

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



Universidad de Valladolid



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2023 – 2024

**REIMAGINANDO LA ICONOGRAFÍA DE MARVEL A TRAVÉS DE
LAS TENDENCIAS DEL DISEÑO GRÁFICO**

Proyecto personal creativo

María del Rosario San Juan Arauzo

Tutora académica: Rocío Collado Alonso

SEGOVIA, 14 de febrero de 2024

RESUMEN

En la era digital, el cartel publicitario se reinventa constantemente, adaptándose a las nuevas tecnologías y tendencias. Esta investigación explora la reinterpretación de los carteles de las 31 películas de Marvel Studios, utilizando cinco estilos gráficos de moda: collage, retro futurista, minimalista, tipografías experimentales y 3D.

El objetivo es analizar cómo la reinterpretación del cartel cinematográfico, utilizando estilos contemporáneos, puede actualizar la iconografía de Marvel y conectar con nuevas audiencias. Se realiza un análisis comparativo entre los carteles originales y los rediseñados, destacando las estrategias de diseño y su impacto en la comunicación del mensaje fílmico.

Palabras clave: Cartel cinematográfico, Marvel, diseño gráfico, tendencias artísticas

ABSTRACT

In the digital age, the advertising poster is constantly reinvented, adapting to new technologies and trends. This research explores the reinterpretation of the posters of the 31 Marvel Studios films, using five trendy graphic styles: collage, retrofuturistic, minimalist, experimental typography and 3D.

The objective is to analyze how the reinterpretation of the film poster, using contemporary styles, can update Marvel iconography and connect with new audiences. A comparative analysis is carried out between the original posters and the redesigned ones, highlighting the design strategies and their impact on the communication of the film message.

Key words: Reinterpretation, film poster, Marvel, graphic design, trends.

ÍNDICE:

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1. JUSTIFICACIÓN	6
1.2. OBJETIVOS	7
2. METODOLOGÍA.....	8
3. MARCO TEÓRICO	9
3.1. CONTEXTO HISTÓRICO DEL CARTEL PUBLICITARIO	9
3.1.1. HISTORIA DEL CARTEL PUBLICITARIO.....	12
3.1.2. MÉTODOS DE ELABORACIÓN DE LOS CARTELES.....	18
3.2. CONTEXTO HISTÓRICO DEL CARTEL CINEMATOGRAFICO	19
3.2.1. EVOLUCIÓN DEL CARTEL CINEMATOGRAFICO.....	20
3.2.2. ELEMENTOS DEL CARTEL CINEMATOGRAFICO	23
3.3. AUTORES	25
3.4. CARTELERÍA DE MARVEL	33
4. MARCO PRÁCTICO	38
4.1. CONSIDERACIONES PREVIAS	38
4.1.1. DISEÑO GRÁFICO	38
4.1.2. ESTILOS GRÁFICOS.....	38
5. IDEACIÓN DEL PROYECTO	47
5.1. FASE 1: COLLAGE	48
5.2. FASE 2: RETRO FUTURISTA	54
5.3. FASE 3: MINIMALISMO	60
5.4. FASE 4: TIPOGRAFÍAS EXPERIMENTALES.....	66
5.5. FASE 5: 3D.....	69
6. CONCLUSIONES	70
7. BIBLIOGRAFÍA	72

8. ANEXOS	76
ANEXO I: REIMAGINANDO LA ICONOGRAFÍA DE MARVEL	76

1. INTRODUCCIÓN

El diseño es un canal de comunicación único y diferenciable que, con la combinación del lenguaje textual y visual permite transmitir cualquier tipo de mensaje. Mi motivación personal en cuanto al diseño es crear imágenes impactantes para el espectador y causar emociones en él, ya que considero que es uno de los medios de comunicación más artísticos y donde puedes dar rienda suelta a tú imaginación.

La saga de Marvel se divide en cinco fases con un número variado de películas en cada una de ellas, después del visionado de todas ellas, podrás tener una visión global de este universo.

Kevin Feige, (2022) el máximo responsable de Marvel Studios, explicó en su libro *The Story of Marvel Studios: The Making of the Marvel Cinematic Universe los orígenes del UCM y su nombre* de la siguiente manera: “Lo llamamos así porque queríamos que la gente entendiese que esto era algo único. Que las películas son independientes y forman su propia franquicia bajo el paraguas de una continuidad compartida. Algo que no se había hecho antes”. (p. 23)

Actualmente nos encontramos en la quinta fase recién iniciada tras el estreno de las dos últimas películas, *Ant – Man Quantumania* y *Guardianes de la Galaxia volumen 3*.

Este proyecto personal se orienta a rediseñar la cartelería de esta saga, que se compone exactamente de 31 películas, a partir de cinco estilos gráficos diferentes para cada una de las fases que rodean el mundo de Marvel, mostrando de este modo que el diseño es de gran importancia a la hora de transmitir un mensaje. Cada uno de los estilos adoptará un tono diferente, ya que el estilo Collage, por ejemplo, transmite más informalidad, es más juvenil, pero, por otro lado, el estilo minimalista destaca por ser más elegante y serio, utilizando únicamente elementos esenciales que diferencian a cada película.

Gracias a la investigación previa del cartel publicitario y cinematográfico, el estudio de la elaboración, estructura, y estilo utilizado en los diseños de los carteles originales, y la correcta selección de los estilos gráficos conseguimos la creación de nuevas estructuras de composición artística, y así, según el estilo gráfico seleccionado, llegar a un público específico.

1.1. JUSTIFICACIÓN

El motivo por el que he decidido realizar este proyecto se debe principalmente a mi pasión por el diseño como por el mundo de Marvel, empezando por cómo trata la saga la elaboración de los dibujos de los cómics, la realización de las películas, la fotografía y los efectos especiales. Mi entusiasmo por el mundo cinematográfico aparece en mi vida desde que tengo conciencia de esta, lo que me ha generado un gran amor por la fotografía y una inmensa atención hacia los pequeños detalles.

Mi gusto por el diseño gráfico es más novedoso, ya que empezó a raíz de lo aprendido en la universidad y de las clases sobre ello. Aunque es cierto que siempre me ha gustado dibujar, nunca me había planteado poder dedicarme profesionalmente a ello, por lo que hace un par de años me empecé a interesar por este mundo y aprendí poco a poco a manejar los programas necesarios para poder plasmar mis ideas.

Durante la carrera nos han enseñado que el medio y el lenguaje utilizado es muy importante para lanzar un mensaje, por lo que quería demostrar que, dependiendo de un estilo gráfico u otro, el mensaje que se transmite puede ser diferente cambiando ciertos detalles, incluso el target al que se dirige, ya que unos estilos son más elegantes, otros más serios, infantiles o dinámicos. Por ejemplo, el estilo collage es más adolescente, en cambio el minimalista es más serio y elegante.

Lo que me ha motivado a realizar este proyecto es ponerme a mí misma a prueba en cuanto al diseño gráfico y la realización de carteles con estilos muy diferentes entre ellos, aprendiendo a utilizar de manera más profesional programas del paquete Adobe. Por último, realizar un trabajo que me apasiona en todos los aspectos posibles, ha sido una experiencia nueva y enriquecedora, que me ha ayudado a confirmar mi fascinación hacia el mundo del diseño gráfico, y ha logrado sorprenderme gracias a la adaptación de nuevos conocimientos que antes desconocía.

1.2. OBJETIVOS

El objetivo de este proyecto es reimaginar la iconografía de los carteles de Marvel, ya que esta franquicia siempre emplea la misma composición en sus pósters. Por otro lado, podemos dividir el proyecto, entonces, en tres objetivos específicos a seguir:

- Actualizar la iconografía de Marvel

El objetivo principal de este trabajo es cambiar el diseño de los carteles de Marvel, ya que siempre usan la misma estructura. De esta forma mostrar que, empleando únicamente los elementos necesarios, formas e incluso únicamente texto, se puede transmitir lo mismo o incluso más. Además, mantenemos una imagen de Marvel actualizada y sin ser repetitiva.

- Alcanzar una nueva audiencia

A través de una nueva identidad visual, reinventando la iconografía clave de cada película se busca captar la atención de nuevos públicos, orientando así cada uno de los estilos gráficos a nuevas generaciones gracias a las tendencias visuales del mundo del diseño gráfico.

- Investigar nuevas formas de comunicación a través del diseño gráfico

Gracias al diseño gráfico se pueden transmitir innumerables mensajes, y hoy en día hay miles de formas de hacerlo, nos ayuda a esto los distintos recursos gráficos y las nuevas formas de comunicación.

2. METODOLOGÍA

Tras haber enumerado los objetivos del proyecto, hay que llevar a cabo una metodología que nos ayude a lograrlos con éxito. El mundo del cine es muy extenso y el de Marvel también, ya que no son únicamente películas, sino también cómics y series. Lo que vamos a ver es el rediseño de los carteles de las películas de Marvel en diferentes estilos gráficos.

Principalmente, se llevará a cabo una investigación previa de todos los conceptos necesarios para la elaboración del proyecto personal, es decir, abordaremos, entre otras cosas, el significado y la evolución del cartel publicitario y cinematográfico, así como la citación de algunos autores destacados dentro del mundo del diseño, que nos servirán de inspiración a la hora de crear nuestro proyecto.

A la hora de comenzar con los nuevos diseños de la cartelería de Marvel, será necesario analizar previamente la cartelería original de la saga para conocer todos sus detalles y observar posteriormente los cambios realizados.

Tras la investigación, dará comienzo el proyecto creativo dividido en cinco estilos gráficos, uno para cada una de las fases que componen la saga Marvel, como se ha comentado anteriormente, siendo éstos collage, retro futurista, minimalismo, tipografías experimentales y 3D. De esta manera, se llevarán a cabo los nuevos diseños de cada uno de los carteles de las películas, consiguiendo que sean de alta calidad y atractivos, y que transmitan un mensaje claro, utilizando programas de edición de forma profesional (en este caso, Photoshop e Illustrator). Todos ellos se acompañarán de una explicación tanto del proceso de creación como del significado del mensaje que transmite.

La cartelería de Marvel y sus diseños nos darán toda la información necesaria para ver la composición que suelen utilizar, ya que suele ser la misma en los 31 carteles.

3. MARCO TEÓRICO

3.1. CONTEXTO HISTÓRICO DEL CARTEL PUBLICITARIO

Durante la historia, gran variedad de profesionales ha intentado describir qué es un cartel.

Joan Costa (2002) define el cartel como: “un cartel es un mensaje bi - media (imagen-texto), que es el fruto de un trabajo de diseño gráfico, es decir, de una síntesis mental, HD de abstracción creativa para transmitir una información concentrada, de modo “instantáneo” hoy y con la misma eficacia, esto es: “la mayor expresividad, impacto e inteligibilidad con el menor número de elementos y en el mínimo tiempo de contacto con el receptor”. En su esencia, hola el cartel es exactamente lo contrario de ruido, hoy en el sentido de la teoría matemática de la comunicación. Es información pura” (p.3.)

Y J. Renau (1976) lo describe como "El cartel es un ‘medio impreso escrito - 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 fruición pública en espacios comunitarios" (p. 79).

Es curioso ver cómo este medio masivo sobrevive en medio de una sociedad que evoluciona constantemente de forma rápida y en la que predomina el afán por lo digital, resiste apoyado en su rentabilidad y eficacia, como un medio efectivo para el alcance de sus objetivos. Tal y como Norberto Chaves (1989) explicaba en un artículo.

Como dice John Barnicoat en su libro “Los carteles su historia y su lenguaje”, estos anuncios llevan existiendo desde la antigüedad, sin embargo, no es hasta 1869 cuando aparece el cartel

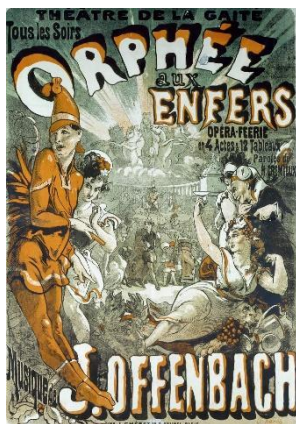


Imagen 1: Cartel de Jules Chareto "Orphée"
[www. encimadelaniebla.com](http://www.encimadelaniebla.com)

como lo conocemos hoy en día, con un diseño nuevo y sobrio, gracias a las mejoras en las técnicas de la litografía y Jules Chéret, quien empezó a realizar dichos carteles en París.

Chéret en una entrevista con Charles Hiatt en *Picture Posters* (1985) dijo que para él los carteles eran increíbles murales, pero, sin embargo, no los consideraba una buena forma de realizar publicidad, es por esto por lo que se le conoce, por sus grandes obras de arte. Las calles de Inglaterra y Francia estaban cubiertas de carteles de circos y ferias, con diseños vivos y alegres, este tipo de cartel influyó

en Chéret. Un claro ejemplo donde apreciar el carácter dinámico de sus obras es *Bal Valentino*, donde el payaso y las dos mujeres tienen un efecto tridimensional por las formas curvadas hacia fuera. Sin embargo, este cartel se queda torpe en comparación con los posteriores como el de Théâtre de l'Opéra o Pipper-mint.

Según explica John Barnicoat (1995, p. 6-25) en su libro *“Los carteles, su historia y su lenguaje”* Henri de Toulouse-Lautrec utilizó su arte para describir las vidas de estos personajes. Utiliza su experiencia personal y la dramatiza usando el cartel como medio para expresarla. Para Lautrec, Chéret es un gran ejemplo para seguir, aunque tienen diferencias como que Chéret ve este arte como algo del pasado, y Lautrec con la evolución futura de la pintura.



Imagen 2: Cartel de Jules Chareto
"Théâtre de l'Opéra"
www.gallerase.es



Imagen 3: Cartel de Jules Chareto
"Pipper-mint"
www.reprodart.com

Mónica Vázquez Astorga (2015) hace un recorrido a través de los años mostrando la evolución de las tendencias en los carteles en España. Raúl Equizábal (2002, p. 35) destaca ocho periodos diferentes.

- El primer periodo se centra en el siglo XIX. Empiezan a aparecer los primeros carteles donde predominan los carteles de toros, donde empezaron siendo sobrios carteles tipográficos. más adelante se le añadía una pequeña viñeta xilográfica con alguna escena de una corrida de toros.
- El segundo periodo se localiza entre 1860 a 1897, donde los carteles de toros, ferias y espectáculos destacan especialmente. Se produjo la evolución del cartel tipográfico al

litográfico, al igual que los carteles ya no eran anónimos, sino que tenían autor. A finales de siglo, aparecen artistas como Marcelino de Unceta y López que diseñan los carteles litográficos a color.

- El tercer periodo, entre 1897 y 1916, aparece el cartel modernista, con artistas como Alphonse Mucha o Grasset. Sobresale la cromolitografía, permitiendo crear carteles con gran colorido, creando así la edad de oro del cartel comercial.
- Cuarto periodo. De 1916 a 1936, periodo de entreguerras. Aparece el cartel moderno con más técnica y comunicativa. Las vanguardias tienen gran importancia durante esta época. El trabajo mecánico, la industria, los viajes o las actividades de ocio son de gran importancia en los carteles. aparecen dibujantes como Rafael Penagos, Salvador Bartolozzi o Josep Renau entre otros.
- El quinto periodo entre 1936 a 1939. Debido a la situación civil, los carteles eran propagandísticos, predominando los carteles bélicos y políticos. La república contaba con Renau como artista principal, donde utilizaba la veracidad con fotomontajes. Por el lado de Franco, los artistas Carlos Sáenz de Tejada y Francisco Ribera fueron los ejecutantes principales.
- En el sexto periodo, comprendido entre 1939 a 1961, tras el paso de la guerra, los carteles eran de un estilo conservador y costumbrista. Aun así, se realizaban carteles para el turismo, ferias y fiestas, donde el nombre que más destacó fue el del artista José Morell.
- El séptimo periodo entre 1961 a 1973 se desarrolla el cartel conceptual, es decir, lo que importa no es la estética, sino la idea. El cartel pierde importancia en el sector comercial, por lo que el cartel artístico se recoge en anuncios de festividades, exposiciones, etc. Al mismo tiempo, aparecieron nuevos medios más directos, la valla publicitaria o la televisión.
- Por último, el octavo periodo, comprendido de 1973 a la actualidad. En 1973 tuvo lugar la primera crisis del petróleo, por lo que todo lo que pareciera trabajo manual, fue eliminado de las agencias. Por ello, el cartel perdió importancia y se centró únicamente en el ámbito cultural, político e institucional. Sin embargo, desde principios de la década de los noventa, se renueva y reaparece el cartel como medio de comunicación insertado en el mobiliario.

Mónica Vázquez Astorga (2015) señaló que, en la actualidad, a pesar de las nuevas tecnologías y los nuevos medios de comunicación, el cartel sigue siendo un medio importante para la difusión de mensajes.

3.1.1. HISTORIA DEL CARTEL PUBLICITARIOS

Según las clases de *Historia de la publicidad* de Luisa Moreno (2021), la evolución del cartel publicitario desde finales del siglo XIX hasta la actualidad se puede representar con autores reconocidos que han servido de inspiración para muchos artistas a lo largo de la historia.

Los carteles publicitarios de hace décadas destacan por el arte que lo componían, creando así una delgada línea entre obra artística y publicidad. Esto se puede ver en los primeros carteles de finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX, con autores ya mencionados como Jules Cheret y Lautrec, pero hagamos un recorrido por la historia.

- Theophile – Alexandre Steinlen

Lo que caracteriza a este autor son los gatos, ya que son su musa. En numerosas de sus obras aparecen estos animales, por lo que le hacía algo diferenciador.

Utiliza colores llamativos, con imágenes elaboradas y textos grandes, influenciado por el arte japonés, por el empleo de fondos oscuros, el color rojo y escenas de la vida cotidiana.

Con la Bauhaus aparecen artistas como Cassandre o Béreny, denominados cartelistas vanguardistas

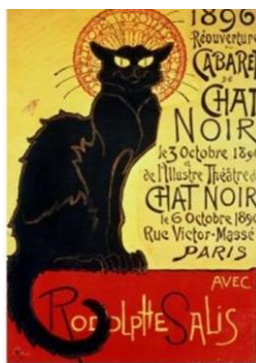


Imagen 4: "Tournée du Chat noir" (1896) Steinlen
<https://artsandculture.google.com>



Imagen 5: "Nestlé's condensed milk" (1885) Steinlen
www.museunacional.cat



Imagen 6: "Compagnie Française des Chocolats et des Thés" (1898) Steinlen
www.meisterdrucke.es

- Cassandre

La serie de carteles de la marca Dunonnet en 1932, hizo que se distinguiera de los demás cartelistas, esto fue gracias a el uso del formato de secuencia entre la imagen y el texto, lo que después fue imitado por otros artistas.



Imagen 7: "Dubonnet" (1932) Cassandre
www.artsy.net

- Robert Béreny

Introdujo el cubismo y el expresionismo en el arte húngaro antes de la primera guerra mundial. Lo que le caracteriza es manipular las figuras humanas hasta hacerlas de una forma "extraña".



Imagen 8: "Modiano" (1929) Béreny
www.bienalcartel.org

La guerra provocó cambios en la sociedad, y por lo tanto en los carteles. En la primera guerra mundial, los carteles eran propagandísticos y de reclutamiento, como el realizado por James Montgomery Flagg en 1917, mandados por el gobierno, crea el famoso cartel “I want you for U.S army”



Imagen 9: “I want you for U.S Army” (1917) Flagg
https://es.wikipedia.org/wiki/T%C3%ADo_Sam

En este periodo, los carteles de la Unión Soviética tomaron fuerza, ya que eran muy característico y distintivos con el constructivismo. Autores destacados como Rodchenko y Mayakovsky, cuentan con la creación de uno de los carteles más populares de este periodo. En 1925, el cartel para promocionar la editorial Lenzig, jugando con el collage.



Imagen 10: Cartel para promocionar la editorial “Lenzig” (1925)
<https://historia-arte.com/>

Durante el Art Decó, las características principales son tipografías más gruesas, patrones del galón y el adorno en forma de Sunburst o estallido de sol.

