

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**IMPACTO DE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL EN LOS
CARTELES DE LA ÉPOCA DE ORO DEL CINE MEXICANO**

T E S I S

**PRESENTADA EN CUMPLIMIENTO PARCIAL DE LOS
REQUISITOS PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRÍA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

POR

MARÍA GUADALUPE YERENA MONTALVO

Noviembre de 2006

MONTERREY, NUEVO LEÓN

HOJA DE APROBACIÓN

IMPACTO DE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL EN LOS CARTELES DE LA ÉPOCA DE ORO DEL CINE MEXICANO

Director de la Tesis

Ernesto Rocha Ruíz, Ph. D.

DEDICATORIA

A Dios,

Por darme el privilegio de la vida y la oportunidad de ser parte de esta hermosa familia.

A mi esposo,

Gilberto Eduardo López Romero,

Por tu amor y ser un gran apoyo en mi vida, por estar conmigo en todos los momentos, en todo lo que emprendo, por aconsejarme y por comprenderme cuando dedico tiempo a mis actividades académicas. Gracias mi amor.

A mi hijo,

Eduardo Gabriel López Yerena

Porque eres lo más hermoso e importante en mi vida y mi fuente de motivación para seguir adelante.

A mis queridos padres,

Héctor Manuel Yerena Valdes (+) y María Guadalupe Montalvo de Yerena

Con todo mi amor, porque siempre me han acompañado y guiado en el trayecto de mi caminar. Por haberme dado la dicha de ser su hija, de estar conmigo en los momentos difíciles, por demostrarme todo su amor. Los quiero mucho. A ti papá que aunque ya no estés conmigo físicamente, sigues en mi corazón.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi profundo agradecimiento a mi esposo Gilberto Eduardo López Romero por toda la comprensión y todo su amor, a mi hijo Eduardo Gabriel López Yerena por ser mi motivación, a mis padres, Héctor Manuel Yerena Valdes (+) y María Guadalupe Montalvo de Yerena por su apoyo y cariño.

Asimismo, agradezco a mis hermanos Héctor Manuel, Víctor Hugo y Gerardo Alberto Yerena Montalvo por estar siempre conmigo; a mis suegros, Gilberto López Valdez y Lidia Romero de López (+) quienes siempre me han demostrado su cariño y apoyo cuando lo he necesitado; a mis cuñados, Ricardo Javier y Lilia Paola López Romero, Brenda Gabriela Contreras de Yerena, Hortensia Muñoz Flores y Rogelio Garza Jiménez y a mis sobrinitos Hilda Fernanda y Gerardo Kalel por estar a mi lado.

También agradezco a todos mis maestros quienes me brindaron los conocimientos y herramientas necesarias para aplicarlas a mi vida profesional.

A todos mis grandes y verdaderos amigos: Van-Troi, Evaristo, Luis, Pam, Bely, Delfo, Ricardo, Paty y mis sobrinitos adoptivos Luigi, Andy y Ana Lucía por brindarme siempre su amistad y su cariño.

Finalmente reitero mi gratitud a mi asesor el Ph. D. Ernesto Rocha Ruíz, por todo su apoyo y su tiempo y por haberme compartido mucho de sus conocimientos.

Gracias a todos ustedes. ¡Dios los bendiga!

RESUMEN

Lic. María Guadalupe Yerena Montalvo

Fecha de Graduación: 23 / 11 / 06

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Título: IMPACTO DE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL EN LOS CARTELES DE LA ÉPOCA DE ORO DEL CINE MEXICANO.

Número de páginas: 135

Candidata para el grado de Maestría
en Ciencias de la Comunicación

Área de estudio: Ciencias de la Comunicación

Propósito y método de estudio: El propósito del presente estudio fue analizar los carteles correspondientes a la Época de Oro del Cine Mexicano con la finalidad de identificar si éstos estuvieron influenciados por los acontecimientos suscitados durante la Segunda Guerra Mundial. Para lograr este propósito se elaboró un análisis de contenido de los carteles de la época. Se empleó una muestra dirigida de 30 carteles basándonos en una serie de categorías: el color, el tipo de representación, el año de producción, el género, la intención del mensaje, el contexto socio-político, la función de anclaje y la estructura del mensaje visual.

Contribuciones y conclusiones: Una contribución a este estudio fue la elaboración de un perfil de los carteles correspondientes a la época. Asimismo, se llegó a la conclusión de que en algunos carteles se reflejaba la influencia de los sucesos ocurridos durante la Segunda Guerra Mundial.

FIRMA DEL ASESOR: _____

Ernesto Rocha Ruíz, Ph.D.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
Portada	i
Hoja de aprobación	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimientos	iv
Resumen	v
Índice de contenidos	vi
Lista de tablas	viii
Lista de figuras	ix
Capítulo	
I. NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL ESTUDIO	1
Introducción	1
Declaración del problema	2
Preguntas subordinadas	3
Objetivos de la investigación	3
Propósito de la investigación	4
Importancia y justificación del estudio	5
Limitaciones y delimitaciones	5
Definición de términos	6
Resumen y proyección	8
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	10
Introducción	10
Organización de la literatura	11
Perspectiva histórica del cartel	13
Antecedentes	13
Influencia de los estilos artísticos	14
El cartel mexicano	20
El cartel cinematográfico	21
El cartel de la época de oro	25
La presencia de los elementos básicos visuales	26
Definición del cartel	26
Características del cartel	27
Semiótica del color	28
Importancia y significado del color	28
Tipos de representación	35
Elementos del cartel cinematográfico	36
La estructura del mensaje visual	36
Impacto cultural de los medios	38

	Género cinematográfico	39
	El cine en los tiempos previos a la guerra	42
	Reflejo de la guerra en el cine mexicano	43
III.	MARCO METODOLÓGICO	45
	Introducción	45
	Declaración del problema	46
	Tipo de investigación	46
	Población y Muestra	47
	Descripción de la población	47
	Selección de la muestra	48
	Declaración de los objetivos de estudio	49
	Definición conceptual y operacional de las variables	50
	Descripción del instrumento y procesos de elaboración	51
	Calendarización de eventos	52
	Resumen y proyección	54
IV.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	55
	Introducción	55
	Análisis de contenido de los carteles	58
	Presencia de los elementos visuales	100
	El color	100
	Sistema de representación	101
	Estructura del mensaje visual	102
	Función de anclaje (título-imágenes)	103
	Contexto sociopolítico	104
	Intenciones del mensaje	105
	Género cinematográfico	107
	Año de producción	108
	Conclusión	109
	Resumen y proyección	110
V.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	112
	El problema de estudio	112
	Objetivos de la investigación	113
	El propósito de la investigación	114
	Método de investigación	114
	Resultados	115
	Conclusiones	117
	Recomendaciones	119
	LISTA DE REFERENCIAS	120
	CURRÍCULUM VITAE	124

LISTA DE TABLAS

		Página
1	Operacionalización y conceptualización de variables	51
2	Cronograma de actividades	53
3	Carteles comprendidos en el período de la Segunda Guerra Mundial (1939 – 1945)	57

LISTA DE FIGURAS

		Página
1	Mapa conceptual de la organización de la literatura	12
2	Primer póster de Jules Chéret “Orphée aux enfers”	15
3	Póster de Henri Toulouse-Lautrec “Molin rouge”	15
4	Póster de Alphonse Mucha “La dame aux camelias”	16
5	Póster de Alphonse Mucha “Gismonda”	16
6	Póster de Reisenberg, Sidney H. “U.S. marines service on land and sea”	17
7	Póster anónimo “Join the read army”	17
8	Póster de Ben Shanb “Estados Unidos guerrea”	18
9	Empleo de la fotografía en los carteles rusos	19
10	Art Nouveau. Póster de Pierce Bonnard “France champagne”	20
11	Art Nouveau. Póster de Pierce Bonnard “Revue blanche”	20
12	Colores cálidos y fríos	28
13	Círculo cromático	30
14	Colores primarios, secundarios y terciarios	31
15	Cartel de la película “Los de abajo”	58
16	Cartel de la película “El signo de la muerte”	60
17	Cartel de la película “El boxeador”	61
18	Cartel de la película “Ruletero”	63
19	Cartel de la película “Ahí está el detalle”	64

20	Cartel de la película “Ay Jalisco no te rajes”	66
21	Cartel de la película “Cuando los hijos se van”	67
22	Cartel de la película “Del rancho a la capital”	68
23	Cartel de la película “Seda, sangre y sol”	70
24	Cartel de la película “Jesús Nazareth”	71
25	Cartel de la película “Romeo y Julieta”	72
26	Cartel de la película “Konga roja”	73
27	Cartel de la película “El rayo del sur”	74
28	Cartel de la película “Fantasía ranchera”	76
29	Cartel de la película “Calaveras del terror”	77
30	Cartel de la película “San Francisco de Asis”	79
31	Cartel de la película “Arriba las mujeres”	80
32	Cartel de la película “Mexicanos al grito de guerra”	82
33	Cartel de la película “Una carta de amor”	83
34	Cartel de la película “El ametralladora”	85
35	Cartel de la película “Viva mi desgracia”	86
36	Cartel de la película “Las abandonadas”	88
37	Cartel de la película “Bugambilia”	89
38	Cartel de la película “Loco y vagabundo”	91
39	Cartel de la película “No basta ser un charro”	92
40	Cartel de la película “Hasta que perdió Jalisco”	94
41	Cartel de la película “Cuando lloran los valientes”	95
42	Cartel de la película “Ay que rechulo es Puebla”	96

43	Cartel de la película “Caminos de sangre”	98
44	Cartel de la película “ María Magdalena”	99
45	Frecuencias de aparición de colores	101
46	Frecuencia de aparición de la ilustración, la fotografía y la técnica mixta	102
47	Frecuencia de aparición del mensaje representativo, abstracto y simbólico	103
48	Frecuencia de aparición de la función del anclaje (imágenes-título)	104
49	Frecuencia de aparición del contexto socio-político	105
50	Frecuencia de aparición de la intención del mensaje	106
51	Frecuencia de aparición del género cinematográfico	107
52	Frecuencia de aparición del año de producción	108
53	Perfil de un cartel de la Época de Oro del Cine Mexicano	110

CAPÍTULO I

NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL ESTUDIO

Introducción

Toda transición conlleva a un análisis de partes. Durante la Segunda Guerra Mundial las grandes potencias como Estados Unidos, Francia, Italia y Alemania pasaban por una fuerte problemática socio-política en donde la hegemonía se ponía de manifiesto y por lo cual algunos otros países como México, tan cercano a una de estas potencias y que era considerado como débil desviaba su gran abundancia en recursos económicos hacia el fortalecimiento de nuevas áreas de enriquecimiento: la creación de la industria cinematográfica.

De acuerdo con Elizondo (1962), durante la época de la Segunda Guerra Mundial, el cine mexicano alcanzó su máximo esplendor debido al gran flujo y variedad de filmes elaborados, por lo cual fue llamado el “Segundo Hollywood”.

Ese gran flujo de producciones con temáticas de índole popular y la cercanía con los Estados Unidos fueron factores benéficos que provocaron el nacimiento de nuevas producciones logrando así convertirse en un gran exportador de Latinoamérica. Esta gran producción de películas creó la necesidad de promocionarlas antes de lanzar el estreno de las mismas.

Lo anterior, trajo consigo que México empezará a copiar el sistema de mercadotecnia que utilizaba Estados Unidos en cuanto a la producción de carteles promocionales correspondientes a las filmes producidos.

Debido al auge en la realización de filmes cinematográficos que se presentó en México durante la época de la Segunda Guerra Mundial, se requiere desarrollar el presente trabajo con la finalidad de elaborar un análisis sobre aspectos de esa época: *¿Cuál es la función de los elementos contenidos en los carteles cinematográficos de la época de oro del cine mexicano (1939-1945)?*
¿Qué tipo de influencia ejerce la transición mundial en estos elementos?

Para llevar a cabo este estudio se tomaron parámetros que nos ayudaron a elaborarlo de manera más completa. Dentro dichos parámetros se tomaron en cuenta los elementos básicos visuales, la estructura del mensaje visual, funciones de anclaje y de relevo, características de la comunicación, características cinematográficas y de las producción del cartel.

Declaración del Problema

México al ser un país no involucrado en la Segunda Guerra Mundial canaliza parte de sus recursos hacia la industria cinematográfica, por lo que se presupone que era una forma de desviar la atención de los problemas sociopolíticos que en esa época se suscitaban.

De esta forma se busca explicar si los contenidos visuales y los mensajes de los carteles cinematográficos de la época de oro del cine mexicano están o no influenciados por los hechos del período de la Segunda Guerra Mundial.

Según Kerlinger (1988), el planteamiento del problema debe expresarse de manera clara y precisa y debe plantearse en forma interrogativa. Si nos apegamos a lo anterior, el planteamiento del problema quedaría de la siguiente forma:

¿Cuál es la influencia de los acontecimientos suscitados durante la Segunda Guerra Mundial en los contenidos visuales y los mensajes de los carteles cinematográficos de la época de oro del cine mexicano (1939-1945)?

Preguntas subordinadas

Para dar respuesta al objetivo planteado en esta investigación nos formulamos las siguientes preguntas subordinadas con la intención de dar en conjunto una respuesta a la pregunta central (Grajales, 1996).

¿ Los elementos plasmados en los carteles cinematográficos de la época de oro del cine mexicano se encuentran influenciados por la transición socio-política mundial de la Segunda Guerra?

¿Una de las funciones de los elementos plasmados en los carteles cinematográficos de la época de oro del cine mexicano era desviar la atención de la Segunda Guerra Mundial?

Para responder a las preguntas formuladas anteriormente, se valoraron los resultados obtenidos mediante la observación directa de los carteles de cine mexicanos y del análisis de contenido tomando en cuenta los contenidos visuales y los mensajes en los carteles cinematográficos a partir de las categorías establecidas en la investigación.

Objetivos de investigación

De acuerdo a Rojas (2001), los objetivos tienen que expresarse con claridad para evitar posibles desviaciones en el proceso de investigación y deben ser susceptibles de alcanzarse. Los objetivos planteados en esta investigación

son de carácter exploratorio – descriptivos, ya que nos acercan a problemas poco conocidos e implican identificar características, cuantificar las frecuencias de algún fenómeno, u ordenar y clasificar variables en categorías.

En relación a esto, se deslindan algunos objetivos. Se redactó un objetivo general y un objetivo específico para efectos de esta investigación. Estos objetivos están intrínsecamente ligados con las preguntas de investigación y son considerados como guías de la investigación en virtud de que no existen hipótesis, como suele suceder en las investigaciones correlacionales y explicativas (Babbie, 2004; Berg, 1998; Creswell, 2003).

El objetivo central de esta investigación fue identificar y describir los contenidos visuales y los mensajes de los carteles cinematográficos de la época de oro del cine mexicano. Por otra parte, el objetivo específico de este estudio fue identificar las funciones de los elementos plasmados en los carteles cinematográficos de la época de oro del cine mexicano durante el período de la Segunda Guerra Mundial.

Propósito de la investigación

La Segunda Guerra Mundial marcó una época importante en el cine mexicano y al mismo tiempo se generaron cambios culturales, es por esto que en el presente estudio se pretende analizar los carteles correspondientes a la Época de Oro del Cine Mexicano (1939-1945) con la finalidad de identificar si éstos estuvieron influenciados por los acontecimientos suscitados durante la Segunda Guerra Mundial.

Durante este proceso se tomaron en cuenta los elementos visuales como el color, las imágenes y el diseño para la determinación de dicha influencia. Además se describe qué elementos y sucesos fueron decisivos para el desarrollo y producción de carteles en la Época de Oro del Cine Mexicano .

Sin duda alguna este estudio está determinado por un alto valor teórico en función de las características que se manejan en los elementos contenidos en los carteles cinematográficos de la época de oro del cine mexicano, ya que el uso de ellos da pie a la generación de nuevos paradigmas mismos que se fundamentan en teorías existentes sobre el manejo de información.

Importancia y justificación del estudio

Los problemas socio-políticos que aquejan a la humanidad generalmente dejan una huella, misma que se ve plasmada en los cambios de ideologías y transiciones culturales y económicas de los países, es por eso, que sin duda alguna el manejo de información en los diferentes medios siempre es determinante para generar nuevas formas de pensar, de ahí que los mismos se utilicen para encaminar, guiar, distorsionar o desviar información.

Debido a todo esto, surge la necesidad de elaborar un análisis de los elementos que contienen los carteles cinematográficos de la época de oro y ver si éstos están determinados por los sucesos políticos de la época; es decir, la Segunda Guerra Mundial.

Limitaciones y delimitaciones

Dentro de las limitaciones que se presentan en este estudio se encuentra la falta de bibliografía, ya que se localizó poca información correspondiente a los

carteles mexicanos. Lo anterior trae como consecuencia que se tome como punto de partida los estudios del cine mexicano realizados por el autor Emilio García Riera y los estudios de los carteles cinematográficos mexicanos de los autores Ramírez- Berg y Rogelio Agrasánchez Jr., así como de Cristina Romandía y Jorge Larson Guerra.

Otra limitación que se presenta, es la existencia limitada de imágenes de carteles. Físicamente no se pudieron encontrar carteles de esa época debido a que se desechaban tiempo después que se estrenaba las películas. Además de que los carteles de esa época estaban fabricados con un papel de calidad deficiente; es decir, tenían poca durabilidad. Para este estudio se trabajó con 30 modelos escaneados del libro ya mencionado del autor Rogelio Agrasánchez Jr.

Una de las delimitaciones es el rango de años establecido para el presente estudio ya que solamente se analiza la etapa comprendida entre los años de 1939 a 1945, correspondientes al período de la Segundo Guerra Mundial.

Definición de términos

Para fines de la presente investigación se incluyen una serie de términos relevantes que se definieron de la siguiente manera:

Abstracción: Es la reducción de todo lo que vemos a elementos visuales básicos, atribuyendo importancia para la comprensión y estructuración de los mensajes visuales (Dondis, 1980).

Cartel: Es el papel o pieza de tela o cualquier otro material con inscripciones o figuras, colocado en lugar visible y que sirve de anuncio, aviso, propaganda, etc (Barnicoat, 1976).

Cartelista: Artista especializado en la creación de carteles (Larousse, 2003).

Cinematografía: Es el arte de representar sobre una pantalla imágenes en movimiento por medio de la fotografía (Bernstein, 1994).

Color: Es una cualidad de la luz reflejada por los superficies entintadas y no entintadas (Swann, 1993). Propiedad de las ondas luminosas que llegan a nuestros ojos, no con el objeto que vemos (Turnbull & Rusell, 1997). Es una representación que tiene afinidad muy intensa con las emociones (Cook & Fleury, 1992).

Collage: Conjunto de textos, imágenes de procedencia diversa, fragmentos de papeles de distintos colores y texturas recortados, pegados y agrupados formando una unidad (Blume, 1989).

Comunicación: Es el acto de relación entre dos o más sujetos mediante el cual se evoca en común un significado (Paoli, 1989). Es el mecanismo mediante el cual existe y se desarrolla la relación humana (Berelson, 1996).

Contexto: Se refiere a los aspectos políticos, sociales, culturales y religiosos que se llevan a cabo en un determinado período en que se produjeron los carteles (Valdez, 1981).

Género cinematográfico: Es la categoría temática estable, sometida a una codificación que respetan los responsables de la película y que es conocida por sus espectadores (Altman, 2000).

Ilustración: Es una estampa, grabado o dibujo que acompaña al texto de un cartel, libro, periódico. Sirve para informar, para llamar la atención o para las dos cosas (Blume, 1989).

Imagen: Es el texto o ilustración que deben reproducirse en la imprenta (Blume, 1989). Es la figura a reproducir en cualquier fase del proceso de reproducción y de preparación de las formas de impresión (Turnbull & Rusell, 1997).

Información: Es la comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada (Larousse, 2003).

Intención del mensaje: Objetivo de la comunicación utilizada para efectos de informar, vender, etc (Müller-Brockman, 1988).

Mensaje: Es el sentido de la información que es transmitida por sus interlocutores, expresado a través de un código, normalmente no manifiesto (Maldonado, 1996). Es la selección ordenada de símbolos que persigue comunicar una información (Cantú, Flores & Roque; 2002).

Período de producción: Es el año en que se produce un cartel, una película, o un programa (Bernstein, 1994).

Representación: Información extraída de la experiencia del entorno, registro visual que llega a parecerse a la realidad (Dondis, 1980).

Simbolismo: Sistema de símbolos que expresan una creencia. Es la reducción del detalle visual al mínimo reducible (Dondis, 1980).

Resumen y proyección

El presente estudio está integrado por cinco capítulos organizados de la siguiente forma: El primer capítulo titulado “Naturaleza y dimensión del estudio”, muestra una introducción del tema seleccionado, planteamiento del problema, propósito de la investigación, objetivos de la investigación, limitaciones y

delimitaciones, importancia y justificación del estudio y definición de términos afines con el tema de la presente tesis.

El segundo capítulo incluye la revisión de la literatura más relevante relacionada con los objetivos de esta investigación. Esta revisión de literatura es de suma importancia ya que proporciona un marco de referencia que es de gran ayuda al lector. Cabe mencionar que para esta revisión se investigó en fuentes bibliográficas, electrónicas y asimismo se hizo contacto con algunos especialistas que aportaron información valiosa para esta investigación.

El tercer capítulo presenta la metodología empleada dentro de esta investigación describiendo los procedimientos para determinar la población y la muestra de este estudio, asimismo se habla acerca del diseño o la estrategia de la investigación, los parámetros utilizados para elaborar el análisis de contenido y el establecimiento de los criterios de inclusión.

En el cuarto capítulo se expone el desarrollo del análisis de contenido, manifestando los hallazgos y los resultados obtenidos del mismo de acuerdo a los objetivos planteados.

En el quinto capítulo se presenta el resumen, las conclusiones y las recomendaciones que proceden de esta investigación.

Finalmente se incluye la bibliografía y se anexa un currículum vitae del investigador.

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

Introducción

En el presente capítulo se expone una revisión de la literatura más significativa relacionada con el cartel cinematográfico y los hechos suscitados en la Segunda Guerra Mundial con la intención de crear un sustento teórico de referencia que nos ayude a definir las preguntas de investigación y la declaración del problema.

Para llevar a cabo lo anterior se consultaron diversas fuentes bibliográficas y electrónicas. Además se estableció contacto con la esposa del Sr. Rogelio Agrasánchez Jr. y con el Lic. Roberto Escamilla para recaudar información correspondiente al tema de los carteles. Asimismo se analizaron videos que fueron de gran utilidad para tener conocimiento con respecto a la información necesaria sobre la Segunda Guerra Mundial.

Para efectos de esta investigación es importante mencionar que la bibliografía relacionada con este tópico es escasa y difícil de recopilar, asimismo se cuenta con una existencia muy limitada de carteles comprendidos en esta época debido a que se desechaban tiempo después que se estrenaban las películas y que los carteles de esa época estaban fabricados con un papel de calidad deficiente; es decir, tenían poca durabilidad.

Organización de la literatura

Conforme a la organización de la literatura este estudio estará dividido en tres secciones: (1) la primera sección trata acerca de los antecedentes del cartel y el cine mexicano con el objetivo de situar al lector en el contexto histórico, (2) la segunda sección abarca los elementos visuales que son de utilidad para un mejor entendimiento del análisis de los carteles y (3) la tercera parte se relaciona con los reflejos de la guerra del cine mexicano que ayudan a identificar la influencia que la Segunda Guerra Mundial tuvo con los carteles de esa época (véase la figura 1).

En resumen, se pretende que esta organización de la literatura ubique al lector en los contenidos y asimismo lograr una mayor identificación y comprensión del presente estudio.

Para el análisis del surgimiento y desarrollo de los conceptos relacionados con el cartel y el cartel cinematográfico en México se tomaron como referencia autores que han realizado estudios importantes en el aspecto histórico y de diseño del cartel. Entre ellos podemos mencionar a John Barnicoat, Charles Ramírez Berg, Rogelio Agrasánchez Jr. Cristina Félix Romandía y Jorge Larson Guerra, entre otros.

