plataforma con la inclusión de un gran número de contenidos propios y programas especiales. Cambiarán el slogan a *HBO, It's not TV* (HBO, no es televisión). Con esta llamada de atención pretendía diferenciarse de la televisión y posicionarse como un servicio exclusivo.

En cuanto a la publicidad de sus contenidos, la marca utiliza en ocasiones carteles muy agresivos con el propósito de generar debate en la sociedad y viralizar sus contenidos. El ejemplo más claro y más potente del año 2020 lo encontramos en el cartel de la serie *'Patria'*.

*Imagen 2: Cartel publicitario Patria*



*Fuente: HBO*

Un ejemplo claro es el cartel cinematográfico de la serie ‘Patria’. Con esta imagen, de apariencia simple, hizo falta poco más para que explotaran las redes sociales. En su cuenta de Twitter se mostró con el eslogan: “*Todos somos parte de esta historia*”.

#### 4. Análisis empírico del uso del cartel publicitario en Netflix y HBO

En este apartado de la investigación se han analizado la muestra: los carteles de las 40 obras cinematográficas de las plataformas Netflix y HBO. Debido a su amplia extensión, el estudio de las variables que como venimos diciendo, permiten observar las similitudes y/o diferencias en los carteles de ambos proveedores, se han incluido en el apartado de anexos. Las obras elegidas para el estudio son las siguientes:

<b>Netflix:</b>
• Mi primer beso 2
• Chicas perdidas
• A traición
• El practicante
• Hogar
• Bronx
• El diablo a todas horas
• Rebeca
• Dangerous lies
• Isi y Ossi
• Todos mis amigos están muertos
• Violet y Finch
• Recambio de princesa
• Spenser: Confidencial
• Proyecto power
• Esta mierda me supera
• El Halloween de Hubie
• The baby sitter: killer queen
• Nadie duerme en el bosque esta noche
• El cadáver

*Fuente: elaboración propia*

<b>HBO:</b>
• Podría destruirte
• 30 monedas
• Perry Mason
• Industry
• La innegable verdad
• Territorio Lovecraft
• The new Pope
• The Undoing
• Patria
• El visitante
• El tercer día
• We are who we are
• Avenue 5
• Run
• En casa
• Por H o por B
• Escenario 0
• Cormoran Strike: Blanco letal
• Déjales hablar
• Encurtido en el tiempo

*Fuente: elaboración propia*

Para realizar la investigación resulta necesario definir las variables que se estudiarán en los afiches para establecer las diferencias o semejanzas entre las distintas plataformas.

<b>Variable</b>	<b>Definición</b>	<b>Categorías</b>
<b>Nivel de iconicidad</b>	Similitud entre referente y signo icónico	1. Hiperrealista; 2. Realista; 3. Figurativa no realista; 4. Esquemática; 5. No figurativa
<b>Composición</b>	Distribución de cada uno de los elementos dentro del cartel	1. Aleatoria; 2. Secuencial
<b>Fuente de iluminación</b>	Luz existente en el cartel	1. Natural; 2. Artificial
<b>Escenario</b>	Espacio de la escena de la producción	1. Concreto; 2. Indeterminado
<b>Personajes</b>	Cantidad de personajes que aparecen en el cartel	(abierta)
<b>Pose modelo</b>		1. Frontal; 2. Perfil; 3. Tres cuartos.
<b>kinésica</b>		1. Estático; 2. movimiento
<b>Lenguaje no verbal</b>	De los personajes	1. Alegre; 2. Enfadado; 3. Triste; 4. defensa; 5.



		Pensativo; 6. Actitud chulesca; 7. Miedo/inquietud; 8. Agresivo/perturbado; 9. Alocado; 10. Tranquilo; 11. Apasionado
<b>Encuadre</b>	Encuadre utilizado	1. Amplio; 2. Medio; 3. Cerrado
<b>Ubicación signo lingüístico</b>	Posición del signo dentro del cartel	1. Margen izquierdo; 2. Margen derecho; 3. Centrado; 4. Mitad superior; 5. Mitad inferior; 6. detrás
<b>Letra</b>	Forma en que la letra está representada	1. Mayúscula; 2. Minúscula; 3. Capital; 4. indeterminado
<b>Formato y color letra</b>	Si posee relleno de color	1. Posee; 2. No posee
<b>Cuerpo letra</b>	Variantes de trazo	1. Cursiva; 2. Delgada; 3. Normal; 4. Negrita; 5. Subrayada; 6. Borrosa; 7. indeterminado
<b>Dimensión tipográfica</b>	Tamaño en relación con los demás elementos del cartel	1. Grande; 2. Normal; 3. pequeña
<b>Alusión gráfica y grafismo</b>	Identificación del género de la película con los signos plásticos de la imagen. Y si el texto aparece acompañado con recursos gráficos	1. Alude a su género; 2. No alude a su género
<b>Signo icónico y dimensión</b>	Existencia en el título	1. Si; No 2. Bidimensional; tridimensional
<b>Posición signo icónico</b>	Colocación dentro del cartel	1. Izquierda; 2. Derecha; 3. Arriba; 4. Abajo; 5. Delante; 6. Detrás; 7. integrado
<b>Tipología cromática</b>	Colores empleados en el signo icónico	1. Color 2. Blanco y negro
<b>Connotación gráfica</b>		Acción; violencia; pasión; terror/suspense; diversión; naturaleza; peligro/maldad; Poder/lujo; Drama/melancólico

Fuente: elaboración propia

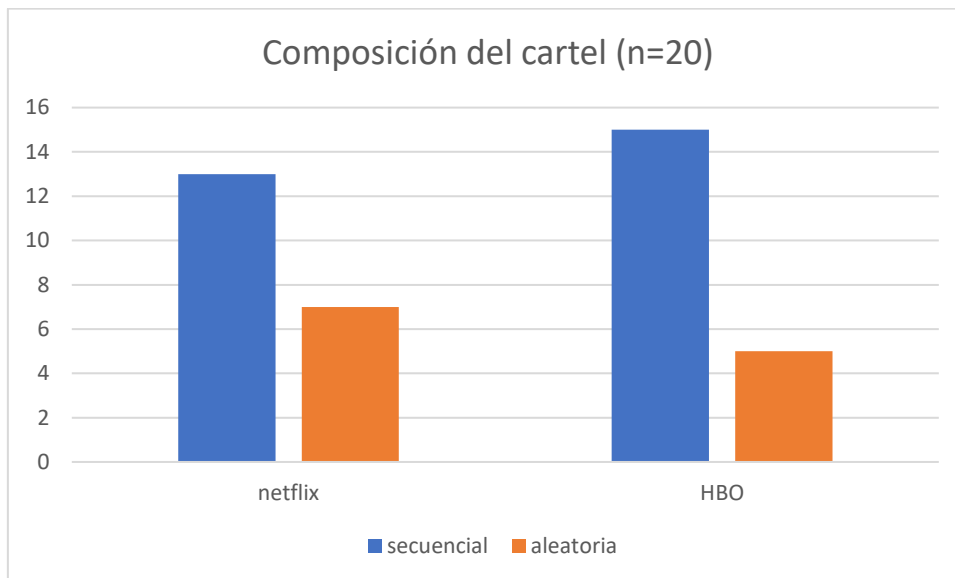
## 5. Resultados:

Tras realizar el análisis de los carteles de las plataformas Netflix y exponemos los resultados de las variables de la investigación.

El análisis sobre la iconicidad de los carteles de Netflix revela que un 45% de la cartelería es realista, un 30% hiperrealista y un 20% figurativa no representativa. Solamente uno de los carteles era no figurativo. Fijándonos en HBO, la mitad eran hiperrealistas, un 45% realistas y un 5% figurativos no realistas.

Observando la composición de los carteles observamos que un 65% de los afiches de Netflix se diseñaron de manera secuencial, frente al 35% que se construyeron aleatoriamente. En HBO es semejante, un 75% se crearon secuencialmente y un 25% de forma aleatoria.

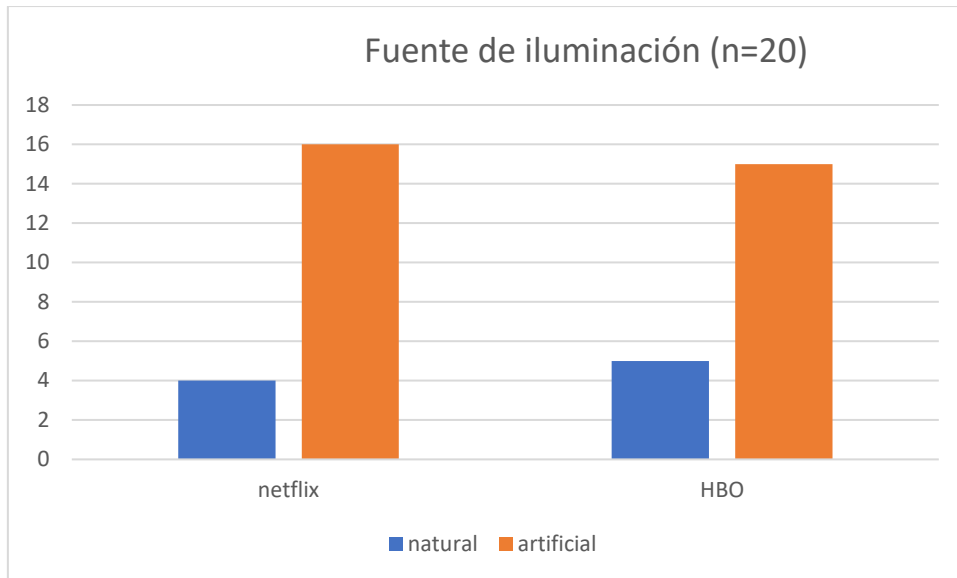
*Gráfico 1: composición del cartel*



*Fuente: elaboración propia*

La fuente de iluminación principal en Netflix era artificial (80% de los carteles). Un 20% utilizaron luz natural, en todos ellos resaltando el paisaje del cartel. En la otra plataforma también es semejante, donde predomina la luz artificial (75%), frente a la natural (25%)