- Roger Broders

Realizó carteles que promocionan el turismo en Francia desde los años 20 hasta los años 30. Carteles donde se muestra el mundo del deporte, lujos que, al no tener, crean en el público la necesidad de tenerlo.



Imagen 11: Cartel de Broders "Montecarlo"



Imagen 12: Cartel de Broders "L'été sur la Côte d'Azur"



Imagen 13: Cartel de Broders "sports d'hiver"

<https://www.pinterest.cl/marcussasse5/roger-broder/>

Con respecto a los carteles de la Segunda Guerra Mundial, se crearon varios entre 1942 y 1944 que se encargaban de ensalzar el ejército de los Estados Unidos. Su autor principal fue Jes Wilhelm Schlaikjer. Y por supuesto mencionar el famoso cartel de J.Howard Miller de 1943, "We can do it", para el apoyo de las mujeres en las fábricas.



Imagen 14: Cartel de Wilhelm Schlaikjer "Army air forces" (1942)
https://en.wikipedia.org/wiki/Jes_Wilhelm_Schlaikjer

Imagen 14: Cartel de Howard Miller "We can do it!" (1943)
<https://www.museum-webshop.com/>

Empieza la era del consumo y la era de masas después de la segunda guerra mundial, años 50, donde en la televisión, en la radio y en las revistas, las familias americanas se verán reflejadas en la publicidad.



Imagen 15: Cartel de Al Moore "American Way of life" (1946)
<https://leosobrehistoria4.blogspot.com/>

El movimiento hippy en los años 60 se caracteriza por carteles psicodélicos, con formas abstractas, colores llamativos, tipografías nuevas y más experimentales y artistas como Victor Moscoso en 1967.



Imagen 16: Cartel de Victor Moscoso (1967)

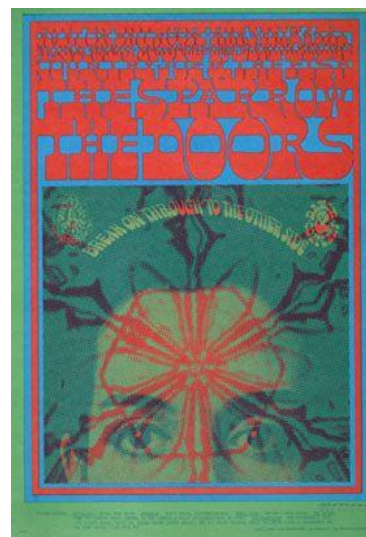


Imagen 17: Cartel de Victor Moscoso (1967)

<https://www.pinterest.es/MaryCaabs/victor-moscoso/>

Postmodernidad y punk, corriente donde el diseño se basa en el relativismo, todo vale y nada vale. Vuelve lo artesanal, lo nostálgico, melancólico, mira más hacia el pasado que hacia el futuro. El punk tiene origen en Inglaterra en la década de los 70, con un arte de “baja calidad”, gamberro, y un rechazo a las “buenas costumbres”. Hay un gran interés por los fanzines, las revistas urbanas. En estos momentos el diseño no se ve como algo profesional, sino como una protesta.

Uno de los carteles más significativos de esta época es la portada del single “God Save the Queen” de Sex Pistols en 1977, creada por Jamie Reid.



Imagen 18: Cartel de Jamie Reid “God save the queen” (1977)
<https://musign.es/dios-salve-a-la-reina/>

En la posmodernidad, destaca el artista Oscar Mariné, donde el diseño predomina en sus carteles, no la fotografía. Empleando colores llamativos, tipografías gruesas y siluetas dibujadas, consigue crear una identidad única. Elaboró carteles para *absolut* y carteles de cine como el de *Todo sobre mi madre* o *El día de la bestia*.



Imagen 19: Cartel de Oscar Mariné
 “Absolut city”
<http://www.oscarmarine.com/proyecto.php?id=13>



Imagen 20: Cartel de Oscar Mariné
 “El día de la bestia”
www.makma.net



Imagen 21: Cartel de Oscar Mariné
 “Todo sobre mi madre”
<https://delyarte.com.ar/oscar-marine/>

3.1.2. MÉTODOS DE ELABORACIÓN DE LOS CARTELES

Según Antonio Checa Godoy (2008) en su libro *Historia de la publicidad*, la elaboración del papiro deja de hacerse en el siglo X, sustituido en el siglo XII por el papel. La primera fábrica se instala en España en el año 1154, mucho más tarde que los chinos, este papel, a pesar de ser grueso y malo, provoca una nueva época.

La xilografía o el grabado en madera, comenzó a utilizarse en España en la Edad Media, pero anteriormente en China se utilizó antes, de allí también llegó la tinta.

Antes de la imprenta, la elaboración de las copias de libros se hacía de manera manual, por lo que muchas veces no se conseguía cubrir la demanda, por ello, aparece la imprenta de tipos móviles en la segunda mitad del siglo XV creada por Johannes Gensfleisch Zum Gutenberg. Esta nueva forma de impresión supuso una revolución en la producción y difusión.

A pesar de que la litografía ya se había inventado en 1798 por Alois Senefelder en Austria, no es hasta 1848 cuando se perfecciona su funcionamiento y se consigue la impresión de hojas a razón de 10.000 por hora. Orphèe aux Enfers fue el primer cartel a color realizado por Chéret aunque su mayor contribución fue de su vuelta de Inglaterra tras vivir allí siete años. La composición que este seguía las tradiciones de la pintura mural europea, por lo que se pueden comparar sus carteles con los murales y composiciones alargadas, verticales y rectangulares de Tiépolo, pintor y grabador italiano, considerado el último gran pintor de la era barroca. (p.13-14)

Con la aparición del ordenador y de las nuevas tecnologías, estos métodos quedan anticuados, por lo que el ordenador se convierte en la única herramienta necesaria para la elaboración del diseño del cartel. Esto se convierte en un desafío para los diseñadores de adaptar sus habilidades a este mundo. Con la llegada de programas para el diseño, pudieron experimentar técnicas innovadoras algunos de ellos, son Adobe Photoshop e Illustrator, lo que revolucionó la forma de crear y manipular imágenes.

El diseño en el futuro se centrará en la inteligencia artificial, la realidad virtual y tecnologías que aún no conocemos. (Ridge, B. V. 2023)

3.2. CONTEXTO HISTÓRICO DEL CARTEL CINEMATográfico

“Desde el primer momento, el cine rompió barreras culturales y sociales, con su mezcla de juguete científico y de modo de expresión” (Raúl Eguizábal, 1999, p.20)

Como explica Laia Alemany Dominguis en su TFG sobre “Carteles Mondo” (2016-2017), el cartel cinematográfico aparece al mismo tiempo que el cine, en 1895, cuando Louis y Auguste Lumière hacen su presentación al público de imágenes en movimiento con el cinematógrafo. La película en cuestión era El jardinero o Lárroseur arrosé en su idioma original. Aquí podemos observar el primer cartel cinematográfico, de carácter costumbrista, ilustrando al público disfrutando de la película promocionada, no hace referencia el texto al título de la película y, en cambio, se nombra directamente a los autores.

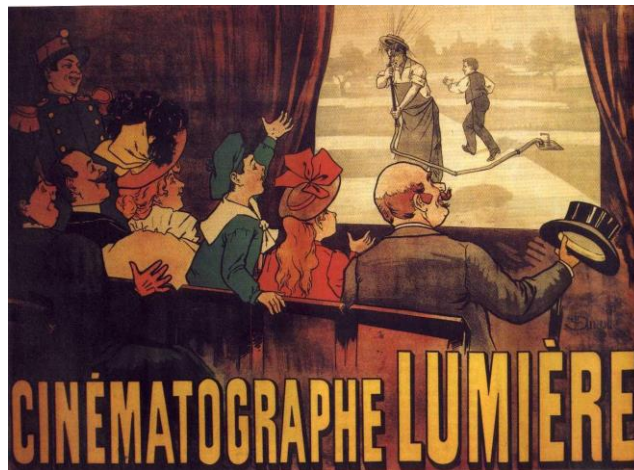


Imagen 22: cartel publicitario cine hermanos Lumière 1895 “El jardinero”
www.lazancadilla.com

Este espectáculo fue tal, que enseguida se creó un género específico para este tipo de carteles.

A pesar de que el cine fue creado por los hermanos Lumière y este tipo de carteles corre de su cuenta, fue Thomas Edison quien ajusta las proporciones estándar del poster, conocido actualmente como “el general”.

Podemos comprobar cómo desde la primera proyección cinematográfica, el cartel es una de las mejores formas de promocionar el cine junto con el tráiler, de esta forma se puede llegar más fácilmente al público y resumir el contexto de la película. La productora de cine francesa Gaumont Pathé eran unos grandes editores, autoproducían sus propios carteles.

Seguidamente, haremos un breve viaje en el tiempo desde los años 20 hasta la actualidad de la historia del cartel cinematográfico de la filmografía americana basado en el artículo de Befresh Studio (2019) *La historia del cartel cinematográfico* y *El cartel de cine. Cien años de historia* por Recallaudiovison (2014)

3.2.1. EVOLUCIÓN DEL CARTEL CINEMATográfico

- La década de 1910. Los *nickelodeons*, o teatros pequeños de la época, se sustituyeron por las salas de cine. Los posters que se encontraban en los vestíbulos se reemplazaron por grupos de 8 fotogramas, así se enseñaban escenas de la propia película, a esto se le denominó *Lobby Cards*. Este tipo de cartel o póster se ha seguido conservando décadas después.



Imagen 23: Lobby Card "The birds" (1963)
<https://www.ha.com/>

- En los **años 20**, resaltan las ilustraciones realizadas a mano y los retratos de las estrellas protagonistas. Uno de los carteles que más destaca es el de *Metrópolis* (1927), con un aspecto innovador del que nunca se había realizado algo parecido, además la tipografía nos habla del contenido de la película, no solo con el título sino con la construcción de esta. A finales de la década los nombres de los actores toman protagonismo y se empiezan a incluir en los carteles, otorgándoles mayor peso visual.



Imagen 24: cartel de cine "Metropolis" (1927)
www.befresh.es

- En los **años 30**, surge el *art decó*, tendencia artística que también se usa para la realización de carteles de cine, coincidiendo con la edad de oro del cine. Este estilo se caracteriza por emplear colores llamativos, formas geométricas y de nuevo tipografías decorativas, como



Imagen 25: cartel de cine "Frankenstein"
www.befresh.es

por ejemplo en la película de *Frankenstein* (1931), todo dependía de la productora que realizaba la película.

- En los carteles de los **años 40** se les da total importancia a los protagonistas y tipografías románticas. En estos años se está viviendo la II Guerra Mundial, por lo que la censura no permite arriesgar en el diseño de carteles, además, muchos de los actores fueron a luchar al frente, y los que no, hacían películas de guerra de forma propagandística.



Imagen 26: cartel de cine "Casablanca" (1942)
www.befresh.es

- Con la aparición de la televisión en los **años 50**, los carteles pasan por cambios muy significativos. La tipografía se vuelve algo fundamental en la estructura. Uno de los que más destacan es *Ben Hur* (1959). Por otro lado, a mitad de la década, la aparición de revistas sobre cine en color donde aparecían fotografías de las estrellas hizo que las compañías centraran más los carteles en los personajes, creando así los primeros carteles fotográficos.

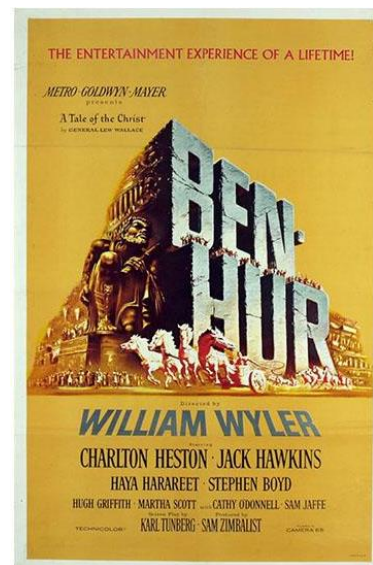


Imagen 27: cartel de cine "Ben Hur" (1959)
www.befresh.es

- En los **años 60**, el centro del cartel es la fotografía como a finales de la década pasada, así, la ilustración pierde importancia. Gracias a la censura que sufrió la televisión y de la que el cine se salvó, surgieron muchos más desnudos lo que derivó en dar protagonismo en los carteles a sus actores principales como en "Desayuno con diamantes", donde el formato de la tipografía y la fotografía cobran más relevancia.



Imagen 28: cartel de cine "Desayuno con diamantes" (1961)
www.befresh.es

- Las composiciones en los **años 70** continúan con la fotografía. Surge la psicodelia, tendencia que mezcla formas geométricas con fotografía, muchas veces estas formas enmarcan a las figuras protagonistas, para centrar mucho más la atención del espectador. En esta década se recurre a diseñadores profesionales de carteles de cine.

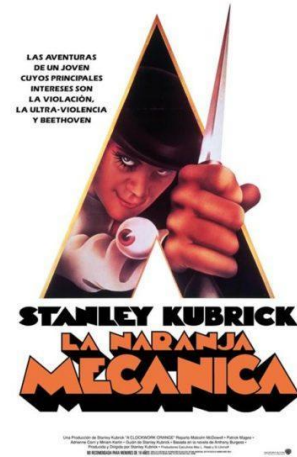


Imagen 29: cartel de cine "La naranja mecánica" (1971)
www.befresh.es

- En los **años 80** hay una "rivalidad" entre los carteles fotográficos, los ilustrados o la combinación de ambos estilos. La tipografía pierde protagonismo a diferencia de las décadas pasadas, esto crea un punto de inflexión y una diferenciación a la hora de crear carteles cinematográficos.

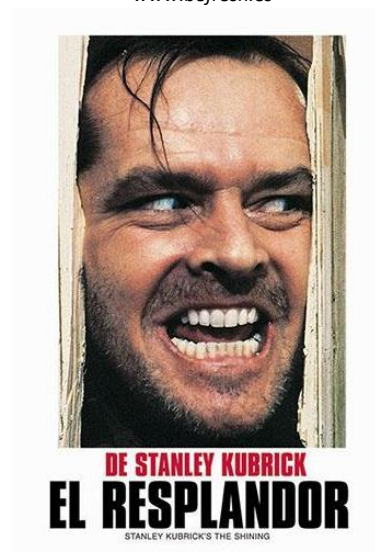


Imagen 30: cartel de cine "El resplandor" (1980)
www.befresh.es

- Los **años 90 y los 2000** se comienzan a diseñar los carteles como los conocemos hoy en día, destacando la fotografía como elemento principal y la conceptualización de los mismo, es decir los carteles no mostraban escenas de la película, sino una imagen que resumiera la trama. Se da protagonismo al título y se nombra a los actores protagonistas de manera más discreta.

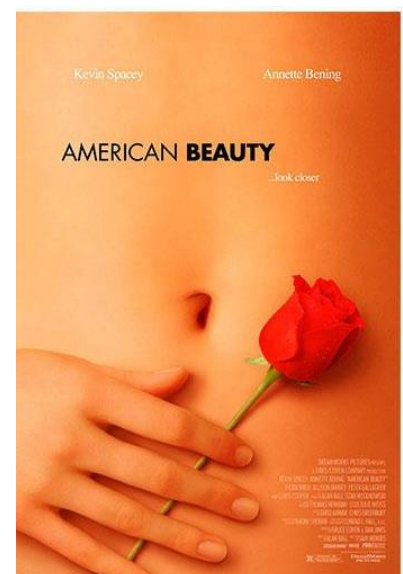


Imagen 31: cartel de cine "American beauty" (1999)
www.befresh.es

- Por último, en la **actualidad**, la competencia en el cine es mayor, por tanto, el cartel tiene que generar en el espectador impacto, debe ser creativo, utilizando la persuasión y provocando el deseo/curiosidad de ver esa película. Se utilizan figuras retóricas que alienten esa curiosidad. (Landaverde, J. R. 2023)



Imagen 32: cartel de cine "The lobster" (2015)
www.befresh.es

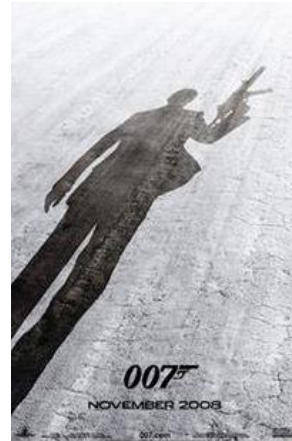


Imagen 33: cartel de cine "Skyfall" (2012)
www.befresh.es

3.2.2. ELEMENTOS DEL CARTEL CINEMATOGRAFICO

La definición que da Abraham Moles sobre el cartel cinematográfico es "imagen coloreada portadora generalmente de un único tema y acompañada de un texto líder que rara vez excede de 20 palabras y expone un único argumento. Normalmente está hecho para ser pegado y expuesto a la vista del público" (citado en: Garófano, 1989: 45)

En este tipo de carteles podemos encontrar dos tipos de lenguajes, el visual y el textual, los cuales el cartelista tiene que saber cómo combinar para crear un mensaje atractivo y eficaz ya que las funciones del cartel de cine son informar y persuadir. A partir de la revista *Internacional de investigación en comunicación* Nº 11 por Rocío Collado (2015), obtenemos los siguientes datos.

- Textual

Según Alcacer Garmendia (1991, p. 12) «en el sistema icónico-literario del cartel, el texto, en relación a la posible ambigüedad de las imágenes, aclara y fija el sentido, o lo refuerza dándole mayor alcance, o lo matiza ampliamente». También Enel (1974, p. 73) «el texto utilizado por el publicista está enfocado por completo hacia un único fin: cristalizar una significación entre todas las significaciones posibles de la imagen».

A pesar de que la imagen consigue obtener más atracción por parte del público, el texto ayuda al receptor a entender aquello que con la imagen únicamente, tal vez, no es del todo

comprensible. Los elementos textuales del cartel cinematográfico han ido cambiando según la época, pero los que tienen más importancia son:

- El título

Es la parte textual más importante del cartel, formado por una palabra o frase corta que describe la película. Al ser lo más relevante de la composición, tiene un diseño más elaborado que otros elementos textuales y es a partir de los años 30 que se le da más importancia.

Es muy importante elegir la tipografía adecuada, y con el paso de las décadas hemos visto gran variedad de interpretaciones, más grandes, más pequeñas, gruesas, finas, etc. Su disposición suele ser en horizontal en la parte superior, en el centro o en la parte inferior del cartel.

- Protagonistas

Se trata de un texto informativo sobre el elenco de la película, pero, sin embargo, en ocasiones, estos nombres son el reclamo de la audiencia. Suelen tener un tamaño menor que el título principal, pero sin pasar desapercibidos. (Gómez Pérez, F. J. 2002)

- Gráfico/visual

Es de sobra conocido que el elemento visual de un cartel es el que más peso tiene, el más atrae al público. La imagen del cartel está compuesta por la mezcla de símbolos, figuras, colores, etc, puede ser desde lo más abstracto hasta lo más representativo.

Tranche (1994, p. 138-139) dice que las técnicas que usaban los cartelistas, al igual que las vanguardias artísticas, han ido pasando por diferentes estilos, desde el cubismo hasta el Pop Art. También expone las dos líneas de la composición del cartel de cine.

- Crear imágenes más artificiales, alejándose así de la iconografía de la propia película.
- La más usada, con imágenes realistas, mostrando escenas de las películas o a la estrella o estrellas en primer plano, Pueden utilizar varias imágenes y crear una composición, siendo así más fácil la interpretación de esta.

3.3. AUTORES

Quiero destacar cinco autores que me han sido de inspiración a la hora de elaborar este proyecto. Cada uno con su estilo único y en su época logró dejar huella en el mundo del diseño: Saul Bass con carteles de cine como por ejemplo el de la película *Vértigo*; Milton Glaser con la ilustración icónica de *I Love NY*; David Carson, reconocido por haber roto todas las reglas del diseño y cuestionar el papel de la legibilidad en la comunicación; Drew Sruzan, creador de carteles de cine que marcó una época; y, por último, Rafael Morante, quien utiliza el dibujo como elemento principal, cosa que me fascina.