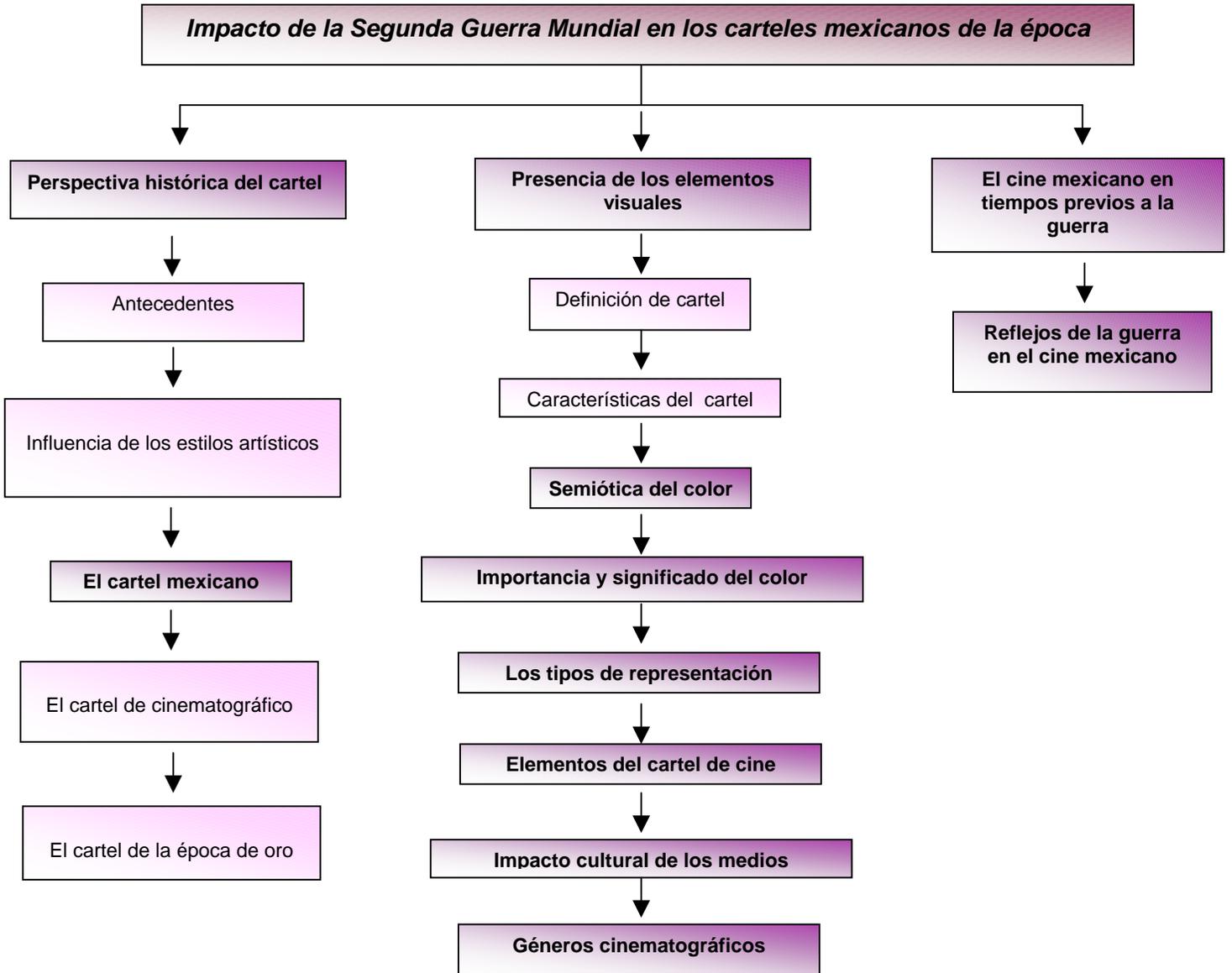


Figura 1. Mapa conceptual de la organización de la literatura

Perspectiva histórica del cartel

Antecedentes

De acuerdo con Elizondo (1962), el cine mexicano tuvo el efecto "*boom*" de los años 30's a los 50's, por lo que fue llamado el "Segundo Hollywood" debido a la cantidad y variedad de películas filmadas. La producción de las películas de temas populares y la cercanía con Hollywood beneficiaron el aceleramiento de las nuevas producciones, convirtiéndose incluso en exportador a Latinoamérica. La enorme producción de películas generó la necesidad de promocionarlas antes de su estreno y fue cuando se comenzó a copiar el sistema impreso mercadotecnicista de Estados Unidos.

Se empezaron a realizar carteles para la promoción de las películas de estreno, mismos que se manufacturaban en México y también se exportaban a Latinoamérica junto con las cintas de las películas. Esta época de auge para México originó la generación de empleos - ilustradores, diseñadores, dibujantes, litografistas, impresores y la creación de agencias publicitarias, haciendo del cartel cinematográfico un oficio moderno y lucrativo. Se tomaron los modelos de carteles de Estados Unidos y con base a ellos, se adaptaron las corrientes artísticas del momento y se folklorizaron con elementos gráficos mexicanos.

El presente estudio implica el análisis de los contenidos de los carteles de cine mexicano durante la época de oro, misma que abarca del año 1936 a 1957.

Una lectura organizada de una manera cronológica permite identificar y reinterpretar en los materiales impresos, tanto el vínculo comunicativo, como los

estilos y las costumbres que constituyeron el ambiente de la gráfica del entretenimiento, mismos que están influenciados por la imagen de los medios, las corrientes artísticas y los modelos de Estados Unidos, además de plasmar al mexicano de aquellos tiempos, mostrando su aspecto económico político y social, todo esto sin que se haya historiografiado con mucha profundidad.

Comenzaremos el recorrido por la historia del cine mexicano, desde sus orígenes hasta el declive de la misma, abarcando de los años 30 a los 50's.

Influencia de los estilos artísticos

Los carteles constituidos por imágenes y palabras eran creados por una técnica impresa y se utilizaban para la promoción y expresión de algún mensaje.

De acuerdo con Barnicoat (1976), “en civilizaciones antiguas como Grecia y Roma utilizaban soportes para informar sobre intereses populares como asuntos legales, religiosos, deportivos y de comercio. Posteriormente en la Edad Media fueron reemplazados por los “voceros”. A través de este medio de expresión oral combatía el masivo analfabetismo de la población”.

Hacia el año 1800 se produjeron dos acontecimientos que dieron cabida a la era moderna del cartel. Uno de ellos fue el principio de la industrialización en gran escala, que generó la necesidad de una publicidad extensiva. El otro fue el invento de un método de impresión: la litografía, que hacía mucho más sencillo el uso de la ilustración de los carteles a color. Cabe mencionar que el cartel se origina con el nacimiento de la imprenta, de esta manera el cartel se acentúa debido a su imagen atractiva y su producción barata (Zamy,1976).

“ Así en 1858, el francés Jules Chéret crea el primer póster en color llamado "*Orphée aux Enfers*" (véase figura 2), donde junto a Henri Toulouse-Lautrec con su póster "*Moulin Rouge*" (véase figura 3) se convirtieron en los más grandes exponentes del póster en Francia” (Barnicoat, 1976).

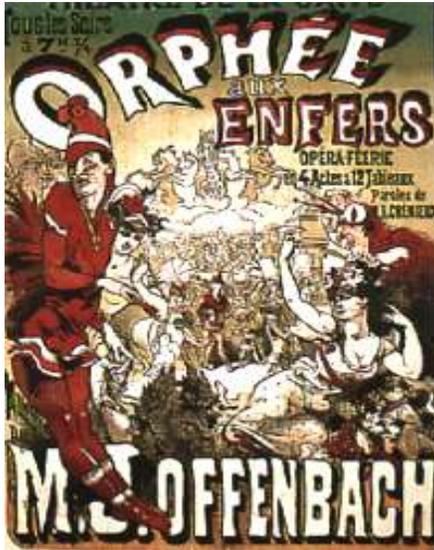


Figura. 2. Primer póster de Jules Chéret
“ Orphée aux Enfers”.

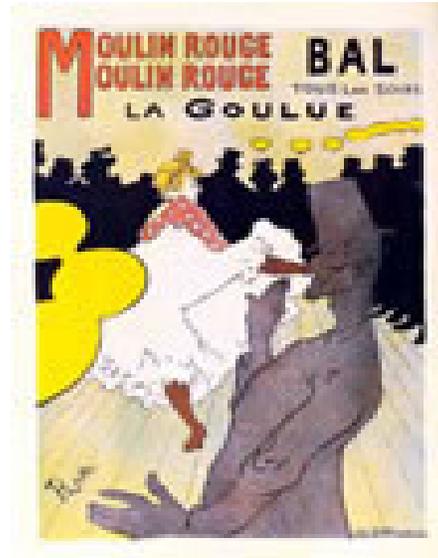


Figura. 3. Póster de Henri Toulouse-Lautrec
“ Molin Rouge”

Durante "La Bella Época" de Francia en 1890, el póster causó un "boom" cuando se denominó al póster como arte. Alphonse Mucha, creó la primera obra maestra del *Art Nouveau* aplicada en póster basado este arte en influencias Pre-Rafaelistas y Arte Bizantino, que dominó París por los siguientes 10 años hasta la Primera Guerra Mundial (véase las figuras 4 y 5).



Figura 4. Póster de Alphonse Mucha "La Dame aux Camélias", 1896 . Corriente del Art Nouveau



Figura 5. Póster de Alphonse Mucha "Gismonda", 1894 . Corriente del Art Nouveau

Estos carteles se trasladaron a otros países como Italia donde la ópera y la moda eran los temas de los mismos, en España, los festivales y las corridas de toros; en Holanda, la literatura y los productos para el hogar; en Alemania, las exportaciones y revistas y en Inglaterra y América los periódicos literarios y los circos (Barnicoat, 1976).

Con el estallido de la Primera Guerra Mundial en 1914, el arte del cartel experimentó un cambio radical. Los pósters pasaron a ser instrumentos de propaganda y además se utilizaron para llamar a filas y para la venta de bonos de guerra (véase las figuras 6 y 7).

Por otro lado, haciendo una comparación con los estilos anteriores, resultaban artísticamente toscos, pero con un mensaje rotundo. Durante las décadas de 1920 y 1940, los carteles reflejaron numerosas influencias: cubismo, surrealismo, dadaísmo y Art Decó, entre otras.

En los años veinte y treinta los dadaístas, experimentaron con carteles fotográficos, haciendo complejos fotomontajes con segmentos de diferentes fotografías (Zamy, 2003).

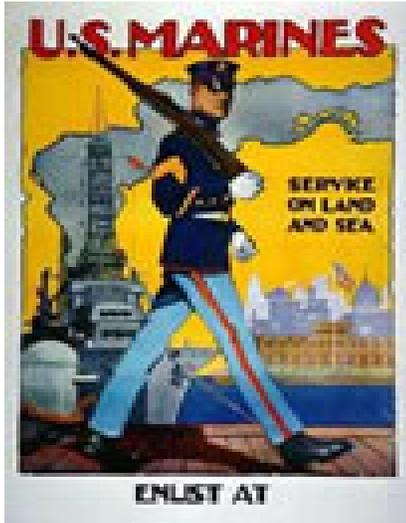


Figura 6. Póster de Reisenberg, Sidney H." U.S. Marines Service on Land and Sea". 1917



Figura 7. Póster Anónimo "Join the Red Army". 1920

En 1919, el movimiento de la *Bauhaus* fue fundado por Walter Gropius en Alemania, movimiento que "desarrollaba una arquitectura funcional basada en una correlación entre el diseño creativo y la industria y ciencia moderna", (Kraus, 1997) esta corriente se caracterizó por su belleza no solo porque cumplía con una función por la cual era construida, sino también porque eran diseñadas por hombres cuyas habilidades y gustos consistían en la creación de obras que cumplieran con su propósito y aún así fueran atractivas para el ojo humano (International Poster Gallery, 2002).

La *Bauhaus* fue reconocida entonces por sus diseños artísticos industriales y sus creaciones fueron utilizadas en pósters al promocionar movimientos obreros o cumplir con propósitos comerciales (Kraus, 1997).

Según Zammy (2003), a través del desarrollo de la Segunda Guerra Mundial volvieron a aparecer los carteles contundentes de propaganda con frecuencia elaborados por artistas importantes como Ben Shahn (véase la figura 8).

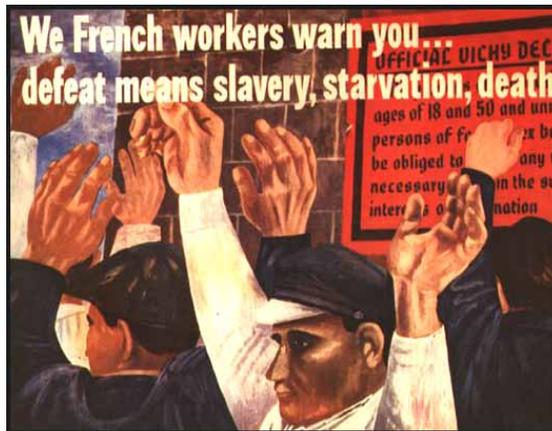


Figura. 8. Póster de Ben Shahn, “Estados Unidos guerra” .1942.

El cartel jugó otra vez un papel primordial en la comunicación durante el desarrollo de esta guerra, pero esta vez compartió el escenario con otros medios, principalmente la radio y la impresión. Durante este tiempo, la mayoría de los carteles fueron impresos usando la técnica de *offset*, que dio lugar al patrón familiar del punto considerado en periódicos y compartimientos.

El uso de la fotografía en carteles, comenzado en la *Soviet-Union* en los años 20, llegó a ser tan común ahora como la ilustración (véase la figura 9). Después de la guerra, el cartel declinó más lejos en la mayoría de los países mientras que la televisión se convirtió en un competidor adicional.

El último resplandor de la era clásica del cartel litográfico ocurrió en Suiza, en donde el gobierno promovió pesadamente la industria de impresión y la

excelencia del cartel. El establecimiento de un tamaño estándar del cartel y de un sistema nacional del quiosco en 1914 era una ayuda adicional.



Figura. 9. Empleo de la fotografía en los carteles rusos.

En Estados Unidos, brotó el furor por los carteles durante los años sesenta con el movimiento activista protestante donde los carteles eran pegados incluso en las paredes de casas y departamentos, pero a diferencia del uso de los carteles en los siglos anteriores, éstos eran con fines de revueltas sociales y no comerciales.

El manejo de los gráficos que se expresaba en los carteles estaba inspirado en las fluidas curvas del *Art Nouveau* (véanse las figuras 10 y 11), la intensa vibración óptica del color, la *Bauhaus*, así como el reciclaje de imágenes de la cultura popular (como reducir imágenes de tono continuo a elevados contrastes del blanco y negro), utilizaban formas turbulentas y letras torcidas y curvadas, hasta casi ser ilegibles. Era imposible de descifrar las letras de estos carteles, sin embargo, tenían la suficiente fuerza de comunicación para llenar auditorios con jóvenes.



Figura. 10. Art Nouveau. Póster de Pierre Bonnard "France Champagne"



Figura. 11. Art Nouveau. Póster de Pierre Bonnard "Revue Blanche"

En 1937 el diseñador Peter Max en Nueva York comenzó a incluir aspectos del movimiento sicodélico en los carteles en los últimos años 60. Su imagen más famosa, la gráfica Amor del año 1970, combinaba la línea orgánica fluida del *Art Nouveau*, con el contorno negro del libro de tiras cómicas. A principios de la década del año 1970, la manía por los carteles llegó a la cúspide, el arte de los carteles americanos creativos se refugió en las universidades consideradas como punto estratégico peatonal, donde se utilizaban los carteles para la comunicación de un gran número de eventos.

El cartel mexicano

Según Romandía y Larson (1987), en México, el póster comienza a ser considerado como un importante medio, es incluido dentro de los textos de arte escolares de principios de siglo utilizándolos como medios de información y de conocimiento cultural.

Durante los años siguientes el uso del cartel se limitó principalmente al comercio, donde utilizaban este medio para promocionar nuevos productos y

servicios, inclusive por medio de éstos también los municipios y gobiernos dieron a conocer sus campañas sociales, turísticas y culturales. Así el cartelismo fue tomando forma y comenzó a ser reconocido como una importante actividad, esto llevó a la necesidad de profesionalizar el oficio, ya que los que en esos momentos hacían carteles eran pintores o simplemente autodidactas.

A finales de la década del veinte, un grupo de artistas de diversos oficios concibieron la idea de crear un espacio donde se pudiese enseñar los oficios, llegando a convertirse en artífices y artesanos.

Una vez que terminó la Segunda Guerra Mundial grandes agencias de publicidad estadounidenses terminaron la producción de pósters bélicos y comenzaron a trabajar en temas políticos, comerciales y culturales, provocando que las agencias en México tuvieran que realizar mejoras en las campañas y estrategias de comunicación, tratando de competir con agencias multinacionales. Esto trajo consigo que la gráfica nacional mexicana tuviera un notable desarrollo, debido a la presión publicitaria de Estados Unidos, la *Bauhaus* y el *Art Nouveau* (Romandía & Larson, 1987).

El cartel cinematográfico

El cartel fue adoptado por la industria cinematográfica mexicana, creando una nueva industria en el país y fortaleciendo la promoción del cine mexicano. México daba a conocer a sus estrellas en diversos países latinoamericanos por medio de los carteles de cine. La publicidad dependía de los famosos nombres de directores y estrellas, éstos se promocionaban en los carteles, los cuales tenían un propósito comercial: promover una película y atraer a la gente a los cines.

“ La mayoría de la publicidad en México aparece en 1896 con motivo de la exhibición de los cortos de los hermanos Lumière: Llegada de un tren, Montañas rusas y La comida del niño. Los temas de los primeros filmes hechos en México son: Grupo en movimiento del general Díaz y de algunas personas de su familia; Escenas en el Colegio Militar; Escena en el Canal de la Viga y el General Díaz paseando en el Bosque de Chapultepec” (García, 1986).

“A partir de entonces los primeros carteles de cine serían de formato vertical, con un tamaño de 56 X 21.5 cm, cuyo diseño es básicamente tipográfico en diferentes tamaños y formas, donde se enfatizaba el lugar de la exhibición, el día de la función, los cortos que se proyectaban y el precio de entrada”. Estos anuncios se colocaban en los muros de las principales calles de las ciudades en donde se proyectaba la película además de insertarlos en el periódico. Se imprimían en prensa plana (método de impresión con tipos móviles) usando tinta negra (López, 2000).

Según Lozoya (1995), los artistas exiliados José Renau, José Sperts y Juanino Renau darán una imagen particular a la publicidad de los carteles del cine mexicano con una escuela española de diseño; en este diseño de imagen destaca el trabajo del cartelista, artista gráfico y plástico José Renau. El cartel de cine en México que se hace con la llegada de los exiliados españoles tendrá las siguientes características: técnica de ilustración, uso de fotomontajes para elaborar la idea del diseño, técnica de retrato, uso de brocha de aire y letras diseñadas y dibujadas a mano. Uno de los principales cartelistas mexicanos fue José Renau.

De acuerdo a Romandía y Larson (1987), “ la mayor parte de los carteles hechos en México después de 1944 fueron producidos por una sola agencia de publicidad, *Ars-Una*, también estaban activas otras pequeñas firmas publicitarias: Publicidad Palafox, propiedad del publicista José Luis Palafox y Publicidad Cuauhtémoc, S.A., sin embargo, ésta última se limitó a producir las versiones mexicanas de carteles de películas extranjeras”.

“No existe ningún tipo de registros de cómo fueron producidos los carteles, pero se tiene testimonio del diseñador Leopoldo Mendoza -quien entró como aprendiz en Vargas Publicidad y llegó a ser cartelista- de que el proceso iniciaba cuando un productor a través de *Ars-Una* contrataba al dibujante para que hiciera un boceto de cartel. A veces se basaban en el argumento de las películas, en otras se les proporcionaban fotografías promocionales para ilustrar las escenas claves. En pocas ocasiones los cartelistas visitaban el set para tener una idea de la producción. El productor revisaba luego el boceto y si lo aprobaba, el diseñador era contratado para hacer la versión final del cartel. Si no era aprobada, el proceso se repetía con el mismo o con un nuevo cartelista. Este proceso de creación de un cartel requería cerca de una semana de trabajo (Ramírez Berg y Agrasánchez, 2001).

La promoción de las películas durante la primera mitad de la Época de Oro estuvo en manos de productores individuales, que contrataban a quienes diseñaban las carteleras de los periódicos y los carteles. Muchos productores utilizaron los servicios de Vargas Publicidad, agencia pionera en la publicidad del cine mexicano, agencia involucrada en la promoción de películas como "Santa" (1931, de Antonio Moreno), en los inicios del cine sonoro en México.

En los años treinta, Vargas Publicidad se hizo cargo de la mayor parte de la publicidad cinematográfica, en donde se diseñaron numerosos carteles, siendo muy difícil determinar claramente al autor de cada uno. Además, los anuncios periodísticos diseñados por la agencia contenían por sola firma "Vargas" o "Vargas Publicidad" y la mayoría de los carteles no tenía firma alguna del verdadero autor (Romandía & Larson, 1987).

En los años treinta, cuando el cine mexicano apenas surgía, se imprimían alrededor de 400 ó 500 carteles por película (casi el dos por ciento de la cifra de carteles estadounidenses), los cuales cubrían las necesidades de exhibición nacional, pero esta situación cambió cuando en 1934 había 282 cines en México y en 1947 había 1,726 y posteriormente en 1952 el número de cines alcanzó la cifra de 2,449; por lo que los tirajes en estos años aumentaron a 2,000 ó 3,000 el tiraje distribuido en México y América Latina (Romandía & Larson, 1987).

En 1940, debido al auge cinematográfico, se fundó el Sindicato de Trabajadores de la Industria Cinematográfica (STIC) dedicada a la publicidad, el cual estaba compuesto por tres tipos de trabajadores de la promoción películas: periodistas (reporteros y críticos), publicistas (quienes realizaban las campañas publicitarias), y dibujantes (responsables del diseño de los anuncios en periódicos, de los fotomontajes para salas de cine y de carteles). Pero sólo bastó poco tiempo para que el auge cartelista comenzará a visualizar el fin, para 1955 la mayoría de los carteles que se hacían en México, eran versiones en español de las películas de Hollywood, ocasionando a los dibujantes y diseñadores de carteles, buscar otro giro de trabajo (Elizondo, 1962).

Los carteles generalmente se rentaban o vendían al cine que adquiría la película, como parte del paquete promocional de la misma y eran colocados en las salas de cine. Luego de exhibida la película, los administradores de cines solían guardar o deshacerse de los carteles comprados, o si se rentaban, se devolvían al proveedor junto con la película proyectada, donde se enviaban al siguiente cine y así sucesivamente hasta que la película era desaparecida de las carteleras, es así como sólo se cuenta con un mínimo de los carteles originales, los cuales su mayoría se encuentran en la colección "Agrasánchez Jr."

El cartel de la época de oro

En poco tiempo la industria cinematográfica de México se convirtió en la más importante de habla hispana. Con ese inicial éxito capitalizado en todo su potencial, en México se desarrolló un star system, semejante al que funcionaba en Hollywood, con influencia en toda hispanoamérica, zona en la que los nombres de Tito Guízar, Esther Fernández, Mario Moreno Cantinflas, Jorge Negrete o Dolores del Río, en su primera etapa y Arturo de Córdova, María Félix, Pedro Armendáriz, Pedro Infante, Germán Valdés, Tin Tan o Silvia Pinal, entre tantos otros, ya significaban una garantía del éxito.

“Desde ese entonces, en la época de oro del cine mexicano, en el diseño del cartel también se vivió una etapa dorada. Sus autores, ciertamente contaron con más factores a su favor para la realización de su trabajo; fueron implementando sin un código o patrones o líneas de trabajo predeterminados, una serie de características debidamente detalladas en el muy recomendable libro *Carteles de la Época de Oro del cine mexicano / Poster Art from the*

Golden Age of Mexican Cinema, de Charles Ramírez Berg y Rogelio Agrasánchez Jr.” (Archivo Fílmico Agrasánchez, IMCINE y UDG, 1997).