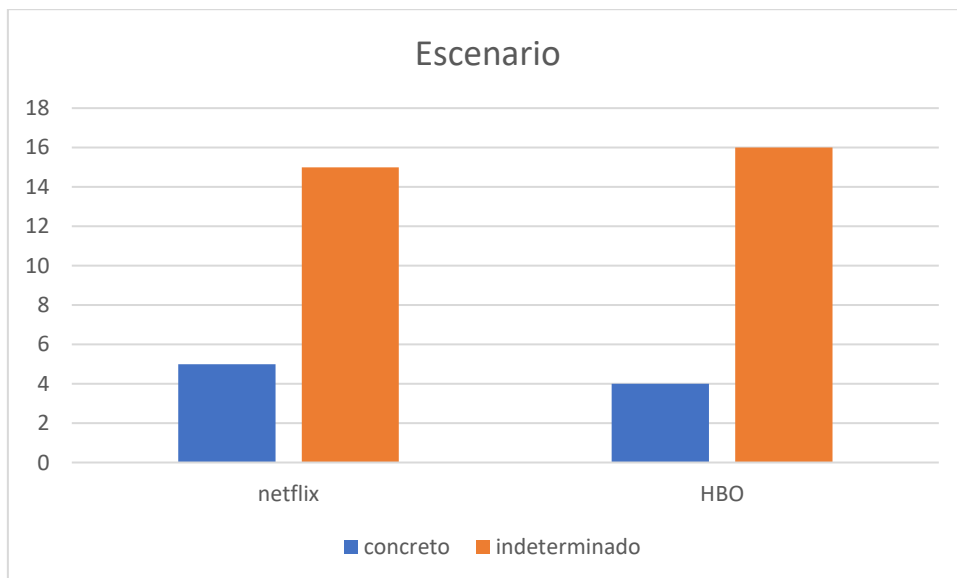
Gráfico 2: Fuente de iluminación en el cartel



Fuente: elaboración propia

En Netflix, el escenario que se mostraba podemos decir que la cuarta parte de los afiches analizados eran concretos y un 75% era indeterminado. En HBO, un 20% el escenario era específico frente al 80% que era indeterminado.

Gráfico 3: Escenario del cartel



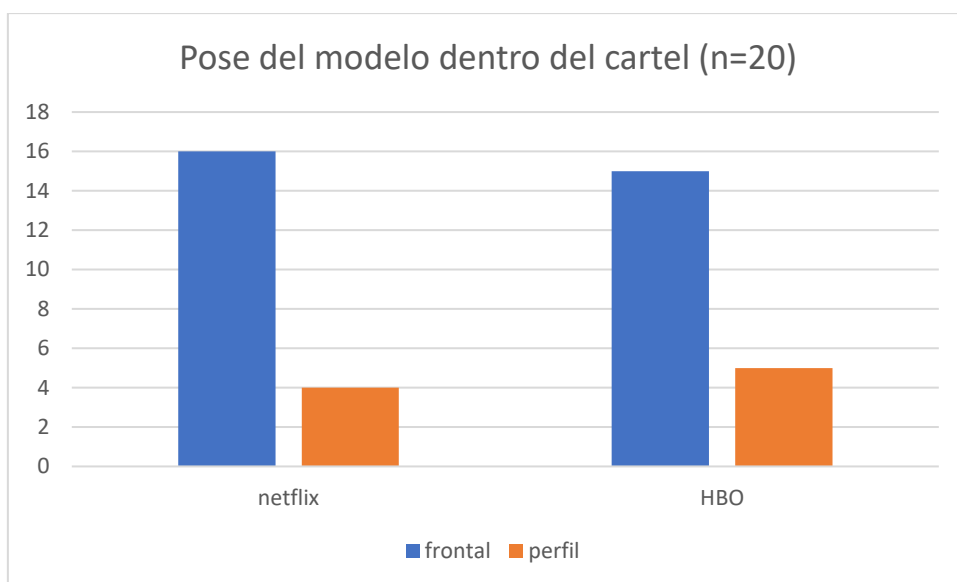
Fuente: elaboración propia

Los personajes que conformaban la obra, el 75% mostraban entre uno y tres actores. El 25% restante mostraba más de 3 personajes. Fijándonos en la pose que tenía los actores en el cartel, observamos que en la mayoría de ellos tenían una pose frontal en el afiche, concretamente un 80% (16 carteles de 20) y cuatro tenían una posición de los personajes

de perfil. Siguiendo este análisis, el 95% de los protagonistas mantenían una kinésica estática.

Respecto a la plataforma HBO podemos observar que un 70% de los carteles muestran uno o dos personajes y un 30% incluyen más de tres. La posición de los actores o actrices que aparecen en la composición es frontal en un 75% de frente a la cámara, frente a un 25% que se sitúa de perfil y un 90% permanecen estáticos.

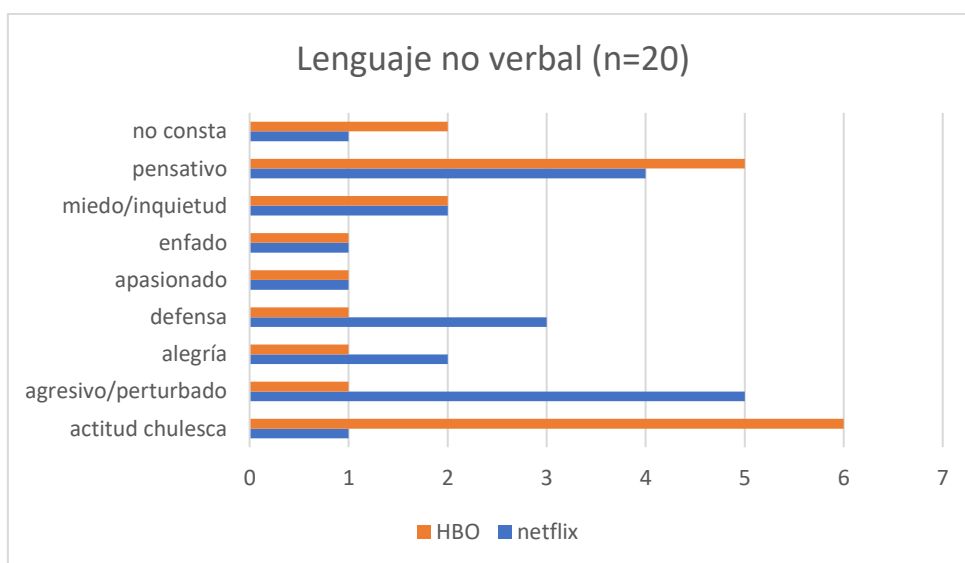
Gráfico 4: pose del modelo



Fuente: elaboración propia

En cuanto al lenguaje no verbal podemos apreciar que en la plataforma Netflix el estado que más predomina en los personajes que aparecen en el afiche es el de “agresivo/perturbado” (25%). Sin embargo, en HBO los personajes muestran más una “actitud chulesca” (30%).

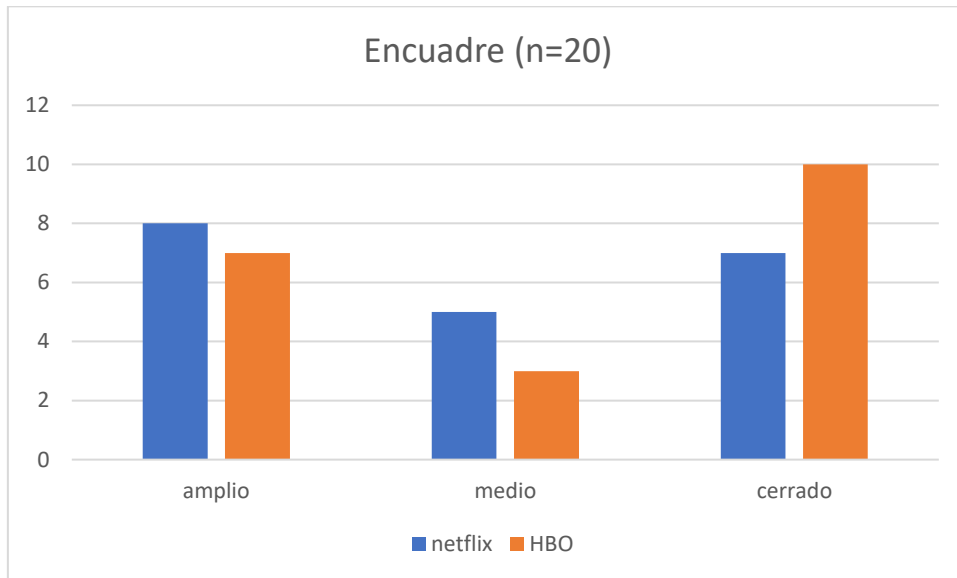
Gráfico 5: lenguaje no verbal



Fuente: elaboración propia

El estudio sobre el encuadre utilizado en los carteles de Netflix revela que predomina un modo abierto en un 40%, cerrado en un 35% y medio en un 25%. La plataforma HBO cambia su forma de composición: la mitad de la cartelería analizada utilizó un encuadre cerrado, seguido del abierto (35%) y, en menor índice, el medio (15%).

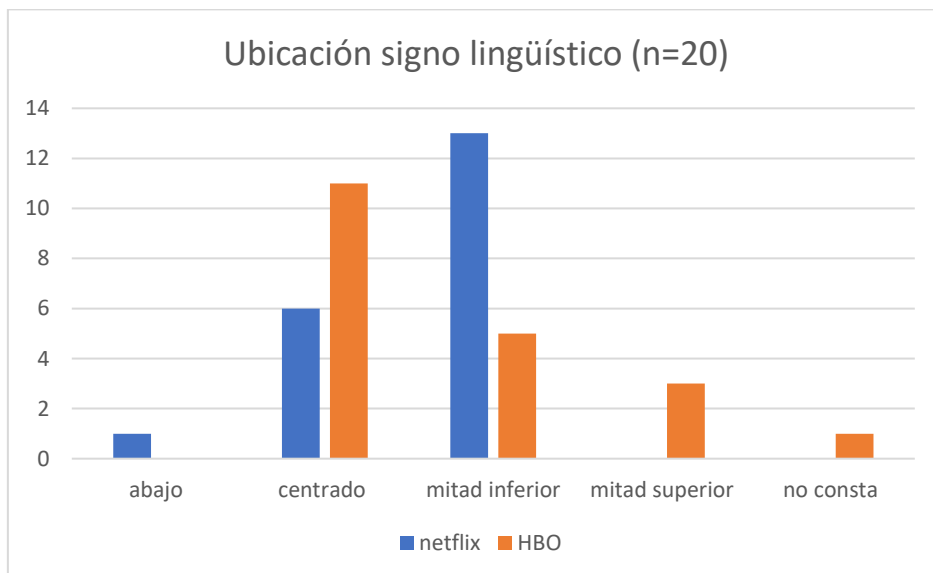
Gráfico 6: encuadre



Fuente: elaboración propia

En cuanto a la ubicación del signo lingüístico dentro de los afiches podemos observar que en Netflix su ubicación predomina en la mitad inferior del cartel en un 65%. En HBO cambia: la posición del signo lingüístico que más se utiliza es “centrado”, en un 55%.