- Saul Bass

Nació en Nueva York en 1920 y ya desde pequeño resaltó por su gran talento como dibujante. Debido a toda la situación que se vivía en el mundo y la gran depresión, no pudo acudir a la universidad, por lo que trabajó pintando escaparates. A los 17 años un miembro de la Liga de Estudiantes de Arte de Manhattan vio lo que hacía y le ofreció una beca.

En 1946 creó Saul Bass & Associates, donde creó gran variedad de trabajos, comenzando con la identidad de marca de varias empresas de gran tamaño como la de American telephone and telegraph company (AT&T), Minolta o Warner communications. (Gabriel Suárez, G. 2022)



Imagen 34: Diferentes logos creados por Saul Bass

www.senorcreativo.com

A pesar de todos estos trabajos, Bass no estaba satisfecho con ello por lo que decidió empezar a crear carteles cinematográficos, desafiando el diseño convencional y poniendo a prueba sus diseños modernistas. Los trabajos que realizó para las películas de Otto Preminger le abrieron

las puertas a este mundo. Otto al sorprenderse por el trabajo de Bass en el cartel de Carmen Jones y le pidió que diseñara la secuencia de títulos inicial de la película. Después de esto, realizó carteles para diferentes películas. No fue el único director que se fijó en su trabajo y colaboró con otros directores como Billy Wilder, Otto Preminger, Alfred Hitchcock, Stanley Kubrick o Martin Scorsese.

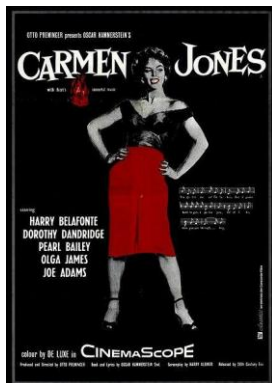


Imagen 35: Cartel Carmen Jones (1954)
www.posteritati.com



Imagen 36: Cartel The Man with the Golden Arm (1955)
www.senorcreativo.com



Imagen 37: The shining (1980)
www.senorcreativo.com

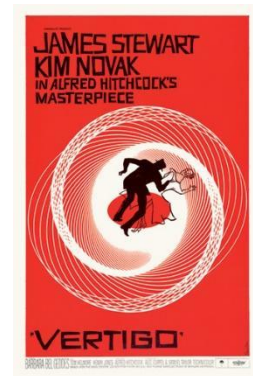


Imagen 38: Vertigo (1958)
www.senorcreativo.com

Bass a menudo contiene marcos de colores sólidos y reproduce diferentes formas geométricas para crear una animación minimalista alrededor de los créditos finales. Así, entre las diversas técnicas de Bass, se pueden enumerar la animación recortada, el montaje, el diseño de nombres y la composición de acción real. Este fue sin duda un referente durante el desarrollo. El trabajo de Saul Bass continúa siendo de inspiración para muchos profesionales ya que fue y es un gran diseñador. (García, T. 2021)

- Milton Glaser

Según el artículo de Gráfica (2020), Glaser nació en 1929 en el Bronx de Nueva York y se formó en la escuela superior de música y arte. Por otro lado, trabajó con Giorgio Morandi después de darle la beca de Fulbright, que se fue a Bolonia (Italia) a la academia de Bellas Artes.

Fue cofundador de Push Pin Studio en 1954 con Seymour Chwast, y poco después con Clay Felker la *New York Magazine*, revista popular y competidora de *The New Yorker*. En 1974 creó su estudio, Milton Glaser Inc, y junto Walter Bernard en 1983 formaron la empresa WBMG.

Después de crear más de 300 carteles, algunos de los más icónicos y representativos son el de Bob Dylan que se convirtió en un símbolo en los sesenta y un icono en el diseño. En el primer ámbito trabajó para publicaciones como "Paris Macht", "L'Express", "Esquire" o "Village Voice" y "La Vanguardia" (1987-1989), donde este cambio coincidió con su giro al color. Realizó el logo de DC Comic y en 1975 esbozó en una servilleta el símbolo de *I Love NY*, el cual dos años después se convirtió en un icono de la ciudad.

El estilo de Glaser, según *Milton Glaser /History* (2023) se caracterizó por el eclecticismo y estuvo influenciado por numerosas fuentes, aunque siempre puso un fuerte énfasis en la ilustración. Diseñó una serie de tipos de letra, la mayoría decorativos y casi ilegibles, como reflejo de su orientación, alejada de la ortodoxia metodológica. Sus ideas creativas se acercan más a las de los artistas tradicionales y expresa en sus obras sus visiones únicas del mundo.

Su trabajo se ha mostrado en exposiciones en todo el mundo, incluidas exposiciones individuales en el Centro Pompidou de París y el Museo de Arte Moderno de Nueva York.



Imagen 39: logo I Love NY (1977)



Imagen 40: Logo revistas New York (1968)

www.lidembarcelona.com



Imagen 41: Cartel de Bob Dylan para CBS Records (1967)



Imagen 42: Cartel XIV Juegos Olímpicos de Invierno (1984)

www.lidembarcelona.com

Su presencia internacional e impacto en la industria es incuestionable. Su carrera altamente creativa y elocuente revela a un hombre moderno del Renacimiento, una raza poco común de diseñador/ilustrador/intelectual, que nos aportó una profunda comprensión y pensamiento conceptual combinados con un rico lenguaje visual. Una obra muy inventiva y atemporal.

- David Carson

David Carson nació en 1955 en Texas y se graduó en sociología, pero a los 26 años decidió matricularse en un curso de diseño gráfico. Unos años después, en verano se matriculó en un curso en Rapperswil (Suiza), donde Hans-Rudolf Lutz, diseñador gráfico, lo desafió a trabajar con él.

Después de varios trabajos en *Transworld Skateboarding* (1984-1987) y *Transworld Snoeboarding* y la revista de surf *Beach Culture*, el editor Martin Scott le invitó a trabajar con él en la revista *Ray Gun* y esto provocó que la revista se hiciera más famosa.



Imagen 43 y 44: Revista Ray Gun
www.graffica.info

El estilo que utiliza en estas revistas es experimental, ya que el diseño tipográfico y editorial era algo nuevo, por otro lado, también experimentaba con las corrientes culturales pop de los 90. Destaca por un estilo caótico que más tarde se etiquetó como “tipografía grunge” que no siempre es legible. (MD, P, 2022)

De 1995 a 2003, Carson trabajó desde su estudio de Nueva York en proyectos para clientes tan diversos como Nike, MTV y Toyota. A partir de entonces, su lista de clientes ha sido interminable y su estilo se refleja en cada proyecto que emprende. Su acercamiento al diseño se esconde no sólo en sus proyectos profesionales, sino también en los cursos que imparte y las entrevistas que publica. (Gráfica, 2023)



Imagen 45: Portada para discursos de Obama
ilustrandoenlaescueladearte.blogspot.com

- Drew Struzan

Guillermo del Toro (2013) señala que “Hay un artista por cada par de décadas que sabe plasmar la experiencia cinematográfica. Y creo que, para mi generación, y para la generación justamente anterior a la mía, Drew Struzan fue ese artista. Él era, literalmente, las películas». Drew Struzan declaró que “Cada vez hay menos gente que haga lo que yo hago. Pero siempre existirá la necesidad de un artista. Siempre habrá trabajo por hacer”. (2004)

He escogido a este artista e ilustrador como referente, ya que algunos de los carteles que ha realizado, en total 215 posters, tienen mucha semejanza con los realizados en Marvel.

Semejanzas como la composición de las imágenes, el protagonista en el centro rodeado de personajes secundarios, el villano y/o el ambiente donde ocurrirá una de las escenas más importantes de la película. Algunos de ellos son Rambo (1982), Regreso al futuro (1985), Star Wars (1999) o Harry Potter y la piedra filosofal (2001).



Imagen 46: Rambo (1982) www.filmaffinity.com



Imagen 47: Regreso al futuro 1 (1985) www.filmaffinity.com



Imagen 48: Star Wars (1999) www.filmaffinity.com

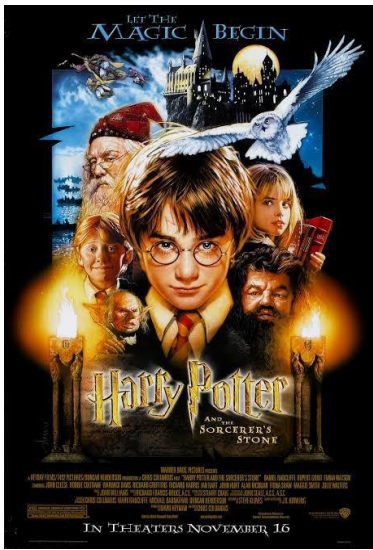


Imagen 49: Harry Potter y la piedra filosofal (2001) www.filmaffinity.com

Además de formar parte en el diseño de grandes películas, también trabajó en el mundo editorial, creando ilustraciones para portadas de libros y diseñó el primer logotipo de Industrial Light & Magic.

En los 90, con el inicio de la tecnología y la pérdida de la ilustración manual, la producción fue en declive, por lo que el artista declaró en “Cada vez hay menos gente que haga lo que yo hago. Pero siempre existirá la necesidad de un artista. Siempre habrá trabajo por hacer” (Dwre Struzan, 2004). A pesar de ello, continuó trabajando de ilustrador y diseñador. En 2008 Struzan anunció su retirada en el cartelismo, pero antes dibujó todas las precuelas de *Star Wars*.

El proceso que seguía para crear las ilustraciones era complejo. Comenzaba dando una capa de Gesso al lienzo y luego empezaba a bocetar a mano, el cual coloreaba después con aerografía, pintura al óleo y acrílica. Las texturas las realizaba de manera manual, nunca recurre a la tecnología.

- Rafael Morante

Artista Cubano que formó parte de un grupo de jóvenes que no tenían conciencia de que estaban revolucionando el diseño cubano. Comienza a finales de los años 50 e inicia en diferentes agencias una revolución del diseño. Se fue a Estados Unidos durante un breve periodo, donde descubre la pintura abstracta, y se inspira en William de Kooning para sus diseños. Cuando vuelve a Cuba sigue trabajando hasta que llega la revolución y se incorpora a ICAIC (Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos) haciendo carteles para diferentes películas. (Canal Habana, 2022)

Rafael era destacado por ser un ilustrador con dibujos muy particulares. Entre sus trabajos encontramos portadas de libros, carteles de cine, creación de logos, portadas de discos, escribió novelas de ciencia ficción e incluso en sus últimos años de vida realizó música, mostrando así un gran rasgo de su personalidad, que era que buscaba recursos en todos sus momentos y formas.

A pesar de haber realizado tantos trabajos diferentes, es conocido por su obra en los carteles. Utiliza un nivel de síntesis que es único, donde utiliza el dibujo como elemento protagonista. En los años 60, tiene una serie de carteles donde utiliza manos y contorsiones, algo muy

interesante que hacía de ello un dibujo único, estructurado y donde la línea tenía todo el protagonismo. La tipografía que predominaba en sus carteles era la tipografía futura, debido a su elegancia y fuerza.

Uno de los carteles que más me han llamado la atención es el de la película *Éxtasis*. Es una composición donde se muestra lo erótico con únicamente un fondo negro, dos líneas blancas muy finas haciendo la silueta de un cuerpo femenino y la palabra “éxtasis” en la parte del pubis.



Imagen 50: *Éxtasis*
<http://www.opushabana.cu/>

Por otro lado, no podemos olvidarnos del primero que realizó para la cinèmahèque de Chaplin, ya que es la primera vez que se utiliza una imagen tan conocida para resumir toda la industria del cine.

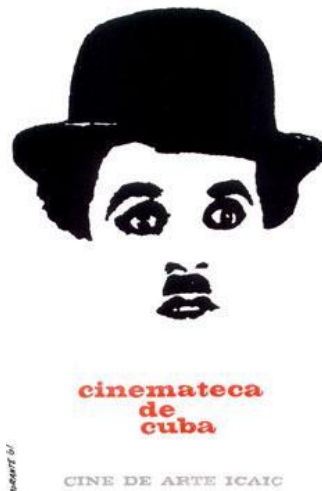


Imagen 51: Cinemateca de cuba
<http://www.opushabana.cu/>

Por último, tiene una serie de carteles para Alfred Hitchcock muy llamativos donde únicamente utiliza los colores blancos, negro y rojo.

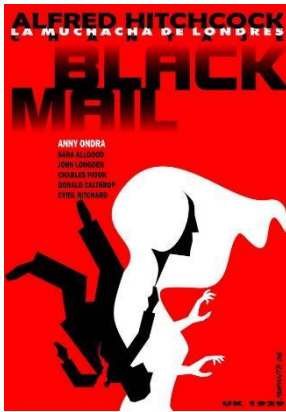


Imagen 52: Black Mail

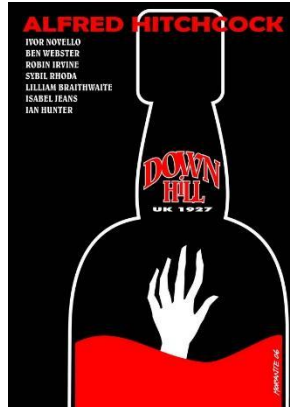


Imagen 53: Down Hill

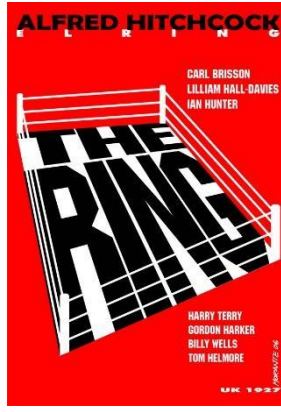


Imagen 54: The Ring

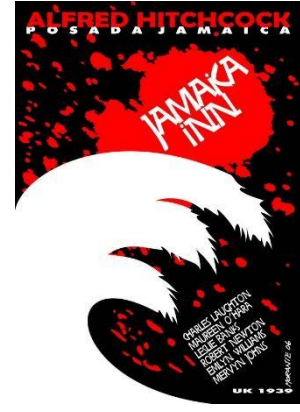


Imagen 55: Jamaika inn

www.arteporexcelencias.com

3.4. CARTELES DE MARVEL

Marvel, con el paso de los años, se ha convertido en una forma de entretenimiento mundial, creando películas con muchos seguidores y fanáticos. De esta forma, los carteles se han convertido en una parte fundamental para su iconografía.

James Verdesoto (2018), artista venezolano en el ámbito del cine, realizó un video con la colaboración de *Vanity Fair*, revista estadounidense sobre cultura, moda y política, donde explica los posters de Marvel.

A partir del visionado del video elaborado por James Verdesoto, comprobamos que las características compositivas de los carteles tienen al protagonista o al superhéroe en el centro del cartel, siendo éste el elemento principal, el cual está rodeado de personajes secundarios pero importantes para la trama, por ejemplo, relacionados en el ámbito amoroso o villano de la película. De fondo siempre se ve la ciudad, que es el lugar donde ocurre la acción, o da pistas de cómo se van a desarrollar las escenas, como por ejemplo en el cartel de "Spiderman Far from home", donde se observa al fondo la torre Stark, que sabemos que se localiza en Nueva York.

En cuanto al lenguaje textual, el título se localiza siempre en la parte inferior del cartel con una tipografía acorde a la estética de éste, tanto por la fuente como por los colores. Debajo del titular se encuentran una serie de nombres, actores, productores, creadores, etc. Y, por último, no puede faltar el logo de Marvel Studio en la parte superior del título.



Imagen 56: Capitán América. El primer vengador (2011)
www.filmaffinity.com

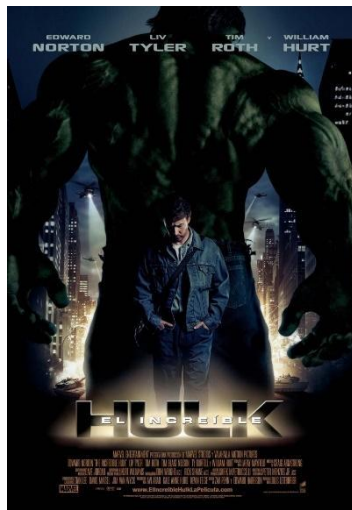


Imagen 57: El increíble Hulk (2008)
www.filmaffinity.com



Imagen 58: Iron man (2008)
www.filmaffinity.com



Imagen 59: Iron Man 2 (2010)
www.filmaffinity.com



Imagen 60: Thor. (2011)
www.filmaffinity.com



Imagen 61: Los vengadores (2012)
www.filmaffinity.com



Imagen 62: Iron Man 3 (2013)
www.filmaffinity.com



Imagen 63: Thor. El mundo oscuro (2013)
www.filmaffinity.com



Imagen 64: Capitán América. El soldado de invierno (2014)
www.filmaffinity.com



Imagen 65: Guardianes de la galaxia (2014)
www.filmaffinity.com



Imagen 66: Los vengadores. La era de Ultron (2015)
www.filmaffinity.com

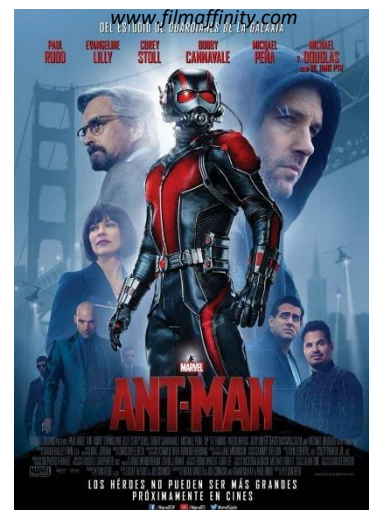


Imagen 67: Ant – Man (2015)
www.filmaffinity.com



Imagen 68: Capitán América. Civil War. (2016)
www.filmaffinity.com



Imagen 69: Doctor Strange (2016)
www.filmaffinity.com



Imagen 70: Guardianes de la Galaxia Vol. 2. (2017)
www.filmaffinity.com



Imagen 71: Thor. Ragnarok (2017)
www.filmaffinity.com



Imagen 72: Spider-Man: Homecoming (2017)
www.filmaffinity.com



Imagen 73: Black panther (2018)
www.filmaffinity.com



Imagen 74: Los vengadores. Infinity War (2018)
www.filmaffinity.com



Imagen 75: Ant – Man y la Avispa (2018)
www.filmaffinity.com



Imagen 76: Capitana marvel (2019)
www.filmaffinity.com



Imagen 77: Los vengadores. End Game (2019)
www.filmaffinity.com



Imagen 78: Spider-Man- Lejos de casa (2019)
www.filmaffinity.com



Imagen 79: Viuda Negra (2021)
www.filmaffinity.com



Imagen 80: Shang-Chi. La leyenda de los diez anillos (2021)
www.filmaffinity.com



Imagen 81: Eternals (2021)
www.filmaffinity.com



Imagen 82: Spider-man. No way home (2021)
www.filmaffinity.com



Imagen 83: Doctor Strange en el multiverso de la locura (2022)
www.filmaffinity.com



Imagen 84: Thor. Love and Thunder (2022)
www.filmaffinity.com



Imagen 85: Black Panther. Wakanda Forever (2022)
www.filmaffinity.com



Imagen 86: Ant – Man. Quantumania (2023)
www.filmaffinity.com



Imagen 87: Guardianes de la Galaxia. Vol. 3 (2023)
www.filmaffinity.com

4. MARCO PRÁCTICO

4.1. CONSIDERACIONES PREVIAS

Tras la investigación sobre la elaboración de los carteles cinematográficos y sobre todo los carteles de Marvel, hay que tener en cuenta que en el rediseño de los carteles no debemos seguir las mismas pautas, ya que lo que queremos realizar es una nueva composición visual para conseguir llegar a nuevas audiencias y comprobar de esta forma que el diseño y la cartelería es uno de los medios que más transmiten.