En esos años, pocas veces los carteles eran firmados por sus autores, debido a que la mayoría de estos artistas (pintores, dibujantes o caricaturistas de renombre) consideraban estos trabajos como puramente comerciales. No obstante lo anterior, gracias al trabajo de especialistas como los ya citados Agrasánchez, Jr. y Ramírez Berg, además de Cristina Félix Romandía, Jorge Larson Guerra y Armando Bartra, es que han logrado trascender nombres como los de Antonio Arias Bernal, Andrés Audiffred, Cadena M., José G. Cruz, Ernesto El Chango García Cabral, Leopoldo y José Mendoza, Josep y Juanino Renau, José Spert, Juan Antonio y Armando Vargas Briones, Heriberto Andrade y Eduardo Urzáiz, entre otros, como los creadores de muchas de esas sorprendentes obras aplicadas a los carteles de las películas producidas entre 1931 y 1960 (Salgado, 1999).

La presencia de elementos básicos visuales

Definición del cartel

Según Del Ángel (2005), “ el cartel es un material gráfico que comunica un mensaje, está compuesto de una unidad estética formada por las imágenes que provocan un impacto y por textos breves”. A lo largo del presente siglo los especialistas en la materia han empleado diversas frases para definir al cartel, entre las cuales destacan : “un grito en la pared” (Renau, 1976), “un puñetazo en el ojo” y “el cuadro de los pobres”.

Según Turnbull y Rusell (1997), “ el cartel o póster es un pliego de papel, de gran formato, impreso con anuncios o avisos, creado para su exhibición pública”. Generalmente se componen de una imagen a color y un breve texto o una marca que lo identifique. También suele definirse “como un susurro que, aunado a las motivaciones e intereses del individuo penetra en su conciencia y le incita a adoptar la conducta sugerida por el cartel ”.

El propósito del cartel es transmitir un mensaje al espectador con la intención de que éste lo capte, lo recuerde y actúe de una manera coherente a lo sugerido por el cartel mismo (Del Ángel, 2005), por otra parte, la tarea del cartel de cine es simple: promover las bondades de una historia con el objetivo de atraer la mayor cantidad posible de público (López, 2000).

Según Del Ángel (2005), “ la función comunicativa del cartel se refiere a la interacción de, al menos, dos sujetos capaces de intercambiar mediante un lenguaje verbal o por algún otro medio entablando una relación interpersonal mediante la cual existe un entendimiento a través de la interpretación. Dentro de las funciones que menciona este autor, se encuentran dos: la primera es persuadir gráficamente mediante imágenes ambiguas que atraen la atención del espectador, siempre teniendo una relación subordinada al acto comunicacional y la segunda y principal función: la transmisión del mensaje”.

Características del cartel

El cartel es un valioso recurso para propiciar la formación de conductas. El mensaje de un cartel debe ser integral, percibiéndose como un todo en el que cada elemento se compone de una manera armónica y crea una unidad estética de gran impacto. Existen elementos que lo hacen característico como son los

elementos psicológicos y físicos. Dentro de los elementos físicos se encuentran el tratamiento estético y el atractivo visual y los elementos psicológicos son aquellos en los que dentro del mensaje estimula al espectador para que se oriente hacia lo que se pretende en dicho mensaje (Braham, 1991).

Semiótica del color

De acuerdo a Guajardo (1991), “ el uso del color implica también la transmisión de ideas o estados de ánimo”. Los colores cálidos como el rojo, el anaranjado y el amarillo dan idea de vitalidad, dinamismo, calor, peligro; en cambio fríos como el azul, el verde y el gris, sugieren paz, descanso y estabilidad (véase la figura 12).



Figura. 12. Colores cálidos y fríos

Es conveniente enfatizar que el significado de los colores varía de una cultura a otra. El color aumenta el potencial de la comunicación del diseño, por lo que debe ser aplicado de acuerdo a los propósitos que se persigan y a la realidad que se requiere representar.

Importancia y significado del color

El color es otro aspecto relevante del cartel. Para éste hay que seguir ciertas reglas: usar pocos colores; aplicar los colores planos, sin matices, usar

fondos contrastantes y usar colores claros. “ El color sirve para llamar la atención, producir efectos psicológicos, desarrollar asociaciones, lograr la detención, crear una atmósfera estéticamente placentera, de igual manera el color es una sensación provocada en el ojo por ciertas ondas electromagnéticas, sirve para añadir vida a los mensajes aumentando su poder de atracción e interés” (Braham, 1991; Márquez & Bernal, 1997).

Según Cook y Fleury (1992), “el color es una representación que tiene afinidad muy intensa con las emociones”. El color está lleno de información además de ser una experiencia visual más penetrante que todos tenemos en común, compartiendo significados asociativos como los colores-elementos de la naturaleza, que se convierten en estímulos comunes y a los que asociamos un significado simbólico, convirtiendo al color en la parte simple más emotiva del proceso visual análisis se tomó en cuenta el elemento visual del color, debido a que de acuerdo a la psicología del color se puede llegar al descubrimiento de mensajes plasmados a través de su significado.

Existen tres formas diferentes de aplicar el color en el ámbito gráfico: el color denotativo, el color connotativo y el color esquemático.

El color denotativo se manifiesta cuando el color es utilizado como una representación de la figura, es decir, agregado a las imágenes reales de la fotografía o la ilustración. Se maneja el color como una característica realista o natural de los objetos o figuras.

La connotación se refiere a la acción de los factores no descriptivos, aspectos psicológicos, simbólicos o estéticos que suscitan un cierto clima y

corresponden a amplias subjetividades. Es un componente estético que afecta a las puntos perceptivos de la sensibilidad.

El color esquemático proviene de la heráldica, donde el color "característico" de los escudos identifica a los caballeros entre la multitud.

El lenguaje de los colores, se refiere a que éstos no solo se sometan a representar la realidad en imagen, sino que también pueden hablar. Cada color es un signo que posee un significado propio.

El color psicológico se relaciona con las diversas impresiones que emanan de un ambiente creado por el color y que pueden ser de calma, de recogimiento, de plenitud, de alegría, opresión, violencia. La psicología de los colores fue ampliamente estudiada por Goethe, que examinó el efecto del color sobre los individuos.

A continuación se cita el significado de los colores más conocidos. (véanse las figuras 13 y 14).

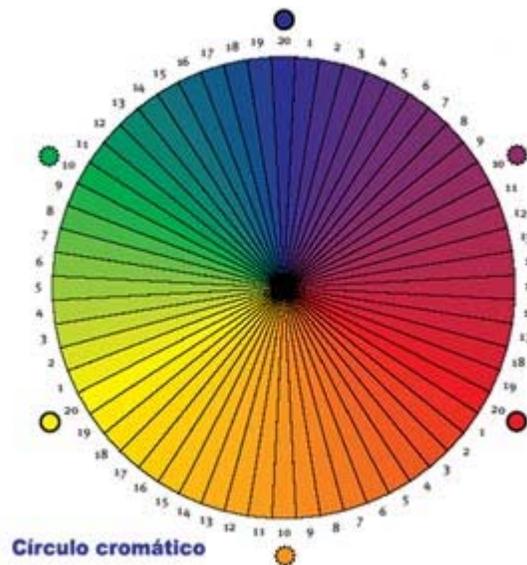


Figura 13. Círculo Cromático

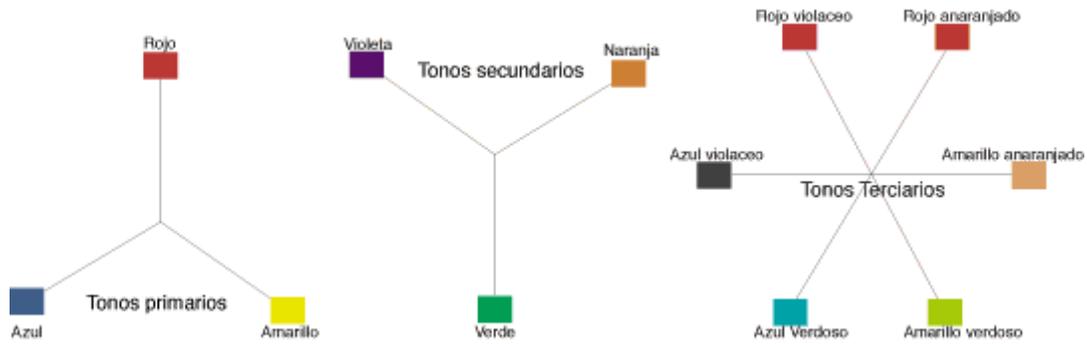


Figura 14. Colores primarios, secundarios y terciarios

- a) *Lavanda*: Es el color de la dignidad, honor, respeto y esperanza, el romance, la imaginación y la fantasía. El violeta simula inspiración y humildad. Estimula la actividad de los sueños. Un violeta puro esta compuesto de 50% azul y 50% rojo, es el balance de lo físico y espiritual.
- b) *Verde*: Significa crecimiento, abundancia, vitalidad, naturaleza, es el color predominante en el planeta. Es el balance de la energía y puede ser usado para incrementar la sensibilidad y la compasión. Representa la pureza, la armonía y la tranquilidad. El verde despierta gran amistad, esperanza, fe y paz. Es el color más tranquilo y sedante. Es el color de la calma indiferente: no transmite alegría, tristeza o pasión.
- c) *Naranja*: La felicidad, la valentía y el éxito son características de este color. El naranja promueve la felicidad. Es un detonante para la actividad, la construcción, el optimismo, la percepción y la reserva de energía para ideas y conceptos mentales, simboliza la calidez y la prosperidad.

- Más que el rojo posee fuerza activa, radiante y expansiva. Tiene un carácter acogedor, cálido, estimulante y una cualidad dinámica muy positiva y energética.
- d) *Amarillo*: Expresa sentimientos entusiastas, juguetones, incita al intelecto y al juicio, la habilidad mental y la concentración. El amarillo puede ser usado para facilitar las capacidades de aprendizaje de un individuo. Este color es el primero que la mayoría de la gente reconoce, pero también es un color que puede crear ansiedad y tensión mental. Es el color más cálido, ardiente y expansivo. Es el color del sol, de la luz y del oro, como tal es violento, intenso y agudo. Se interpretan como animados, joviales, excitantes, afectivos e impulsivos. Se relaciona también con la naturaleza.
- e) *Azul*: Es el símbolo de la profundidad. Es el color de la tranquilidad, la intuición, la confianza. El azul maneja la voluntad y la comunicación. Es un color relajante que simboliza paz, fe, aspiración y la expresión de la creatividad. Es bueno para la extraversión, la verdad, la devoción y la calma. Reactiva la intuición y las facultades mentales. Así como promueve la meditación y la independencia. Expresa armonía, amistad, fidelidad, serenidad, y sosiego. Este color se asocia con el cielo, el mar y el aire.
- f) *Negro*: es el color de la protección. Es el color espiritual de algunas religiones, pero es el color de la muerte para otras. Promueve la resistencia, obstrucción, oposición y enemistad. También incrementa el miedo, la sospecha y paranoia. Es el símbolo del silencio, del misterio y

- en ocasiones puede significar impuro y maligno. Confiere nobleza y elegancia, sobre todo cuando es brillante.
- g) *Magenta*: lo extravagante, imaginativo, e innovador. Es el de más alto orden, relacionado con la espiritualidad y meditación. Es un agente de cambio para renovar viejas actitudes y obsesiones. Es complemento del color verde.
 - h) *Turquesa*: expresa lo refrescante, imaginativo, la calma. Es sedante, purificador y apacible. Tiene el color opuesto del verde, es un ácido y tónico en su acción, ya que representa el coraje, divinidad y realeza, proporciona autoridad prestigio y límites.
 - i) *Rojo*: es el color de la sangre, la energía, la pasión, de la fuerza bruta y la determinación. Representa el fuego, ira, temperamento, peligro y destrucción. Este color estimula, excita y actúa como un irritante. El rojo proporciona a las personas el sentimiento de poder, egocentrismo, promoviendo la vitalidad, sexualidad, erotismo, voluntad y alerta. Puede significar cólera y agresividad. Asimismo; se puede relacionar con la guerra, la sangre, la pasión, el amor, el peligro, la fuerza y la energía. Se habla de un color cálido asociado con el sol y el calor.
 - j) *Café*: simboliza la estabilidad, sencillez y confiabilidad. Es un color de la tierra, por lo que es estabilizador y neutral.
 - k) *Aqua*: indica motivación, actividad, dinamismo.
 - l) *Blanco*: contiene la luz entera del espectro del color, simboliza fuerza, nutrición, creatividad, grandeza. Expresa paz, soleado, feliz, activo, puro e

- inocente; crea una impresión luminosa de vacío positivo y de infinito.
- m) *Índigo*: es el color del conocimiento, poder, integridad. El índigo denota electricidad, frescura. Puede despertar devoción e intuición.
 - n) *Ámbar*: es la iluminación y sabiduría.
 - o) *Morado*: es un color espiritual, pasión, visionario.
 - p) *Azul claro*: es un color relacionado con la paz, sinceridad, afectivo. El azul claro puede sugerir optimismo. Tiende a perder la atracción cuando se clarifica, se vuelve indiferente y vacío.
 - q) *Rosa*: amigable, compasivo, fervoroso. Es uno de los colores más sedantes y que despiertan la compasión, amor y pureza.
 - r) *Verde limón*: es un color revitalizante y estimulante para el cerebro.
 - s) *Violeta*: es el color de la templanza, la lucidez y la reflexión. Es místico, melancólico y tiende a representar la introversión. Cuando el violeta deriva el lila o morado, se aplana y pierde su potencial de concentración positiva. Cuando tiende al púrpura transmite una sensación de majestad.
 - t) *Marrón*: es un color masculino, severo, confortable. Es evocador del ambiente otoñal y da la impresión de gravedad y equilibrio. Es el color realista, tal vez porque es el color de la tierra.
 - u) *Gris* : es el centro de todo, pero es un centro neutro y pasivo, que simboliza la indecisión y la ausencia de energía, expresa duda y melancolía. Simbólicamente, el blanco y el negro, con sus gradaciones de gris, son el color de la lógica y de lo esencial: la forma.

Tipos de representación

El tipo de representación utilizada se muestra mediante el manejo de la fotografía, dibujo-ilustración, collage y técnicas mixtas.

En los años cuarenta el diseño del cartel tanto estadounidense como europeo, se caracteriza por la técnica de la ilustración o dibujo y esto se debe a que los publicistas y cartelistas de aquellos años eran artistas en el campo de la pintura de caballete o bien muralistas que prestaban sus servicios a las nacientes agencias publicitarias. Las ilustraciones que formaban la composición visual del cartel eran realistas, el dominio del dibujo, especialmente del cuerpo humano así como el retrato, eran básicos en el diseño del cartel de cine (López, 2000).

Otro de los tipos de representación es el fotomontaje, mismo en el que se puede emplear la fotografía en su composición gráfica; esta es la técnica que ha predominado en el cartel de cine desde sus inicios en México. Para realizar su diseño, el diseñador o cartelista se basa en diferentes fotografías de películas que va a interpretar por medio del cartel: la característica principal de esta técnica son las ilustraciones de rostros y figuras humanas de los personajes centrales del film.

Los diseñadores de los carteles de los años cuarenta principalmente tenían el oficio de pintores y artistas gráficos, mismos que debían ser hábiles para lograr el retrato perfecto del protagonista o protagonistas, ya que los rostros de los actores eran el elemento que llamaba la atención del público receptor.

Elementos del cartel de cine

Uno de los elementos primordiales en la ilustración del cartel del cine en México es el uso de la brocha y pincel de aire, técnica que traen a México José Renau y sus compañeros. La brocha de aire permite al ilustrador afinar las sombras y tonos del dibujo, específicamente si se trata de retratos, de esta manera la ilustración del cartel tiene un acabado con tonos “esfumados” que lo diferencian y le confieren una gran calidad.

Otro de los elementos del cartel del cine de sus años, es la tipografía como elemento enriquecedor de la ilustración, conforme a tres planos: la ilustración en un primer plano, la tipografía de título de la película en un segundo plano y finalmente con la tipografía de los créditos en tercer plano (López, 2000).

La tipografía del título de la película era diseñada casi siempre con letras mayúsculas, con color o bien en blanco sobre el fondo de color de la ilustración y se dibujaba directamente sobre el original de la ilustración. Los créditos del film en muchas ocasiones se dibujaban también a mano o bien se colocaban sobre una camisa en el original mecánico con tipografía de prensa plana. Recuérdese que todavía no existía la letra transferible (letraset) que surge hasta los años sesentas (López, 2000).

La estructura del mensaje visual

Según Dondis (1980), “ los mensajes visuales se producen y se reciben en niveles, representacionalmente, cuando vemos y reconocemos desde el entorno y la experiencia; abstractamente, cualidad kinéstica de un hecho visual reducido a sus componentes visuales y elementales básicos, realzando los

medios más directos, emocionales y hasta primitivos de la producción de un mensaje; simbólicamente, en la codificación de símbolos codificados que el hombre ha creado arbitrariamente y al que adscribe un significado. Todos estos niveles se interconectan para dar lugar a una comunicación visual”.

a) *Representación*: información extraída de la experiencia del entorno, registro visual que tiende a parecerse a la realidad. Se presenta la información visual con detalles reales precisos para que una persona pueda reconocer algo. Cuanto más representacional sea la información, más específica es su referencia.

b) *Simbolismo*: requiere una simplicidad máxima, reducción del detalle visual al mínimo irreducible. Un símbolo no sólo debe verse y reconocerse sino también recordarse y reproducirse fácilmente. El símbolo es un medio de comunicación visual y significado universal de una información empaquetada.

c) *Abstracción*: reducción de todo lo que vemos a elementos visuales básicos, atribuyendo importancia para la comprensión y estructuración de los mensajes visuales. Cuanto más abstracta sea la información, más general y abarcadura es su referencia. Es una simplificación tendente a un significado más intenso y destilado, que puede darse en el campo visual, hasta quedar en una información representacional mínima o una abstracción pura que no establezca conexión alguna con datos visuales conocidos, sean ambientales o experienciales.

Las funciones de anclaje o relevo se manifiestan con respecto a las imágenes utilizadas, si las tipografías o el manejo de las mismas se relacionan con los gráficos empleados en los carteles.

Impacto cultural de los medios

Los medios masivos de comunicación reconocen a aquellos que producen y distribuyen productos comunicativos a través de canales técnicos (televisión, radio, impresos, etc.), de un solo emisor a un gran número de receptores. Estos receptores están formados por individuos de diferentes estratos sociales, niveles culturales, diversas ocupaciones, intereses y modos de vida variados, debido a esto la comunicación proporciona modelos de conducta económica y de valores sociales, fomenta el consumo y la participación en un estilo de vida.

Los medios promueven una visión de la cultura que "se fabrica" y "se consume" como si fuera una propuesta de vida sin alternativas de cambio, imposibilitando todo sentido crítico que los cuestione, así como a sus mensajes. Estos mismos mensajes son producidos deliberadamente por un emisor hacia un receptor, incluyéndolo de forma activa en el proceso de la comunicación, transformándolo en un preceptor.

- a) *Contexto ideológico, político, social y cultural en que se producen.* El contexto engloba los aspectos político, social y cultural o religioso que se llevaron a cabo en el período en que se produjeron los carteles respectivamente. Se define por el presidente de la república regente del período analizado.
- b) *Intenciones del mensaje :* Se refiere al objetivo de la comunicación empleada, para efectos de informar, vender, etc. Se debe de interpretar el mensaje con facilidad y definir si el objetivo fue logrado o fracasó el medio o la forma de utilización. La intención de los carteles es que el

público al que llega acuda a las salas de cine a ver la película, representando imágenes que denoten actitudes de interés, que sean atractivos para lograr el cumplimiento del objetivo. Así mismo, el título de la película plasmado en los carteles generalmente está respaldado por los gráficos. Aún así en los que el uso del título funciona para denotar interés al igual que las imágenes.

Géneros cinematográficos

Los géneros son grupos o categorías que reúnen obras similares, esta similitud deriva de compartir elementos formales y temáticos. Esta investigación se basó en la categorización que realizaron Rogelio Agrasánchez Jr. y Charles Ramírez Berg en "Cine Mexicano, Carteles de la Época de Oro, 1936-1956".

- a)** *Comedia*, donde la intención fundamental es hacer reír al espectador. Se deriva la comedia física, donde con movimientos e incluso sin sonido se logran actos cómicos; la comedia negra, donde el humor se vuelve irreverente al grado de hacerse macabro; la parodia, que es la imitación burlesca de ciertos géneros o temas a partir de la alteración de sus convenciones (García Tsao, 1985). Con películas como "Cómicos de la Lengua" con Resortes, "El genial detective Peter Pérez" con Clavillazo, "Fíjate qué suave" con Manolín y Shilinsky, "Simbad el Mareado" con Tin Tan, "Romeo y Julieta" y "Ahí está el detalle" con Cantinflas, etc.
- b)** *Cabareteras*, es un género característico de mujeres sensuales, donde algunas veces aparecían gánsteres y se entrelazaban historias de amor, odio, destinos trágicos, etc. Con películas como "Perdida" con Ninón Sevilla, "Camino del Infierno" con Leticia Palma, "Cabaret Shanghai" con

Rosa Carmina, "Reina del Mambo" con María Antonieta Pons, "La mesera del café del Puerto" con Bárbara Bertha Montesinos, "En carne viva" con Rosa Carmina, Tongolele, etc.

c) *Charros y folklore*, derivado del *Western*, un género en ocasiones violento, ubicando el papel de héroe, del pistolero, cobrando dimensiones más contradictorias al cuestionarse la posición del individuo frente a la sociedad. Con películas como "¡Ay Jalisco... no te rajes!" con Jorge Negrete y Gloria Marín, "Tía Candela" con Sara García, "Cartas Marcadas" con Pedro Infante y Marga López, "Música y dinero" con Tito Guízar, Luis Aguilar y Pedro Vargas, "Los tres García" y "Vuelven los García" con Pedro Infante, Víctor M. Mendoza, Abel Salazar y Sara García, "El muchacho alegre" con Luis Aguilar y Sara Montes, "Sólo Veracruz es bello" con Antonio Badú y Esther Fernández, "Maclovía" con María Félix, Pedro Armendáriz y Carlos López Moctezuma, "Juan Charrasqueado" con Pedro Armendáriz y Miroslava, "Ahí viene Martín Corona" con Pedro Infante y Sarita Montiel, etc.

d) *Históricas y religiosas*, es un género basado en historias reales o religiosas, en el que se narraban fragmentos de personajes o sucesos que cambiaron el rumbo de la historia, además de representaciones de personajes o pasajes bíblicos. Con películas como "Los de Abajo" con Isabela Corona, Miguel Ángel Ferriz y Domingo Soler, "María Magdalena" con Medea de Novora, "El Joven Juárez" con Humberto Almazán, Domingo Soler y Ma. Elena Marqués, "Felipe de Jesús" con Ernesto Alonso y Rita Macedo, "El mártir del calvario" con Enrique Rambal, Manolo

Fábregas y Consuelo Frank, "San Francisco de Asís" con José Luis Jiménez, "Vino el remolino y nos alevantó" con Miguel Ángel Ferriz y Carmel Molina, "El Rayo del Sur, Morelos" con Domingo Soler, Consuelo Frank y Carlos López Moctezuma, etc.