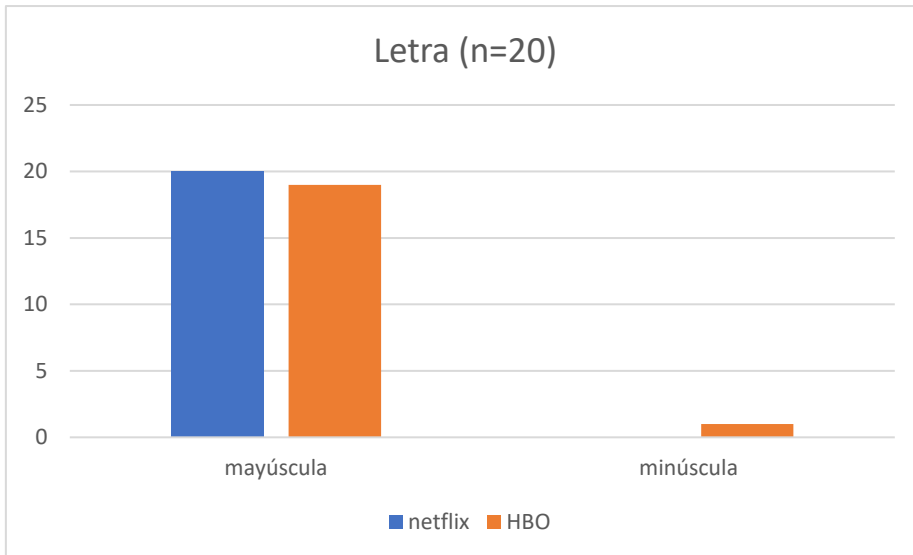
Gráfico 7: Ubicación signo lingüístico



Fuente: elaboración propia

El elemento textual predominante en los carteles de ambas plataformas es la letra mayúscula. Solamente en un cartel de HBO encontramos que se ha recurrido al uso de letra minúscula y el 80% si posee relleno, frente a un 15% que no poseía relleno de color y un cartel que no tenía ningún elemento textual. En la cartelería de Netflix se observa que en todas sus composiciones contienen relleno de color.

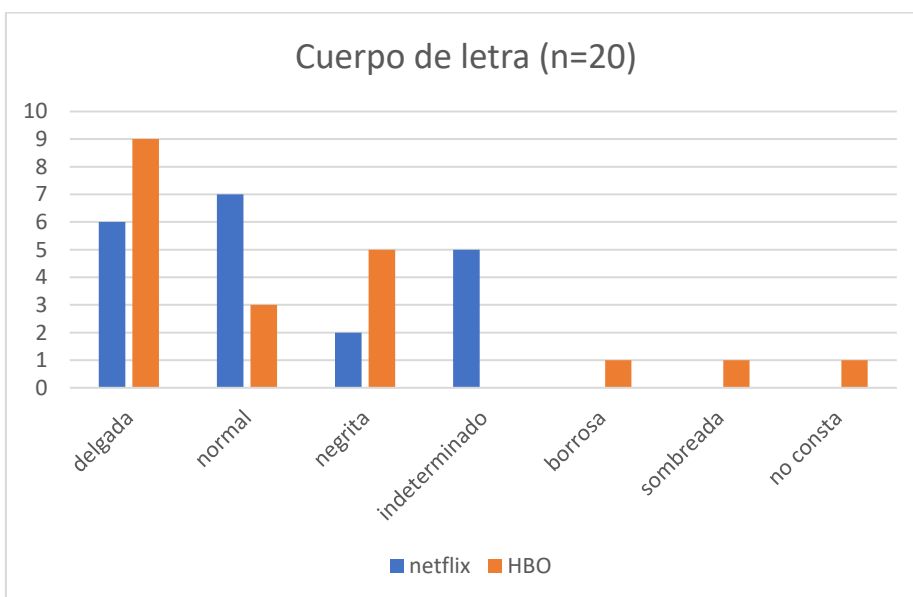
Gráfico 8: letra



Fuente: elaboración propia

Si atendemos al cuerpo de letra utilizada, encontramos que en Netflix utilizan la letra normal (35%), delgada (30%), negrita (10%) e indeterminado (25%). En HBO cambia el cuerpo de letra utilizado: predomina la letra delgada en un 45%, negrita en un 25%, normal en un 15% y, en menor medida, borrosa, sombreada y no consta en un 5% cada una.

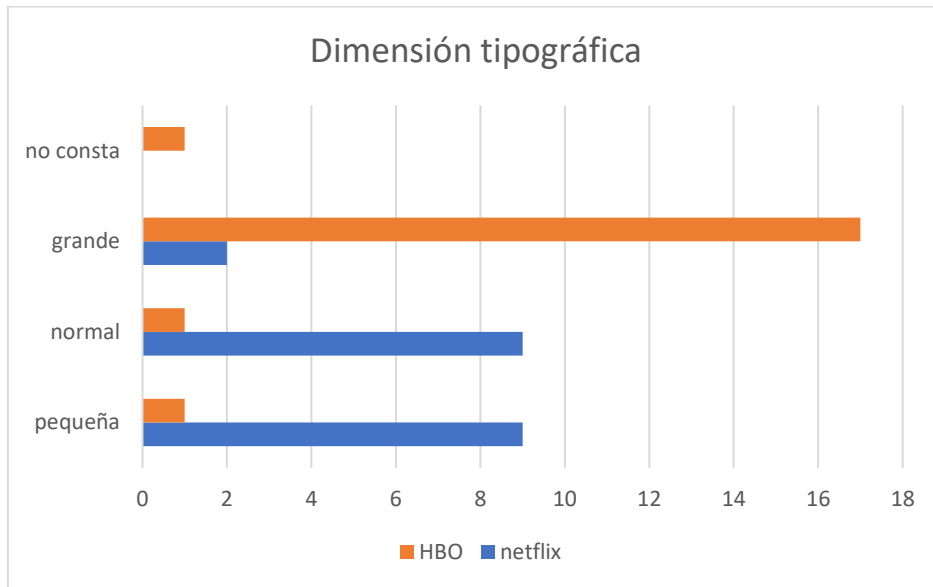
Gráfico 9: Cuerpo de letra



Fuente: elaboración propia

Observando la variable “dimensión tipográfica” es donde encontramos las mayores diferencias entre las plataformas. En Netflix la tipografía elegida es normal y pequeña, con un 45% respectivamente y, en mucha menor medida, utilizan la letra grande, con un 10%. En HBO encontramos grandes diferencias, en un 85% de los carteles analizados encontramos que la dimensión tipográfica es grande. La normal y la pequeña se emplean en un 5%, respectivamente y, por último, en un 5% también no consta la dimensión tipográfica.

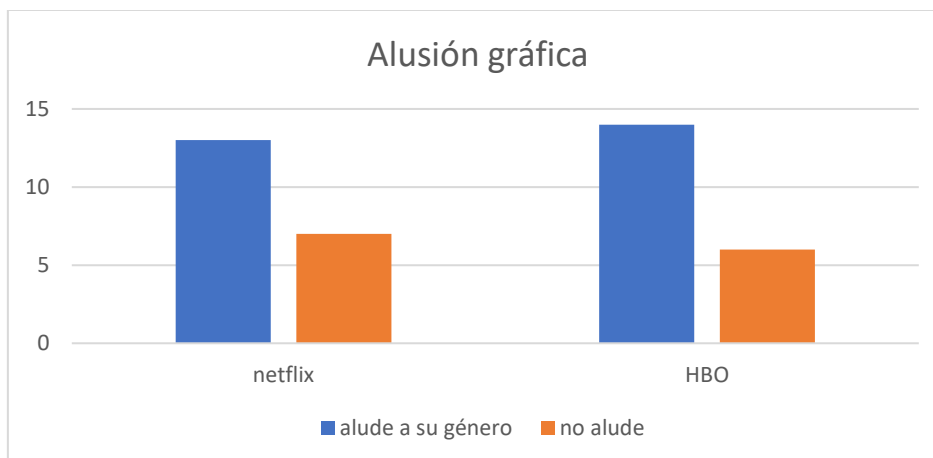
Gráfico 10: Dimensión tipográfica



Fuente: elaboración propia

En la variable “alusión gráfica y grafismo”, donde analizamos si los elementos que conforman el cartel hacen que se pueda establecer relación de él con el género del filme, encontramos que, en Netflix, un 65% de la cartelería sí que alude a su género, frente a un 35% que no. En HBO cambia ligeramente, un 70% sí tiene relación con su género frente a un 30% que no.

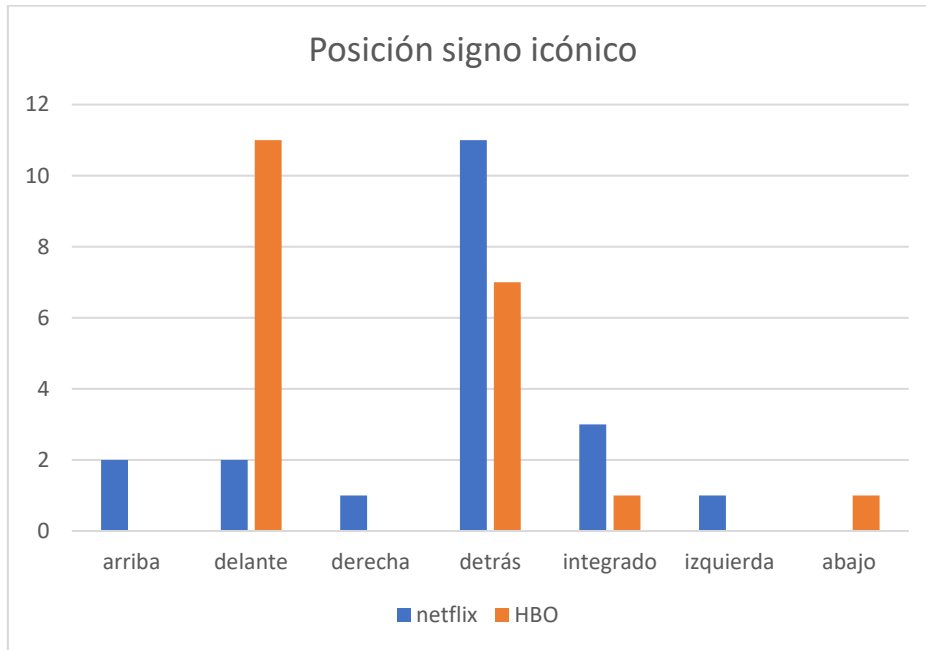
Gráfico 11: alusión gráfica



Fuente: elaboración propia

En cuando a la dimensión del signo icónico, se muestra que el 80% o más en ambas plataformas son tridimensionales. Además, si nos fijamos en la posición podemos observar que en Netflix destaca su ubicación detrás en el cartel y en HBO delante.