4.1.1. DISEÑO GRÁFICO

El diseño gráfico es una de las disciplinas que tenemos los seres humanos, que hoy en día se conoce como expresión gráfica. Como hemos ido viendo a lo largo del trabajo, es desde los años 20 que este arte aparece y se desarrolla hasta ser lo que es hoy en día, pero añadiendo la era digital, que nos ha permitido grandes transformaciones en cuanto al diseño.

Desde los 80 hemos visto una gran evolución, pero ahora, con la rapidez con la que el mundo digital evoluciona, es difícil estar en tendencia y provoca un continuo progreso y evolución.

Como bien lo define Joan Costa (1989), "Diseño es pues, la expresión planificada de un propósito poniendo el acento de esta definición, tanto en la idea de "planificación" y de proceso, como en la "expresión" material y el "sentido", resultante de lo anterior. " (p.15)

El diseño gráfico es un estilo de arte que nos permite comunicar, a través de las partes visuales, un mensaje. Esto se hace de una manera diferente, que atraiga la atención y el interés del espectador. Para todo ello, se emplean diferentes estilos gráficos y dependiendo de la época hay unas tendencias u otras.

4.1.2. ESTILOS GRÁFICOS

Las cinco seleccionadas son algunas de las tendencias que se encuentran actualmente en el mercado, por lo que ayudan a la evolución del diseño del siglo XXI.

- Collage

Según el diccionario de la Real Academia Española (2016), "el collage, es una técnica pictórica que consiste en componer una obra plástica uniendo imágenes, fragmentos, objetos y materiales de procedencias diversas"

Otra definición que encontramos es “Se puede llamar collage a la técnica de pegar a una superficie trozos o recortes de papel, cartón, telas, etc., como elementos de un diseño o imagen” (Mayer, 1985. Pág. 385).

El artista de collage, al contrario del resto de artistas, emplea imágenes “prefabricadas” y las coloca de tal forma que consigue expresar un discurso.

Este estilo, suele ser muy atractivo para el espectador. Pueden ser simples, sencillos y fáciles de entender o, por el contrario, un poco más complejos. Este estilo gráfico fue muy utilizado en el siglo XX, sobre todo durante el dadaísmo, futurismo, cubismo, surrealismo, etc.

Actualmente, una artista que me inspira es Maya Land, realiza collages en físico, no digital, creando imágenes espectaculares. Se puede ver su trabajo en su Instagram @Artisticsideoflife_ o en su página web <https://www.mayalandart.com/>

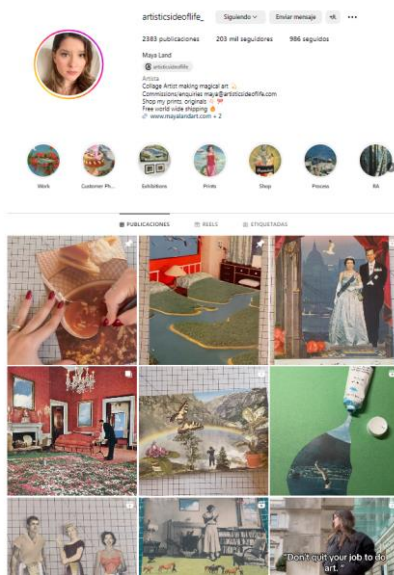


Imagen 88: Instagram
@Artisticsideoflife_

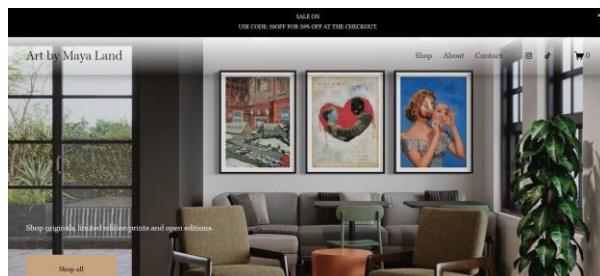


Imagen 89: Web
<https://www.mayalandart.com/>

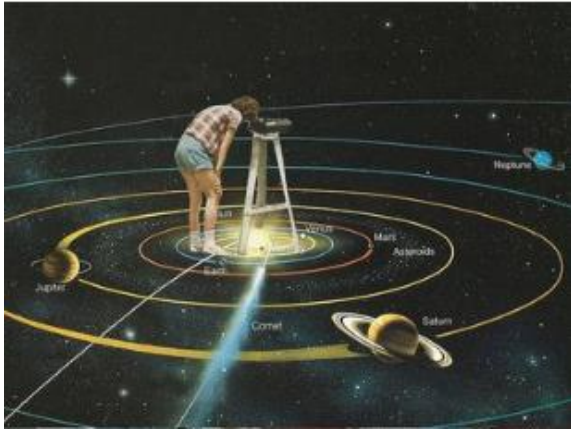


Imagen 90: Collage de Artisticsideoflife
<https://www.mayalandart.com/>



Imagen 91: Collage de Artisticsideoflife
<https://www.mayalandart.com/>

Con este estilo lo que quiero mostrar es que a veces, con los elementos clave, es suficiente para mandar un mensaje, este estilo tiene la capacidad hacer asociaciones complejas de mundos diferentes, es bastante onírico, un estilo que se adapta bastante a la filmografía de Marvel

- Retro futurista

Según Eilidibeth Córdova (2022), el retro futurismo destaca por utilizar épocas del pasado, pero con conceptos del futuro y a pesar de ser algo difícil de entender se emplea en muchas ocasiones. Este estilo aparece por primera vez en 1983 con Lloyd Dunn.



Imagen 92: Imagen de Lloyd Dunn
vivesceramica.wordpress.com

Podemos encontrar diferentes subgéneros dentro del retro futurismo según Paula (2021), ya que después de su aparición ha seguido evolucionando y creando diferentes estilos. Entre ellos:

- Steampunk:

Inicialmente apareció como una corriente literaria, hasta que se adaptó al diseño. Lo que este estilo muestra es el reemplazo de la tecnología por las máquinas de vapor, la mezcla de lo victoriano con la tecnología, mostrando que sí que se puede mostrar un estilo futurista en escenarios del siglo XIX. Dentro de este género, encontramos el Steamgoth, que es una vertiente más oscura de esta.



Imagen 93: Estilo Steampunk
Cogs www.creativefabrica.com

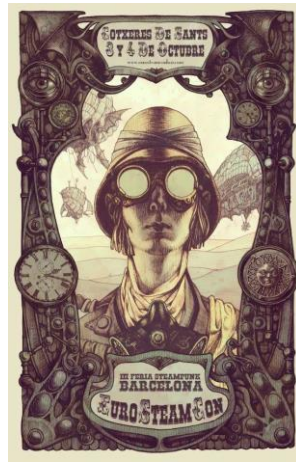


Imagen 94: cartel oficial de
EUROSTEAMCON 2015
www.etsy.com

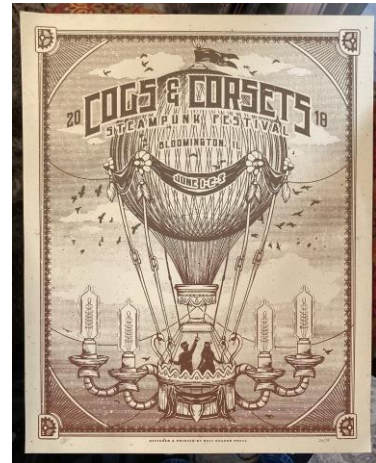


Imagen 95: Cartel oficial del espectáculo
& Corsets Steampunk Festival Bloomington
Illinois 2018
www.cafr.ebay.ca

- Dieselpunk:

Parecido al steampunk, pero en este caso las maquinarias son de motor diésel de entreguerras junto con la tecnología retro futurista. Lo que se intenta mostrar con este estilo es la forma de huir de la negatividad, es un diseño para soñadores.

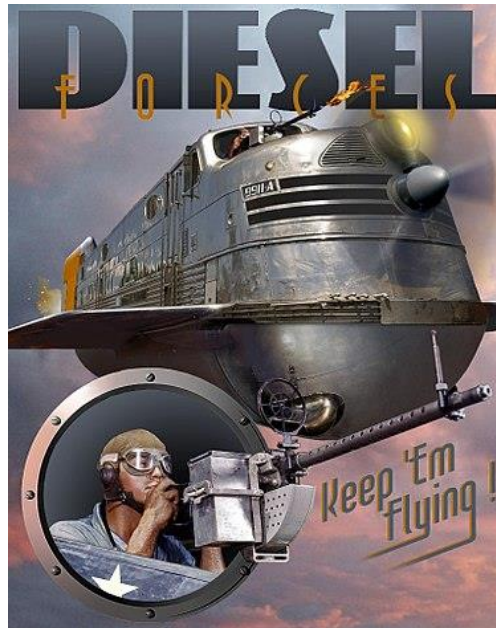


Imagen 96: Stefan Prohaczka
es.wikipedia.org/wiki/Dieselpunk

- Atompunk:

Este estilo duró hasta los años 60, y como su nombre indica, estamos en la era atómica y espacial. Es el subgénero más conocido dentro del retro futurismo y el que sigue más presente en el diseño actualmente.

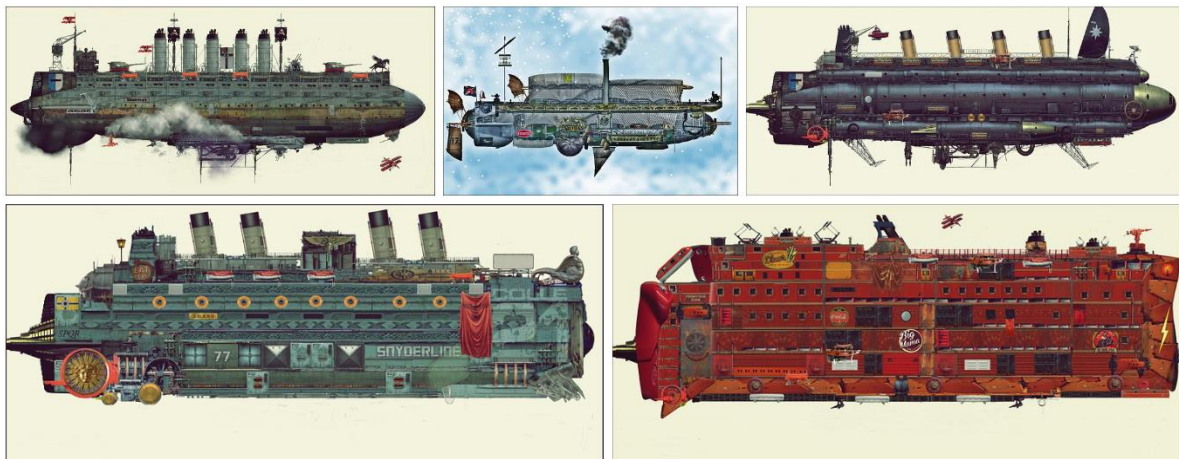


Imagen 97: RoySnyder, Luftschiffe Steampunk
<https://pixabay.com/collections/steampunk-luftschiffe-788024/>

- Bitpunk:

La unión del Steampunk y del cyberpunk surge el bitpunk. Es la combinación de la nostalgia y la tecnología. Muy presente en la era millennial y la generación X. Es el género cibernético y basado en la tecnología actual, ordenadores, neones, etc.



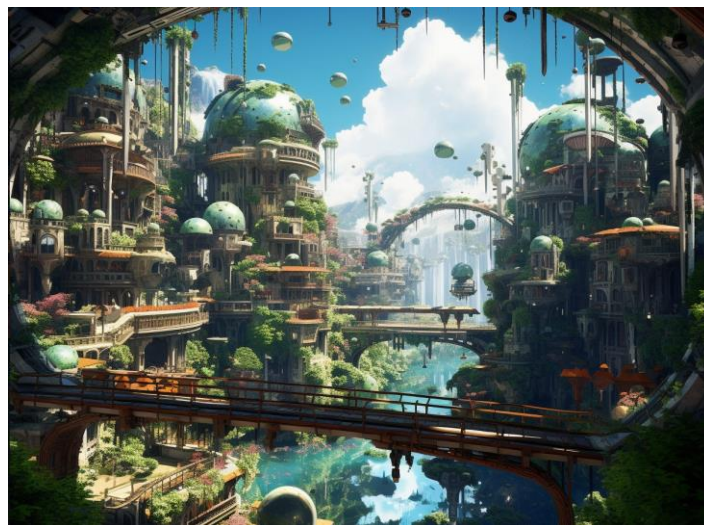
Imagen 98: Watch Dogs y Far Cry: Blood Dragon
www.pinterest.es/pin/535013630737293614/



Imagen 99: Far cry 3: Blood dragon
<https://www.pinterest.es/pin/535013630737293624/>

- Solarpunk:

Es el estilo retro futurista más novedoso, apareciendo en 2008. Muestra un futuro casi perfecto, en consonancia con los animales y la naturaleza. Se centra en temas como el cambio climático, la igualdad, etc.



Para la creación de los carteles de este estilo, he decidido guiarlo por el subgénero bitpunk, ya que es el que está más de moda entre los jóvenes por la era en la que nos encontramos de ordenadores. Además, por otro lado, en el mundo de Marvel, la tecnología está muy presente y creo que refleja muy bien la estética de estas películas.

- Minimalista

Según Luis Alejandro Córdova González en su libro *Cuando lo mínimo es suficiente* (2006), en el minimalismo se emplean únicamente los elementos necesarios y esenciales para comunicar el mensaje. Este tipo de carteles logran un impacto en el espectador, ya que como refiere García-Uceda (2008) “el diseño de la publicidad impresa en este medio debe estar muy cuidado, ya que tan sólo disponemos, entre tres y treinta segundos para impactar positivamente en los receptores” (p.342). De esta forma la simplicidad consigue que el espectador, con tan solo mirar durante pocos segundos, reciba la información necesaria.

Se trata de una estética simple en un momento en el que estamos saturados de información y opciones continuamente. A veces menos, es más, y por ello, en el mundo tan complejo de Marvel, una serie de carteles de este estilo beneficia a conseguir atraer nuevos públicos.

- Tipografías experimentales

Ambros-Harris (2009) habla sobre la tipografía en su libro *Fundamentos de la tipografía*. Dice que la evolución de la tipografía data de hace más de 600 años, y la tipografía se ha ido adaptando a los diferentes tipos de impresión, por lo que, desde los jeroglíficos egipcios hasta día de hoy, hay una gran evolución en cuanto a forma y modo de empleo.

Con la tipografía, no únicamente escribimos una palabra, sino que damos forma visual a la idea, por ello, a pesar de que los tipos de letras se basan en el diseño de hace años, se siguen creando más y más.

Podemos encontrar diferentes tipografías de diferentes autores que destacan a lo largo de la historia.

- **Gill Sans**, que creó una tipografía con líneas simples a partir de la fuente original de Johnston en 1916.
- Con el modernismo, una tipografía que destaca es **Bayer Universal**, creada en 1925, con la intención de reducir el diseño.
- **Futura**, de Paul Renner en 1928, basándose en las figuras del círculo, triángulo y cuadrado para su realización.
- **Helvetica**, por Max Miedinger en 1957, uno de los tipos de letras más conocidas actualmente, con formas limpias y directas.
- **Eurostile**, de Aldo Novaresa en 1962, donde predominan las letras con las esquinas redondeadas, dando un toque dinámico y moderno.
- **Foundry Gridnik**, diseñada por Jürgen Weltin en 1990, se caracteriza por unos remates son ángulos en vez de redondeados.

ABCDEFGHI
JKLMNOPQR
STUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
0123456789

Imagen 101: Tipografía Gil Sans
www.commons.wikimedia.org/

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
1234567890!/?&

Imagen 102: Tipografía Bayer Universal
www.pixartprinting.es

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz Åå
Ää Öö 0123456789

Imagen 103: Tipografía Futura
www.redbubble.com

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÀ
ÅÉÎÏabcdefghijklmn
opqrstuvwxyzàáéíõ&
1234567890(\$£.,!?)

Imagen 104: Tipografía Helvetica
www.laimprentacg.com

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÀÅÉ
abcdefghijklmnopqrs
tuvwxyzàáéíõøü&12
34567890(\$£.,!?)

Imagen 105: Tipografía Eurostile
<http://www.identifont.com/>

Actualmente, el estilo tipográfico empleado en los carteles provoca una reacción en el espectador, por ello es tan importante usarlo bien. Por ello, en los rediseños de los carteles de Marvel, la tipografía transmite mucho más que el simple título de las películas.

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÀÃ
abcdefghijklmnpqr
stuvwxyzàáéíöøü&1
234567890(\$€.,!?)

Imagen 106: Tipografía Foundry Gridnik
<http://www.identifont.com/>

- 3D

Como refleja Alfonso (2023) en su artículo sobre *La importancia del diseño 3D*, es un estilo esencial en el marketing y en la publicidad, ya que permite tener experiencias más impactantes y realistas, además de modernas y futuristas. En 2023 empezó a ser tendencia y continúa, sobre todo por sus calles con campañas 3D, donde marcas como Nike, ya son partidarias de su uso.



Imagen 107: Campaña Nike

<https://meridianadecomunicacion.com/2022/11/28/publicidad-exterior-3d/>

Por esta razón, creo que los carteles de Marvel podrían mostrar imágenes realmente impactantes, al igual que en sus películas, generando así en el espectador un interés hacia ellas.

5. IDEACIÓN DEL PROYECTO

A continuación, los 31 carteles originales junto con el rediseño que hemos elaborado además de una explicación detallada de los elementos que componen cada cartel, todo ello dividido por fases.

5.1. FASE 1: COLLAGE

CAPITÁN AMÉRICA: EL PRIMER VENGADOR



Imagen108: Cartel original "Capitán américa" (2011)
www.filmaffinity.com

Una de las escenas más importantes de la película es un intento de infiltrarse en uno de los trenes de la organización de HYDRA, el villano. Durante este momento, Bucky Barnes, amigo del Capitán América desde hace años, se cae por un acantilado y le dan por muerto ya que era una caída mortal.

Esta muerte afecta mucho a Steve Rogers, el Capitán, por lo que la forma en la que veía antes al villano cambia y decide vengarse. Debido a la importancia de esta escena en la película, me pareció que debía formar parte de la composición principal junto con el protagonista.



Imagen 109: Rediseño cartel "Capitán América"

Para acabar, de fondo tenemos la imagen que utiliza HYDRA, la organización de Red Skull, el villano, que cuenta con una calavera y seis tentáculos.

De esta forma hemos conseguido realizar un cartel con la información necesaria y sin estar tan recargado.

EL INCREÍBLE HULK

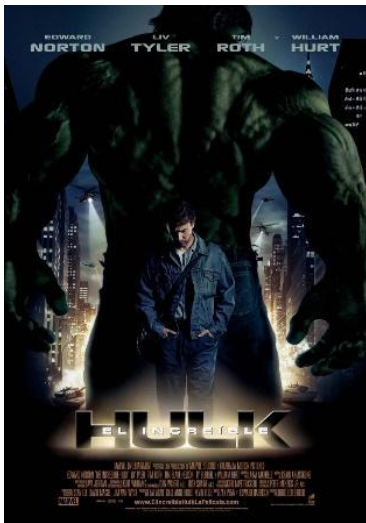


Imagen 110: Cartel original "El increíble Hulk" (2008)
www.filmaffinity.com

Creo que es más que evidente que lo más relevante de esta película es la infección muy intensa de Bruce Banner con radiación, por eso he decidido poner como imagen principal al propio Bruce trabajando en su experimento antes de infectarse.

Cabe destacar que este incidente ocurre después de conocer a Betty Ross, un amor no correspondido. De esta forma, esta en la parte derecha del cartel, mostrando que ese amor aún persiste en él y es lo único que calma a Hulk cuando está en pleno brote de rabia.