- e) Melodrama, donde se caracterizaban las historias de amor y desamor, abandono, diferencias sociales, etc.; que regularmente terminaban con un final trágico. Con películas como "¡Maldita Ciudad!" con Fernando Soler, , "Flor de sangre" con Esther Fernández, Domingo Soler y Víctor Junco, "Pepe el Toro" con Pedro Infante, Evita Muñoz, Freddy Fernández, "Soledad" con Libertad Lamarque, Marga López, René Cardona y Rubén Rojo, " "Deseada" con Dolores del Río , Jorge Mistral y José Baviera, "Hechizo trágico" con María Félix y Rossano Brazzi, "La Malquerida" con Dolores del Río y Pedro Armendáriz, "La Diosa arrodillada" con María Félix y Arturo de Córdoba, "Doña Diabla" con María Félix y Víctor Junco, "Cuando los hijos se van" con Fernando Soler y Sara García, "Ustedes los ricos" con Pedro Infante y Evita Muñoz, "Cuando los padres se quedan solos" con Fernando Soler, Susana Quizar y Matilde Palou, etc.
- f) *Misterio y Aventura*, que se refiere a películas de suspenso o misterio. Se deriva el subgénero policíaco o detectivesco en el que se combate al crimen; el político, en el que se aplican las convenciones del género a una forma de testimoniar una situación política concreta y relevante; el de espionaje, el cual regularmente se adapta a escritos "*best sellers*"; el de desastre, en el que varios personajes se reúnen y se van eliminando uno a uno por efecto de alguna catástrofe o acto premeditado (García Tsao,

1985). Con películas como "Mariposas negras" con Arturo de Córdoba, "El Monstruo resucitado" con Miroslava y Carlos Navarro, "El hombre sin rostro" con Arturo de Córdoba y Carmen Molina, "Calaveras del 'terror" con Pedro Armendáriz y Tito Junco, "El enmascarado de Plata" con Víctor Junco y Crox Alvarado, "La momia azteca contra el robot humano" con Rosita Arenas, Ramón Gay y Crox Alvarado, etc.

El cine mexicano en los tiempos previos a la guerra

La naciente industria del cine mexicano produjo entre 1932 y 1936, unas cien películas entre las que destacan varias consideradas hoy en día como clásicos del cine mexicano. En pocos años, la cinematografía mexicana se consolidó en el gusto nacional y comenzó, incluso, a exportarse a los países de lengua española. El año 1936 marcó el inicio de la completa internacionalización del cine mexicano, con la filmación de "Allá en el Rancho Grande" en 1936 de Fernando de Fuentes (García, 1986).

Fernando de Fuentes realizó, además otros tres filmes que se consideran fundadores de la época de oro: El prisionero 13, en 1933, El compadre Mendoza en 1933 y Vámonos con Pancho Villa en 1935. Estas películas nos revelan que Fuentes conocía las técnicas norteamericanas de filmación y que demostraba una sobriedad asombrosa para la época en lo que respecta al manejo del tema de la revolución. De hecho, los filmes de Fernando de Fuentes son casi los únicos elaborados acerca de dicho tema que no enaltecen en ningún momento la hazaña revolucionaria e incluso llegan a criticarla.

En 1933, el ruso-chileno Arcady Boytler y el mexicano Raphael J. Sevilla filmaron La mujer del puerto en 1933 con Andrea Palma, película que favoreció a

la consolidación del personaje de la prostituta dentro de nuestro cine. Con una un toque de expresionismo alemán, La mujer del puerto en 1933 atrapó a México en esa época por lo fuerte de su temática, ya que manifestaba el incesto y por su excelente realización.

Janitzio ,1934 de Carlos Navarro, Dos monjas, 1934 de Juan Bustillo Oro y Redes, 1934 de Fred Zinnmann y Emilio Gómez Muriel son otros de los filmes sobresalientes de la época. Chano Urueta, Gabriel Soria, Juan Orol y Miguel Zacarías son algunos de los directores que comenzaron su carrera los años previos a la época de oro (García, 1986).

Reflejos de la guerra en el cine mexicano

“Entre los novelistas adaptados por el cine mexicano de la época, merece especial atención el venezolano Rómulo Gallegos (Caracas 1884-1969), que sería elegido presidente de su país en 1947 y derrocado por un golpe militar en 1948. Además de intervenir con opiniones y sugerencias en las cuatro cintas basadas en su obra, Gallegos escribió un argumento original para el cine mexicano: el de La Señora de Enfrente de 1945, melodrama provinciano de Gilberto Martínez Solares con Sara García, Carmen Montejo y Rafael Baledón ” (García, 1986).

Esa contribución de Rómulo Gallegos al cine mexicano pareció servir a un panamericanismo originado por la guerra, como lo aprovechaba el cine mexicano al adoptar los problemas de otro país latinoamericano: Venezuela, mismos expuestos por el novelista.

El cine mexicano retribuyó la ayuda norteamericana con muy pocas películas referidas en lo principal a la lucha contra el Eje: sabía a su público muy

reacio en aceptarlas. Fueron apenas unas siete, y la primera de ellas, Soy puro mexicano (1942, Emilio Fernández); en Espionaje en el Golfo (1942, Rolando Aguilar), Cinco fueron escogidos (1941) dirigida por el norteamericano Herbert Kline, Tres hermanos (1943, José Benavides Jr.), los Cadetes de la naval (1944) dirigida por Fernando A. Palacios; Corazones de México (1945, Roberto Gavaldón); Escuadrón 201 (1945, Jaime Salvador). Todas las películas mencionadas anteriormente trataban temas o contenidos relacionados con la Segunda Guerra Mundial (García, 1986).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Introducción

Para lograr la efectividad en una estudio se requiere desarrollar una metodología que precise el objetivo por lo cual es necesario que incluya el tipo o los tipos de investigación, las técnicas y procedimientos que serán utilizados para llevar a cabo la indagación. “El diseño metodológico muestral y estadístico es fundamental en la investigación y constituye la estructura sistemática para el análisis de la información, que dentro del marco metodológico nos lleva a interpretar los resultados en función del problema que se investiga y de los planteamientos teóricos del mismo diseño” (Tamayo, 2006).

Debido a esto, el presente capítulo aborda una panorámica de los elementos que constituyen el marco metodológico, en el cual se tratarán cuatro puntos esenciales: (1) el primero y punto primordial es la declaración del problema con la intención de que el lector tenga una idea clara y precisa de lo que tratará el presente proyecto, (2) posteriormente se definirá el tipo de investigación para dar paso a (3) la definición de la población y la muestra y (4) los procedimientos que se llevaron a cabo para la selección de la misma.

Declaración del problema

México al ser un país no involucrado en la Segunda Guerra Mundial canaliza parte de sus recursos hacia la industria cinematográfica, por lo que se presupone que era una forma de desviar la atención de los problemas sociopolíticos que en esa época se suscitaban. Esto nos lleva a indagar si los contenidos visuales y los mensajes de los carteles cinematográficos de la época de oro del cine mexicano están o no influenciados por los hechos del período de la Segunda Guerra Mundial.

El problema se planteó a través de una pregunta , tal como lo señalan los expertos en investigación; de una manera clara, precisa, accesible y en forma interrogativa (Hernández, et.al., 2006; Kerlinger, 1988; Tamayo, 2006).

Apegándonos a lo anterior, el planteamiento del problema quedaría de la siguiente forma.

¿Cuál es la influencia de los acontecimientos suscitados durante la Segunda Guerra Mundial en los contenidos visuales y los mensajes de los carteles cinematográficos de la época de oro del cine mexicano?

Tipo de investigación

El tipo de investigación que se elaboró puede considerarse de naturaleza exploratoria y descriptiva, ya que el objetivo es identificación y descripción de los elementos visuales y los contenidos de los carteles de la época de oro del cine mexicano. Se busca identificarlos y describirlos para poder determinar si los elementos plasmados en dichos carteles determinan la influencia de los hechos suscitados durante el período de la Segunda Guerra Mundial; lo que nos lleva a

establecer que este estudio esta basado en un enfoque cualitativo, ya que de acuerdo a Hernández, et. al. (2006), las investigaciones cualitativas se fundamentan en un proceso inductivo; es decir, exploran y describen para luego generar perspectivas teóricas.

Cabe mencionar que en este tipo de estudio las preguntas de investigación nos llevan a formular objetivos específicos de investigación con la finalidad de identificar y describir un fenómeno y no a una hipótesis para explicar las causas de un efecto mediante la correlación de las variables independientes y dependientes.

Población y Muestra

Descripción de la población

Tamayo (2006), afirma que “ la población está determinada por sus características definitorias. Por lo tanto, el conjunto de elementos que posea esta característica se denomina población o universo. La población es la totalidad de los fenómenos a estudiar, donde las unidades de población poseen una característica en común, la que se estudia y da origen a los datos de la investigación”.

Por otro lado, Hernández et. al. (2006), afirman que para definir la población de nuestro estudio debe tomarse en cuenta el tipo de investigación que se seleccionó previamente; es decir, si nuestro estudio es cualitativo o cuantitativo.

Tomando en cuenta lo que afirman los autores antes mencionados, podemos reiterar que nuestra investigación es cualitativa, misma que se apoyará en un análisis de contenido, por lo que el universo a estudiar dentro de nuestra

investigación será un conjunto de los carteles de la época de oro del cine mexicano, es decir, carteles correspondientes a las películas que se produjeron durante el período de 1939 a 1945 en los diversos géneros cinematográficos.

Selección de la muestra

Para seleccionar la muestra de una investigación debemos tomar en cuenta el planteamiento del problema, ya que éste es el punto de partida y la clave para el desarrollo de todo tipo de estudio. Cabe mencionar que Hernández, et. al. (2006) definen el término “muestra” desde dos enfoques diferentes: cualitativo y cuantitativo. Si se define desde el punto de vista cualitativo, se puede afirmar que “ la muestra es la unidad de análisis o conjunto de personas, contextos, eventos o sucesos sobre el cual se recolectan los datos sin que necesariamente sea representativo del universo”.

De acuerdo a lo planteado por Hernández et. al. (2006), la muestra utilizada en nuestro estudio está constituida por 30 carteles correspondientes a la filmografía mexicana, tomando como base solamente el período que abarca la Segunda Guerra Mundial de 1939-1945. Dichos carteles provienen de la colección del archivo fílmico de Rogelio Agrasánchez Jr., mismos que fueron tomados del libro llamado “Carteles de la Época de Oro 1936-1956 (cine mexicano) ” del autor ya mencionado anteriormente. Los 30 carteles utilizados corresponden a las películas consideradas como las más “taquilleras” de la época.

Cabe mencionar la existencia de muchas películas que pertenecen a esta época de oro del cine mexicano, de las cuales no se cuenta con los carteles correspondientes a la misma.

Se investigó con la esposa del Sr. Rogelio Agrasánchez Jr. y con el Lic. Roberto Escamilla sobre la existencia de carteles de películas de géneros relacionados con los sucesos de la Segunda Guerra Mundial, ellos nos afirman que efectivamente existieron películas relacionadas, como por ejemplo: Escuadrón 201 del año 1945, Espionaje en el golfo del año 1942, Soy puro mexicano del año 1942, Cinco fueron escogidos del año 1941, Tres hermanos del año 1943, Los cadetes de la naval del año 1944, Corazones de México del año 1945, etc, pero desafortunadamente no se cuentan con los carteles, debido a que en esa época no era común hacer carteles de las películas, ya que existían escasos cartelistas en México, e incluso la mayoría eran de nacionalidad extranjera (europeos o norteamericanos).

Por esta razón se concluyó que la selección de la muestra se llevara a cabo de manera dirigida, ya que se seleccionaron solo algunos carteles con los que contábamos, debido a la falta de ejemplares. Dichos carteles fueron seleccionados bajo ciertos criterios:

1. Año de producción . Este criterio de inclusión nos llevó a seleccionar carteles que estuvieran dentro del rango de fechas en que se suscitó la Segunda Guerra Mundial y la Época de Oro del Cine Mexicano.
2. Elementos visuales. Este criterio de inclusión significa que los carteles deben contener íconos e imágenes empleadas en los carteles, que nos indicaran algún indicio de influencia.

Declaración de los objetivos del estudio

El objetivo de la investigación es el enunciado claro y preciso de los propósitos por lo cuales se lleva la investigación. Es lo que se ha de demostrar a

partir de un problema o de la hipótesis propuesta, lo cual nos permite formular objetivos generales y específicos (Tamayo, 2006), mismos que se formularon para fines de este estudio.

El objetivo general de este estudio fue identificar y describir los contenidos visuales y los mensajes de los carteles cinematográficos de la época de oro del cine mexicano, así mismo el objetivo específico es identificar las funciones de los elementos plasmados en los carteles cinematográficos de la época de oro del cine mexicano durante el período de la Segunda Guerra Mundial.

Definición conceptual y operacional de variables

En esta investigación se consideró una variable independiente con un análisis de los sucesos contenidos en el período correspondiente a la Segunda Guerra Mundial. Asimismo, se midió la variable dependiente con un análisis de contenido de 30 carteles en sus diferentes géneros cinematográficos, en el cual se tomaron en cuenta diversos criterios entre los cuales podemos mencionar: el color, las imágenes, el texto, los íconos, etc.

Al identificar las variables se determinó que la variable Independiente son los hechos y sucesos de la Segunda Guerra Mundial, mientras que la variable dependiente corresponde a los elementos visuales y los mensajes (véase la tabla 1).

Tabla1.

Operacionalización y conceptualización de variables

Variable	Conceptual	Operacional
VI. Hechos y sucesos de la 2ª Guerra Mundial	Hechos ocurridos en el período de la Segunda Guerra Mundial.	Análisis los sucesos en el período correspondiente a la Segunda Guerra Mundial .
VD. Elementos visuales y mensajes.	Los elementos visuales y los mensajes son el color, las imágenes, los íconos, el texto.	Análisis cronológico de 32 carteles en sus diferentes géneros.

Descripción del instrumento y procesos de elaboración

Una vez que hemos seleccionado el diseño de la investigación y la muestra adecuados, con base a nuestro enfoque seleccionado, problema de estudio y objetivo general, el siguiente paso consiste en la recolección de datos pertinentes a las variables, hechos, contextos, categorías, comunidades u objetos de estudio implicados en la investigación. “Cualquier instrumento de medición debe de poseer dos características primordiales :confiabilidad y validez” (Hernández et. al., 2006).

De acuerdo con Kerlinger (1988), “ un análisis de contenido es un método de estudio y análisis de comunicación de forma sistemática, objetiva y cuantitativa, con la finalidad de medir determinadas variables”. En el desarrollo del presente proyecto de investigación se utilizó como instrumento de medición la observación de los elementos gráficos y mensajes visuales y la aplicación de un análisis de contenido. Con este análisis de contenido se dio respuesta a las preguntas de investigación y se alcanzaron los objetivos planteados en la misma.

El análisis de contenido se elaboró con base a diversas categorías, mismas que se mencionaron con anterioridad. Una vez definidas las categorías, se elaboraron tablas donde se incluyó la categoría a estudiar y se vaciaron las frecuencias para posteriormente graficar los datos arrojados en la misma, identificando la moda.

Una vez que se graficaron los datos se procedió a contrastar los datos obtenidos con lo que planteamos en el problema y los objetivos que se establecieron. De esta manera se pudieron interpretar los datos para determinar los hallazgos y elaborar las conclusiones finales de nuestra investigación.

Por último, cabe mencionar que se elaboró una tabla que contiene los carteles ordenados de acuerdo al año de producción con el objetivo lograr una rápida identificación y codificación.

Calendarización de eventos

De acuerdo a Tamayo (2006), todo proyecto es un diseño; además de indicar los aspectos técnicos y científicos del tema y problema propuestos, el cual obedece a sus objetivos, debe contemplar también los aspectos logísticos del mismo; es decir, cómo se va a lograr la realización del proyecto, para lo cual en la parte administrativa del mismo se indica el manejo de los recursos, del tiempo y del presupuesto, para el desarrollo de las diversas actividades del proyecto.

Tomando en cuenta esta recomendación se elaboró un cronograma de actividades donde se especifica el tiempo de cada actividad (véase la tabla 2), además de la presentación del costo estimado de la investigación.

Tabla 2.

Cronograma de actividades

Actividad	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
Selección del tema					
Elaboración del capítulo I					
Búsqueda y compra de bibliografía					
Elaboración del capítulo II					
Visita a la cineteca					
Llamadas telefónicas a los especialistas					
Elaboración del capítulo III					
Selección de los carteles					
Sesión fotográfica de los carteles					
Scaneo de fotografías					
Elaboración del instrumento metodológico					
Conjunción de la información de los capítulos I,II, III y bibliografía.					
Impresión y entrega del proyecto de tesis					
Elaboración del capítulo IV					
Desarrollo del análisis de contenido					
Correcciones de la tesis					
Elaboración del capítulo V					
Entrega de la Tesis Completa					

Tabla 2. Cronograma de actividades

Resumen y proyección

En este capítulo se expusieron los métodos y procedimientos utilizados para la elaboración de este estudio. Se plantearon el problema, los objetivos y el tipo de investigación haciendo una breve descripción de los mismos.

Asimismo se definieron las variables, se determinaron la población y los criterios empleados para seleccionar la muestra dirigida de los 30 carteles. Cabe mencionar que los 30 carteles corresponden a la época de oro del cine mexicano tomando como base el período de la Segunda Guerra Mundial. Se utilizó el análisis de contenido como técnica de recolección de datos y se describió el procedimiento para el desarrollo de dicho análisis.

Para llevar a cabo este proceso se determinaron diversas categorías: (a) el color, (b) la intención del mensaje, (c) la estructura del mensaje visual, (d) el género cinematográfico, (e) el año de producción, (f) el tipo de representación, (g) funciones de anclaje y (h) el contexto socio-político.

Finalmente, se incluye un cronograma de las actividades realizadas durante la elaboración de esta investigación con la finalidad de que el lector conozca la organización de los tiempos requeridos para el desarrollo de la misma.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Introducción

En este capítulo se analizan los resultados obtenidos en el presente estudio, de acuerdo a Rojas (2001), “en el análisis de la información se deben separar los elementos básicos y examinarlos con el propósito de responder a las distintas cuestiones planteadas en la investigación”.

Para llevar a cabo el análisis de contenido se definieron diversas categorías: la presencia de los elementos básicos visuales, la estructura del mensaje visual, las funciones de anclaje o relevo, las características de la comunicación, las características cinematográficas y las características de producción del cartel.

El análisis de la presencia de los elementos básicos visuales, tiene la finalidad de obtener datos relevantes que nos indiquen si los carteles tenían alguna función adicional a la de publicitar. Lo anterior, se puede detectar tomando en cuenta la psicología del color y la representación de las imágenes que se presentan en cada uno de los carteles, como lo son la fotografía, el dibujo-ilustración y las técnicas mixtas.

Otra de las categorías del análisis es la estructura del mensaje visual, mismo que produce y recibe en niveles diferentes: la representación, la abstracción y el simbolismo. Representacionalmente, se proporciona cuando vemos y reconocemos desde el entorno y la experiencia. Abstractamente, cuando

se toman en cuenta las cualidades kinésthicas de un hecho visual reducido a sus componentes visuales y elementales básicos, enfatizando los medios más directos, emocionales y hasta primitivos de la producción de un mensaje.

Simbólicamente, en la codificación de símbolos codificados que el hombre ha creado arbitrariamente y al que adscribe un significado. Todos estos niveles se interconectan para dar lugar a una comunicación visual (Dondis, 1980).

En lo que se refiere a las funciones de anclaje o relevo nos interesa saber si las tipografías están relacionadas con los gráficos empleados en los carteles, todo esto con respecto a las imágenes.

Así mismo, las características de la comunicación serán de utilidad para situar en que contexto se desarrollaron los carteles de la época, así como la intención que posee el mensaje visual dentro del cartel mismo. Se basarán en los aspectos de los contextos ideológico, político, social y cultural en que se producen los carteles y las intenciones del mensaje con la finalidad de tener conocimiento de los efectos que producen los carteles: informar, vender, etc.

Por otro lado, las características cinematográficas y las características de producción del cartel se analizarán con el objetivo de saber el género cinematográfico y el período de producción.

Una vez establecido lo anterior, se presentan los resultados del análisis de los carteles citando categorías del instrumento anteriormente mencionado y los descubrimientos con relación a cada uno de los carteles. Para llevar acabo esto, se decidió elaborar una tabla donde se enumeraron los 30 carteles que se analizaron con la intención de tener una rápida identificación de los mismos (véase la tabla 3).

Tabla 3.

Carteles comprendidos en el período de la Segunda Guerra Mundial (1939 – 1945)

Número de Cartel	Título	Año de Producción
Cartel 1	Los de abajo	1939
Cartel 2	El signo de la muerte	1939
Cartel 3	Cantiflas boxeador	1940
Cartel 4	Cantinflas ruletero	1940
Cartel 5	Ahí está el detalle	1940
Cartel 6	¡Ay Jalisco ...no te rajés!	1941
Cartel 7	Cuando los hijos se van	1941
Cartel 8	Del rancho a la capital	1941
Cartel 9	Seda, sangre y sol	1941
Cartel 10	Soy puro mexicano	1942
Cartel 11	Jesús de Nazaret	1942
Cartel 12	Romeo y Julieta	1943
Cartel 13	Konga Roja	1943
Cartel 14	El rayo del sur	1943
Cartel 15	Fantasía ranchera	1943
Cartel 16	Calaveras del terror	1943
Cartel 17	San Francisco de Asís	1943
Cartel 18	Arriba las mujeres	1943
Cartel 19	Mexicanos al grito de guerra	1943
Cartel 20	Una carta de amor	1943
Cartel 21	El ametralladora	1943
Cartel 22	Viva mi desgracia	1943
Cartel 22	Las abandonadas	1944
Cartel 23	Bugambilia	1944
Cartel 24	Loco y vagabundo	1945
Cartel 25	No basta ser charro	1945
Cartel 26	Hasta que perdió Jalisco	1945
Cartel 27	Cuando lloran los valientes	1945
Cartel 28	Ay , qué rechulo es Puebla	1945
Cartel 29	Caminos de sangre	1945
Cartel 30	María Magdalena	1945

Análisis de contenido de los carteles

Como se puede apreciar la figura 15 corresponde al cartel de la película “Los de Abajo” que pertenece al género de drama. Este cartel fue producido en 1939 bajo el surgimiento de la Segunda Guerra Mundial y la presidencia de Lázaro Cárdenas en la República Mexicana.

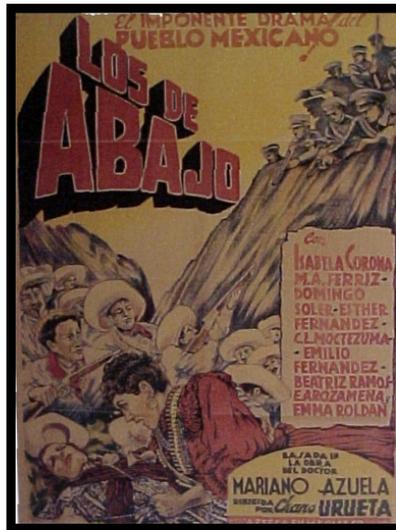


Figura 15. Cartel de la película “ Los de Abajo”

Analizando este cartel, nos percatamos que los colores amarillo y rojo son utilizados en su mayoría en el manejo de las imágenes y la tipografía.

Basándonos en la teoría del color, el amarillo expresa sentimientos entusiastas, incita el intelecto y al juicio además que es un color reconocido por la mayoría de las personas; esto nos lleva a deducir que el color amarillo fue utilizado para atraer la atención de la gente y ser utilizado como fondo del cartel, resaltar el título de la película publicitada. El rojo es el color de la determinación y la pasión proporcionándonos el sentimiento de poder, mismo que se puede apreciar en la vestimenta de las personas y en algunos accesorios que llevan en

su ropa. Si observamos detenidamente la imagen contenida en el cartel podemos definir que la conjugación de los colores, la tipografía y el mensaje están estrechamente relacionados con el título de la película, por lo que nos lleva a pensar que existe una relación entre el contenido de la película y el contenido del mensaje del cartel.

En la imagen podemos observar diversos elementos: un enfrentamiento de una montaña donde se encuentran los soldados liberales, (aparecen debajo de una montaña, haciendo alusión al título de la película), dicha imagen puede relacionarse también con los hechos suscitados en la Segunda Guerra Mundial, el hecho de plasmar a los soldados con armas, podría hacernos pensar que existe una influencia, además de publicitar la película.

Por último, al referirnos a la estructura del mensaje visual se considera que es representativa ya que utiliza elementos reconocidos por el individuo y apegados a la realidad, como lo son: las armas, la vestimenta de las personas, el paisaje plasmado en el cartel, la montaña, etc.