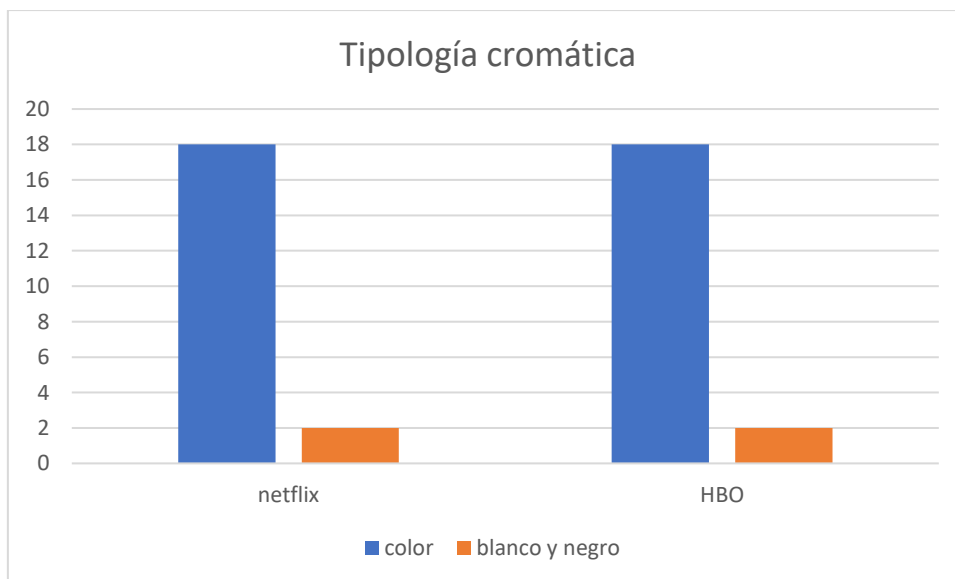
Gráfico 12: Posición signo icónico



Fuente: elaboración propia

En la tipología cromática de los afiches de ambas marcas, encontramos que el 90% de los carteles poseen color y el 10% de ellos era en blanco y negro.

Gráfico 13: tipología cromática

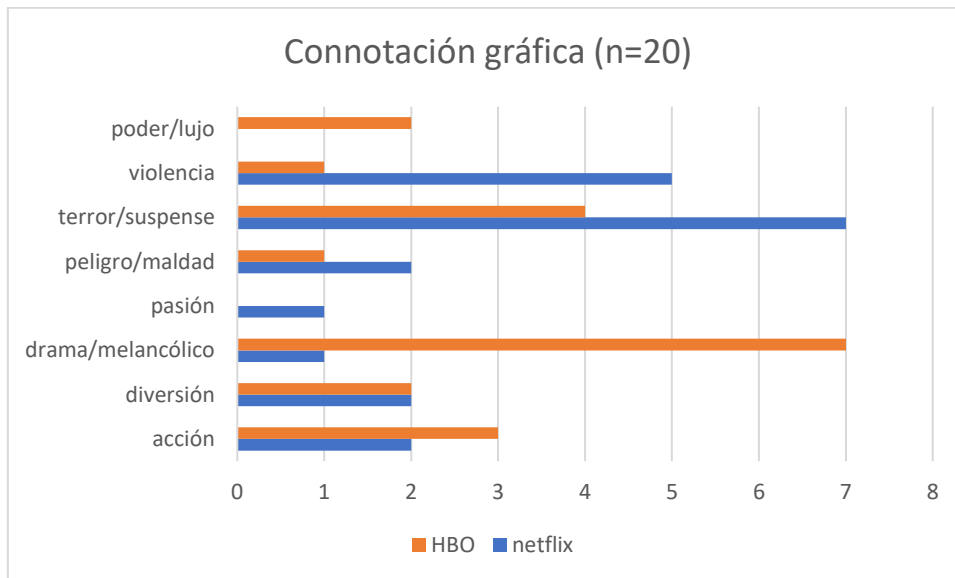


Fuente: elaboración propia



Por último, en la variable “connotación gráfica”, donde investigamos a qué aluden todos los elementos del cartel observamos que en Netflix predomina la connotación “terror/suspense” en su cartelería con un 35%. También tiene protagonismo la connotación “violencia” con un 25%. En HBO cambia radicalmente: la connotación “drama/melancólico” aparece en un 35% de los afiches analizados, y “terror/suspense” con un 20%.

Gráfico 14: connotación gráfica



Fuente: elaboración propia

## 6. Conclusiones

Tras haber realizado la investigación acerca sobre el cartel cinematográfico como herramienta publicitaria de Netflix y HBO hemos obtenido una serie de resultados respecto a las variables analizadas en las obras de cada una de las plataformas de video. Tras concluir el estudio procedemos a establecer unas conclusiones en base a lo observado.

Tras la finalización de la investigación podemos afirmar que se han cumplido cada uno de los objetivos fijados.

En primer lugar, debemos hablar sobre los objetivos marcados en el trabajo. Hemos cumplido el objetivo general: “Analizar el cartel cinematográfico de las producciones de las plataformas Netflix y HBO”, ya que han sido investigados los carteles de dichas plataformas del año 2020.

Por otro lado, se han logrado los objetivos específicos, dado que hemos definido las características del cartel de cine como medio de promoción de las producciones cinematográficas, observamos las diferencias y/o similitudes entre los afiches de ambas plataformas, descubrimos qué elementos expresivos son los predominantes en los afiches y detectamos si las imágenes gráficas que configuran los carteles de cine utilizan fotografías del actor o de la actriz de la obra para comprobar si existía una influencia de las creaciones del cartel de la década de los años 20 donde se incluía el *Star System* para llamar la atención del espectador.

Respecto a las hipótesis del trabajo, la primera y de la que partía la investigación era: “La imagen del actor o actriz de los filmes como elemento esencial de composición en la creación de los carteles cinematográficos de 2020 en las plataformas Netflix y HBO indican que existe una influencia del material gráfico empleado en la década de los años 20 para promocionar las películas”. Podemos afirmar su veracidad puesto que, en los 40 afiches analizados para realizar la investigación, observamos en 39 de ellos la predominancia de la imagen del actor o de la actriz de las películas o series como elemento principal del cartel para promocionar la obra.

En cuanto a la hipótesis 2: “Los recursos expresivos utilizados en los carteles de Netflix y HBO que son empleados de manera recurrente persuaden al espectador e incitan al consumo de las películas”. Ha sido posible constatar que los recursos expresivos utilizados se centran en el sistema ‘Star system’ de los años 20. Como hemos explicado anteriormente, la imagen del actor es lo que más predomina en los afiches de ambas plataformas. Además, ambas plataformas utilizan, principalmente, luz artificial en la composición de los afiches, incluyen tipografía y, tanto en Netflix como en HBO, el escenario más utilizado es el indeterminado.

El color se utiliza en todos los afiches analizados de ambas plataformas de manera que adquiere un uso simbólico con el fin de provocar sensaciones en el espectador e intentar generar cierto impacto en algunos momentos de la trama de las obras. en referencia a la

iluminación utilizada, consideramos que ha sido pensada para aportar veracidad a lo que se quiere transmitir.

Respecto a las diferencias entre ambas plataformas encontramos que, en Netflix, la tipografía utilizada es de tamaño normal y pequeño y está situada en la mitad inferior del cartel. Sin embargo, en HBO la tipografía utilizada es de tamaño grande y se ubica, principalmente, en el centro del afiche.

El encuadre utilizado en los carteles de Netflix revela que predomina un modo abierto y, por el contrario, en HBO cambia su forma de composición: la mitad de la cartelería analizada utilizó un encuadre cerrado.

Fijándonos en la posición del signo icónico podemos observar que en Netflix destaca su ubicación detrás en el cartel y en HBO delante.

En definitiva, las mayores diferencias encontradas tras realizar el estudio se centran en la tipografía y la ubicación de esta dentro del cartel cinematográfico.

Con la finalización del trabajo de investigación y el análisis de las obras cinematográficas elegidas en el año 2020 hemos podido observar que comienzan a surgir obras que nacen a raíz de la pandemia provocada por la SARS-CoV-2 como, por ejemplo, *“En casa: Viaje alrededor de mi piso”* de HBO. Sería interesante analizar el impacto que ha tenido el confinamiento en las producciones cinematográficas y, por consiguiente, qué características tienen los afiches de esas obras como medio de promoción para llamar la atención del espectador.

## 7. Referencias bibliográficas

- Arranz Rojo, C. (2017). *La capacidad comunicativa en la composición de la imagen fija publicitaria y su poder persuasivo*. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/27921>
- Barnicoat, J. (1996). *Carteles, Los - Su Historia y Lenguaje (Spanish Edition)*. Editorial Gustavo Gili.
- Carmen, D., Gutiérrez, D., D<sup>a</sup>, T., & Collado, R. (2015). *El cartel cinematográfico como manifestación artística y publicitaria. Los diseños de Juan Gatti*.
- Contreras, P. A., & Contreras, P. A. (2021, 22 febrero). *De un canal de cine en casa a una de las más prestigiosas factorías de series: la historia de HBO*. Newtral. <https://www.newtral.es/historia-hbo-series-originales-canal-pago/20191108/>
- Fernández Mellado, R. F. M. (2014). El tratamiento documental del cartel cinematográfico. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 37, 11–57. <https://doi.org/10.5209/dcin>
- Fernández, R. (2014). El cartel de cine. *Documentación de Las Ciencias de La Información.*, 37(Cartel\_cinematográfico), 47. <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/46819>
- Gómez Pérez, F. J. (2002). Tipografía en el cartel cinematográfico: la escritura creativa como modo de expresión. *Revista Internacional de Comunicación*, vol 1 (nº 1), 203-216.
- Gubern, Román. 1994. La herencia del Star System. En *Archivos de la Filmoteca*. No. 18, 13-23. <http://www.archivosdelafilmoteca.com> [Consulta: 5 mayo 2021].