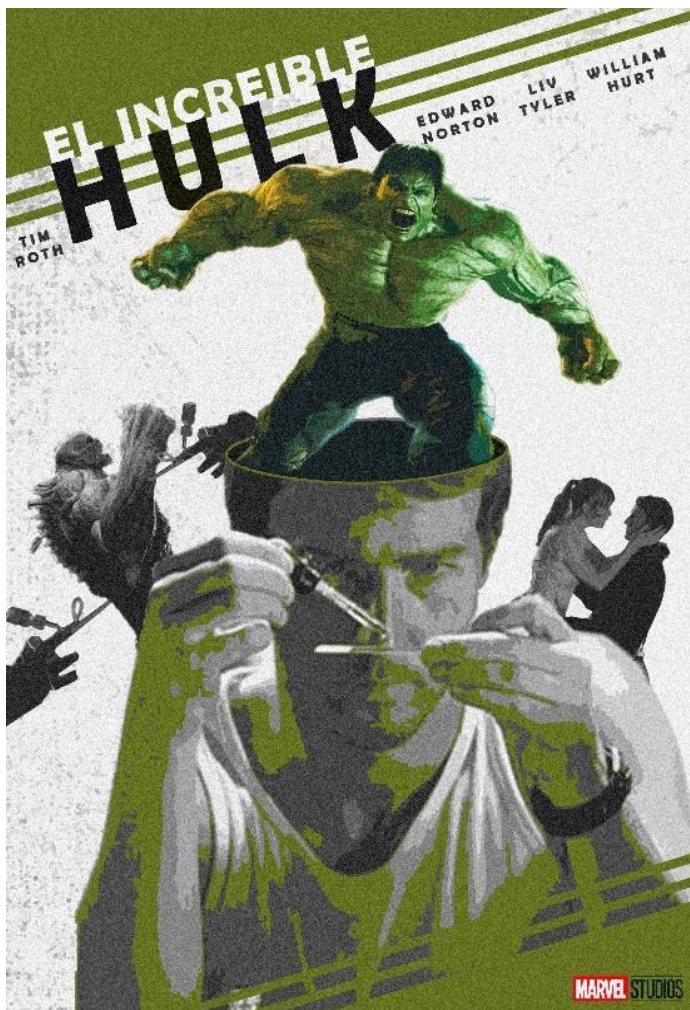


Imagen 111: Rediseño cartel "El increíble Hulk"

Por otro lado, está el villano, abominación, la criatura más poderosa junto a Hulk que ha pisado la tierra. Bruce tiene que convertirse en Hulk para poder salvar la ciudad de Nueva York, convirtiendo la ciudad en un escenario de la última batalla entre ambos.

Tenemos una composición visual de los dos ámbitos de la película, la acción hulk y abominación, y el romance.

IRON MAN



Imagen 112: Cartel original "Iron Man 1" (2008)
www.filmaffinity.com

Tony Stark era un multimillonario fabricante de armas hasta que fue víctima de una de sus armas. Hubo una gran explosión que provocó su secuestro. Si no hubiera estado en aquella explosión jamás habría conseguido crear el traje de hierro, por lo que Iron Man nunca existiría. Por ello es una de las escenas principales y más importantes de la película y lo he insertado en el rostro de Tony Stark.

Durante dicho secuestro crea el primer prototipo del que después conoceremos como Iron Man, haciendo llamarse el hombre de hierro, que es la careta que vemos en la parte inferior. Cuando por fin consigue salir de allí, en su edificio crea el traje que ahora

conocemos, por ello la sobre posición de una careta con la otra.

Por último, de fondo podemos ver el traje que crea el villano a partir de los bocetos de Tony. El enfrentamiento de ambos también es muy importante en la película, ya que hace decidir a Tony que quiere dejar de crear armas y quiere combatir el mal en todo el mundo.



Imagen 113: rediseño cartel "Iron Man 1"

IRON MAN 2



Imagen 114: Cartel original "Iron Man 2" (2010)
www.filmaffinity.com

El mundo ya es consciente de quién se esconde tras el traje de Iron man y el ejército quiere crear trajes como el suyo para combatir, pero él se niega, ya que es consciente de que puede caer en malas manos. Aún así, uno de sus trajes se lo da a la armada y a su amigo, creando a Iron Patriot, el defensor del pueblo. Por ello, los dos protagonistas están de mayor tamaño en el cartel.

Aparece Látigo Negro, un hombre en busca de venganza que se crea unos látigos de rayos para los brazos al comienzo de la película. Por ello, en la imagen del cartel se pueden observar unos

rayos rojos y azules.



Imagen 115: Rediseño cartel "Iron Man 2"

Como bien predijo Iron Man, los bocetos del traje caen en malas manos y Justin Hammer se alía con Látigo negro para crear unos trajes malvados, que están reflejados en la parte inferior del cartel.

THOR



Imagen 116: Cartel original "Thor"
(2011)
www.filmaffinity.com

Thor es el dios de la guerra, pero en esta ocasión su arrogancia y su codicia desata una guerra pasada. Por ello, Odin, su padre, lo destierra a la tierra para que descubra de nuevo el sentido de la humildad.

Su martillo solo puede empuñarlo una persona digna, y al ser desterrado por sus acciones ya no puede cogerlo. Por ello aparece el martillo en blanco y negro, dándole un aspecto dramático y con cadenas, ya que no puede empuñarlo. Esto refleja su paso por la tierra y la relación con Jane Foster.

En la parte inferior vemos a Asgard, la ciudad de donde procede

Thor, ya que es donde quiere volver después de ser desterrado y donde se encuentra toda su vida.

Por ultimo en el fondo vemos cuatro formas, dos amarillas, emulando los cuernos de loki, su hermano. Por otro lado, las formas rojas simulando los ojos rojos de Laufey, ambos forman parte de los villanos de esta película.



Imagen 117: Rediseño cartel "Thor"

LOS VENGADORES



Imagen 117: Cartel original "Los vengadores" (2012)
www.filmaffinity.com

Nick Furia, el director de la Agencia SHIELD, que es una agencia de inteligencia, espionaje y antiterrorismo, crea a los vengadores, reclutando a un equipo de superhéroes para salvar al mundo. Algunos de ellos ya los hemos visto en películas anteriores como Capitán América, Thor, Iron man o Hulk, aunque de este último el actor es otro.

En esta primera parte de los vengadores, conoceremos a Viuda Negra, que ya apareció anteriormente en Iron Man 2, y a Ojo de Halcón.

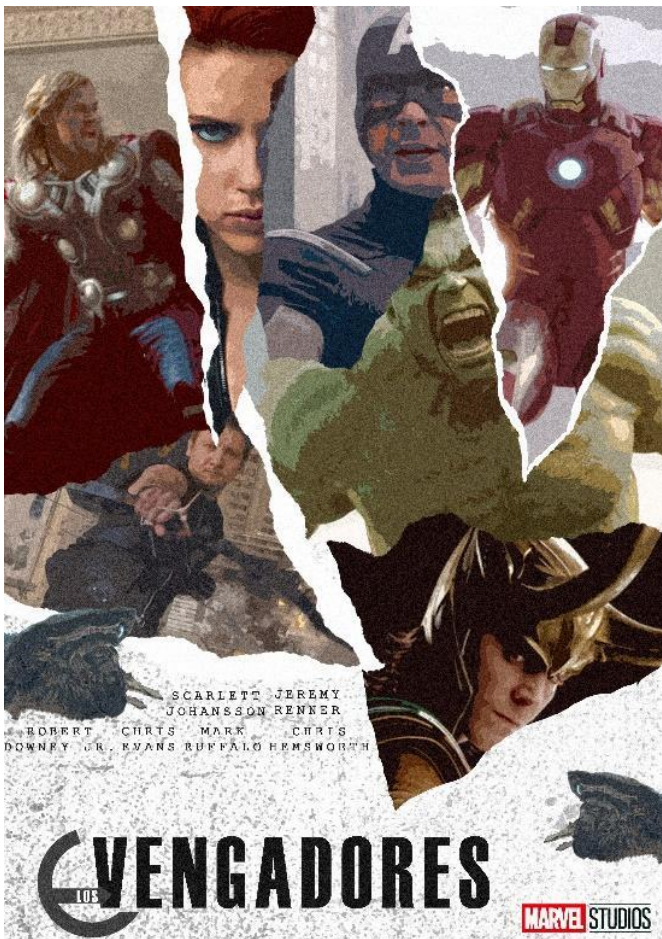


Imagen 119: Rediseño cartel "Los vengadores" (2012)

Este equipo es reclutado ya que hay una amenaza en la tierra muy peligrosa. Loki vuelve a ser el villano, pero en esta ocasión tiene un gran poder bajo sus manos, el Tesseracto.

En el cartel vemos en "trozos de papel" a los diferentes superhéroes, y a Loki, el ya mencionado villano. De una manera simple mostramos la unión de todos estos héroes contra el mal. Por último, en la parte de abajo hay dos naves que son las que invaden Nueva York por culpa de Loki, ya que con el tesseracto crea un portal.

5.2. FASE 2: RETROFUTURISTA

IRON MAN 3



Imagen 119: Cartel original "Iron Man 3" (2011)
www.filmaffinity.com

La composición es simple pero muestra cosas que a simple vista no conoces si no ves la película.

En la parte de la izquierda vemos al protagonista iron man, a Iron Patriot, a Pepper potts, Aldrich Killian y al Mandarín. Todos personajes relevantes, mezclado villanos, héroes y familia.

En la parte de la derecha vemos bocetos de uno de los trajes de Tony Stark, ya que en esa película crea más de 40 trajes, algo que es muy importante saber ya que, en la lucha final, todos aparecen para ayudar a su creador y poder ganar así la lucha.

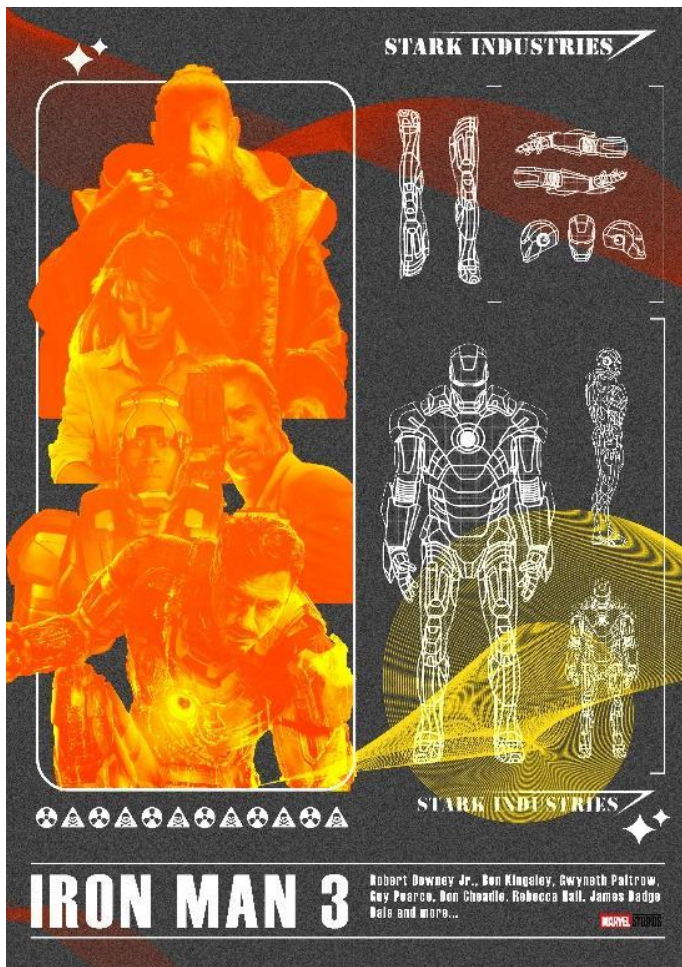


Imagen 120: Rediseño cartel "Iron Man 3"

Los colores en ese estilo gráfico son muy llamativos, por ello he empleado los colores naranja y amarillo, en sintonía con el traje de Iron Man.

THOR EL MUNDO OSCURO



Imagen 121: Cartel original "Thor. El mundo oscuro" (2013)
www.filmaffinity.com

Este cartel se caracteriza únicamente por formas. La forma del centro simboliza las naves del villano, Malekith. No podía faltar el martillo representativo de Thor en el centro. La esfera del fondo se debe a la gema del infinito roja que conocemos durante la película.

Lo característico de este cartel es que se compone únicamente de formas.

En la parte central, simbolizando al protagonista tenemos a Mjolnir, el martillo de Thor. Detrás de este una de las formas más implantes de la composición. Aunque a simple vista parezca que no tiene sentido, esta simboliza la nave que acude a destruir la tierra,

una escena realmente importante ya que decide como va a ser la relación entre Thor y Jane Foster.

Por último, en el fondo la esfera roja. Es la primera vez que oímos hablar de las gemas del infinito, por lo que es un punto de inflexión en la saga de Marvel y Jane Foster es quien la encuentra, algo muy relevante durante toda la película.

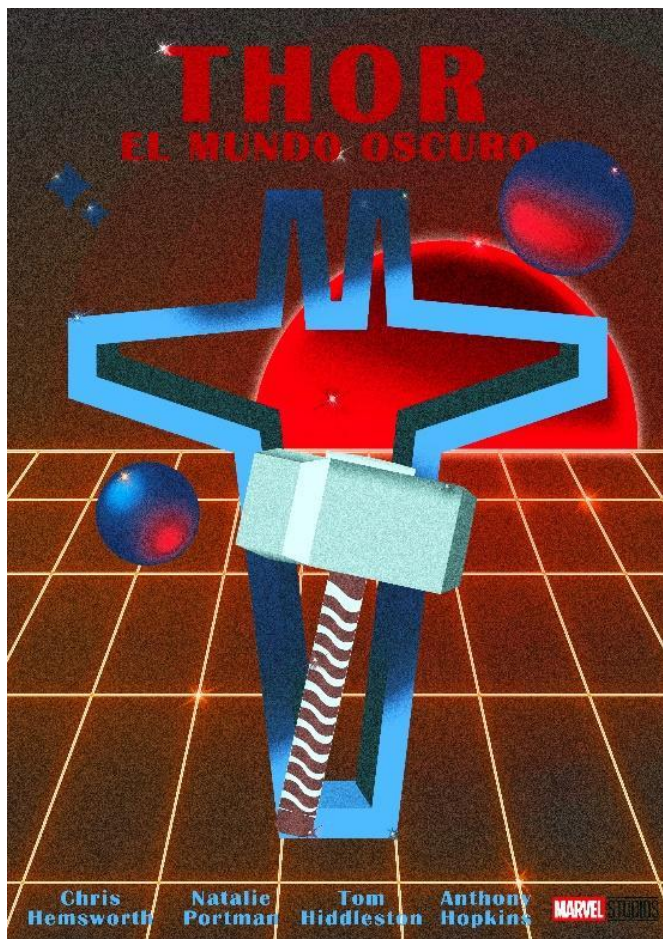


Imagen 122: Rediseño cartel "Thor. El mundo oscuro (2013)"

CAPITÁN AMÉRICA EL SOLDADO DE INVIERNO



Imagen 123: Cartel original
"Capitán América. El soldado de
invierno" (2014)
www.filmaffinity.com

Como he mencionado anteriormente, este estilo gráfico llama mucho la atención, por ello he decidido crearlo todo con neones.

En la parte de la derecha podemos ver a Bucky, el amigo de Steve que se dio por muerto en la primera película, pero esta vez es el villano, llamado *El Soldado de Invierno*, ya que le han sometido a un lavado de cerebro. En el centro de las dos imágenes vemos que los símbolos representativos de cada uno de ellos se solapan, mostrando así una posible unión entre los ambos.

Por otro lado, en la parte de la izquierda vemos a los personajes principales de la película. Aquí conoceremos a Falcon, amigo de Steve que le ayuda con El Soldado de Invierno.



Imagen 124: Rediseño cartel "Capitan América. El soldado de invierno" (2014)

GUARDIANES DE LA GALAXIA



Imagen 125: Cartel original
"Guardianes de la Galaxia"
(2014)
www.filmaffinity.com

Esta película tiene un tono más humorístico, por ello los colores son más vivos.

Se habla de otra de las gemas del infinito, en este caso la gema del poder que es morada, por eso el cartel tiene tonos morados. Lo que predomina es la esfera del centro, que a simple vista no tiene importancia, pero es lo más significativo de la película, ya que dentro de ella se esconde la gema del poder, por ello he querido que pareciese un planeta, porque dentro de ella hay un poder enorme.

Se pueden ver las siluetas de los personajes, Groot, Drax, Rocket, Gamora y Star-Lord, todos en posición

de lucha. Por último, hay que mencionar que se encuentran en la galaxia, por ello hay dos planetas más reflejados y estrellas, dando la sensación de estar en el espacio.

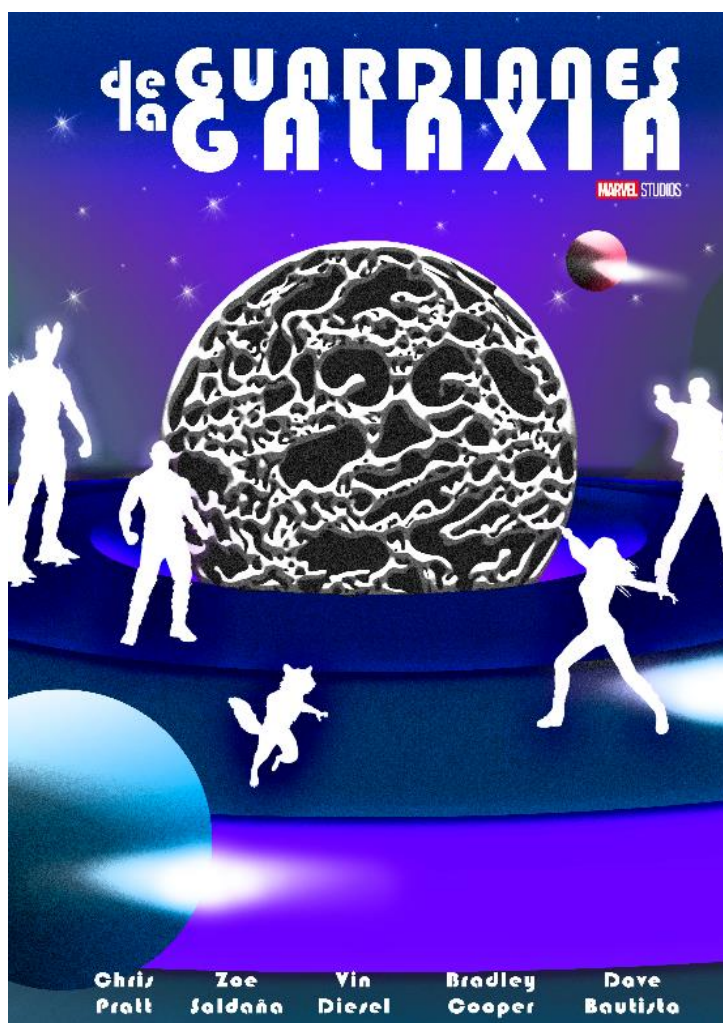


Imagen 126: rediseño cartel "Guardianes de la Galaxia" (2014)

VENGADORES LA ERA DE ULTRÓN



Imagen 127: Cartel original "los vengadores. La era de ultrón" (2015)
www.filmaffinity.com

Cartel más complejo y con más información que os anteriores.

Es la segunda entrega de los vengadores, el equipo formado por Nick Furia en la organización de SHIELD. El cartel se divide en dos colores, el azul, reflejando a Ultron, el villano, y el naranja, reflejando a J.A.R.V.I.S, el ayudante de Iron Man, por lo que forma parte de los superhéroes.

Las imágenes de los protagonistas tienen estos colores, mostrando así de que bando están. Por esto, los hermanos Maximoff, que son creados por Ultron, tienen ambos colores, ya que comienzan siendo de los malos, pero acaban de parte de los vengadores.



Imagen 128: Rediseño cartel "Los vengadores. La era de ultrón" (2015)

Por otro lado, los vengadores también tienen una parte azul ya que, en ocasiones, sin darse cuenta, benefician a Ultrón.