Como se puede apreciar en la figura 16, la película titulada “El signo de la muerte” corresponde al género de misterio y aventura. Este cartel fue producido en 1939 cuando surgió la Segunda Guerra Mundial y en la República Mexicana gobernaba la presidencia Lázaro Cárdenas.



Figura. 16. Cartel de la película “ El signo de la muerte”

En este cartel podemos apreciar que se emplea en su mayoría los colores amarillo y rojo en el manejo de las imágenes. En la tipografía se aprecia los colores amarillo y blanco.

Basándonos en la teoría del color, el amarillo es un color que cualquier individuo puede percibir a simple vista, por lo que se deduce que por esta razón fue empleado este color en la tipografía del cartel para llamar la atención del público. El rojo es el color de la determinación y la pasión y proporciona el sentimiento de poder; mismo que se puede apreciar en el fondo del cartel y el blanco, simboliza la fuerza y la grandeza.

Se puede observar que las imágenes, los colores, el título de la película y la tipografía, son elementos claves en la comunicación del mensaje, ya que al conjugarlos notamos que existe una relación entre los contenidos del mensaje del cartel y de la película (imagen-texto). La relación entre las imágenes y el contenido del mensaje se muestra en la imagen del ritual de sacrificio realizado

por un brujo o verdugo y como fondo el fuego. Utiliza la ilustración como una forma de representación en el diseño del cartel.

La estructura del mensaje visual es representativa debido a que se pueden reconocer los elementos manejados en el cartel y se encuentran apegados a la realidad. Podemos reconocer elementos como el rito de sacrificio representado por una mujer que está siendo sacrificada por un brujo, unas cabezas de serpiente que se percibe como una representación de la maldad y las expresiones faciales de las personas que aparecen en este cartel.

Por otra parte, se puede apreciar que la figura 17 pertenece a la película titulada “ El boxeador”, dicho cartel fue producido en el año 1940 cuando comenzaba la Segunda Guerra Mundial y en la República Mexicana gobernaba y correspondiente al género de comedia.

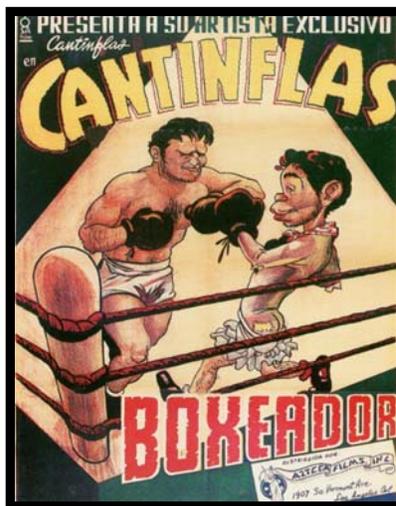


Figura 17. Cartel de la película “ El boxeador”

En este cartel se detectó que se manifiestan los elementos visuales: el color y el tipo de representación. Se pudo observar que en su mayoría se emplearon los colores amarillo, rojo y negro. En la ilustración, el fondo es de color

negro el cual denota oposición, enemistad y esto pudo ser percibido al observar la imagen que se presenta en donde el protagonista se enfrenta en una pelea de box. Los colores rojo, amarillo y blanco, fueron utilizados en la tipografía del cartel. El color amarillo es el color que a primera instancia es percibido por una persona; el rojo representa energía, ira, peligro y el color blanco simboliza la fuerza. El color rojo es utilizado en la tipografía de la palabra “boxeador” comunica ira, energía y conjugándolo con el significado de la palabra, contiene una mayor carga emotiva al momento de que el público lea dicho mensaje. El color amarillo también utilizado en la tipografía, se utilizó para captar la atención del público.

Debido a lo anterior concluyo que los colores de la imagen y la tipografía conjugados transmiten un mensaje a través del cartel. La ilustración sigue predominando como forma de representación utilizada en los carteles de esta época.

Asimismo puedo afirmar que las imágenes, la tipografía, los colores y el título de la película se encuentran relacionados entre sí, debido a que en la imagen se presenta al protagonista fungiendo como boxeador y el título de la película es: “El boxeador”. La imagen del boxeador puede denotar o comunicar ira, enojo, pelea , guerra , por lo que se asevera que éste puede ser una influencia de los hechos suscitados en la Segunda Guerra Mundial, ya que en las guerras se manejan, enfrentamientos, ira, enojo, peleas. Es un concepto que puede ser relacionado.

Ahora bien, se puede apreciar que la figura 18 corresponde a la película : “Ruletero” producido en 1940 del género de comedia. En este año, la Segunda

Guerra Mundial tenía un año de haber iniciado y en la República Mexicana había una transición en la presidencia, salía Lázaro Cárdenas y entraba Manuel Ávila Camacho.

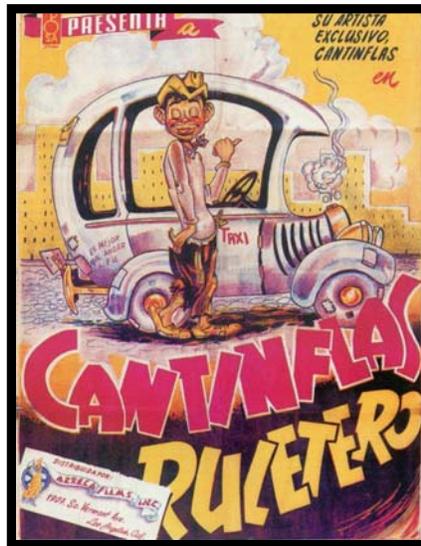


Figura 18. Cartel de la película “ Ruletero”

Se pudo observar la presencia de los elementos básicos visuales como lo son el color y el tipo de representación, mismo que se manifiesta en forma de ilustración. Además, me percaté de que predominan los colores amarillo, rojo y blanco en el fondo y en la tipografía del cartel. En el fondo y la tipografía se utiliza el amarillo, que como ya hemos mencionado es reconocido por cualquier individuo al momento de exponerse a él; el color blanco se emplea en el fondo del cartel y simboliza la fuerza; el color rojo utilizado en la tipografía, mismo que estimula al ojo del receptor. Se asevera que el color rojo, denota vitalidad, al momento de conjugar la imagen y el texto.

La estructura del mensaje visual es representativo debido a que se pueden reconocer los elementos manejados en el cartel y se encuentran apegados a la realidad. Lo anterior lo podemos observar en la imagen del carro y en la ciudad que se aprecia en el fondo del cartel: son elementos reales. Estas imágenes

están relacionadas con el título de la película, la tipografía y los colores, debido a que el título de la misma hace alusión a la imagen que se maneja en el cartel, donde se muestra un taxi en el fondo y al personaje principal fungiendo como taxista o ruletero. Por lo tanto, podemos concluir que existe una relación entre el contenido de la película y el mensaje expuesto en el cartel.

Como se puede apreciar la figura 19 corresponde a la película: “Ahí está el detalle”, fue producido en 1940 y pertenece al género de la comedia. Había pasado un año de que comenzó la Segunda Guerra Mundial y en la República Mexicana había una transición en el poder presidencial, Lázaro Cárdenas dejaba el puesto para cederle el lugar a Manuel Ávila Camacho.



Figura 19. Cartel de la película “ Ahí está el detalle”

La presencia de los elementos básicos visuales en este cartel se manifiesta haciendo uso del color y el tipo de representación, mismo que se presenta en forma de ilustración. En el aspecto del color se observa que los colores rojo, amarillo y gris se ponen de manifiesto en su mayoría. En el fondo del cartel se utiliza el color gris que denota indecisión y melancolía. En la tipografía,

se emplean otros colores: rojo y amarillo. El amarillo es uno de los colores que las personas reconocen con facilidad y crea ansiedad y tensión y lo podemos apreciar en el título de la película, en la mano de uno de los personajes; el color rojo representa la ira, el peligro, la destrucción y el poder; esto puede ser observado en la figura-fondo y en la tipografía podemos percibir que los colores que se emplean están transmitiendo un mensaje visual a través de su significado de acuerdo a la teoría del color.

Con respecto a la estructura del mensaje visual del cartel se pueden reconocer los elementos empleados apegándose a la realidad misma. Esto se observa en la imagen, ya que están plasmados elementos como las armas y las expresiones de enojo, e ira en los personajes. Estos elementos y expresiones nos llevan a detectar una influencia de agresión, misma que se manifiesta en la Segunda Guerra Mundial. Las armas también se hacen presentes en este suceso y puede ser considerada parte de esa influencia. En suma, no se encontró relación entre las imágenes y el título de la película publicitada en el cartel.

Como se puede apreciar en la figura 20, publicita la película “Ay Jalisco no te rajes”; fue producido en 1941 y corresponde al género de los charros y el folklore. Ya habían pasado dos años de que la Segunda Guerra Mundial diera comienzo, y en México ya nos regía en la presidencia Manuel Ávila Camacho.

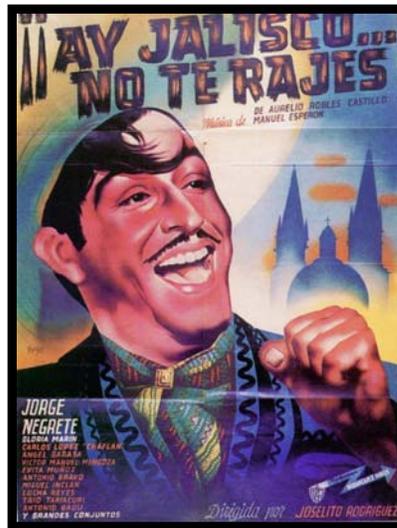


Figura 20. Cartel de la película “ Ay Jalisco no te rajes”

La presencia de los elementos básicos visuales se hace partícipe en este cartel con el empleo del color y el tipo de representación, que se manifiesta a través de la ilustración. Los colores azul, negro, amarillo y anaranjado predominan en el diseño de este cartel. El fondo del cartel y la iglesia se presentan en un color azul claro que significa paz, también encontramos el color amarillo expresa sentimientos entusiastas. El traje es de color negro el cual comunica misterio, elegancia y el anaranjado se utiliza en la tipografía para denotar valentía y éxito, como lo vemos en el título de la película.

La estructura del mensaje es representativa debido a que los elementos empleados en el cartel son reconocidos y se apegan a la realidad, esto puede ser observable en la imagen del cartel donde emplean como fondo una iglesia y por ende también la figura del charro cantor.

La imagen, el título de la película, el contenido de la película tienen relación debido a que presentan a un charro con una expresión de valentía,

contenido y expresando un grito característico de los charros, por lo que resumimos que el título “Ay Jalisco no te rajes” va acorde a los elementos, colores y tipografías empleadas en este cartel.

Como se puede observar la figura 21, publicita la película : “Cuando los hijos se van” producido en el año de 1941 correspondiente al género de melodrama a dos años de que la Segunda Guerra Mundial diera comienzo y en México regía en la presidencia Manuel Ávila Camacho.



Figura 21. Cartel de la película “ Cuando los hijos se van”

Los elementos básicos del diseño destacan en el color y el tipo de representación, manifestada a través de la ilustración. Los colores utilizados en su mayoría son el azul, negro, blanco y gris. El fondo azul del cartel combinado con los tonos grises, nos da la impresión de fe y devoción; el color gris denota la ausencia, y la melancolía. Los personajes llevan en su traje el color negro, mismo que denota ausencia, miedo. El color blanco, por su parte, es empleado en la tipografía del cartel y comunica la fuerza. La combinación de todos estos colores plasmados en los carteles dan el mensaje que se trasmite la imagen por si sola.

La estructura del mensaje visual tiende a ser representativa debido a que los elementos son reconocibles y apegados a la realidad. Se puede observar en el cartel como se utilizan como imágenes, elementos como el árbol que está como fondo y las expresiones de los personajes.

En este cartel se da una comunicación mediante imágenes, colores y el título de la película ya que nos lleva a pensar en que el contenido de la película y el mensaje del cartel están relacionados entre sí. Lo anterior puede ser justificable debido a que se presentan en la ilustración la imagen de dos ancianos tristes, dando la impresión de que si fueran dos padres de familia abandonados por sus hijos.

Por otro lado, como puede apreciarse la figura 22 publicita la película titulada: “Del rancho a la capital” producido en 1941 cuando todavía seguía manifestándose la Segunda Guerra Mundial y en la República Mexicana gobernaba Manuel Ávila Camacho. Dicha cartel corresponde al género de charros y folklore.

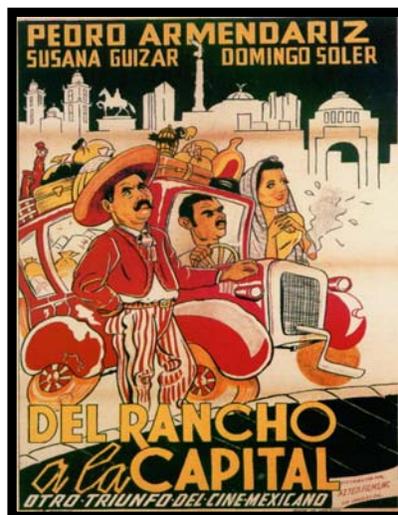


Figura 22. Cartel de la película “ Del rancho a la capital”

La presencia de los elementos visuales se manifiesta en el color y el tipo de representación utilizada en este cartel. Los colores predominantes en el diseño de este cartel fueron el amarillo, rojo, blanco y negro. El color amarillo, fue utilizado en la tipografía y en algunos elementos de la imagen, comunica sentimientos entusiastas. Los colores rojo y blanco son empleados en las imágenes del cartel, el primero comunicando la energía, temperamento y voluntad de los personajes plasmados; el blanco simbolizando la fuerza que se percibe en ellos.

El tipo de representación predominante en esta época en el diseño de los carteles es sin duda la ilustración. La estructura del mensaje visual es representativa debido a que los elementos manifestados en el cartel pueden ser reconocidos y son apegados a la realidad. Esto podemos observarlo en los elementos: la camioneta, la iglesia y el equipaje.

La comunicación del mensaje se dio a través de las imágenes, colores y el título de la película. Las imágenes y los elementos empleados en él tienen una relación estrecha con el título de la película debido a que al observar la imagen hace alusión al contenido del título de la película y esto puede ser apreciable en los elementos y personajes empleados: personas vestidas con trajes folklóricos a un lado de un camión el cual trae como cargamento un equipaje en la parte superior del camión y lo cual denota un viaje.

Como puede apreciarse la figura 23 da a conocer la película “Seda, sangre y sol” producido en 1941 y correspondiente al género de misterio y aventura. La Segunda Guerra Mundial continuaba y en la República Mexicana nos regía Manuel Ávila Camacho.



Figura 23. Cartel de la película “ Seda, sangre y sol”

La presencia de los elementos visuales se hace presente en el color y el tipo de representación, misma que se manifiesta en forma de ilustración. Los colores amarillo y rojo son los predominantes en este cartel. El color amarillo se utiliza en el fondo del cartel, expresa los sentimientos entusiastas, la concentración. El color rojo es empleado en la tipografía y expresa determinación, energía, temperamento y peligro, este mismo color puede observarse en la imagen del torero en el cartel.

En relación a la estructura del mensaje visual se manifiesta de una representativa ya que maneja elementos reales y esto lo podemos apreciar en la imagen del torero, al toro y una plaza de toros. De esta manera considero que la imagen, los colores, la tipografía y el contenido del mensaje del cartel están relacionados entre sí. Al momento de que observamos está acción podemos asociar el concepto sangre, con el toro o con la acción en sí, el concepto sol podemos asociarlo con la monumental donde está toreando. Pero visto desde otro punto de vista, considero que también tiene influencia puesto que denota

sentimientos, de ira, coraje, oposición, lucha; mismos que se suscitan en la Segunda Guerra Mundial, no de la misma manera, pero se hacen presentes.

Como se puede observar la figura 24 publicita la película “Jesús de Nazareth” producido en 1941 y que corresponde al género de historia y religión. Situado en los inicios de la Segunda Guerra Mundial y la presidencia de Manuel Ávila Camacho en la República Mexicana.

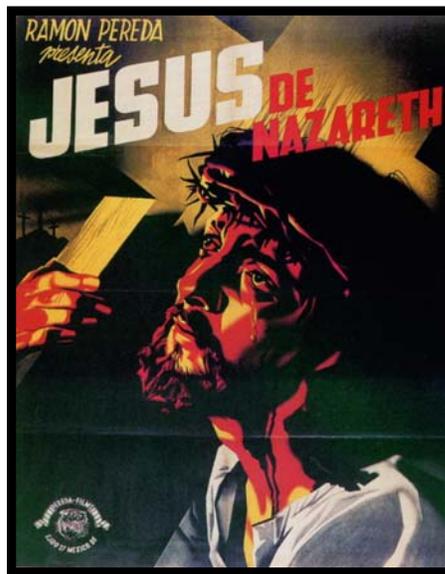


Figura 24. Cartel de la película “ Jesús de Nazareth”

La presencia de los elementos visuales en este cartel se observa en el color y el tipo de representación, que en este caso es una ilustración. Los colores predominantes en el diseño de este cartel es el amarillo, rojo y negro. El color amarillo que se refleja en la cruz, hace alusión al juicio y la concentración, el rojo en la tipografía específicamente en la palabra “Nazareth” expresa pasión, peligro, voluntad, e ira; el negro básicamente denota muerte y miedo. Al conjugar todos los colores, la imagen, el título de la película y el mensaje del cartel se pone de manifiesto la relación existente entre los mismos.

La estructura del mensaje visual es representativa, debido a que se pueden reconocer elementos apegados a la realidad como: la cruz y la imagen de Jesús que unificados con el contenido del título puede transmitir el mensaje del cartel.

Por otro lado, como se puede apreciar la figura 25 da a conocer la película “Romeo y Julieta” producido en 1943 y correspondiente al género de comedia. Ubicado en el contexto de la Segunda Guerra Mundial y en el período presidencial de Manuel Ávila Camacho.

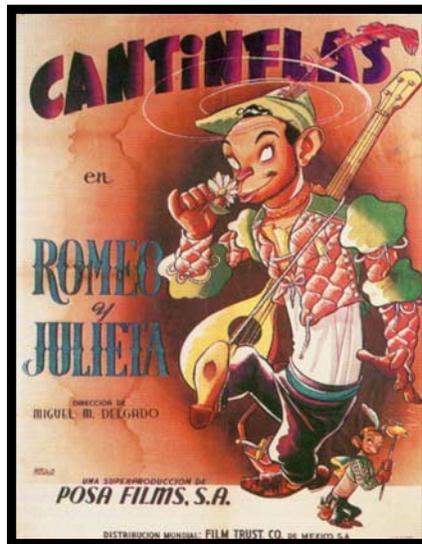


Figura 25. Cartel de la película “Romeo y Julieta”

El tipo de representación que se emplea es la ilustración, también se observa que los colores predominantes son el violeta, rojo, café y verde, colores diferentes a los que se han venido analizando en los carteles anteriores. El color violeta y el rojo se utilizan en la tipografía del título de la película y expresa pasión, energía, determinación, temperamento y voluntad; el café utilizado en el fondo del cartel expresa estabilidad y confiabilidad y el color verde en el traje del personaje, significa vitalidad y armonía. Si conjugamos esta gama de colores

podemos deducir que el manejo de éstos, aunados con la imagen y el título de la película transmiten el mensaje deseado.

La estructura del mensaje es representativa, alude a elementos reales y reconocidos por los individuos como lo son: el instrumento musical, el chaquetín del personaje el cual simula las texturas de la tela. Con esto podemos resumir que el personaje al utilizar este tipo de vestimenta, hace también alusión en la época en que se desarrolla la película, así como al título y contenido de la misma.

Como se puede observar la figura 26 da a conocer la película “Konga Roja” producido en 1943 y correspondiente al género de cabareteras. Ubicada a dos años de terminar la Segunda Guerra Mundial y en el período presidencial de Manuel Ávila Camacho en la República Mexicana.

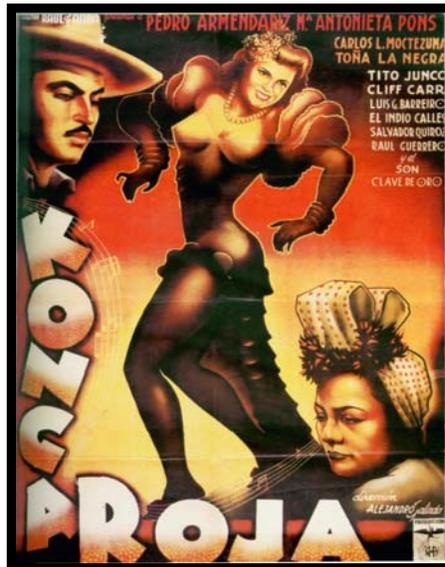


Figura 26. Cartel de la película “Konga Roja”

Los elementos visuales como lo son el color y el tipo de representación se hacen visibles en el diseño del cartel, se observa que la ilustración es el tipo de representación que se empleó. Los colores que en su mayoría se exponen son:

amarillo, anaranjado y negro. Colores que expresan entusiasmo, felicidad, éxito, poder, miedo y sospecha, considero que todos estos sentimientos aparecen reflejados en el empleo de estos colores aunados con las imágenes de una rumbera y un individuo de mal aspecto. La unión de los colores, el título de la película, la tipografía, las imágenes, el contenido de la película y el mensaje del cartel se encuentran relacionadas entre sí y logran el objetivo de publicitar la película.

Como podemos apreciar la figura 27 corresponde a un cartel informativo ya que publicita la película titulada “El rayo del sur”, mismo que fue producido en el año de 1943 y que pertenece al género de historia y religión. De acuerdo al año de producción se ubica en el contexto de la Segunda Guerra Mundial y en el período presidencial de Manuel Ávila Camacho.



Figura 27. Cartel de la película “El rayo del sur”

Este cartel cumple con el propósito de captar la atención del público ya que utiliza elementos físicos y psicológicos como lo son los colores y las

imágenes con la intención de lograr un atractivo visual en el espectador. Estas imágenes en conjunción con los colores, la estética, el diseño tipográfico y el título de la película expresan y se perciben como un mensaje global con una carga emotiva.

Se emplean elementos visuales como lo son el color y el tipo de representación que para fines de este cartel se utilizó la ilustración. Se utilizaron los colores primarios en su mayoría como lo son el azul y amarillo. También se emplean otros colores a manera de apoyo como lo son el verde, el café, el rojo y el blanco. En su diseño, el color amarillo representa las explosiones de la guerra, expresa poder, arrogancia, y dominio; el color azul, se utiliza en el fondo del cartel para representar el cielo, expresa paz, fe, aspiración, mientras que colores como el blanco simbolizan la fuerza y grandeza.

Por otro lado, la estructura del mensaje visual es representativa debido a que hace uso de elementos reales y reconocidos por los individuos; esto lo podemos apreciar en el contenido icónico; el cual emplea imágenes naturales como lo son las imágenes de personas y objetos. Emplea la figura de José María Morelos, caudillo de la independencia de México con la imagen de un estandarte de la Virgen de Guadalupe al fondo, los cuales aparecen inmersos en la acción, es decir, en la guerra, plasmada en el fondo del cartel.

Como podemos apreciar la figura 28 destaca el aspecto informativo al publicitar la película "Fantasía ranchera". Este cartel fue producido en el año de 1943 y pertenece al género de charros y folklore; por lo consiguiente podemos ubicarlo a nivel mundial en el contexto de la Segunda Guerra y a nivel nacional en el período presidencial de Manuel Ávila Camacho.



Figura 28. Cartel de la película “Fantasía Ranchera”

Este cartel cumple con el propósito de captar la atención del público mediante el empleo de elementos físicos como las imágenes plasmadas en el diseño y elementos psicológicos como lo son los colores. Estas imágenes en conjunción con los colores, la estética, el diseño tipográfico y el título de la película expresan un mensaje global y coherente con el contenido de la película.

Por otro lado, los elementos visuales se hacen presentes en el color y la ilustración como tipo de representación utilizada en el cartel.

En relación a los colores, el color negro predomina en todo el fondo del cartel como para expresar elegancia y así mismo se pueden apreciar una variedad de colores entre los cuales están los colores primarios como: rojo, amarillo, azul ; colores secundarios como el anaranjado, el verde y el violeta. Esta unión de colores puede denotar festividad y alegría.