- Herrera, S. P. (2018). *Pautas de la comunicación visual de los carteles de las principales plataformas de vídeo OTT en España: Netflix y HBO | porcel Herrera* / *Arquetipo*. Biblioteca ucp. <https://biblioteca.ucp.edu.co/OJS/index.php/arquetipo/article/view/3864/4237>
- Huelves, M. F., & Vozmediano, M. M. (2017). *Construyendo cultura visual a través del cartel de cine: Análisis de afiches de las sagas cinematográficas*. *Informacion, Cultura y Sociedad*, 37(diciembre), 127–144.
- La expresión artística de la ciudad y su influencia en la pintura: el cartel y el graffiti. (2016). *Arte y Ciudad*, 9, 203–216. <https://doi.org/10.22530/ayc.2016.n9.359>
- Leslie, I. (2017, 13 abril). *Watch it while it lasts: our golden age of television*. *Financial Times*. <https://amp.ft.com/content/68309b3a-1f02-11e7-a454-ab04428977f9>
- Lora, G. M. (2017, 26 julio). *idUS - Los nuevos modos de ver la televisión: Netflix, análisis de marca y comunicación*. IdUS - Depósito de Investigación Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/handle/11441/63258>
- Morales Carrión, M. T. (2016). *El arte de los cartelistas españoles de la posguerra. De 1940 a 1980*. <http://hdl.handle.net/10481/43901>
- Miñarro, J. A. (2016, 14 diciembre). *El arte de los cartelistas españoles de la postguerra: De 1940 a 1980*. Universidad de Granada. <https://digibug.ugr.es/handle/10481/43901>
- Ortega Fernández, E., & Santos Herrero, N. (2020). Comunicación y engagement en Instagram de las plataformas de televisión a la carta: Netflix, HBO y Movistar+. *ADResearch ESIC International Journal of Communication Research*, 23(23), 108–125. <https://doi.org/10.7263/adresic-023-06>

- Perales Bazo, F. (1997). *Cine y publicidad: el afiche cinematográfico*. In *Questiones Publicitarias* (Vol. 1, Issue 1, p. 89). <https://doi.org/10.5565/rev/qp.249>
- PERALES BAZO, F. (1999): El cartel cinematográfico. Granada: Filmoteca de Andalucía.
- Pérez, F. J. G. (2002). LA TIPOGRAFÍA EN EL CARTEL CINEMATográfico : LA ESCRITURA CREATIVA COMO MODO DE EXPRESIÓN. *Comunicación: Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 203–216.
- Rey, J. (2017, 9 noviembre). *idUS - Algunas consideraciones sobre la comunicación empresarial e institucional*. IdUS - Depósito de Investigación Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/handle/11441/65803>
- Sampieri, R. H., Fernández-Collado, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill Education
- Vicente J. Benet, V. J. B. (1994). Las estrellas: Un mito en la era de la razón. *Archivos de la filmoteca*, 18, 0–180. <https://archivosdelafilmoteca.com>

## 8. Anexos

### Anexo 1: análisis de las obras:

- **El cartel publicitario en Netflix:**
- Mi primer beso 2:

*Imagen 3: cartel 'Mi primero beso 2'*



*Fuente: Netflix*

Ficha técnica:

Título: *Mi primer beso 2*

Dirección: Vince Marcello

Protagonistas: Joey King y Molly Ringwald

Género: Comedia (adolescente)

### Variables de análisis:

- Nivel de iconicidad: realista
- Composición: Secuencial
- Fuente de iluminación: Luz natural
- Escenario: concreto (parque de atracciones)
- Personajes: 3 personajes (protagonistas)
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: los personajes evocan alegría
- Encuadre: amplio
- Ubicación del signo lingüístico: centrado
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: normal
- Dimensión tipográfica: normal
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: arriba izquierda
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: diversión

- El practicante:

*Imagen 4: cartel 'El practicante'*



Ficha técnica:

Título: *El Practicante*

Dirección: Carles Torras

Protagonistas: Mario Casas,  
Déborah Hernández Vicens

Género: Thriller

*Fuente: Netflix*

- Nivel de iconicidad: realista
- Composición: secuencial
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: concreto
- Personajes: un personaje
- Pose modelo: frontal (sentado)
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: agresivo/perturbado
- Encuadre: cerrado
- Ubicación del signo lingüístico: centrado
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: normal
- Dimensión tipográfica: normal
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: Tridimensional
- Posición signo icónico: delante
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: violencia



- Hogar:

*Imagen 5. Cartel de 'Hogar'*



Ficha técnica:

Título: *Hogar*

Dirección: Alex Pastor y David Pastor

Protagonistas: Javier Gutiérrez, Mario Casas

Género: Thriller

*Fuente: Netflix*

- Nivel de iconicidad: Hiperrealista
- Composición: aleatorio
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: un personaje principal
- Pose modelo: frontal
- Kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: pensativo
- Encuadre: cerrado
- Ubicación del signo lingüístico: mitad inferior
- Letra: mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: delgada
- Dimensión tipográfica: pequeña
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: delante
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: terror/suspense

- Chicas perdidas:

Imagen 6: cartel 'Chicas perdidas'



Ficha técnica:

Título: *Lost Girls*

Dirección: Liz Garbus

Protagonistas: Amy Ryan,  
Thomasin McKenzie.

Género: Thriller/Drama

Fuente: Netflix

- Nivel de iconicidad: Hiperrealista
- Composición: aleatoria
- Fuente de iluminación: Artificial
- Escenario: Indeterminado
- Personajes: dos personajes
- Pose modelo: frontal (protagonista)
- kinésica: movimiento
- Lenguaje no verbal: pensativo y miedo
- Encuadre: amplio
- Ubicación del signo lingüístico: centrado
- Letra: mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: delgada
- Dimensión tipográfica: pequeña
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: integrado
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: violencia

- El diablo a todas horas:

Imagen 7: cartel “El diablo a todas horas”



Fuente: Netflix

Ficha técnica:

Título: *El diablo a todas horas*

Dirección: Antonio Campos

Protagonistas: Tom Holland, Bill Skarsgård, Jason Clarke

Género: Thriller/Drama

- Nivel de iconicidad: Figurativa no realista
- Composición: aleatoria
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: Siete personajes
- Pose modelo: Frontal
- kinésica: Estático
- Lenguaje no verbal: agresivo/perturbado
- Encuadre: cerrado
- Ubicación del signo lingüístico: mitad inferior
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: Delgada
- Dimensión tipográfica: pequeña
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: bidimensional
- Posición signo icónico: integrado
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: suspense

- Nadie duerme en el bosque esta noche:

Imagen 8: cartel “Nadie duerme en el bosque esta noche”



Fuente: Netflix

Ficha técnica:

Título: *Nadie duerme en el bosque esta noche*

Dirección: Bartosz M. Kowalski

Protagonistas: Julia Wieniawa-Narkiewicz, Michal Lupa

Género: Terror Fantástico

- Nivel de iconicidad: hiperrealista
- Composición: aleatoria
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: concreto
- Personajes: once personajes
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: miedo/inquietud
- Encuadre: cerrado
- Ubicación del signo lingüístico: mitad inferior
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: Indeterminado
- Dimensión tipográfica: pequeña
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: Bidimensional
- Posición signo icónico: integrado
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: terror/suspense

- A traición:

*Imagen 9: cartel “A traición”*



*Fuente: Netflix*

Ficha técnica:

Título: *A traición*

Dirección: Tyler Perry

Protagonistas: Crystal R. Fox,  
Adrian Pasdar

Género: Thriller

- Nivel de iconicidad: realista
- Composición: aleatoria
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: un personaje
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: agresivo/perturbado
- Encuadre: medio
- Ubicación del signo lingüístico: mitad inferior
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color (Netflix)
- Cuerpo letra: Delgada
- Dimensión tipográfica: Normal
- Alusión gráfica y grafismo: no alude a su género
- Signo icónico y dimensión: bidimensional
- Posición signo icónico: derecha
- Tipología cromática: blanco y negro
- Connotación gráfica: peligro/maldad

- Recambio de princesa:

Imagen 10: cartel “Recambio de princesa”



Fuente: Netflix

Ficha técnica:

Título: *Recambio de princesa*

Dirección: Mike Rohl

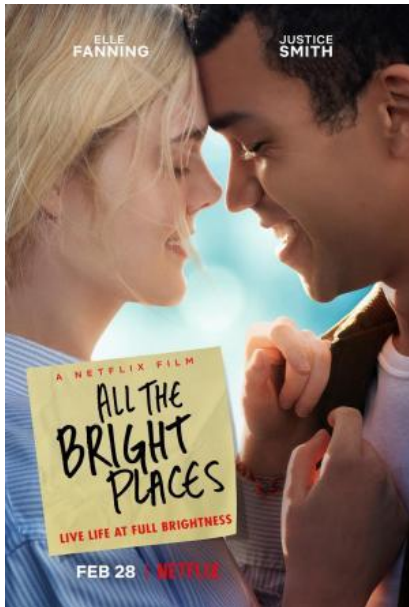
Protagonistas: Vanessa Hudgens, Suanne Braun, Lachlan Nieboer

Género: Romance/comedia

- Nivel de iconicidad: realista
- Composición: secuencial
- Fuente de iluminación: natural
- Escenario: concreto
- Personajes: tres personajes
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: alegría
- Encuadre: tres cuartos
- Ubicación del signo lingüístico: centrado
- Letra: mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: delgada
- Dimensión tipográfica: normal
- Alusión gráfica y grafismo: no alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: detrás
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: diversión

- Violet y Finch:

Imagen 11: Cartel “Violet y Finch”



Fuente: Netflix

Ficha técnica:

Título: *Violet y Finch*

Dirección: Brett Haley

Protagonistas: Elle Fanning,  
Justice Smith

Género: Romance. Drama  
romántico

- Nivel de iconicidad: realista
- Composición: secuencial
- Fuente de iluminación: natural
- Escenario: indeterminado
- Personajes: dos personajes
- Pose modelo: perfil
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: alegre/apasionado
- Encuadre: medio
- Ubicación del signo lingüístico: mitad inferior
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: indeterminado
- Dimensión tipográfica: pequeña
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: detrás
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: pasión

- Bronx:

*Imagen 12: Cartel “Bronx”*



*Fuente: Netflix*

Ficha técnica:

Título: *Bronx*

Dirección: Olivier Marchal

Protagonistas: Lannick Gautry, Stanislas Merhar, Kaaris.