Para acabar, conocemos una gema nueva, la que es la de la mente, que se queda en la forma física de Visión, J.A.R.V.I.S.

ANT-MAN



Imagen 129: Cartel original "Ant-Man" (2015)
www.filmaffinity.com

Ant – Man o Scott Lang es un expresidiario al que un hombre llamado Henry Pym le dio un traje y tuvo que ser un superhéroe. El traje tiene la capacidad que hacerle pequeño o enorme.

Esta tecnología era muy poderosa, y Darren Cross quería uno igual para él. Este resultó ser el villano y con el que tiene que luchar para salvar el mundo. Por ello en la parte central del cartel vemos una lucha entre ambos.

En los laterales se ven los personajes reales y en cada uno de ellos predomina el color que le representa, en el caso de Ant – Man el rojo y en el caso de Darren el amarillo.

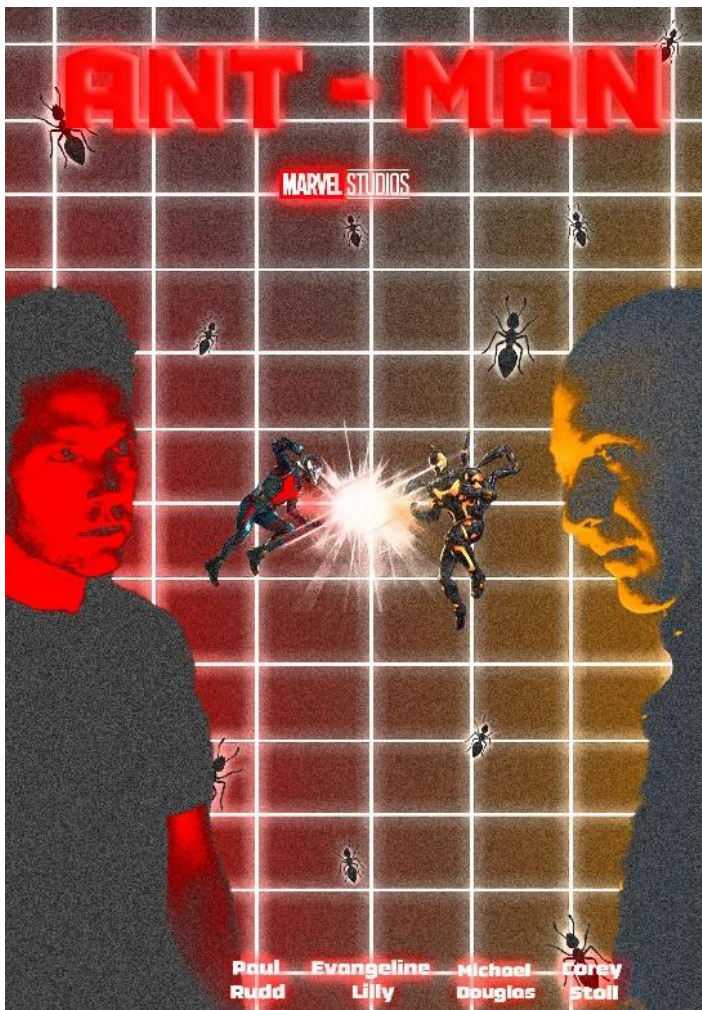


Imagen 130: Rediseño cartel "Ant-Man" (2015)

5.3. FASE 3: MINIMALISMO

CAPITÁN AMÉRICA CIVIL WAR



Imagen 131: Cartel original "Capitán América. Civil war" (2016) www.filmaffinity.com

solo lo imprescindible y necesario para que se entienda la película.

Lo principal de la película es el conflicto entre Iron Man y Capitán América, por eso he decidido realizar una ilustración simple, sin mucho detalle, de ambos peleando, mostrando su rivalidad. En este caso no hay nombres de actores, ya que al ser minimalista he decidido dejar

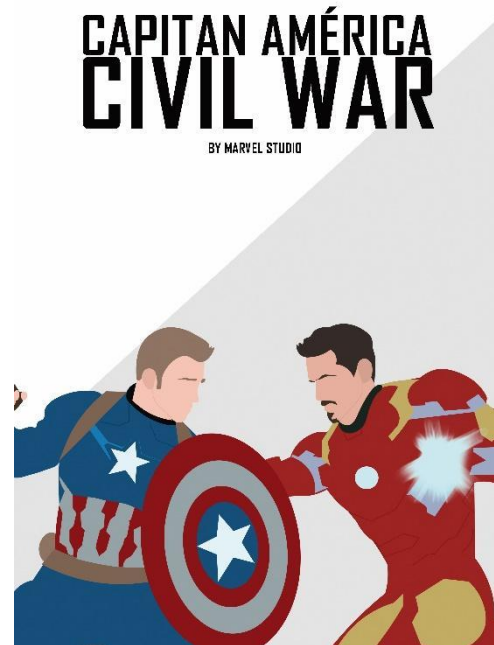


Imagen 132: Rediseño "Los vengadores. Civil War" (2016)

DOCTOR STRANGE



Imagen 133: Cartel original "Doctor Strange" (2016) www.filmaffinity.com

Aquí conocemos la gema del tiempo, verde.

Lo que más representa a Doctor Strange es su capa, ya que tiene vida propia, su perilla y su pelo, por ello es lo único reflejado. Al ser la primera película de este superhéroe, no quería dar más pistas o datos sobre su personaje, creando intriga al espectador. El texto centrado en el medio da armonía a toda la ilustración.



Imagen 134: Rediseño cartel "Doctor Strange" (2016)

GUARDIANES DE LA GALAXIA VOL. 2



Imagen 135: Cartel original "Guardianes de la galaxia vol. 2" (2017)
www.filmaffinity.com

En Guardianes de la galaxia Vol. 2, conocemos a Ego, el padre de Will o Star Lord. Este resulta ser un dios y un planeta entero, pero no es tan bueno como quiere parecer. Por ello es la parte central del cartel, está el planeta con la cara de ego con expresión de enfado.

La composición de las letras es algo más elaborada, pero sin quitar el protagonismo a la ilustración.



Imagen 136: Rediseño cartel "Guardianes de la galaxia vol.2" (2017)

THOR RAGNAROK



Imagen 137: Cartel original "Thor. Ragnarok" (2017)
www.filmaffinity.com

Podemos ver la silueta de tres personajes que son, Thor, el superhéroe principal, Hela, la hermana malvada de Thor que quiere quedarse con Asgar, y, por último, hulk, que es un personaje importante para el desarrollo de la trama. El color se debe a la hermana

Hela, ya que es color que la representa durante la película. Así mostramos quien va a ser el protagonista sin necesitar demasiados detalles.



Imagen 138: Rediseño cartel "Thor ragnarok" (2017)

SPIDER-MAN HOMECOMING



Imagen 139: Cartel original "Spiderman. Homecoming" (2017)
www.filmaffinity.com

Spiderman. Un cartel simple, pero con la información necesaria.

Conocemos al nuevo Spiderman, un Peter Parker que forma parte del equipo de Iron Man, con un traje nuevo y más tecnología, por eso la forma de los ojos es diferente a Spiderman's anteriores. Las alas representan al villano en la sombra de sus ojos. El color rojo es por el traje de



Imagen 140: Rediseño cartel "Spiderman Homecoming" (2017)

BLACK PANTHER



Imagen 141: Cartel original "Black Panther" (2018)
www.filmaffinity.com

Lo que más puede representar a nuestro personaje principal es el collar y los ojos, ya que es lo que más destaca de él. La ilustración es simple pero eficaz, ya que muestra lo importante. El color morado es el representativo de Black Panther y contrasta muy bien con el color negro.



Imagen 142: Rediseño cartel "Black Panther" (2018)

VENGADORES INFINITY WAR



Imagen 143: Cartel original "Vengadores. Infinity war" (2018)
www.filmaffinity.com

Una película que va a marcar un antes y un después junto con End Game. Thanos lucha por las gemas del infinito, que son las cinco figuras de colores que hemos ido mencionando a lo largo de los carteles. Esta amenaza con hacer desaparecer a la mitad de la población, por eso el fondo negro se deshace. Un cartel simple pero que dice mucho más de lo que parece a simple vista.

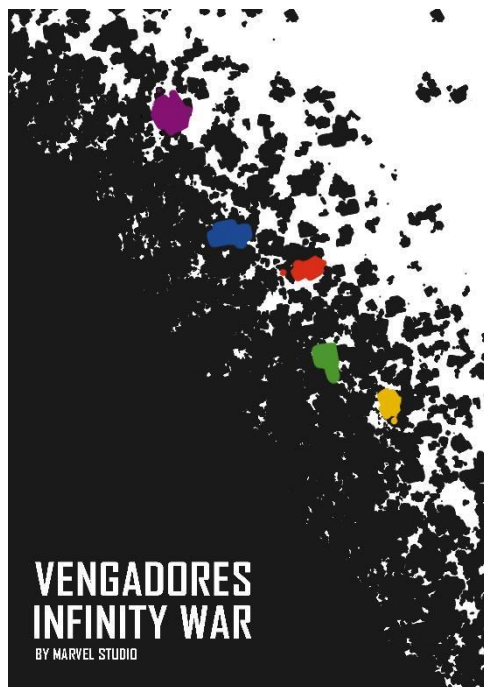


Imagen 144: Rediseño cartel "Vengadores. Infinity war" (2018)

ANT-MAN Y LA AVISPA



Imagen 145: Cartel original "Ant-Man y la Avispa" (2018)
www.filmaffinity.com

es el casco amarillo.

Obviamente, lo que más representa a Ant – Man es su casco, que le permite hacerse pequeño, por ello en esta segunda película del superhéroe he decidido ilustrar únicamente los cascos, ya que con ello lo identificas y sabes de lo que es capaz. En este caso hace equipo con la avispa, que

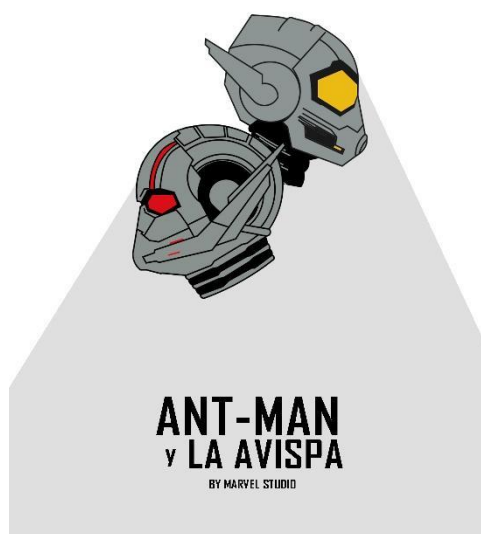


Imagen 146: Rediseño cartel "Ant-Man y la Avispa" (2018)

CAPITANA MARVEL



Imagen 147: Cartel original "Capitana Marvel" (2019)
www.filmaffinity.com

espectador, ya que no muestra literalmente el conflicto.

Cartel simple con el símbolo de la superheroína y sus colores representativos. Los aviones dan un toque más personal, ya que son datos sobre el personaje y sobre la trama que va a tener la película.

Considero que este estilo de cartel crea más intriga al



Imagen 148: Rediseño cartel "Capitana marvel" (2019)

VENGADORES ENDGAME



Imagen 149: Cartel original "Los vengadores. End game" (2019)
www.filmaffinity.com

viajes en el tiempo y luchan por las gemas. Es la trama principal y lo que hace que todo se decida, por ello es lo único y lo verdaderamente importante del cartel, las gemas.

Como ya he mencionado, junto con Infinity War, es una de las películas más importantes, ya que se deciden muchas cosas sobre muchos de los superhéroes.

Después de 5 años de la desaparición de la mitad de la población, descubren los



Imagen 150: Rediseño cartel "Los vengadores. End Game" (2019)

SPIDER-MAN FAR FROM HOME



Imagen 151: Cartel original "Spiderman. Far from home" (2019)
www.filmaffinity.com

Ilustración se muestran las dos visiones, la del villano con las gafas y la de Spiderman.

Las gafas ilustradas en la parte superior eran de Tony Stark, que se las deja a Spider Man tras su muerte. Son un elemento muy importante en la trama ya que el villano las quiere para desatar el caos.

Ambos se enfrentan en varias ocasiones y en la



Imagen 152: Rediseño cartel "Spiderman. Far from home" (2019)

5.4. FASE 4: TIPOGRAFÍA EXPERIMENTALES

VIUDA NEGRA



Imagen 153: Cartel original "Viuda negra" (2021)
www.filmaffinity.com

En este caso la tipografía es lo que tiene que resaltar en el cartel, por ello he adaptado y modificado la letra al símbolo que representa a la viuda negra junto con los colores. Un cartel simple, pero con una tipografía que no vas a encontrar en cualquier cartel.



Imagen 154: Rediseño cartel "Viuda negra" (2021)

SHANG-CHI Y LA LEYENDA DE LOS DIEZ ANILLOS



Imagen 155: Cartel original "Shang-Chi y la leyenda de los 10 anillos" (2021)
www.filmaffinity.com

Como bien dice el título, la trama de esta película gira alrededor de la leyenda de los diez anillos. Por ello la letra se ha adaptado a unos anillos reales. Estos son de color naranja porque son el color de Shang-Chi, el superhéroe, y de fondo los anillos azules, que son del villano Chiu-Wai,

quien lucha con Shang-Chi por conseguir los diez y tener todo el poder.



Imagen 156: Rediseño cartel "Shang-Chi" (2021)

ETERNALS



Imagen 157: Cartel original "Eternals" (2021)
www.filmaffinity.com

les manda a ellos si destruir el planeta o no es un dios de piedra.

Alrededor del título se ven cuatro de los diez símbolos de los diez superhéroes, elegido por ser los más "importantes" o que más relevancia han tenido durante la película.

El título tiene textura de piedra/mármol y es lo que más destaca del cartel ya que quién

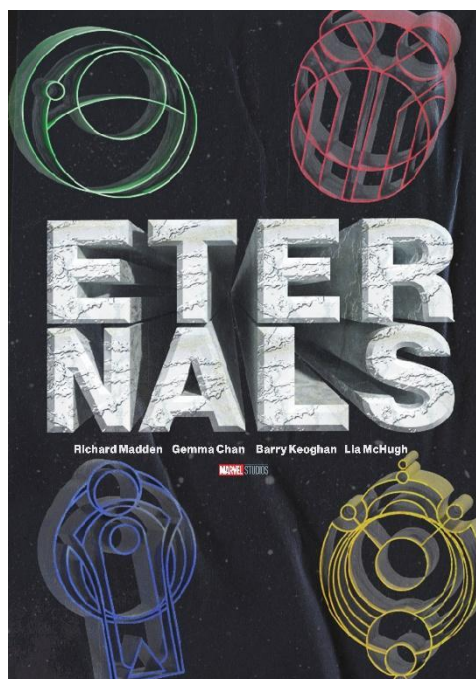


Imagen 158: Rediseño cartel "Eternal" (2021)

SPIDER-MAN: NO WAY HOME



Imagen 159: Cartel original "Spiderman. No way home" (2021)
www.filmaffinity.com

sino la de Tobey Maguire, dándonos una pista de que en realidad aparecerán los tres Spiderman's, Tom Holland, Tobey Macguire y Andrew Garfield.

Se empieza a hablar del multiverso, y en el cartel original se ve que están los villanos de otras películas de Spiderman, pero estaba en duda si los superhéroes anteriores también aparecen, por ello, la silueta creada a partir de la tipografía no es la araña del traje de Tom Holland,



Imagen 160: Rediseño cartel "Spiderman. No way home" (2021)

DOCTOR STRANGE EN EL MULTIVERSO DE LA LOCURA



Imagen 161: Cartel original "Doctor strange en el multiverso de la locura" (2022)
www.filmaffinity.com

Como bien dice el título de la película, es el multiverso de la locura, por eso las letras cada vez tienen un orden diferente, generando una sensación de alboroto. De fondo he añadido la silueta de la bruja escarlata que hace que se vuelva malvada para su propio beneficio, generando así la locura en el multiverso.

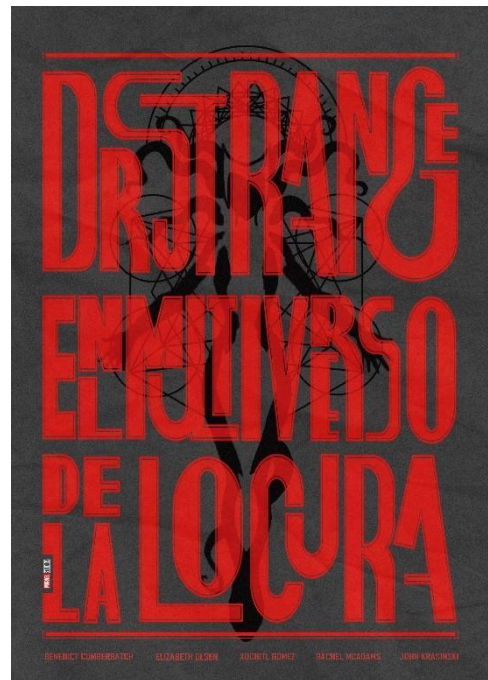


Imagen 162: Rediseño cartel "Doctor strange en el multiverso de la locura" (2022)

THOR LOVE AND THUNDER



Imagen 163: Cartel original "Thor. Love and thunder" (2022)
www.filmaffinity.com

Los elementos representativos en este cartel son, el arcoíris de la parte superior e inferior, ya que se transportan a través de uno, por otro lado, los cascos de Thor y de Jane, el hacha y el martillo y por último la espada mata dioses, que es el arma de el villano. La tipografía es más animada que las demás ya que esta película tiene un tono más humorístico, por eso también el color, porque se relaciona con la felicidad.

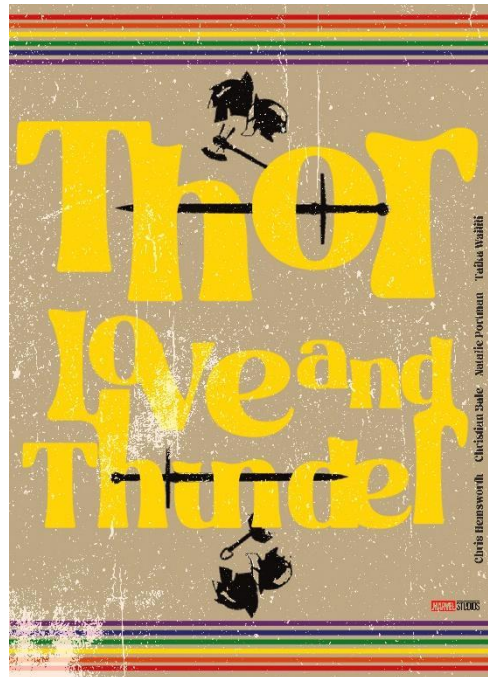


Imagen 164: Rediseño cartel "Thor. Love and Thunder" (2022)

5.5. FASE 5: 3D

ANT-MAN Y LA AVISPA: QUANTUMANIA



Imagen 165: Cartel original "Ant-man. Quantumania" (2023) www.filmaffinity.com

De nuevo Ant-Man y de nuevo los cascos, porque como ya he mencionado, es lo más característico de estos personajes. Podemos ver el de Ant-Man, el de la Avispa y el de Cassie, la hija de Ant-Man. Están rodeados de esferas blancas, ya que las naves de los malos tienen ese aspecto. Tiene un aspecto de estar hinchado, ya que está en tendencia el 3D.



Imagen 166: Rediseño cartel "Ant-Man. Quantumania" (2023)

GUARDIANES DE LA GALAXIA VOL.3.



Imagen 167: Cartel original "Guardianes de la Galaxia. Vol 3." (2023) www.filmaffinity.com

Por último, el último estreno de Marvel. La trama se centra en Rocket, el mapache, del cual su vida corre peligro. En el cartel podemos ver el símbolo de los guardianes de la Galaxia, lo morado es la chaqueta del villano que quiere capturar a Rocket, el propio protagonista, Rocket.