La estructura visual del mensaje tiene tendencia representativa debido a que hace uso de elementos reales y reconocidos por los individuos; esto lo podemos apreciar en las imágenes naturales empleadas, mismas que corresponden a las personas y objetos. Emplea la figura de una mujer campirana

en primer plano, un mariachi, un nopal y signos musicales en el fondo del cartel inmersos en la acción del evento que se realiza.

Como podemos observar la figura 29 publicita la película “ Calaveras del terror”, por lo que se puede afirmar que es un cartel informativo, mismo que fue producido en el año de 1943 y corresponde al género de misterio y aventuras. Basándonos en el año de producción podemos situarlo en el contexto Segunda Guerra Mundial y en el período presidencial de Manuel Ávila Camacho.



Figura. 29. Cartel de la película “Calaveras del terror”

El propósito de este cartel se cumple al captar la atención del espectador mediante los elementos físicos y psicológicos empleados en el diseño del mismo. Dentro de estos elementos utilizados destacan las imágenes y los colores. La conjunción de los colores, la estética, el diseño tipográfico, el título y las imágenes transmiten una carga emotiva y un mensaje global, mismos que están relacionados con el contenido de la película.

Por otro lado, los elementos visuales se hacen presentes en el color y la ilustración como tipo de representación utilizada en el cartel.

Con respecto a los colores, el color rojo es que el que destaca todo el fondo del cartel como con la intención de expresar energía, determinación, ira, temperamento. Otro de los colores utilizados en su mayoría es el negro utilizado en la vestimenta del charro, mismo que expresa sospecha, poder. Utilizan otros colores de apoyo como el verde, el gris y el blanco mismo que se puede apreciar en la tipografía y simboliza la fuerza y grandeza.

La estructura visual del mensaje tiende a ser representativa debido a que hace alusión a elementos reales y reconocidos por los individuos; esto lo se puede observar en las imágenes naturales empleadas, mismas que corresponden a las personas y objetos. Emplea la figura de un charro montado en su caballo con vestimenta de color negro, una pistola y en su camisa está plasmada una calavera, misma que hace alusión al título de la película. El charro aparece inmerso en la acción al montar su caballo.

Como podemos observar la figura 30 publicita la película “ San Francisco de Asís”, por lo que se puede afirmar que es un cartel informativo, mismo que fue producido en el año de 1943, pertenece al género de historia y religión y por está razón es ubicado en el contexto de la Segunda Guerra Mundial y en el período presidencial de Manuel Ávila Camacho.



Figura 30. Cartel de la película "San Francisco de Asís"

Este cartel atrae la atención del espectador a través del uso de los elementos físicos y psicológicos en el diseño del mismo, enfatizando en estos elementos las imágenes y los colores. La unión de estos elementos visuales como lo son los colores, la estética, el diseño de la tipografía, el título del cartel y el contenido de la película nos transmite un mensaje total y coherente, debido a que todos dichos elementos están relacionados entre sí.

Por otro lado, la ilustración vuelve hacerse presente en el diseño de los carteles correspondientes a la época de oro del cine mexicano.

En relación a los colores empleados, destacan el color negro y los colores primarios como el amarillo y el rojo. En el fondo del cartel utilizan en su mayoría el negro y el amarillo y se pretende expresar el aspecto espiritual e incitar al intelecto y al juicio. El color rojo es utilizado en la tipografía, mismo que transmite voluntad, determinación y poder. Observando la imagen presentada del religioso con el significado de los colores mencionados anteriormente nos percatamos de que existe una relación estrecha.

La estructura visual del mensaje apunta a ser representativa debido a que emplea elementos reales y reconocidos por los individuos; lo se puede observar en las imágenes naturales empleadas, mismas que corresponden a las personas y objetos. Se emplea la figura de un religioso alumbrado por una aura amarilla y un cristo como imagen de fe y de religión. Por consiguiente estos elementos están relacionados directamente con el título y el contenido de la película publicitada.

Como podemos observar la figura 31 publicita la película “ Arriba las mujeres” que pertenece al género de comedia y producida en el año de 1943. Tomando en cuenta el año de producción se puede situar en el contexto de la Segunda Guerra Mundial y el período presidencial de Manuel Ávila Camacho.



Figura 31. Cartel de la película “Arriba las mujeres”

La característica de dar publicidad a una película de cine, tal como se aprecia en este cartel nos lleva a determinar que éste es de carácter informativo y cumple con la función de atraer al espectador a través del empleo de elementos físicos y psicológicos en el diseño del mismo, resaltando las imágenes y los colores. La asociación de los colores, la estética, el diseño de la tipografía, el

título del cartel y el contenido de la película no comunica un mensaje coherente y debido esto no existe relación alguna en los elementos visuales plasmados en este cartel. La fotografía se hace presente como forma de representación en el diseño del cartel.

En relación a los colores plasmados en el diseño, predominan los colores tierra o café, tanto en las fotografías como en la tipografía. Este color expresa estabilidad, sencillez y confiabilidad. Se utiliza también el color blanco como parte del fondo del cartel, mismo que denota la fuerza y la grandeza. Observando la imagen presentada del religioso con el significado de los colores mencionados anteriormente nos percatamos de que existe una relación estrecha.

La estructura visual del mensaje apunta a ser representativa debido a que emplea elementos reales y reconocidos por los individuos; lo se puede observar en las imágenes naturales empleadas, mismas que corresponden a las personas y objetos. Emplea fotografías de protagonista de la película, así como fotografías alusivas a la vida cotidiana en este caso expuestas en la película.

Como podemos apreciar en la figura 32 se publicita la película “ Mexicanos al grito de guerra” correspondiente al género de historia y religión y producida en el año de 1943 en el contexto de la Segunda Guerra Mundial y el período presidencial de Manuel Ávila Camacho en México.

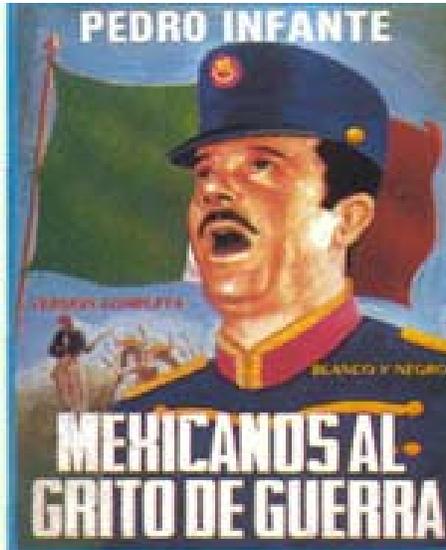


Figura 32. Cartel de la película “Mexicanos al grito de guerra”

El dar publicidad a una película de cine tal como se observa en este cartel nos lleva a establecer que el cartel es de carácter informativo y cumple con la función de cautivar al público meta por medio del manejo de elementos físicos y psicológicos en el diseño del mismo, dando importancia a las imágenes y los colores. Con el empleo de los colores, la estética, el diseño de la tipografía, el título del cartel y el contenido de la película se cumple una comunicación dirigida al espectador transmitiendo un mensaje global y apropiado, debido a la relación existentes en estos elementos. La ilustración vuelve a retomarse en el diseño de este cartel como tipo de representación.

Por otro lado, los colores predominantes son los primarios azul, amarillo y rojo, así como el verde que es un color secundario. El color azul es parte del fondo del cartel simulando el cielo, así como del uniforme del soldado simbolizando la paz, la fe y la aspiración. En el fondo también se utilizan los colores patrios : verde, blanco y rojo, utilizados en la bandera de México, dándole un significado patriótico. El rojo expresa energía, pasión, ira, temperamento,

poder; el verde crecimiento, esperanza y el blanco simboliza la grandeza, la fuerza y la pureza. La tipografía es de color blanco mismo que denota grandeza. Atendiendo a la imagen presentada del soldado con la bandera mexicana se deduce que existe una relación estrecha entre estas imágenes y los colores empleados en las mismas.

La estructura visual del mensaje es representativa ya que maneja elementos existentes y reconocidos por los individuos; lo que puede apreciarse en las imágenes naturales, correspondientes a las personas y objetos como el soldado, la bandera y el campo de batalla.

Como podemos apreciar en la figura 33 se publicita la película “Una carta de amor” que pertenece al género de melodrama y producida en el año de 1943 en el contexto de la Segunda Guerra Mundial y el período presidencial de Manuel Ávila Camacho en México.



Figura 33. Cartel de la película “Una carta de amor”

Se afirma que este cartel es de carácter informativo debido a que cumple con la función de publicitar y despertar la atención del público meta a través del empleo de elementos físicos y psicológicos en el diseño y creatividad del mismo, resaltando las imágenes y los colores.

Se puede deducir que existe una relación estrecha entre los colores, la estética, el diseño tipográfico, el título del cartel y el contenido del mismo logrando una comunicación a través de la transmisión de un mensaje coherente y lógico. Como forma de representación de las imágenes se utiliza la fotografía en lugar de la ilustración predominante en la época de oro del cine mexicano.

En el entorno de la psicología del color, apreciamos que los colores que sobresalen en su mayoría son los colores negro, blanco y rojo. El color negro expresa elegancia, misterio, oposición; el color rojo, expresa la pasión, el temperamento y simboliza al amor; y el blanco, la pureza, paz y fuerza. El color negro y rojo lo podemos ver en el fondo del cartel, tratando de crear un ambiente. En la tipografía se aprecia el blanco misma que le da un toque de énfasis al título de la película y atrae la atención del espectador.

La estructura visual del mensaje es representativa ya que maneja elementos existentes y reconocidos por los individuos; lo que puede apreciarse en las imágenes naturales correspondientes a las personas y objetos como el soldado y la pareja de enamorados.

Como podemos apreciar en la figura 34 de carácter informativo publicita la película "El ametralladora" que pertenece al género de charros y folklore y producida en el año de 1943 en la época de la Segunda Guerra Mundial y el período presidencial de Manuel Ávila Camacho en México.



Figura 34. Cartel de la película "El ametralladora"

Este cartel cumple con el objetivo de atraer la atención del público meta a través del uso de elementos físicos y psicológicos en el boceto del mismo, dando importancia a las imágenes y los colores.

Se afirma que no existe relación entre el título del cartel y el contenido del mismo debido a que los elementos visuales plasmados y las fotografías no tienen una coherencia ni una lógica para la transmisión del mensaje. Como forma de representación de las imágenes se utilizan dos formas la fotografía y la ilustración.

Predominan los colores anaranjado y verde. El verde es utilizado en la vestimenta de los personajes de la película y el anaranjado en el fondo del cartel. El verde expresa vitalidad, energía, armonía y amistad; mientras que el color anaranjado expresa valentía, felicidad, y optimismo. En la tipografía se aprecia el blanco misma que le da un toque de énfasis al título de la película y atrae la atención del espectador.

La estructura visual del mensaje es representativa ya que maneja elementos existentes y reconocidos por los individuos; lo se puede apreciarse en

las imágenes naturales correspondientes a las personas y objetos como los protagonistas. Así mismo incluye en el diseño del cartel, una fotografía en color blanco y negro para dar realismo y resaltar una escena de la película captando la atención del espectador.

Como podemos apreciar la figura 35 corresponde a un cartel informativo ya que publicita la película titulada “Viva mi desgracia”, mismo que fue producido en el año de 1943 y pertenece al género de charros y folklore. Basándonos en el año de producción, se ubica en el contexto de la Segunda Guerra Mundial y en el período presidencial de Manuel Ávila Camacho.



Figura 35. Cartel de la película “Viva mi desgracia”

Este cartel desempeña el propósito de captar la atención del público debido a que utiliza elementos físicos y psicológicos como lo son los colores y las imágenes con la intención de lograr un atractivo visual en el espectador. Estas imágenes en conjunción con los colores, la estética, el diseño tipográfico y el

título de la película expresan y se perciben como un mensaje global con una carga emotiva.

La forma de representar las imágenes en este cartel es a través de la ilustración. Se utilizaron los colores anaranjado (color secundario) predominante en el fondo del cartel, el negro en la vestimenta del protagonista y el rojo (color primario) en el diseño tipográfico. El color anaranjado expresa energía, valentía, y éxito; el color negro expresa poder y elegancia y el color rojo, expresa energía, pasión y voluntad.

Por otro lado, la estructura del mensaje visual es representativa debido a que hace alusión a elementos reales y reconocidos por los individuos; esto podemos apreciarlo en el contenido icónico; el cual emplea imágenes naturales como lo son las imágenes de personas y objetos. Emplea la figura de los protagonistas de la película, una guitarra, las expresiones faciales de los personajes y el rancho.

En suma, el título de la película y el contenido de la misma están relacionados y la relación existente está determinada por las expresiones faciales de los protagonistas y el título “Viva mi desgracia!”.

Como podemos observar la figura 36 publicita la película “ Las abandonadas”, por lo que se puede afirmar que es un cartel informativo, mismo que fue producido en el año de 1944, pertenece al género de cabareteras y por esta razón es ubicado en el contexto de la Segunda Guerra Mundial y en el período presidencial de Manuel Ávila Camacho.



Figura 36. Cartel de la película "Las abandonadas"

Este cartel capta la atención del espectador mediante el uso de los elementos físicos y psicológicos en el diseño del mismo, enfatizando en estos elementos las imágenes y los colores. Los elementos visuales plasmados, el título de la película y el contenido no tienen relación entre sí. La ilustración vuelve a manifestarse en el diseño de los carteles correspondientes a la época de oro del cine mexicano.

En relación a los colores empleados destacan el color negro y rojo en el fondo; el amarillo en la vestimenta del personaje además de utilizarlo como parte del fondo; el blanco y el negro en la tipografía para darle un toque de sospecha, misterio, fuerza, grandeza y misterio. El rojo significa pasión, poder y energía. Nos percatamos que no existe relación entre el contenido del título del cartel y la imagen mostrada en éste.

La estructura visual del mensaje apunta a ser representativa debido a que emplea elementos reales y reconocidos por los individuos; lo se puede observar en las imágenes naturales empleadas, mismas que corresponden a las personas y objetos; como se puede ver en la figura de la mujer vestida elegantemente.

Como podemos apreciar la figura 37 destaca el propósito de publicitar la película “ Bugambilia”, por lo que se puede afirmar que es un cartel informativo, mismo que fue producido en el año de 1944, pertenece al género de melodrama y por está razón es ubicado en el contexto de la Segunda Guerra Mundial y en el período presidencial de Manuel Ávila Camacho.



Figura 37. Cartel de la película “Bugambilia”

Este cartel cumple con el objetivo de captar la atención del público debido al empleo de elementos físicos y psicológicos como lo son los colores y las imágenes con la intención de lograr un atractivo visual en el espectador. Estas imágenes en conjunción con los colores, la estética, el diseño tipográfico y el título de la película expresan y se perciben como un mensaje global con una carga emotiva.

Se emplean elementos visuales como lo son el color y el tipo de representación que para fines de este cartel se utilizó la ilustración. Se utilizaron los colores anaranjado, verde, gris y rojo. El anaranjado y el rojo se utilizan como parte del fondo del cartel. El anaranjado expresa felicidad y valentía; el rojo, está plasmado en la bugambilia, expresando la pasión, el temperamento, la voluntad, y la vitalidad. El verde se utiliza como fondo en una banda en donde se encuentra plasmado el título de la película y el blanco es utilizado en la tipografía de la palabra bugambilia para dar énfasis al mismo. El verde expresa vitalidad, crecimiento, armonía y el blanco simboliza la fuerza y la grandeza.

Por otro lado, la estructura del mensaje visual es representativa debido a que hace uso de elementos reales y reconocidos por los individuos; esto lo podemos apreciar en el contenido icónico; el cual emplea imágenes naturales como lo son las imágenes de personas y objetos como lo son la campesina y la bugambilia.

Como podemos observar la figura 38 tiene el propósito de publicitar la película “Loco y vagabundo”, por lo que se puede afirmar que es un cartel informativo, mismo que fue producido en el año de 1945 y corresponde al género de comedia y situada en el contexto Segunda Guerra Mundial y en el período presidencial de Manuel Ávila Camacho.



Figura. 38. Cartel de la película "Loco y vagabundo"

El objetivo de este cartel es atraer la atención del espectador mediante los elementos físicos y psicológicos empleados en el diseño del mismo. Dentro de estos elementos utilizados destacan las imágenes y los colores. Pero cabe mencionar que no existe relación entre el título de la película y la imagen en el mismo. Los elementos visuales se hacen presentes en el color y la ilustración como tipo de representación utilizada en el cartel.

Con respecto a los colores, el rojo, azul y gris son los que destacan en el diseño del mismo. El color azul plasmado en el fondo del cartel, expresa tranquilidad y fe; el color gris utilizando en el sombrero del personaje significa indecisión. El color rojo, utilizado en la tipografía expresa poder, energía, temperamento y vitalidad.

La estructura visual del mensaje tiende a ser representativa debido a que hace alusión a elementos reales y reconocidos por los individuos; esto lo se puede observar en las imágenes naturales empleadas, mismas que corresponden

a las personas y objetos. Emplea la figura de hombre caricaturizado con vestimenta tipo de detective y esto nos confirma lo anterior.

Como podemos observar la figura 39 publicita la película “ No basta ser charro”, por lo que se puede afirmar que es un cartel informativo, mismo que fue producido en el año de 1945 y corresponde al género de charros y folklore. Basándonos en el año de producción podemos situarlo en el contexto Segunda Guerra Mundial y en el período presidencial de Manuel Ávila Camacho.

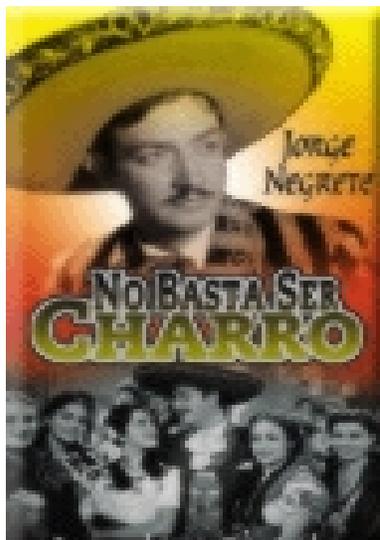


Figura 39. Cartel de la película “No basta ser charro”

El objetivo de cualquier cartel es atraer la atención del público meta, mismo que se cumple en este cartel. Este objetivo se manifiesta a través de diversos elementos físicos y psicológicos empleados en el diseño del mismo. Dentro de estos elementos utilizados destacan imágenes como la figura del charro y personas campiranas y los colores . La unión de los colores, la estética, el diseño tipográfico, el título y las imágenes transmiten una carga emotiva y un mensaje global, mismos que están relacionados con el contenido de la película. La fotografía se manifiesta como forma de representación de las imágenes.

Los colores que se emplearon son amarillo, rojo y negro. Estos colores son utilizados en el fondo del cartel, el amarillo es para llamar la atención de las personas, el rojo significa pasión, temperamento, determinación, poder y el color negro significa poder, sospecha. En la tipografía se utiliza el color amarillo para captar la atención del espectador.

La estructura visual del mensaje tiende a ser representativa debido a que hace alusión a elementos reales y reconocidos por los individuos; esto se puede observar en las imágenes naturales empleadas, mismas que corresponden a las personas y objetos. Esto puede identificarse a través de la imagen del charro y de las personas campiranas plasmadas en el cartel, mismas que hacen alusión al título de la película.

Como podemos observar la figura 40 publicita la película “ Hasta que perdió Jalisco”, debido a esto se afirma que corresponde a un cartel de tipo informativo, mismo que fue producido en el año de 1945 y pertenece al género de charros y folklore, por lo que podemos ubicarlo en el contexto Segunda Guerra Mundial y en el período presidencial de Manuel Ávila Camacho.



Figura 40. Cartel de la película "Hasta que perdió Jalisco"

El cartel atrae la atención del público por medio de los elementos físicos y psicológicos. En estos elementos destacan las imágenes del charro con la protagonista y una serie de charros plasmados en la parte inferior del cartel. No existe una relación entre el contenido del título y la imagen plasmada en el cartel.

El tipo de representación utilizado es la fotografía y lo podemos observar en la imagen de los protagonistas. Con respecto a los colores, el color rojo es el que destaca en el fondo del cartel como con la intención de expresar energía, determinación, ira, temperamento. Otro de los colores utilizados en su mayoría es el negro utilizado en la vestimenta del charro, mismo que expresa sospecha, poder. El blanco se puede apreciar en la tipografía y simboliza la fuerza y grandeza.

La estructura visual del mensaje tiende a ser representativa debido a que hace alusión a elementos reales y reconocidos por los individuos; esto se puede

observar en las imágenes naturales empleadas, mismas que corresponden a los personajes de la película y la vestimenta.

Como se puede apreciar la figura 41 corresponde al cartel de la película “Cuando lloran los valientes”, que pertenece al género de drama y fue producido en 1945 bajo el surgimiento de la Segunda Guerra Mundial y la presidencia de Manuel Ávila Camacho en la República Mexicana.



Figura 41. Cartel de la película “Cuando lloran los valientes”

Analizando este cartel nos percatamos que los colores azul y negro utilizados en su mayoría en el manejo de las fotografías y la tipografía. Basándonos en la psicología del color, el azul significa confianza, simboliza la paz, y la voluntad entusiastas. El color azul es utilizado en el fondo del cartel y hace resaltar el título de la película que está plasmado en color negro, mismo que denota resistencia, obstrucción, oposición y enemistad. Si observamos detenidamente la imagen contenida en el cartel podemos definir que la conjugación de los colores, la tipografía y el mensaje están estrechamente relacionados con el título de la película, por lo que nos lleva a pensar que existe

una relación entre el contenido de la película y el contenido del mensaje del cartel. En la imagen podemos observar diversos elementos como lo son diversas fotografías del protagonista con vestimenta de charro y su pareja una mujer campirana.

Por último, al referirnos a la estructura del mensaje visual, se considera que es representativa ya que utiliza elementos reconocidos por el individuo y apegados a la realidad, como lo son : la vestimenta de los personajes, las expresiones faciales de los protagonistas y el escenario donde se desarrolla la película que aparece como escena a través de una fotografía en blanco y negro.

Como se puede apreciar la figura 42 pertenece a la película titulada “Ay que rechulo es Puebla” que corresponde al género de charros y folklore. Este cartel fue producido en 1945 en el término de la Segunda Guerra Mundial y en el período presidencial de Manuel Ávila Camacho.



Figura 42. Cartel de la película “Ay que rechulo es Puebla”

Analizando este cartel nos percatamos que los colores predominantes son el negro, rojo y blanco. El color negro utilizado para resaltar algunos elementos o íconos del cartel significando miedo y poder; el rojo, es utilizado en la vestimenta de la china poblana transmitiendo pasión, temperamento, vitalidad y voluntad. El color blanco, representa el cerro nevado, que simboliza la grandeza y la fuerza. El color rojo también fue empleado en la tipografía con la intención de captar la atención del público meta.

Cabe mencionar que se utilizó la ilustración como forma de representar las imágenes en el cartel, recordando que este tipo de representación fue el más utilizado en esa época.

Si observamos detenidamente la imagen contenida en el cartel podemos definir que la conjugación de los colores, la tipografía y el mensaje están estrechamente relacionados con el título de la película por lo que nos lleva a pensar que existe una relación entre el contenido de la película y el contenido del mensaje del cartel. Esto se puede apreciar en las imágenes de la china poblana y el charro relacionándolas con el título ¡Ay que rechulo es Puebla!, debido a que el charro y la china poblana son representativos del este estado.

Por último, al referirnos a la estructura del mensaje visual se considera que es representativa ya que utiliza elementos reconocidos por el individuo y apegados a la realidad, como lo son : la china poblana, el cerro nevado, el charro y una iglesia que se encuentra en el fondo del cartel.

Como se puede apreciar la figura 43 pertenece a la película titulada “Caminos de sangre” que corresponde al género de charros y folklore producida en 1945 y ubicada en el término de la Segunda Guerra Mundial y en el período

presidencial de Manuel Ávila Camacho. Este cartel es meramente informativo ya que publicita la película.