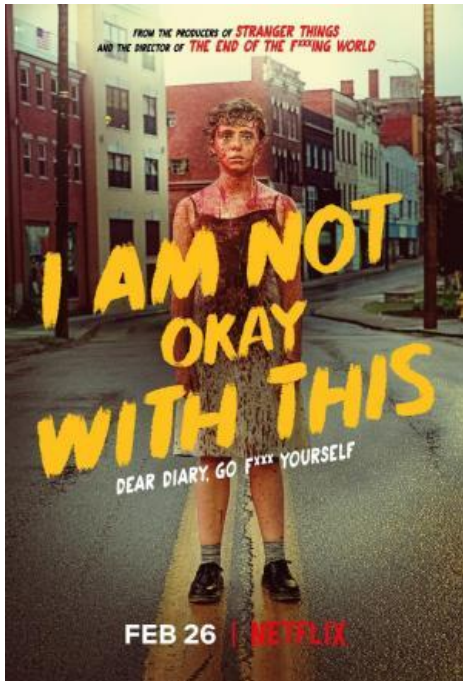
Género: Thriller/acción.

- Nivel de iconicidad: hiperrealista
- Composición: aleatoria
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: cuatro personajes
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: defensa
- Encuadre: medio
- Ubicación del signo lingüístico: mitad de inferior
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: normal
- Dimensión tipográfica: normal
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: detrás
- Tipología cromática: blanco y negro
- Connotación gráfica: acción



- Esta mierda me supera:

Imagen 13: cartel “Esta mierda me supera”



Fuente: Netflix

Ficha técnica:

Título: *Esta mierda me supera*

Dirección: Jonathan Entwistle

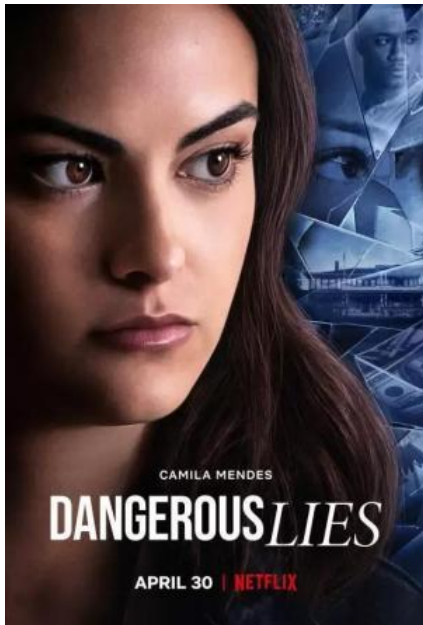
Protagonistas: Sophia Lillis,  
Wyatt Oleff, Sofia Bryant

Género: Comedia

- Nivel de iconicidad: realista
- Composición: secuencial
- Fuente de iluminación: natural
- Escenario: concreto
- Personajes: un personaje
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: agresivo/perturbado
- Encuadre: amplio
- Ubicación del signo lingüístico: centrado
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: negrita
- Dimensión tipográfica: grande
- Alusión gráfica y grafismo: no alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: detrás
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: terror

- Dangerous Lies

Imagen 14: cartel “Dangerous Lies”



hip

Ficha técnica:

Título: *Dangerous Lies*

Dirección: Michael Scott

Protagonistas: Camila Mendes,  
Jamie Chung, Sasha Alexander

Género: terror

Fuente: Netflix

- Nivel de iconicidad: Hiperrealista
- Composición: aleatorio
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: un personaje
- Pose modelo: de perfil
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: defensa
- Encuadre: medio
- Ubicación del signo lingüístico: abajo
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: indeterminado
- Dimensión tipográfica: normal
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: izquierda
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: acción

- Isi & Ossi

Imagen 15: cartel "Isi & Ossi"



Fuente: Netflix

Ficha técnica:

Título: *Isi & Ossi*

Dirección: Oliver Kienle

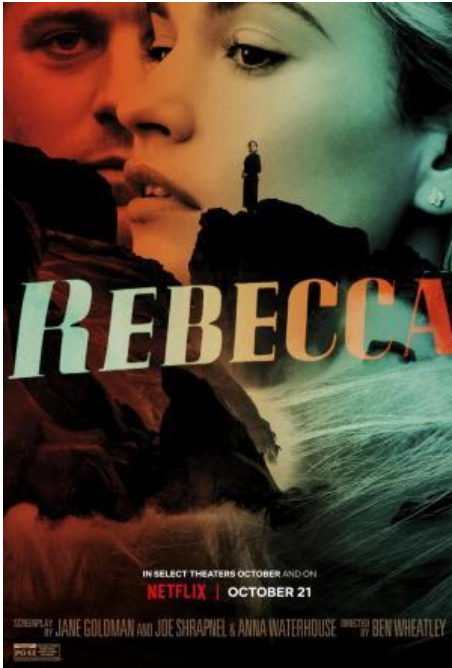
Protagonistas: Lisa Vicari,  
Dennis Mojen

Género: romance

- Nivel de iconicidad: realista
- Composición: aleatoria
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: dos personajes
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: actitud chulesca
- Encuadre: cerrado
- Ubicación del signo lingüístico: mitad inferior
- Letra: Minúscula y Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: normal
- Dimensión tipográfica: normal
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: bidimensional
- Posición signo icónico: arriba
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: Drama

- Rebecca:

Imagen 16: cartel “Rebecca”



Fuente: Netflix

Ficha técnica:

Título: *Rebecca*

Dirección: Ben Wheatley

Protagonistas: Lily James, Armie Hammer, Kristin Scott Thomas

Género: Drama

- Nivel de iconicidad: Hiperrealista
- Composición: aleatoria
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: tres
- Pose modelo: perfil
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: pensativo
- Encuadre: amplio
- Ubicación del signo lingüístico: centrado
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: negrita
- Dimensión tipográfica: grande
- Alusión gráfica y grafismo: no alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: detrás
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: suspense

- Todos mis amigos están muertos

Imagen: cartel “Todos mis amigos están muertos”



Fuente: Netflix

Ficha técnica:

Título: *Todos mis amigos están muertos*

Dirección: Jan Belci

Protagonistas: Michal Meyer,  
Adam Woronowicz, Julia  
Wieniawa-Narkiewicz

Género: Comedia

- Nivel de iconicidad: figurativo
- Composición: aleatoria
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: uno (principal)
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: pensativo
- Encuadre: amplio
- Ubicación del signo lingüístico: mitad inferior
- Letra: mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: normal
- Dimensión tipográfica: pequeña
- Alusión gráfica y grafismo: no alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: detrás
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: violencia

- Spencer: Confidencial

Imagen 18: cartel “Spencer: Confidencial”



Ficha técnica:

Título: *Spencer: Confidencial*

Dirección: Peter Berg

Protagonistas: Mark Wahlberg,  
Wiston Duke, Alan Arkin

Género: Acción

Fuente: Netflix

- Nivel de iconicidad: realista
- Composición: secuencial
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: dos personajes
- Pose modelo: perfil
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: defensa
- Encuadre: amplio
- Ubicación del signo lingüístico: mitad inferior
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: Normal
- Dimensión tipográfica: normal
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: detrás
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: violencia

- Proyecto Power:

Imagen 19: cartel “Proyecto Power”



Ficha técnica:

Título: *Proyecto Power*

Dirección: Henry Joost, Ariel Schulman

Protagonistas: Jamie Foxx, Joseph Gordon-Levitt

Género: Acción/ciencia ficción

Fuente: Netflix

- Nivel de iconicidad: realista
- Composición: secuencial
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: tres personajes
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: enfadado
- Encuadre: cerrado
- Ubicación del signo lingüístico: mitad inferior
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: Normal
- Dimensión tipográfica: normal
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: detrás
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: peligro

- El Halloween de Hubie

Imagen 20: Cartel “El Halloween de Hubie”



Ficha técnica:

Título: *El Halloween de Hubie*

Dirección: Steven Brill

Protagonistas: Adam Sandler,  
Kevin James, Julie Bowen

Género: comedia/terror

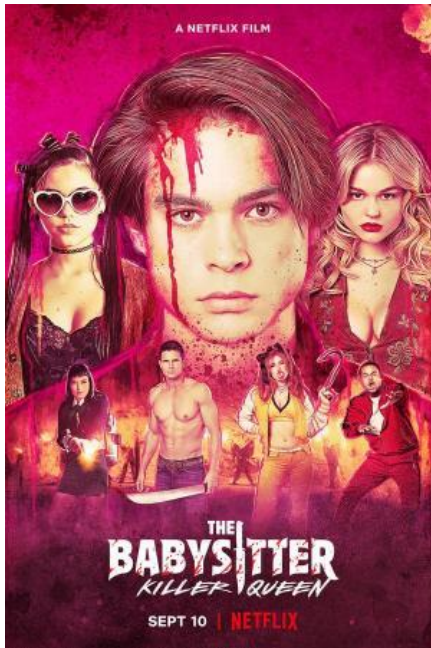
Fuente: Netflix

- Nivel de iconicidad: Figurativa
- Composición: aleatoria
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: multitud
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: miedo (principal)
- Encuadre: amplio
- Ubicación del signo lingüístico: mitad inferior
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: indeterminado
- Dimensión tipográfica: pequeña
- Alusión gráfica y grafismo: no alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: detrás
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: suspense



- The baby sitter: killer queen

Imagen 21: cartel “The Baby Sitter: The Killer Queen”



Ficha técnica:

Título: *The Baby Sitter: The Killer Queen*

Dirección: McG

Protagonistas: Judah Lewis, Samara Weaving, Jenna Ortega, Emily Alyn

Género: Comedia/terror

Fuente: Netflix

- Nivel de iconicidad: figurativo
- Composición: aleatoria
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: siete personajes
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: agresivo/perturbado
- Encuadre: amplio
- Ubicación del signo lingüístico: mitad inferior
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: Posee relleno de color
- Cuerpo letra: Indeterminado
- Dimensión tipográfica: pequeño
- Alusión gráfica y grafismo: no alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: detrás
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: violencia

- El cadáver

*Imagen 22: cartel “El cadáver”*



Ficha técnica:

Título: *El cadáver*

Dirección: Jarand Breian Herdal

Protagonistas: Gitte Witt,  
Thomas Gullestad, Thorbørn  
Harr.