Imagen 168: Rediseño cartel "Guardianes de la galaxia. Vol 3." (2023)

6. CONCLUSIONES

En lo relacionado con los carteles de cine, lo que sacamos en claro es que se divide en dos tipos de lenguaje, el textual y el visual o icónico. Ambas tienen que ir unidos, ya que si no puede llevar a confusiones a los espectadores y perder de esta forma el interés en la promoción. La forma de composición, como hemos visto anteriormente, es muy variable, ya que hay miles de combinaciones. Desde las ilustraciones hasta las fotografías, desde lo minimalista a lo psicodélico e incluso el uso únicamente de texto o de imagen.

Los creadores de los carteles de Marvel tienen una composición estipulada para todos ellos. Esta consiste en los elementos textuales, en la parte inferior del cartel, con el título de la película en grande y debajo de este, los nombres de actores, productores y directores de un tamaño inferior. Además, la tipografía del título suele ser simple, pero con texturas o colores relacionados con la película promocionada.

En cuanto a la parte visual o icónica, hay que destacar la forma de centrar a los protagonistas en el centro del cartel. En cada uno de ellos vemos cómo los personajes principales se encuentran en el centro y les rodea el lugar donde va a ocurrir la trama principal. Esto ocurre en todos los carteles, pero me gustaría destacar que, en el último estreno, “Guardianes de la Galaxia Vol.3.”, la imagen de los protagonistas es una foto grupal, algo que en el resto de los carteles no se observa ¿Puede significar esto que la composición de los carteles de Marvel Studio va a cambiar? Está claro que no siguen las modas o lo que es tendencia, ya que desde 2008, su manera de actuar ha sido la misma, han creado una buena imagen. Es cierto que no necesitan renovación, ya que ya tienen un público grande, claro y leal, pero por otra parte siempre hay targets nuevos a los que llegar y miles de formas diferentes de comunicar.

Por otro lado, al hablar de los estilos gráficos y las tendencias de estos, hay que decir que cada vez es más complicado sorprender al receptor, por ello una forma de impactar de manera positiva es renovarse e intentar crear cosas nunca vistas, por ello el surgimiento de tendencias como el 3D, relacionado con el metaverso, el que está en auge desde hace poco tiempo. Por esto he realizado este trabajo, para dar una imagen nueva a Marvel y ver cómo según el estilo que utilices puedes transmitir unas sensaciones o puede llamar más la atención que lo tradicional.

En mi opinión, me parece que Marvel es una industria enorme con un público muy exigente y leal, por lo que cambiar esa imagen, aunque sea únicamente en los carteles de cine me parece algo arriesgado, pero a veces necesario. Si que es cierto que cualquiera que vea esa composición lo puede relacionar a Marvel y eso es bueno, ya que significa que está en la mente del espectador, pero nunca está demás probar cosas nuevas. Podemos ver miles de carteles realizados por fans, diseñadores gráficos o ilustradores, cambiando el estilo gráfico y creando cosas espectaculares y que tienen una gran acogida por el público, eso demuestra una posible oportunidad para el cambio.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Alcacer Garmendia, J. A. (1991). *El mundo del cartel*. Madrid: Granada, D.L.
- Alemany Dominguis, L (2017). *Carteles Mondo*. [TGF, Facultat de Belles Arts de Sant Carles] Universidad Politécnic de València. <https://riunet.upv.es/handle/10251/165139>
- Alfonso. (2023, abril 3). *La importancia del diseño 3D en la creación de experiencias de marca impactantes - Innoarea Studios*. Innoarea Studios. <https://innoareastudios.com/la-importancia-del-diseno-3d-en-la-creacion-de-experiencias-de-marca-impactantes/>
- Ambros-Harris (2009) *Fundamentos de la tipografía*, Parramón
- Barnicoat, J (1995) *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Editorial Gustavo Gili, S.L.
- Befresh Studio. (2019, 7 de junio). *La historia del cartel cinematográfico*. Befresh Studio. <https://www.befresh-studio.com/blog/la-historia-del-cartel-cinematografico.html>
- Canal Habana. (2022, 23 de septiembre). *Programa: D`diseño 21/09/2022* (Rafael Morante) [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ud02XBPw6h>
- Chaves, N. (1989). *Pequeña teoría del cartel. Parte I. Tipográfica Nº7*, Buenos Aires ISSN 1000-100X
- Checa Godoy, A (2008). *Historia de la publicidad*, Netbiblo
- Collado Alonso, R. (2015). *Marketing y publicidad cinematográfica: el cartel de cine español*. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación* aDResearch ESIC. Nº 11 Vol 11. Primer semestre, enero-junio 2015. Págs. 58 a 77 DOI: 11.7263/ADRESIC.011.004
- Córdoba, E. (2022, 16 febrero). *Retrofuturismo: qué es, características, vertientes y subgéneros del estilo retrofuturista (arte, cine, moda. . .)*. Cinco Noticias. <https://www.cinconoticias.com/retrofuturismo/>

- Cordova González, L. A. (2006). *Cuando lo mínimo es suficiente*. Esencia y espacio
- Costa, J. (2002): *El cartel, entre servidumbre y esplendor* [en línea].
http://www.abc.com.uy/joancostauruguay/DEFINICIONES/curriculum_joan_costa/TEXTOS/El_cartel__entre_servidumbre_y_esplendor.htm. Consultado el 16 de junio de 2023.
- Costa, J. (1989) *Imagen Global*. 2ª Edición. Barcelona, Ediciones Ceac, S.A
- Drew Struzan. (2024, 18 de enero) *Drew Struzan*. En Wikipedia.
https://es.wikipedia.org/wiki/Drew_Struzan#cite_note-#1-54
- Eguizábal Maza, R. (1999) *El cine a través del cartel publicitario*. AGR-Coleccionistas de cine, vol. I (nº1), 18T52
- Eguizábal, R., “*El cartel como expresión del mundo moderna*”, en Luxán Rodríguez, E., Moreno Castro, J. Mª, Santiago Páez, E. y Villadangos Ruiz, E. (coords.), *Memoria de la seducción. Carteles del siglo XIX en la Biblioteca Nacional*, Madrid, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Biblioteca Nacional, 2002, p. 35.
- Enel, F. (1974). *El cartel. Lenguaje, funciones, retórica*. Valencia: Fernando Torres Editores.
- Feige, K. (2022) *The Story of Marvel Studios: The Making of the Marvel Cinematic Universe los orígenes del UCM*. Abrams
- Gabriel Suárez, G. (2022, 15 de agosto). *Saul Bass. Las metáforas ambiguas de un maestro del diseño*. Señor creativo. <https://senorcreativo.com/saul-bass-maestro-del-diseno/>
- García-Uceda, M. (2008). *Las claves de la publicidad*. Madrid: ESIC Editorial.
- García, T (2021, 16 de abril) *Recordando a Saul Bass*. ¡Ah! Magazine.
<https://www.ahmagazine.es/recordando-a-saul-bass/>
- Garófano Sánchez, R. (1989). *Saber de imágenes: el cartel, el cómic y el cine*. Cádiz: Caja de Ahorros de Cádiz.
- Guillermo del Toro (director) (2013). *Drew: The Man Behind the Poster* (DVD) (Documental) (en inglés). Altitude Film Distribution.

- Gómez Pérez, F. J. (2002) *La tipografía en el cartel cinematográfico: La escritura creativa como modo de expresión*. Comunicación: revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales, 1 (1), 203-216.
- Gràffica. (2020, 12 de febrero). *Milton Glaser*. Gràffica. <https://graffica.info/milton-glaser/> (2023, 25 de abril. 10 proyectos inolvidables de Milton Glaser. Lìdem Barcelona. <https://www.lidembarcelona.com/blog/10-proyectos-inolvidables-de-milton-glaser/>
- Gràffica. (2023, 20 de junio). *¿Quién es David Carson?* Gràffica. <https://graffica.info/quien-es-david-carson/>
- Hiatt, C. (1895). *Picture Posters*. Londres: George Bell and sons.
- Landaverde, J. R. (2023, 6 de diciembre) *Poster de cine: historia y elementos esenciales de los mundos enmarcados*. Cine PREMIERE. <https://cinepremiere.com.mx/poster-de-cine-historia-elementos.html>
- Mayer, R. (1985). *Materiales y técnicas del arte*, Madrid, Hermann Blume.
- MD, P. (2022, 7 de octubre) *David Carson: el influyente diseñador de la tipografía grunge*. La imprenta. <https://www.laimprentacg.com/david-carson-el-influyente-disenador-de-la-tipografia-grunge/>
- Milton Glaser/History. (s. f.). *Milton Glaser historia*. Consultado el 23 de noviembre de 2023. <https://www.miltonglaser.com/milton/c:history/#0>
- Moreno, L (2021) *Historia del Cartel*. Universidad de Valladolid
- Paula. (2021, 29 noviembre). *El retrofuturismo como corriente artística* - Noticias de Arte Totenart. Noticias de Arte Totenart. <https://totenart.com/noticias/retrofuturismo-corriente-artistica/>
- Recallaudiovision. (2014, 23 de noviembre). *El cartel de cine. Cien años de historia*. Recall Audio Vision. <https://recallaudiovision.com/el-cartel-de-cine-cien-anos-de-historia/>

- Renau, J. (1976). *Función social del cartel*. Valencia: Fernando Torres Editorial
- Real Academia Española: <http://dle.rae.es/?w=collage&origen=REDLE> (Consulta: 10 de enero de 2024).
- Ridge, B. V. (2023, 6 octubre). *La Evolución del Diseño Digital a Través de los Años: Una Perspectiva Detallada y Profesional*. MEDIUM Multimedia Agencia de Marketing Digital. <https://www.mediummultimedia.com/disenio/como-se-lleva-acabo-el-disenio-digital/>
- Tranche, R. R. (1994). *El cartel de cine en el engranaje del Star System*. Archivos de la Filmoteca, nº 18, 135-143.
- Verdesoto, J para Vanity Fair (2018, 18 de diciembre) *Cada poster de la película Marvel, explicado | Feria de la vanidad* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=m-hCcr3EfJg>
- Vázquez Astorga, M. (2015) *El cartel, medio de publicidad y propaganda*. Artigrama, núm. 30, 2015, pp. 15-28. ISSN: 0213-1498

8. ANEXOS

Anexos I: Reimaginando de la iconografía de Marvel



Imagen 1: Rediseño cartel "Capitán América"



/ imagen 2: Rediseño cartel "El increíble Hulk"



Imagen 3: rediseño cartel "Iron Man 1"



Imagen 4: Rediseño cartel "Iron Man 2"



Imagen 5: Rediseño cartel "Thor"



Imagen 6: Rediseño cartel "Los vengadores" (2012)



IRON MAN 3

Robert Downey Jr., Ben Kingsley, Gwyneth Paltrow, Guy Pearce, Don Cheadle, Rebecca Hall, James Badge Dale and more...



Imagen 7: Rediseño cartel "Iron Man 3"



Imagen 8: Rediseño cartel "Thor. El mundo oscuro (2013)"

CAPITAN AMÉRICA EL SOLDADO DE INVIERNO



MARVEL STUDIOS

**CHIS
EVANS**

**SEBASTIAN
STAN**

**ANTHONY
MACKIE**

**SCARLETT
JOHANSSON**

**ROBERT
REDFORD**



Imagen 9: Rediseño cartel "Capitan América. El soldado de invierno" (2014)



Imagen 10: rediseño cartel "Guardianes de la Galaxia" (2014)

LOS VENGADORES LA ERA DE ULTRON



ULTRON



HERMANOS MAXIMOFF



VISIÓN



ROBERT DOWNEY JR.
CHRIS EVANS
SCARLETT JOHANSSON
MARCA RUFFALO
JEREMY RENNER
CHRIS HEMSWORTH
JAMES SPADER
ELIZABETH OLSEN
AARON TAYLOR JOHNSON
PAUL BETTANY

MARVEL STUDIOS

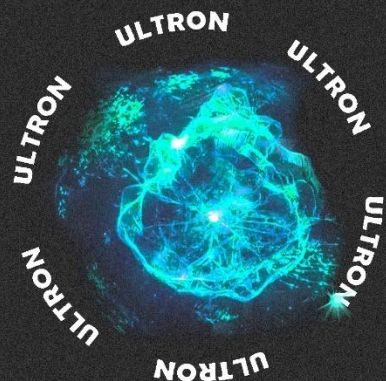


Imagen 11: Rediseño cartel "Los vengadores. La era de ultrón" (2015)

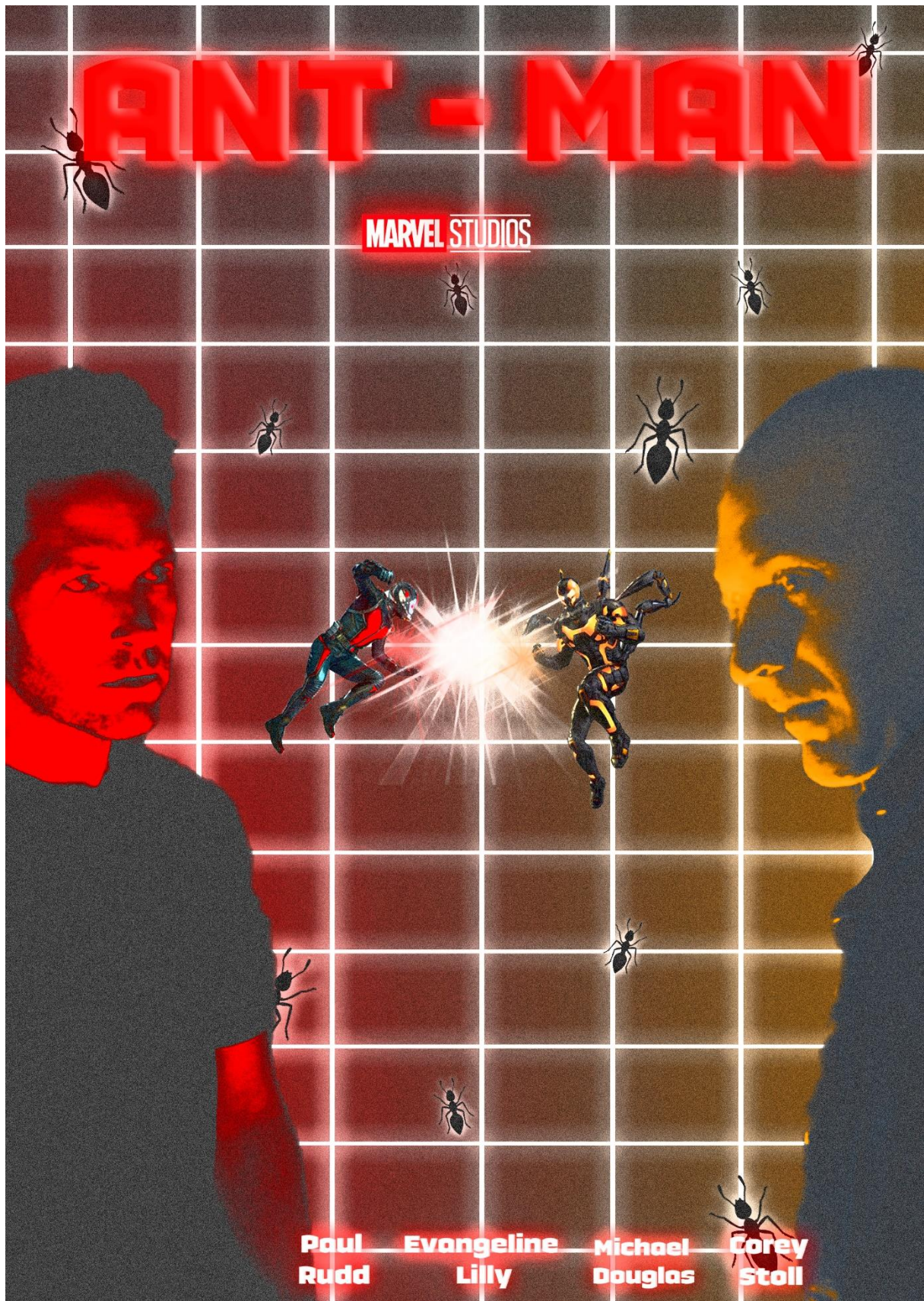


Imagen 12: Rediseño cartel "Ant-Man" (2015)

CAPITAN AMÉRICA CIVIL WAR

BY MARVEL STUDIO

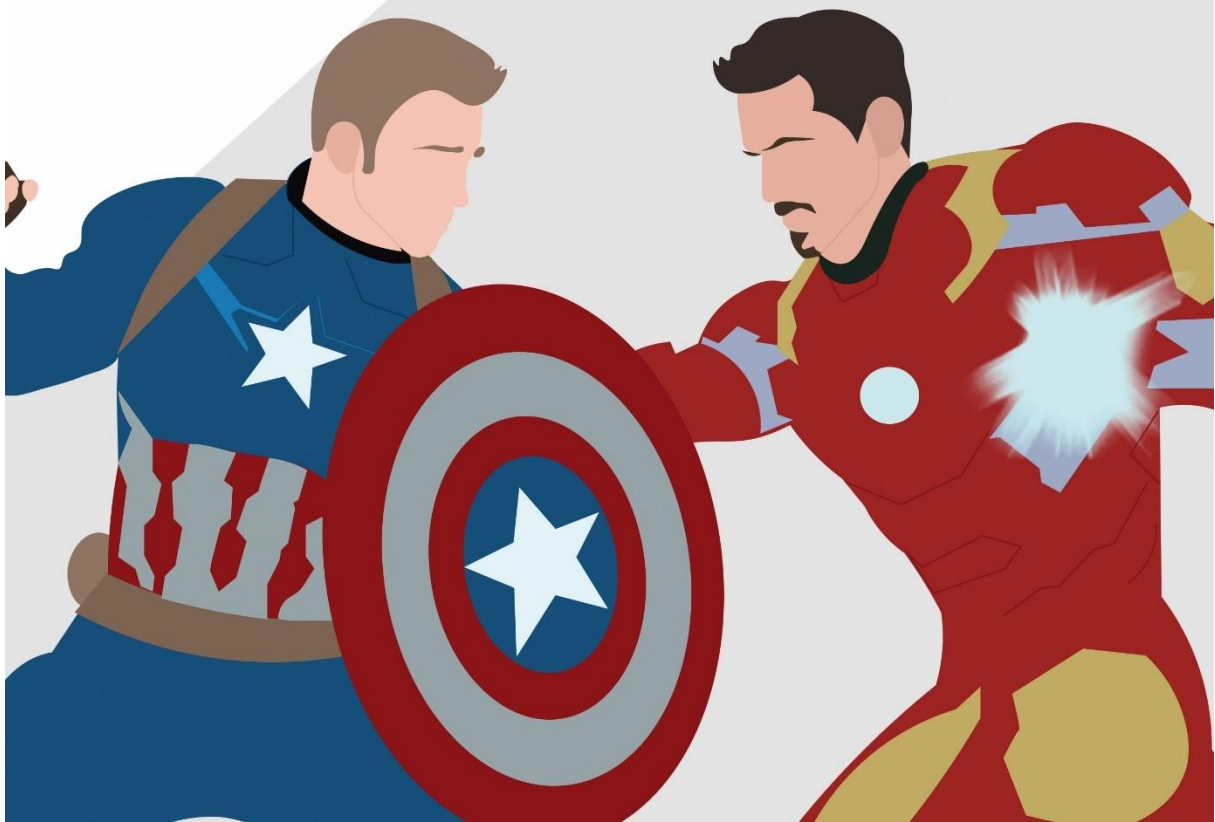
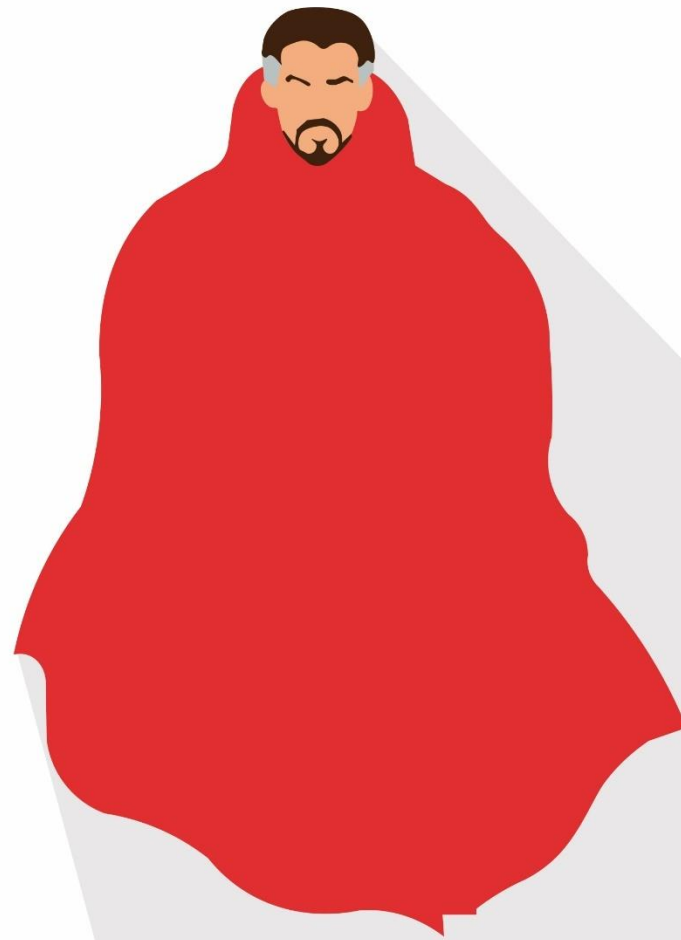