Figura 43. Cartel de la película “Caminos de sangre”

El cartel llama la atención del público haciendo uso de elementos físicos y psicológicos. En estos elementos destacan las imágenes del charro con una mujer de pueblo y una pareja bailando en la parte inferior del cartel. No existe una relación entre el contenido del título y la imagen plasmada en el cartel. El tipo de representación utilizado es la ilustración, misma que fue muy utilizada en esa época.

Con respecto a los colores, destacan los colores rojo, amarillo y gris. El color gris, utiliza en el fondo del cartel y expresa duda, melancolía; el color amarillo y rojo son utilizados en la tipografía para enfatizarla; el color rojo, significa pasión, determinación, peligro, temperamento y poder.

La estructura visual del mensaje tiende a ser representativa debido a que hace alusión a elementos reales y reconocidos por los individuos; esto se puede

observar en las imágenes naturales empleadas, mismas que corresponden a los personajes de la película y la vestimenta.

Como se puede apreciar la figura 44 pertenece a la película titulada “María Magdalena” que corresponde al género de historia y religión producida en 1945 y ubicada en el término de la Segunda Guerra Mundial y en el período presidencial de Manuel Ávila Camacho.



Figura 44. Cartel de la película “María Magdalena”

El cartel llama la atención del público haciendo uso de elementos físicos y psicológicos. En estos elementos destacan las imagen de la religiosa y de la escena que aparece en la parte inferior derecha del cartel. Existe una relación entre el título de la película, el contenido de la misma, los colores tenues empleados, las imágenes plasmadas y la tipografía. El tipo de representación utilizado es la ilustración, misma que fue muy utilizada en esa época.

Los colores predominantes son el gris, amarillo y azul. En el fondo del cartel es utilizado el gris que expresa melancolía; el amarillo, utilizado en el manto

de la mujer incita al juicio; el azul expresa tranquilidad, confianza, paz, fe y devoción.

La estructura visual del mensaje tiende a ser representativa debido a que hace alusión a elementos reales y reconocidos por los individuos; esto se puede observar en las imágenes naturales empleadas, mismas que corresponden a la mujer vestida de con el manto, las imágenes presentadas en la parte inferior y la cruz.

Presencia de los elementos visuales

El color

Al elaborar el análisis de contenido de los 30 carteles seleccionados se puede apreciar que el color es un aspecto importante en el diseño de los carteles, ya que desde el punto de vista psicológico el color comunica y simboliza. Esto es de importancia porque no solamente las imágenes por si solas tienen un significado sino que el color es determinante al momento de la percepción y codificación del mensaje. El color es una carga emotiva, simbólica y significativa; sirve de apoyo en cualquier clase de diseño, no solamente de carteles.

Al buscar el elemento tendencista en el color, se observó que el color más utilizado en el diseño de los carteles, fue el color rojo, mismo que fue empleado en 23 carteles, este pertenece a los colores primarios y además denota como lo vimos anteriormente energía, pasión, temperamento, peligro, poder, etc. Los colores amarillo y negro fueron los que siguieron en tendencia al color rojo. Además se pudo analizar que los colores menos utilizados fueron el violeta y el café (véase la figura 45).

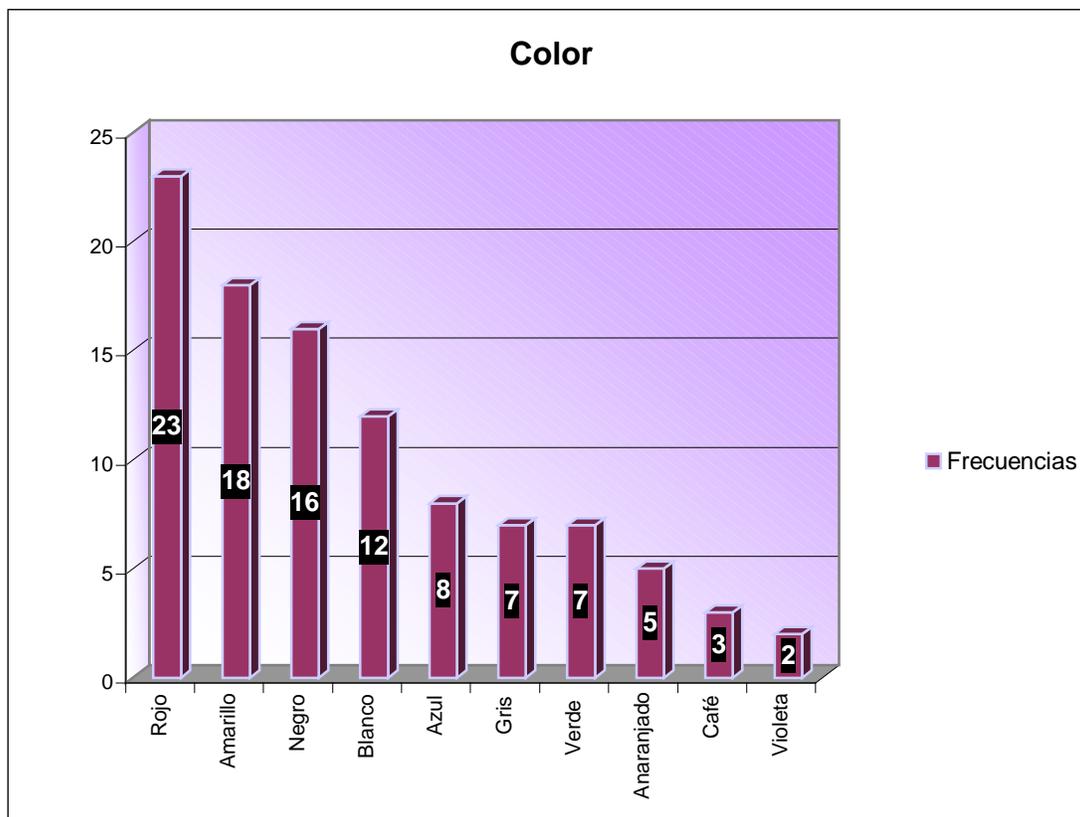


Figura 45. Frecuencias de aparición de los colores.

Sistema de representación

Al analizar la muestra de los carteles se pudo apreciar que el sistema de representación predominante fue la ilustración, seguido de la fotografía y la técnica mixta. Esta última solo fue empleada en un solo cartel, lo que nos lleva a deducir que la ilustración era el sistema de representación más atractivo y que más impactaba al público al que se pretendía llegar con el mensaje. También podemos derivar que los artistas de los carteles eran dibujantes o ilustradores, y que al utilizar esta técnica el costo del cartel era menor (véase la figura 46).

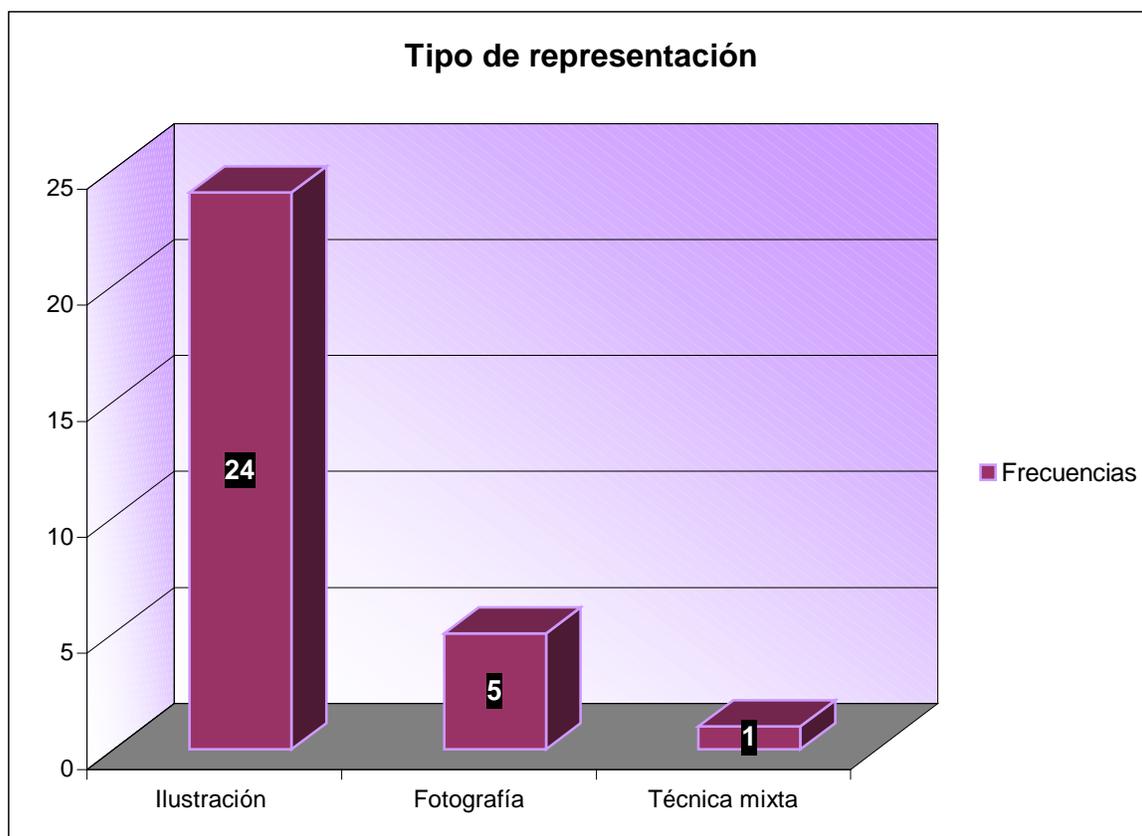


Figura 46. Frecuencia de aparición de la ilustración, la fotografía y la técnica mixta.

Estructura del mensaje visual

Como se puede apreciar el único nivel empleado en los carteles de esta época fue el representativo; el simbólico y el abstracto no eran utilizados por los cartelistas de la época en sus diseños. Al ser representativo indica que el mensaje debe ubicarse en la parte media del cartel, lo que conlleva a afirmar que al publicitar el mensaje era visto de inmediato por el público. También nos muestra que los elementos utilizados en estos carteles son detallados y apegados a la realidad misma por lo que el espectador puede reconocerlos y captarlos de inmediato sin ningún problema, utiliza elementos físicos y

psicológicos que contribuyen al aspecto estético y visual y por consiguiente estimula al espectador a captar el mensaje con la intención determinada por el cartelista (véase la figura 47).

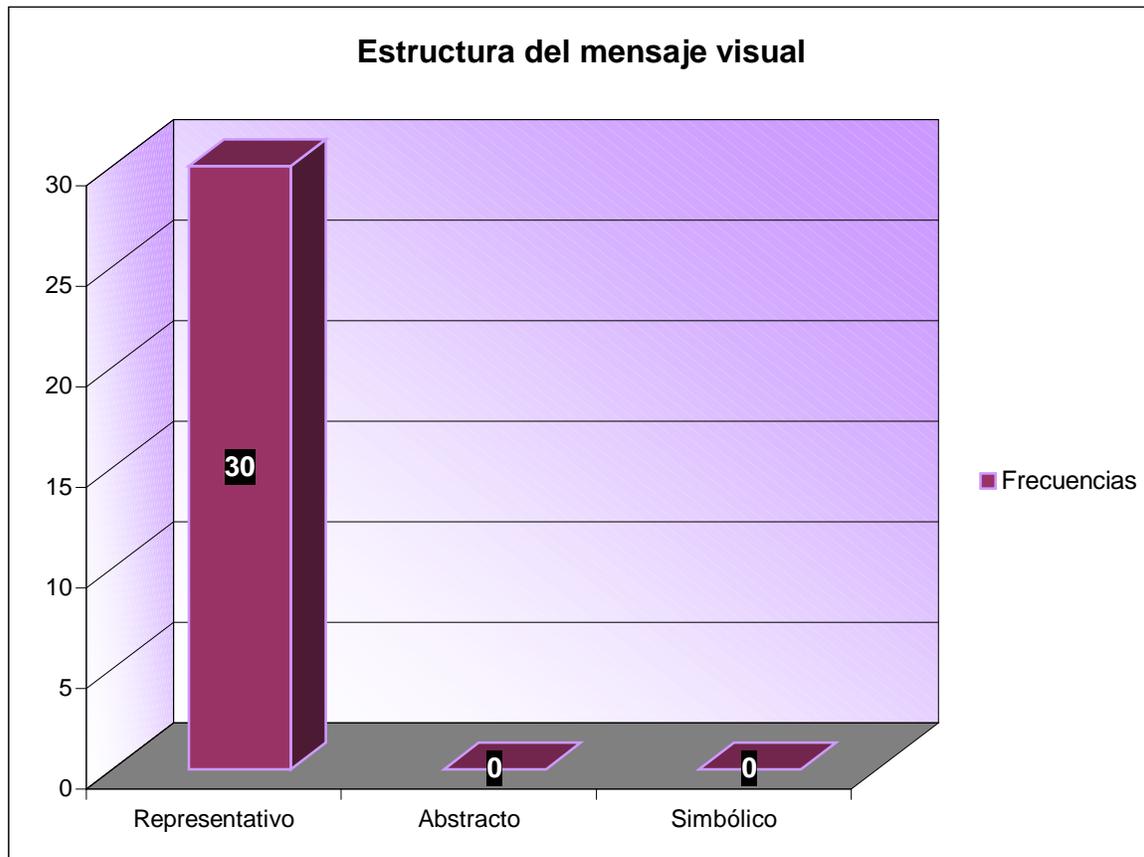


Figura 47. Frecuencia de aparición del mensaje representativo, abstracto y simbólico.

Función de anclaje (título-imágenes)

Como se puede observar en la figura 48, de los 30 carteles seleccionados, solo 23 de ellos tienen relación entre las imágenes, la temática del cartel y la tipografía del cartel. Lo que nos lleva a concluir que en el diseño de los carteles de esa época existía una coherencia y una lógica en el empleo de los elementos visuales.

Cabe recalcar que el texto en el diseño de un cartel, tiene la función de reforzar el mensaje implícito en la imagen, basándose en la selección y diseño de la tipografía, el tamaño y la colocación de la misma.

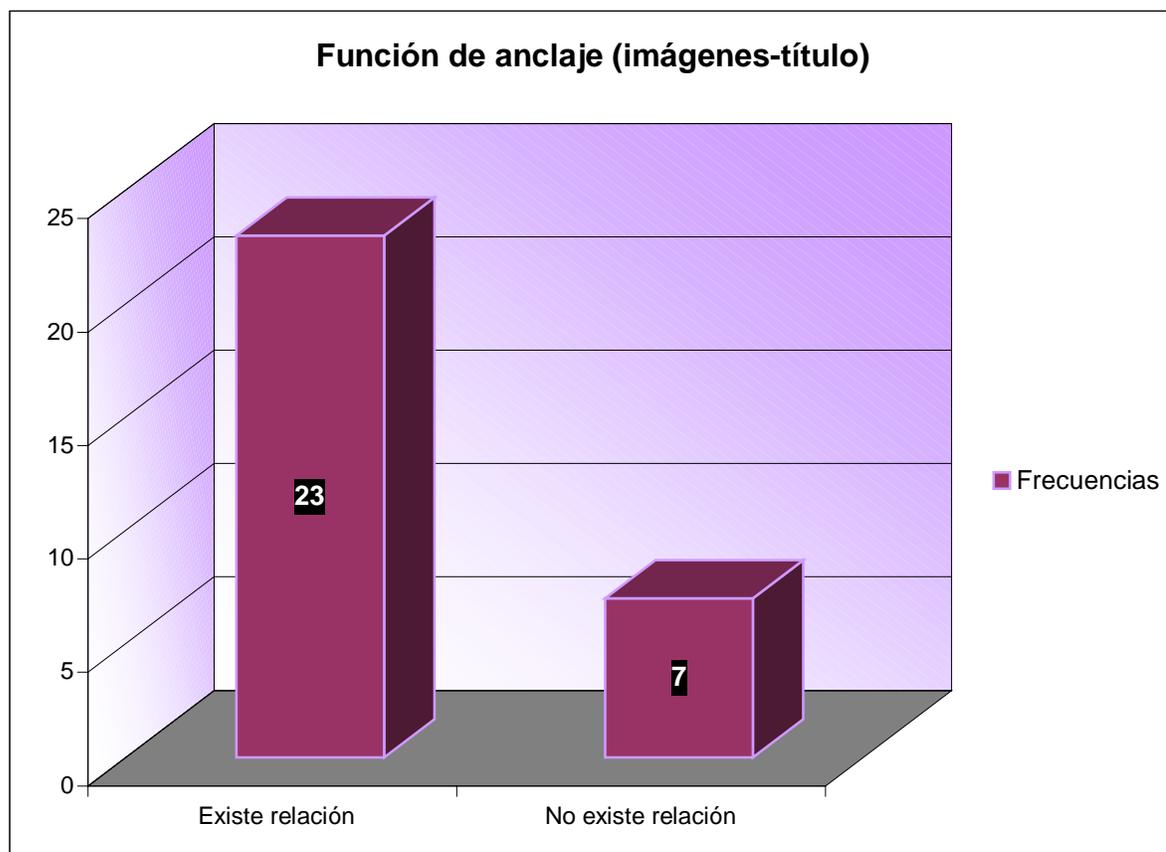


Figura 48. Frecuencia de aparición de la función del anclaje (imágenes-título)

Contexto socio-político

Como se puede apreciar en la figura 49 el contexto socio-político en el que se ubican los carteles de acuerdo a su año de producción, a nivel nacional, es en el período presidencial de Lázaro Cárdenas (1934-1940), mismo que abogó por los obreros, inauguró el Instituto Politécnico Nacional y llevó a cabo la expropiación petrolera. También se ubican en el período presidencial de Manuel

Ávila Camacho (1940-1946), el cual se manifestó por una tolerancia a las creencias religiosas y respeto a la ley, además de ser el creador de la campaña de alfabetización. En este período se formaron diversos partidos políticos: PRI, PAN, USN, PCM. Se creó el Seguro Social para evitar las huelgas y se hicieron reformas a la Ley Federal del Trabajo (Valdez, 1981). A nivel mundial se ubican en el período de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945).

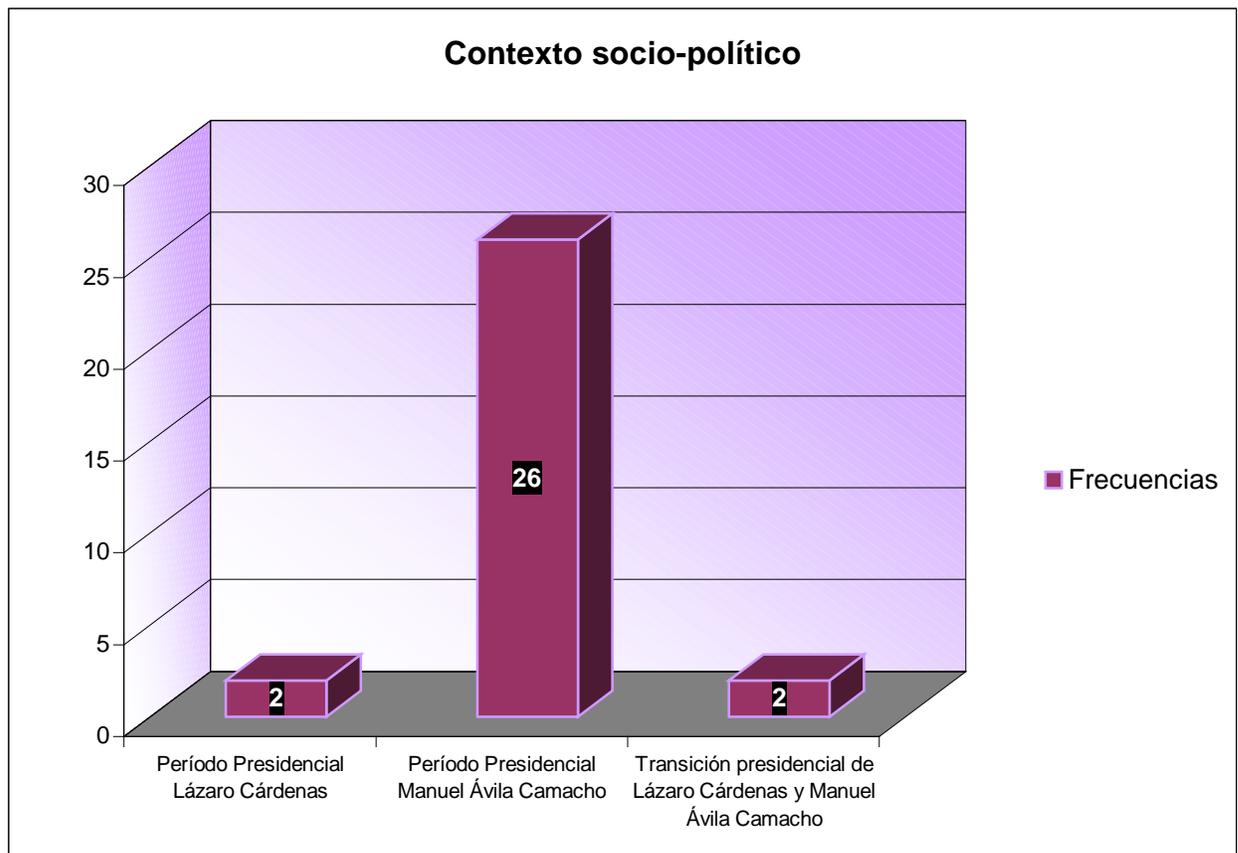


Figura.49. Frecuencia de aparición del contexto socio-político

Intenciones del mensaje

La intención del cartel puede ser formativa o informativa. De acuerdo al análisis realizado se puede apreciar que el total de los carteles tienen una intención informativa, ya que cumplen con la función de comunicar algún tipo de

evento, espectáculos, cursos, etc. En este caso publicitan un espectáculo que es una película cinematográfica.

También podemos deducir que la intención de los carteles es que el espectador al que llega, acuda al cine a ver la película, representando imágenes que le transmitan actitudes y le sean atractivas. Cabe mencionar que el título del cartel está amparado por las imágenes gráficas, mismas que son empleadas en el diseño del mismo, aún en el caso de los carteles que no tengan una relación entre sus elementos visuales y su tipografía. En definitiva, el título del cartel tiene la función de expresar interés así como lo hacen las imágenes (véase la figura 50).

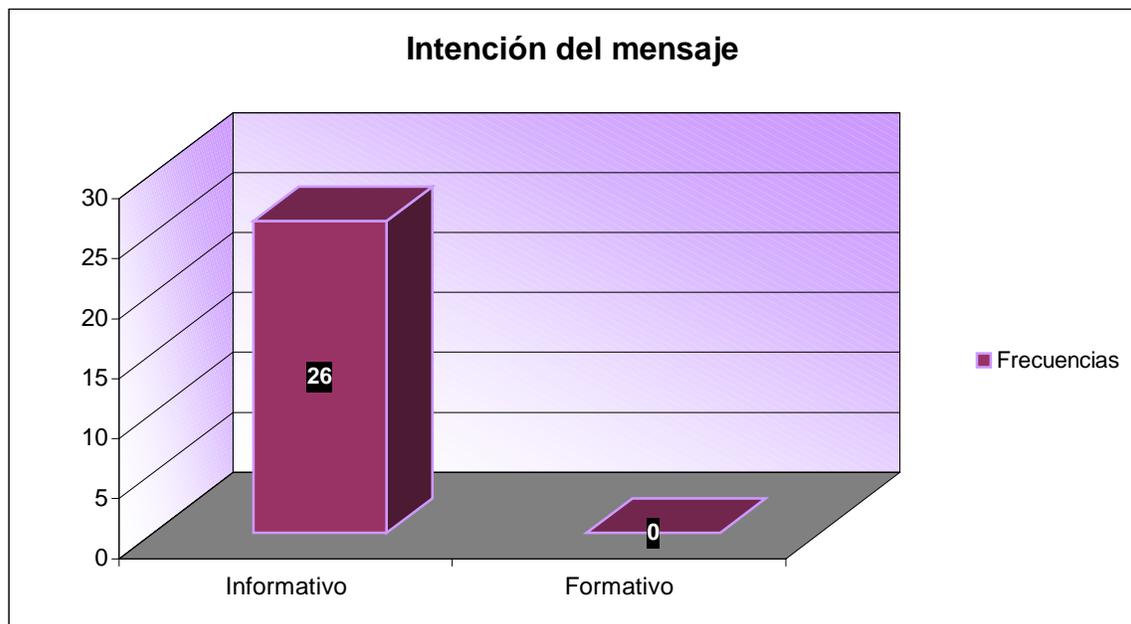


Figura 50. Frecuencia de aparición de la intención del mensaje

Género cinematográfico

Como se puede apreciar la figura 51 destaca la categorización de los carteles cinematográficos de acuerdo a su género. Estos géneros determinan el tema de la película publicitada en cada uno de estos carteles. Se puede observar que el género de charros y folklore es el que predomina en el período analizado (1939-1945). Este tipo de género es derivado del western, es un género en ocasiones violento, destacando al héroe, al pistolero, cuestionándose la posición del individuo frente a la sociedad (Agrasánchez y Ramírez, 2001). Se concluye que este género predomina por la relación que existe con las costumbres mexicanas. Seguido de este género predomina también el de comedia, el cual tiene la función de hacer reír al público.