Género: Intriga/terror

*Fuente: Netflix*

- Nivel de iconicidad: No figurativo
- Composición: aleatoria
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: 1
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: no consta
- Encuadre: cerrado
- Ubicación del signo lingüístico: mitad inferior
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: Delgado
- Dimensión tipográfica: pequeña
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: detrás
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: suspense

- **El cartel publicitario en HBO:**

- Podría destruirte

*Imagen 23: cartel “Podría destruirte”*



*Fuente: HBO*

Ficha técnica:

Título: *Podría Destruirte*

Dirección: Michaela Coel

Protagonistas: Michaela Coel,  
Weruche Opia, Paapa Essiedu

Género: Drama

- Nivel de iconicidad: Hiperrealista
- Composición: aleatoria
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: un personaje
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: pensativo
- Encuadre: cerrado
- Ubicación del signo lingüístico: mitad inferior
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: Normal
- Dimensión tipográfica: grande
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: detrás
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: Drama/melancólico

- 30 monedas:

*Imagen 24: cartel “30 monedas”*



*Fuente: HBO*

Ficha técnica:

Título: *30 monedas*

Dirección: Alex de la Iglesia

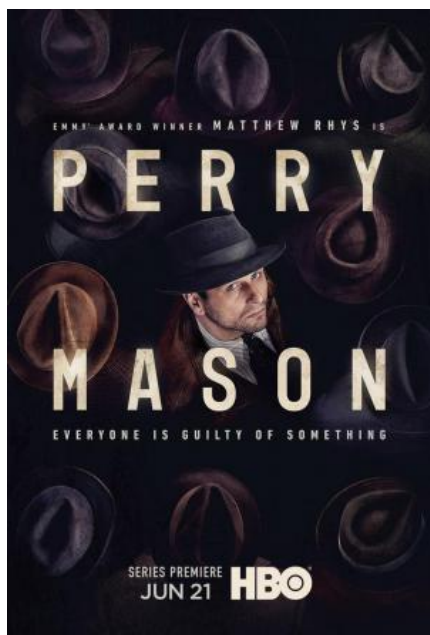
Protagonistas: Eduard Fernández,  
Megan Montaner, Miguel Ángel  
Silvestre, Macarena Gómez

Género: Thriller

- Nivel de iconicidad: Realista
- Composición: secuencial
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: cinco personajes
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: actitud chulesca
- Encuadre: cerrado
- Ubicación del signo lingüístico: mitad inferior
- Letra: mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: Normal
- Dimensión tipográfica: Grande
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: detrás
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: suspense

- Perry Mason:

*Imagen 25: cartel “Perry Mason”*



*Fuente: HBO*

Ficha técnica:

Título: *Perry Mason*

Dirección: Ron Fitzgerald, Rolin Jones, Timothy Van Patten, Deniz Gamze Ergüven

Protagonistas: Matthew Rhys, John Lithgow, Tatiana Nichols

Género: Drama

- Nivel de iconicidad: Hiperrealista
- Composición: secuencial
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: un personaje
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: pensativo
- Encuadre: abierto
- Ubicación del signo lingüístico: centrado
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: Normal
- Dimensión tipográfica: Grande
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: detrás
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: suspense

- Patria

*Imagen 26: cartel "Patria"*



Ficha técnica:

Título: *Patria*

Dirección: Aitor Gabilondo,  
Félix Viscarret, Óscar Pedraza

Protagonistas: Elena Irureta, Ane  
Gabarín, Loreto Mauleón, Susana  
Abaitua.

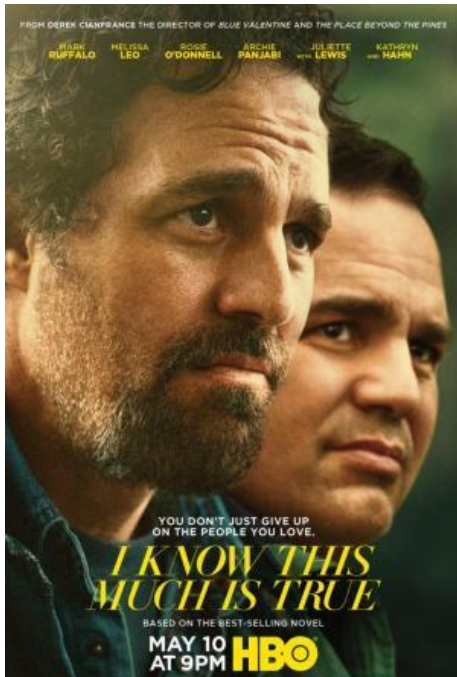
Género: Drama

*Fuente: HBO*

- Nivel de iconicidad: Realista
- Composición: secuencial
- Fuente de iluminación: natural
- Escenario: determinado
- Personajes: un personaje
- Pose modelo: frontal
- kinésica: movimiento
- Lenguaje no verbal: no consta
- Encuadre: cerrado
- Ubicación del signo lingüístico: Mitad superior
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: delgada
- Dimensión tipográfica: grande
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: detrás
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: acción

- La innegable verdad

Imagen 27: cartel “La innegable verdad”



Ficha técnica:

Título: *La innegable verdad*

Dirección: Derek Cianfrance

Protagonistas: Mark Ruffalo, Kathryn Hahn, Melissa Lewis

Género: Drama

Fuente: HBO

- Nivel de iconicidad: realista
- Composición: secuencial
- Fuente de iluminación: natural
- Escenario: indeterminado
- Personajes: dos personajes
- Pose modelo: perfil
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: pensativo
- Encuadre: medio
- Ubicación del signo lingüístico: mitad inferior
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: delgada
- Dimensión tipográfica: pequeña
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: detrás
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: Drama

- Industry

Imagen 28: cartel "Industry"



Fuente: HBO

Ficha técnica:

Título: *Industry*

Dirección: Lena Dunham, Tinge Krishnan, Ed Lilly, Mary Nighy

Protagonistas: Conor MacNeill, Marisa Abela, Priyanga Burford

Género: Drama

- Nivel de iconicidad: figurativa no realista
- Composición: aleatoria
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: cinco personajes
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: actitud chulesca
- Encuadre: cerrado
- Ubicación del signo lingüístico: centrado
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: negrita
- Dimensión tipográfica: Grande
- Alusión gráfica y grafismo: no alude a su género
- Signo icónico y dimensión: bidimensional
- Posición signo icónico: integrado
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: poder/lujo



- Territorio Lovecraft:

Imagen 29: cartel “Territorio Lovecraft”



Ficha técnica:

Título: *Territorio Lovecraft*

Dirección: Misha Green, Yann Demange, Daniel Sackheim

Protagonistas: Jonathan Majors, Jurnee Smollett-Bell

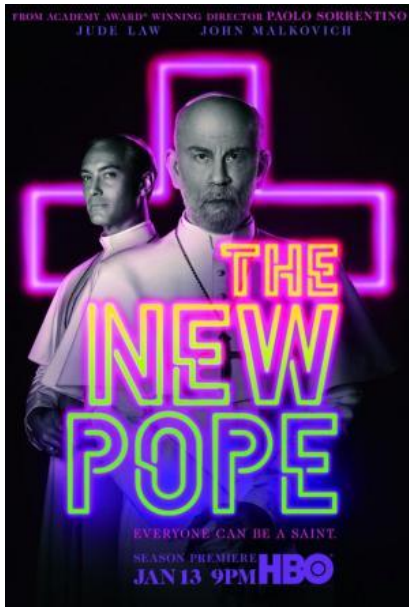
Género: Thriller

Fuente: HBO

- Nivel de iconicidad: Hiperrealista
- Composición: secuencial
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: concreto
- Personajes: dos personajes
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: actitud chulesca
- Encuadre: abierto
- Ubicación del signo lingüístico: mitad inferior
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: sombreada
- Dimensión tipográfica: grande
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: delante
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: acción

- The New Pope

Imagen 30: cartel “The New Pope”



Ficha técnica:

Título: *The new pope*

Dirección: Paolo Sorrentino,

Protagonistas: John Malkovich,  
Jude Law, Silvio Orlando

Género: Drama

Fuente: HBO

- Nivel de iconicidad: Hiperrealista
- Composición: secuencial
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: dos personajes
- Pose modelo: frontal y de perfil
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: actitud chulesca
- Encuadre: cerrado
- Ubicación del signo lingüístico: centrado
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: delgada
- Dimensión tipográfica: grande
- Alusión gráfica y grafismo: no alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: delante
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: poder

- The Undoing

Imagen 31: cartel “The Undoing”



Ficha técnica:

Título: *The Undoing*

Dirección: David E. Kelley,  
Susanne Bier

Protagonistas: Nicole Kidman,  
Hugh Grant, Donald Sutherland

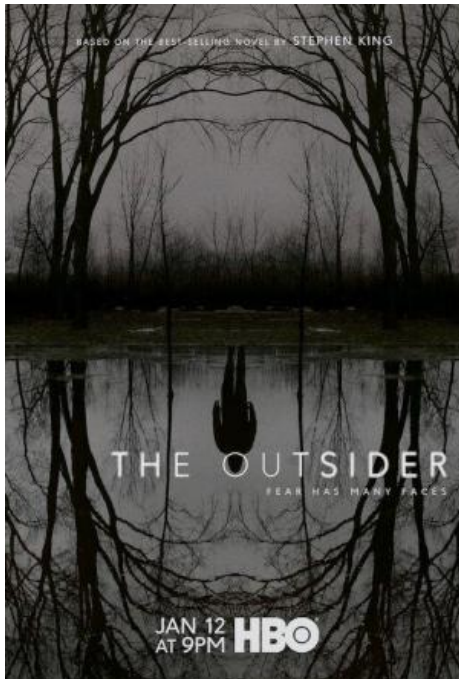
Género: Thriller

Fuente: HBO

- Nivel de iconicidad: realista
- Composición: secuencial
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: dos personajes
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: agresivo/perturbado
- Encuadre: cerrado
- Ubicación del signo lingüístico: centrado
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: no posee relleno de color
- Cuerpo letra: delgada
- Dimensión tipográfica: grande
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: delante
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: peligro/maldad