Imagen 13: Rediseño “Los vengadores. Civil War” (2016)



DOCTOR STRANGE

BY MARVEL STUDIO

Imagen 15: Rediseño cartel "Doctor Strange" (2016)



Imagen 16: Rediseño cartel "Guardianes de la galaxia vol.2" (2017)



Imagen 17: Rediseño cartel “Thor ragnarok” (2017)



Imagen 18: Rediseño cartel "Spiderman Homecoming" (2017)



Imagen 19: Rediseño cartel "Black Panther" (2018)

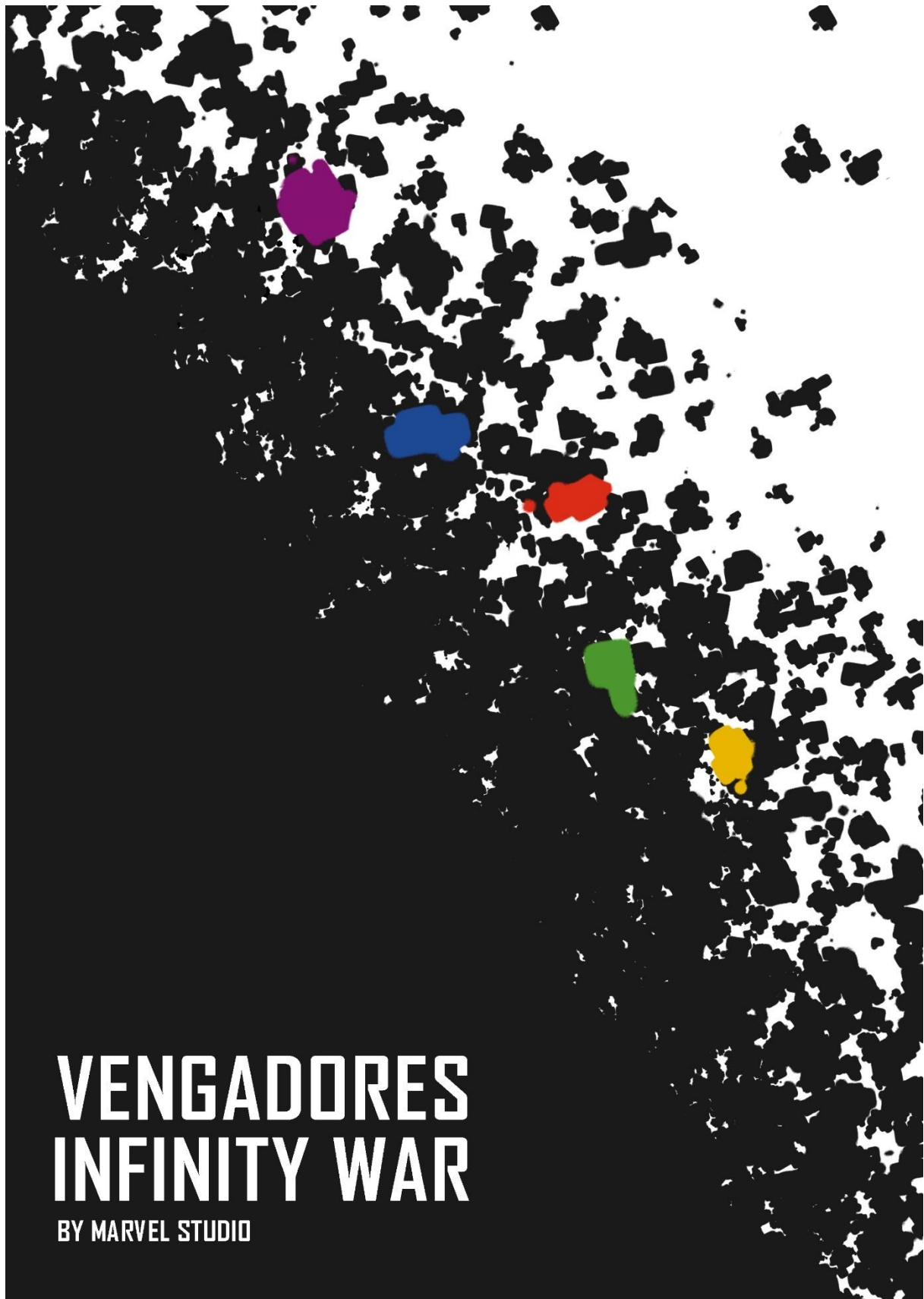
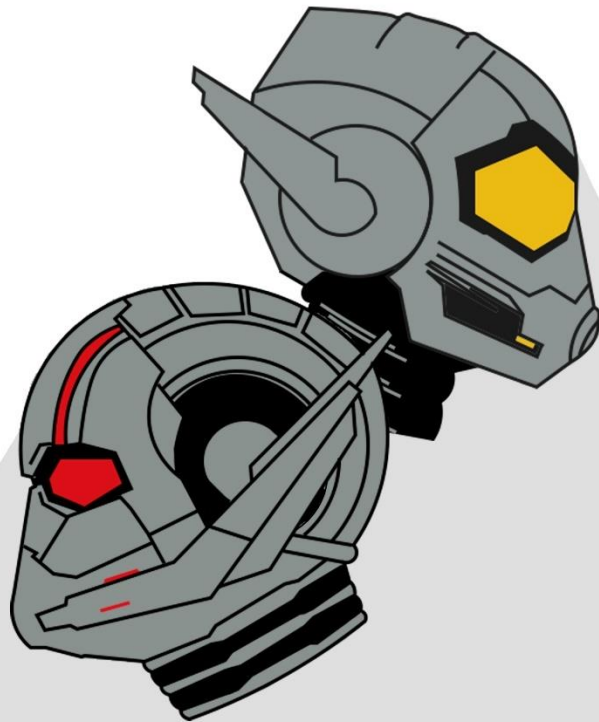


Imagen 20: Rediseño cartel "Vengadores. Infinity war" (2018)



ANT-MAN y LA AVISPA

BY MARVEL STUDIO

Imagen 21: Rediseño cartel "Ant-Man y la Avispa" (2018)



Imagen 22: Rediseño cartel "Capitana marvel" (2019)



Imagen 23: Rediseño cartel "Los vengadores. End Game" (2019)



Imagen 24: Rediseño cartel "Spiderman. Far from home" (2019)



Imagen 25: Rediseño cartel "Viuda negra" (2021)

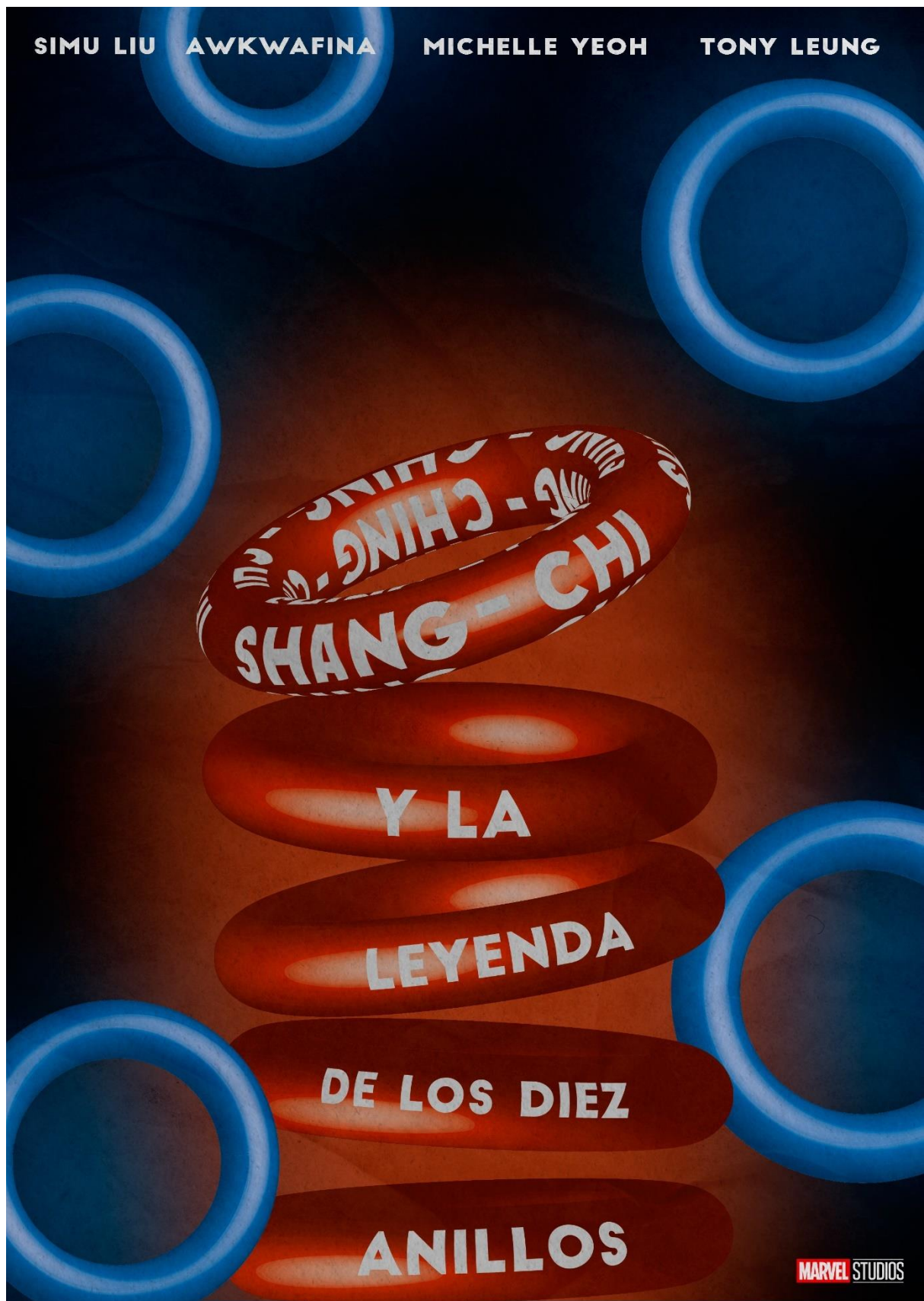
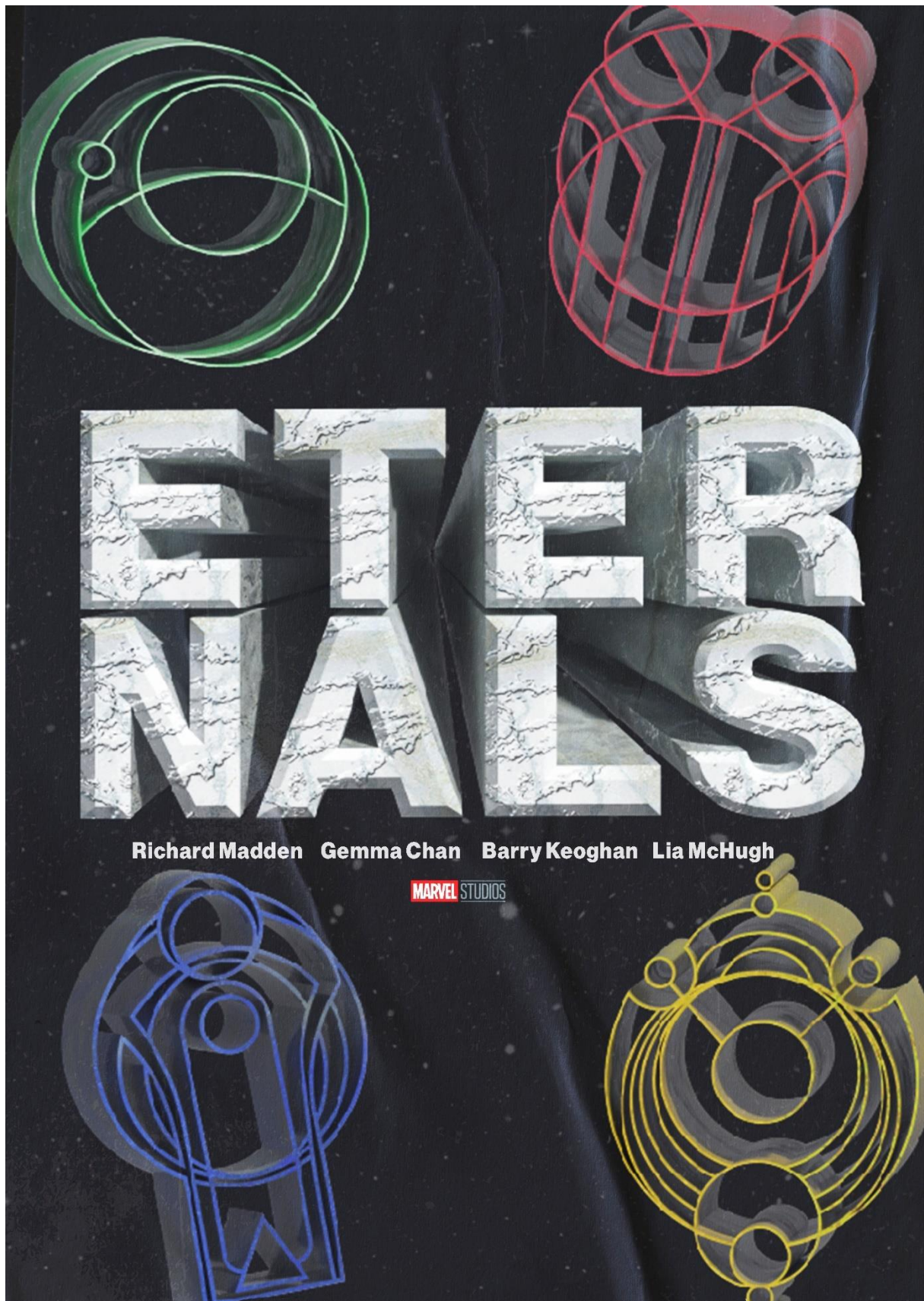


Imagen 26: Rediseño cartel "Shang-Chi" (2021)



Richard Madden Gemma Chan Barry Keoghan Lia McHugh

MARVEL STUDIOS

Imagen 27: Rediseño cartel "Eternal" (2021)



Imagen 28: Rediseño cartel "Spiderman. No way home" (2021)

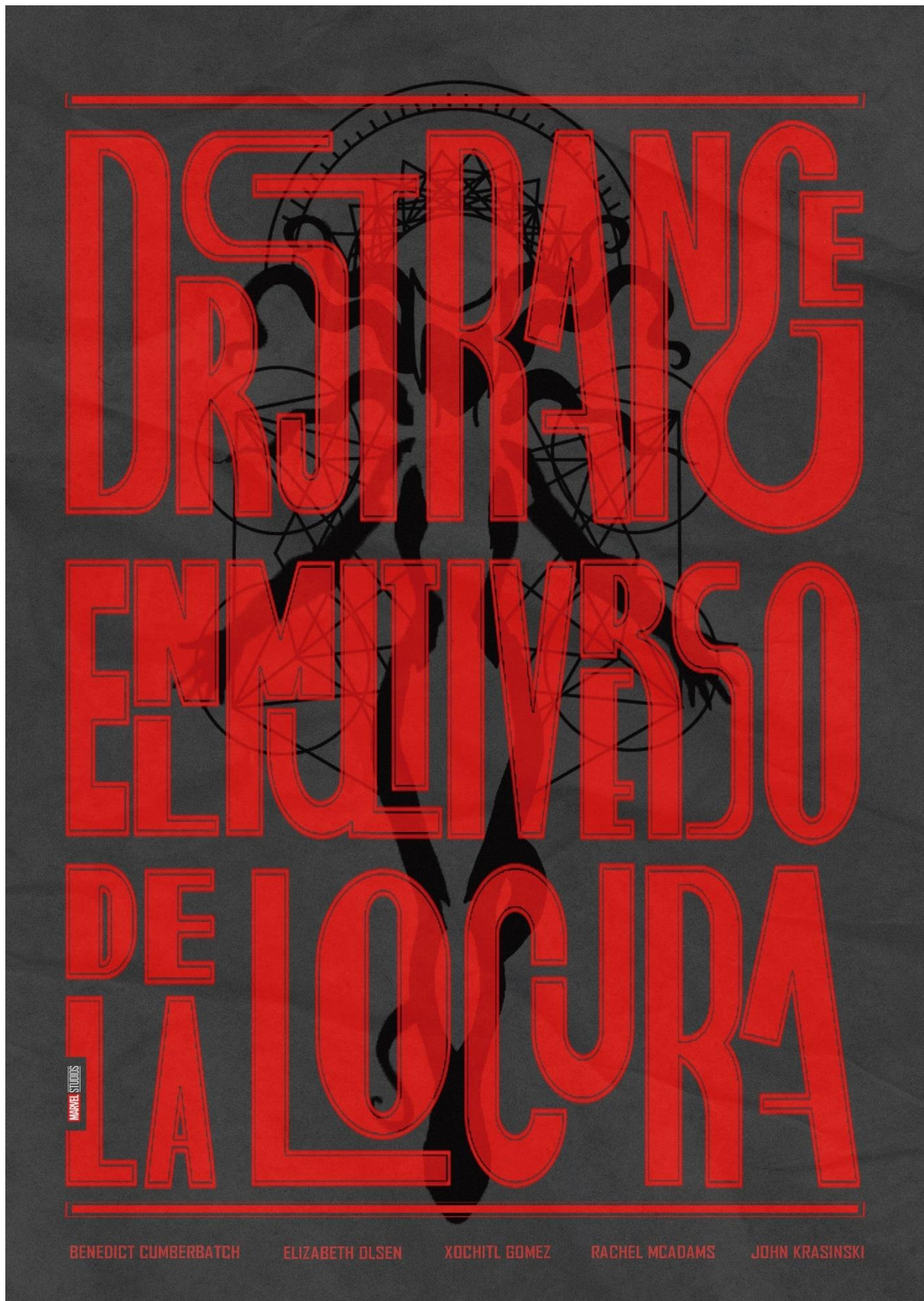


Imagen 29: Rediseño cartel "Doctor strange en el multiverso de la locura" (2022)



Imagen 30: Rediseño cartel "Thor. Love and Thunder" (2022)



Imagen 31: Rediseño cartel "Ant-Man. Quantumania" (2023)



Imagen 32: Rediseño cartel "Guardianes de la galaxia. Vol 3." (2023)