- El visitante:

*Imagen 32: cartel “El visitante”*



Ficha técnica:

Título: *El visitante*

Dirección: Richard Price

Protagonistas: Ben Mendelsohn,  
Cynthia Erivo

Género: Thriller

*Fuente: HBO*

- Nivel de iconicidad: hiperrealista
- Composición: secuencial
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: determinado
- Personajes: un personaje
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: indeterminado
- Encuadre: amplio
- Ubicación del signo lingüístico: centrado
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: no posee relleno de color
- Cuerpo letra: delgada
- Dimensión tipográfica: grande
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: delante
- Tipología cromática: blanco y negro
- Connotación gráfica: terror/suspense

- El tercer día:

*Imagen 33: cartel “El tercer día”*



*Fuente: HBO*

Ficha técnica:

Título: *El tercer día*

Dirección: Marc Munden,  
Philippa Lowthorpe

Protagonistas: Jude Law, Naomie  
Harris, Katherine Waterstone

Género: Drama

- Nivel de iconicidad: Hiperrealista
- Composición: secuencial
- Fuente de iluminación: natural
- Escenario: determinado
- Personajes: cuatro personajes
- Pose modelo: frontal y perfil
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: defensa
- Encuadre: abierto
- Ubicación del signo lingüístico: centrado
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: Delgada
- Dimensión tipográfica: Grande
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: detrás
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: drama/melancólico

- We are who we are:

Imagen 34: cartel “We are who we are”



Fuente: HBO

Ficha técnica:

Título: *We are who we are*

Dirección: Luca Guadagnino

Protagonistas: Jack Dylan Grazer, Paolo Giordano, Luca Guadagnino

Género: Drama

- Nivel de iconicidad: realista
- Composición: secuencial
- Fuente de iluminación: natural
- Escenario: indeterminado
- Personajes: seis personajes (dos principales)
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: actitud chulesca
- Encuadre: cerrado
- Ubicación del signo lingüístico: centrado
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: Borrosa
- Dimensión tipográfica: Grande
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: delante
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: violencia

- Avenue 5:

*Imagen 35: cartel "Avenue 5"*



Ficha técnica:

Título: *Avenue 5*

Dirección: Armando Lannucci

Protagonistas: Hugh Laurie, Suzy Nakamura, Rebecca Front

Género: Ciencia Ficción

*Fuente: HBO*

- Nivel de iconicidad: Hiperrealista
- Composición: secuencial
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: seis personajes
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: tranquilo
- Encuadre: abierto
- Ubicación del signo lingüístico: mitad inferior
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: delgada
- Dimensión tipográfica: Grande
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: detrás
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: diversión

- Run:

*Imagen 36: cartel "Run"*



*Fuente: HBO*

Ficha técnica:

Título: *Run*

Dirección: Vicky Jones, Natalie Bailey, Kate Dennis

Protagonistas: Domhnall Gleeson, Merritt Wever, Tamara Podemski

Género: Comedia

- Nivel de iconicidad: Hiperrealista
- Composición: aleatoria
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: dos personajes
- Pose modelo: perfil
- kinésica: movimiento
- Lenguaje no verbal: apasionado
- Encuadre: abierto
- Ubicación del signo lingüístico: centrado
- Letra: mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: negrita
- Dimensión tipográfica: grande
- Alusión gráfica y grafismo: no alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: delante
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: acción



- Por H o por B:

Imagen 37: cartel “Por H o por B”



Fuente HBO

- Nivel de iconicidad: Hiperrealista
- Composición: aleatoria
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: cuatro personajes
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: alegre
- Encuadre: cerrado
- Ubicación del signo lingüístico: centrado
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: negrita
- Dimensión tipográfica: grande
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: bidimensional
- Posición signo icónico: delante
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: diversión

Ficha técnica:

Título: *Por H o por B*

Dirección: Manuela Burló  
Moreno

Protagonistas: Marta Martín,  
Saida Benzal, Brays Efe, Itziar  
Castro

Género: Comedia

- Escenario 0: Hermanas

Imagen 38: cartel “Escenario 0: Hermanas”



Ficha técnica:

Título: *Escenario 0: Hermanas*

Dirección: Diego Postigo

Protagonistas: Irene Escolar,  
Bárbara Lennie

Género: Drama

Fuente: HBO

- Nivel de iconicidad: realista
- Composición: secuencial
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: dos personajes
- Pose modelo: de perfil
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: inquietud
- Encuadre: cerrado
- Ubicación del signo lingüístico: centrado
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: Negrita
- Dimensión tipográfica: Grande
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: bidimensional
- Posición signo icónico: delante
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: Drama

- En casa: Viaje alrededor de mi piso:

*Imagen 39: cartel “En casa: Viaje alrededor de mi piso”*



Ficha técnica:

Título: *En casa: Viaje alrededor de mi piso*

Dirección: Carlos Marqués-Marcet

Protagonistas: Manuela Aparicio Sanz

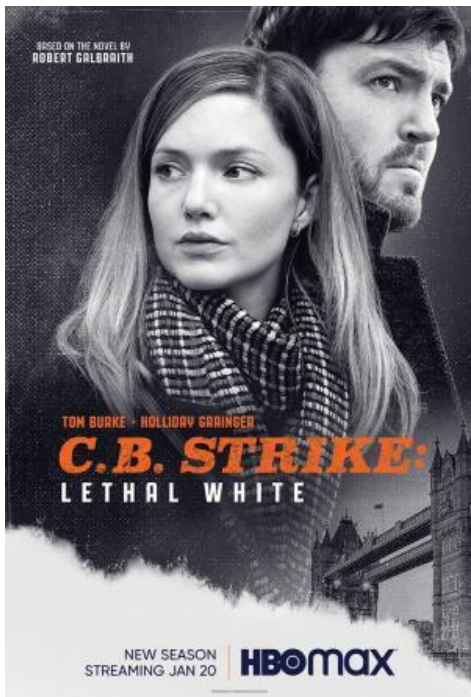
Género: Comedia

*Fuente: HBO*

- Nivel de iconicidad: realista
- Composición: secuencial
- Fuente de iluminación: natural
- Escenario: indeterminado
- Personajes: un personaje
- Pose modelo: perfil
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: inquietud
- Encuadre: cerrado
- Ubicación del signo lingüístico: no consta
- Letra: no consta
- Formato y color letra: no consta
- Cuerpo letra: no consta
- Dimensión tipográfica: no consta
- Alusión gráfica y grafismo: no alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: delante
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: melancólico

- Cormoran Strike: Blanco letal:

*Imagen 40: cartel “Cormoran Strike: Blanco letal”*



Ficha técnica:

Título: *Cormoran Strike: Blanco letal*

Dirección: Susan Tully

Protagonistas: Tom Burke, Holliday Grainger, Kerr Logan

Género: Thriller

*Fuente: HBO*

- Nivel de iconicidad: Hiperrealista
- Composición: aleatoria
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: dos personajes
- Pose modelo: perfil
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: pensativo
- Encuadre: abierto
- Ubicación del signo lingüístico: centrado
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: negrita
- Dimensión tipográfica: Grande
- Alusión gráfica y grafismo: alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: delante
- Tipología cromática: blanco y negro (Título naranja)
- Connotación gráfica: suspense

- Déjales hablar:

*Imagen 41: cartel “Déjales hablar”*



Ficha técnica:

Título: *Déjales hablar*

Dirección: Steven Soderbergh

Protagonistas: Meryl Streep,  
Dianne Wiest, Candice Bergen

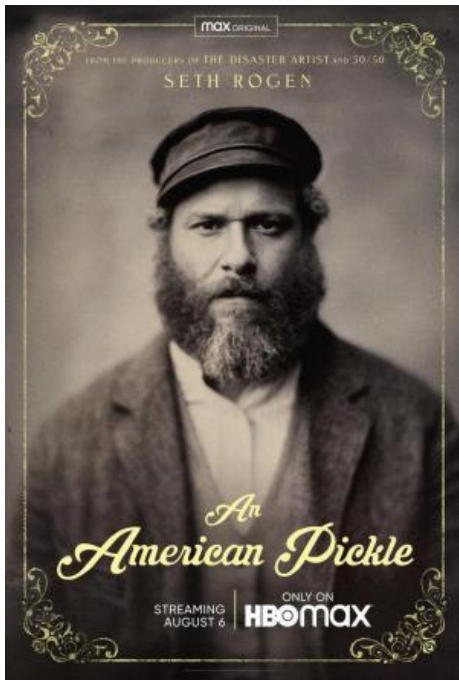
Género: Comedia

*Fuente: HBO*

- Nivel de iconicidad: realista
- Composición: secuencial
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: un personaje
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: pensativo
- Encuadre: medio
- Ubicación del signo lingüístico: mitad superior
- Letra: Mayúscula
- Formato y color letra: no posee relleno de color
- Cuerpo letra: Delgada
- Dimensión tipográfica: grande
- Alusión gráfica y grafismo: no alude a su género
- Signo icónico y dimensión: tridimensional
- Posición signo icónico: abajo
- Tipología cromática: color
- Connotación gráfica: Drama

- Encurtido en el tiempo:

Imagen 42: cartel “Encurtido en el tiempo”



Ficha técnica:

Título: *Encurtido en el tiempo*

Dirección: Brandon Trost

Protagonistas: Seth Rogen, Sarah Snook, Maya Erskine

Género: Fantástico

Fuente: HBO

- Nivel de iconicidad: realista
- Composición: secuencial
- Fuente de iluminación: artificial
- Escenario: indeterminado
- Personajes: un personaje
- Pose modelo: frontal
- kinésica: estático
- Lenguaje no verbal: enfadado
- Encuadre: medio
- Ubicación del signo lingüístico: mitad inferior
- Letra: Minúscula
- Formato y color letra: posee relleno de color
- Cuerpo letra: Delgada
- Dimensión tipográfica: normal
- Alusión gráfica y grafismo: no alude a su género
- Signo icónico y dimensión: bidimensional
- Posición signo icónico: delante
- Tipología cromática: blanco y negro
- Connotación gráfica: melancólica