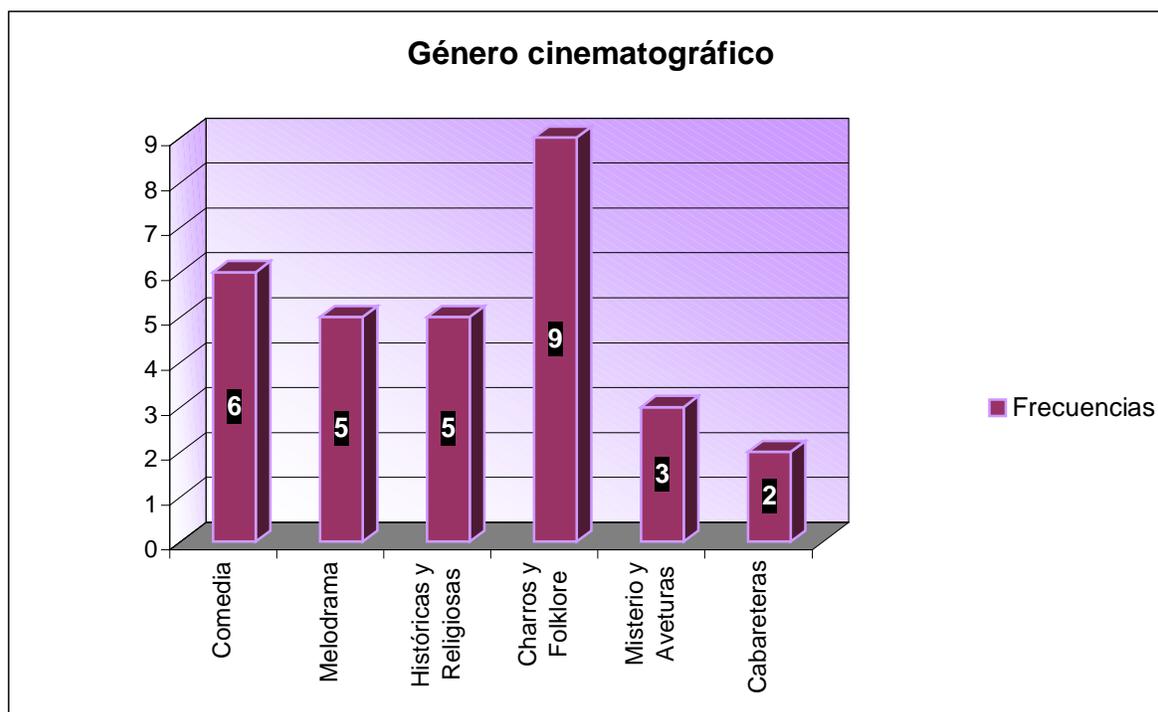


Figura 51. Frecuencia de aparición del género cinematográfico

Año de producción

Los períodos en que se produjeron los carteles de la época de oro del cine mexicano son de 1936 a 1954. Los carteles seleccionados en la muestra abarcan los períodos de 1939 a 1945 (véase la tabla 4). Se puede observar que predominan en la muestra los carteles producidos en el año de 1943 (véase la figura 52)

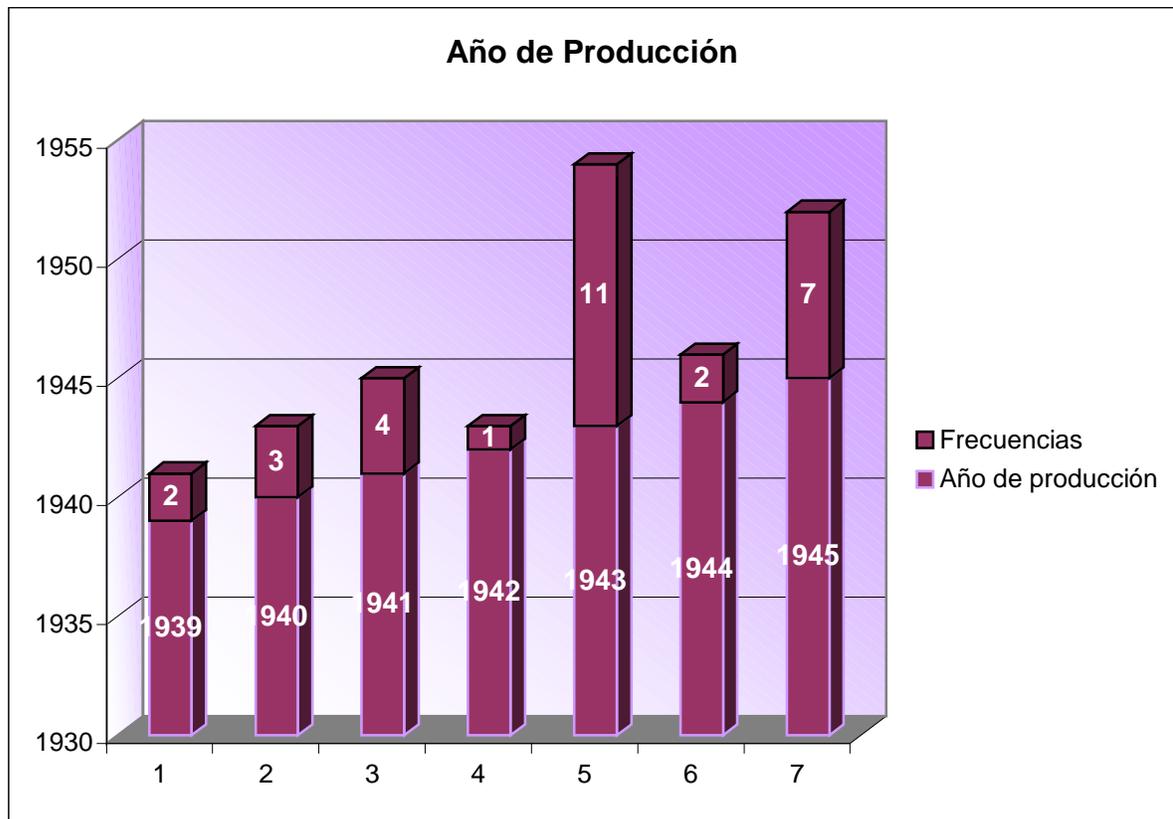


Figura 52. Frecuencia de aparición del año de producción

Conclusión

Los datos obtenidos a través del desarrollo de esta investigación nos han permitido determinar ciertas características que contenían los carteles de esa época y mediante éstas establecer un perfil de dichos carteles.

Para configurar este perfil se elaboró un análisis de contenido de un total de 30 carteles correspondientes a la Época de Oro del Cine Mexicano tomando en cuenta ciertos criterios. Estos criterios incluyen elementos como son: el color, la intención del mensaje, el tipo de representación, el año de producción, el género, el contexto socio-político, la función del anclaje y la estructura del mensaje. La frecuencia con que se presentaban estos elementos en los 30 carteles nos ayudó a establecer en forma definitiva el perfil de un cartel de la época.

Como podemos apreciar en la figura 53 se presentan dichos resultados que nos permiten concluir que la mayoría de los carteles presentaban las siguientes características: (a) el color principal era el rojo, (b) se utilizaba la ilustración como sistema de representación, (c) el mensaje era representativo, (d) existía una relación de anclaje entre el título del cartel y la temática de dicho cartel y (e) la intención de los carteles era informar. Asimismo, es importante destacar que en el año de 1943 durante el período presidencial de Manuel Ávila Camacho, predominaba en la producción de los carteles el género de charros y folklore.

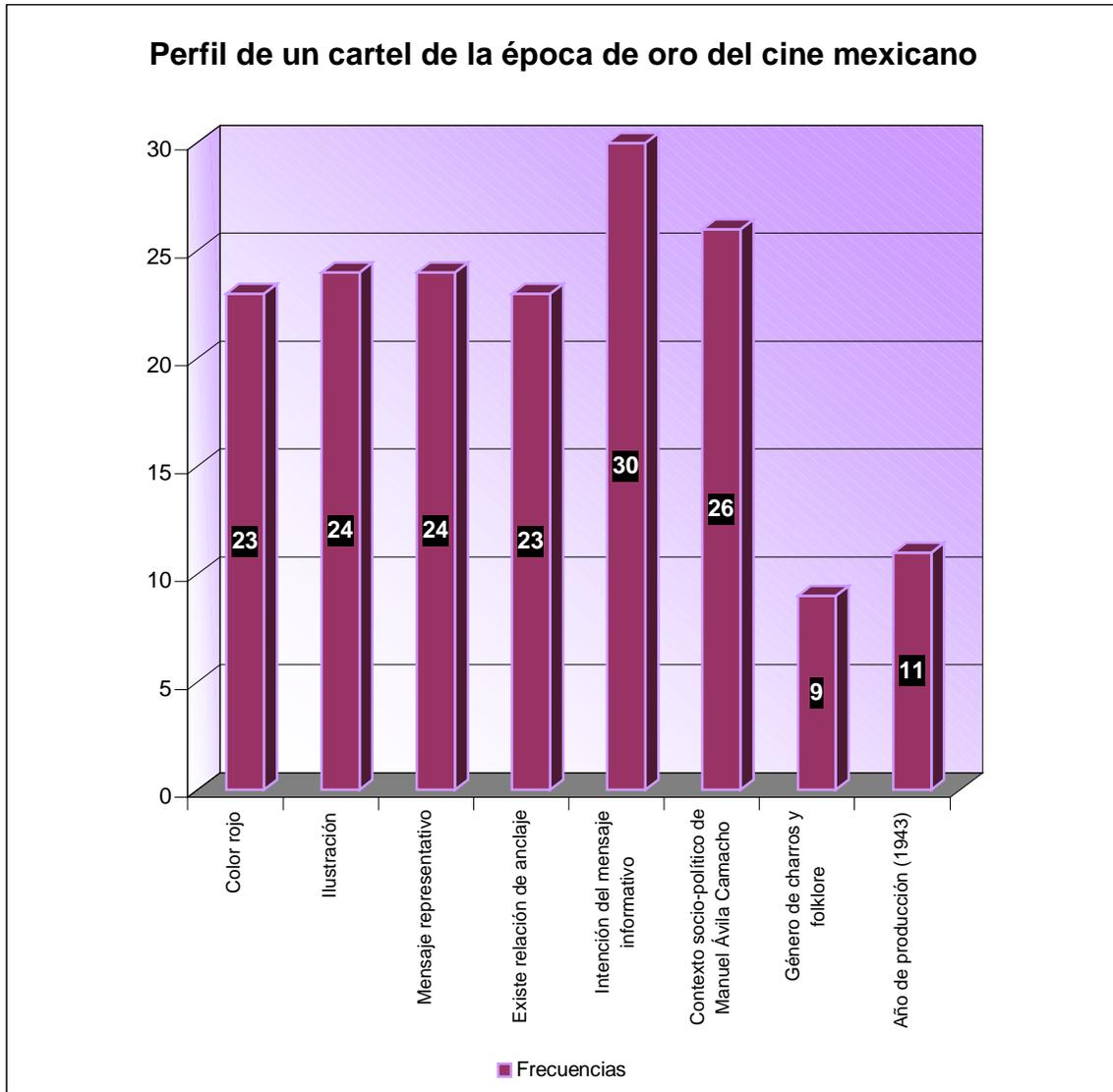


Figura 53. Perfil de un cartel de la Época de Oro del Cine Mexicano

Resumen y proyección

En este apartado se presentaron y discutieron los resultados del presente estudio. El análisis de los resultados se desarrolló tomando en cuenta los elementos visuales contenidos en los carteles de la época así como las funciones de dichos elementos. De acuerdo a esto, los objetivos se centraron en identificar y describir los elementos visuales contenidos en los carteles así como la

identificación de las funciones de los elementos plasmados en dichos carteles durante la Segunda Guerra Mundial. Tomando en cuenta lo anterior y los resultados obtenidos podemos afirmar que el propósito de este estudio se cumple dando respuesta a la interrogante de investigación:

¿Cuál es la influencia de los acontecimientos suscitados durante la Segunda Guerra Mundial en los contenidos visuales y los mensajes de los carteles cinematográficos de la época de oro del cine mexicano?

Para darle continuidad al presente informe, en el capítulo cinco, se exponen las conclusiones y las recomendaciones correspondientes al tema en cuestión.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el presente capítulo se exponen las conclusiones de esta investigación haciendo ciertas recomendaciones que serán de ayuda para otros estudios relacionados con la misma línea de investigación. Asimismo se muestra una recapitulación de esta tesis con la finalidad de situar al lector. Para llevar a cabo lo anterior, primeramente se presenta un breve resumen del problema en cuestión, posteriormente se establecen los objetivos, el propósito de la investigación, así como la metodología empleada y los hallazgos de dicho estudio.

El problema de estudio

México era un país que encausaba sus recursos a la industria del cine debido a que éste no estaba inmerso en la Segunda Guerra Mundial, por lo se piensa que el hecho de emplear sus recursos en la industria cinematográfica era una forma de desviar la atención de los problemas sociopolíticos que en esa época se suscitaban.

Por esta razón se busca explicar si los contenidos visuales y los mensajes de los carteles de cine de la época de oro del cine mexicano están o no influenciados por los hechos del período de la Segunda Guerra Mundial.

De una manera sencilla, clara y concisa como señala Kerlinger (1988), el problema se planteó a través de una interrogante:

¿Cuál es la influencia de los acontecimientos suscitados durante la Segunda Guerra Mundial en los contenidos visuales y los mensajes de los carteles cinematográficos de la época de oro del cine mexicano?

Como se aprecia, el presente estudio se enfoca hacia la identificación y descripción de los elementos y contenidos visuales, mismos que nos ayudarán para determinar la influencia que tienen los acontecimientos ocurridos durante el período de la Segunda Guerra Mundial.

Objetivos de la investigación

Kerlinger (1988), señala que no todos los problemas de investigación tienen claramente dos o más variables. Y añade que el centro de atención puede ser un proceso o categorización, mismo que se llevó a cabo en este estudio.

La presente investigación se realizó a través del planteamiento de dos objetivos. Es importante mencionar, que no se plantearon hipótesis debido a que no se buscó establecer correlaciones entre variables; solamente explorar y describir el fenómeno en su contexto real.

Se planteó un objetivo general y un objetivo específico, mismos que sirvieron de base en este estudio:

1. El objetivo central es identificar y describir los contenidos visuales y los mensajes de los carteles cinematográficos de la época de oro del cine mexicano.
2. El objetivo específico es identificar las funciones de los elementos plasmados en los carteles cinematográficos de la época de oro del cine mexicano durante el período de la Segunda Guerra Mundial.

Para identificar los elementos y contenidos visuales así como las funciones de dichos elementos, se procedió a realizar un análisis de contenido de los carteles seleccionados que nos ayudó a describir dichos elementos y funciones, más que explicar las causas de un fenómeno.

El propósito de la investigación

El propósito de la investigación dice al lector lo que el investigador se propone a hacer con el problema (Vyhmeister, 1996). En la presente estudio el propósito central fue analizar los carteles correspondientes a la Época de Oro del Cine Mexicano con la finalidad de identificar si éstos estuvieron influenciados por los acontecimientos suscitados durante la Segunda Guerra Mundial. Partiendo de aquí se tomaron en cuenta una serie de categorías que nos ayudarían a obtener resultados adecuados en el análisis de los carteles y así poder establecer un perfil que incluyera las características de un cartel de la época.

Método de investigación

Debido a que se pretendía identificar y describir los elementos visuales y contenidos de los carteles para determinar la influencia que en ellos tenían los hechos suscitados en la Segunda Guerra Mundial, se establece que el tipo de investigación empleada fue de carácter exploratorio y descriptivo, con un enfoque cualitativo.

Se eligió una muestra dirigida, ya que solamente se contaban con 30 carteles correspondientes a la época de oro del cine mexicano. Esta muestra fue seleccionada bajo dos criterios de inclusión: el año de producción y los elementos visuales contenidos en los carteles.

Por otra parte, Berelson (1971), afirma que “el análisis de contenido es una técnica para estudiar y analizar la comunicación de una manera objetiva, sistemática y cuantitativa”, mientras Krippendorff (1980) señala que “es un método de investigación para hacer inferencias válidas y confiables de datos con respecto a su contexto y puede aplicarse en cualquier forma de comunicación (programas de televisión, radio, cartas, pinturas, poemas, etc)”.

En relación a lo anterior y a que el enfoque de este estudio es cualitativo se procedió a utilizar la técnica de análisis de contenido para analizar los carteles de la época y así describir los elementos y contenidos visuales. Cabe mencionar que las investigaciones cualitativas se fundamentan en un proceso inductivo; es decir, exploran y describen para después generar perspectivas teóricas (Hernández, et. al., 2006).

El análisis se llevó a cabo estableciendo ciertas categorías o criterios que permitieron obtener hallazgos. Las categorías que se establecieron son: el color, la intención del mensaje, la estructura del mensaje visual, el año de producción, el contexto sociopolítico, la función de anclaje, el tipo de representación y el género.

Resultados

En esta sección se exponen ampliamente los hallazgos obtenidos en esta investigación. Dichos hallazgos son el resultado del análisis de contenido realizado a los 30 carteles seleccionados.

Conforme al primer objetivo se encontró que de acuerdo a los elementos y contenidos visuales de los carteles, éstos presentaban en su mayoría las siguientes características, mismas que permitieron elaborar un perfil del cartel

cinematográfico de la época de oro del cine mexicano (enfaticando solamente el período de la Segunda Guerra Mundial):

1. El color rojo predominaba en los carteles
2. La ilustración predominaba como tipo de sistema de representación.
3. La estructura del mensaje visual es representativo.
4. Existe una función de anclaje entre las imágenes y el título de la película expuesta en el cartel.
5. El contexto sociopolítico en el que se ubica es la Segunda Guerra Mundial y el período presidencial de Manuel Ávila Camacho.
6. La intención del mensaje es meramente informativo.
7. El género predominante es el de charros y folklore.
8. Los carteles fueron producidos en su mayoría en el año de 1943.

En relación al segundo objetivo en el cual se pretendía identificar las funciones de los elementos visuales plasmados en los carteles de la época, se encontró que la función que tenía era publicitar, persuadir e informar al público al que iban dirigidos estos carteles. Además se puede afirmar que de cierta forma los carteles de esa época tenían la función de desviar la atención de los sucesos ocurridos durante la Segunda Guerra Mundial utilizando colores llamativos y alegres, empleando la función de publicitar e informar acerca de algún evento, en este caso de la película promocionada. El género de la película es un aspecto que también tenía mucho que ver en el desvío de la atención, debido al diseño manejado en los carteles.

Conclusiones

Conforme al análisis de los datos obtenidos y los hallazgos del presente estudio se derivan las siguientes conclusiones:

1. Una de las funciones que tenían los carteles cinematográficos de la época de oro del cine mexicano era desviar la atención de la gente. Pero también cumplen con la función de publicitar, persuadir e informar.
2. De la muestra seleccionada, sólo algunos carteles reflejan que los sucesos de la guerra no influyen en ellos, debido a que la mayoría de las ilustraciones contenidas en éstos no muestran rasgos de violencia, como lo son armas, asesinatos, enfrentamientos, etc. Aunque por otra parte, existen en la muestra seleccionada algunos carteles que si contienen algún tipo de armas, asesinatos, enfrentamientos que nos hacen pensar de cierta manera que si pudo existir una pequeña influencia por parte de los hechos ocurridos. El empleo de esos íconos o imágenes pueden persuadir o hacer pensar al público expuesto en lo que sucedía en ese período.
3. El color es parte esencial en el diseño de un cartel, ya que transmite mensajes a través de sus significados según la psicología del color, por lo que deducimos que los carteles si tenían una influencia de los sucesos ocurridos en la Segunda Guerra Mundial, ya que empleaban ciertos colores como el rojo, el amarillo, el negro y el blanco, que utilizados de manera individual o de manera conjunta nos transmiten mensajes como: pasión, muerte, paz, oposición, enemistad, peligro, poder, destrucción y grandeza y este tipo de sentimientos se

manifestaban de cierta forma en lo que se estaba viviendo en ese período.

4. En 1943, cuando la guerra estaba en pleno auge, hacía falta un distractor para que la sociedad, en especial la mexicana no pensara tanto en las consecuencias que la guerra podría traer a la nación. Es por eso que el cine mexicano se dedicó a elaborar carteles de fácil comprensión y eficaces en la atracción visual.
5. En esa época no se utilizaban mensajes abstractos, sino que predominaba a ilustración, aún mas que la fotografía y el texto, debido al empleo de los colores manejados en los dibujos que reflejaban un ambiente más vivo.
6. En el aspecto contextual, los períodos manejados en este estudio, a diferencia del auge económico que tenía la industria fílmica, el país pasaba por tiempos difíciles por expropiaciones, devaluaciones, crisis económicas que los orillaban a emplear en las películas temas populares de la vida diaria, por lo que las imágenes que son presentadas, a excepción de los carteles históricos o religiosos o correspondientes a algún tipo de novela, pertenecían a personas que tenían que luchar por el pan diario y cuyo ingreso era bajo-medio. En estos casos encontramos representaciones de personajes como taxistas, mujeres cabareteras, rancheros, etc.
7. En el tiempo de producción de los carteles, como se citó anteriormente, se le dio mucha importancia al trabajador, estableciendo organismos de beneficio a él, por lo que el tema de la vida laboral debió haber sido un

tema común y proyectado en las películas y por consiguiente en los carteles.

Recomendaciones

El presente estudio puede ser una contribución a la línea de investigación relacionada con la comunicación gráfica y la publicidad. Se considera que este estudio se puede complementarse llevando a cabo las siguientes recomendaciones:

1. Esta investigación se enfocó al análisis de contenido de los carteles de la época de oro del cine mexicano tomando en cuenta el período de la Segunda Guerra Mundial, con la finalidad de establecer si existía o no alguna influencia de los hechos. Por consiguiente, partiendo del presente estudio se sugiere que se realicen estudios comparativos donde se tomen en cuenta el período de la Segunda Guerra Mundial y el período de la Post – Guerra.
2. Se recomiendan estudios en donde se analicen el contenido de las imágenes de la publicidad impresa.
3. Elaborar un estudio comparativo de los carteles cinematográficos en los Estados Unidos partiendo de los primeros carteles existentes hasta llegar a los carteles actuales.
4. Hacer una investigación donde se analice el impacto que tienen en el público, las imágenes de las noticias presentadas en televisión. ¿Cómo son percibidas por el público?

LISTA DE REFERENCIAS

- Altman, R. (2000). *Los géneros cinematográficos*. Barcelona: Piados.
- Babbie, E. (2004). *The Practice of Social Research*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Barnicoat, J. (1976). *Los carteles : su historia y lenguaje*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Berelson, B. (1996). *Reader in public opinion and communication*. New York: The Free Press.
- Berelson, B. (1971). *Content analysis in communication research*. New York: Hafner Press
- Berg, B. (1998). *Qualitative research methods for the social sciences*. Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.
- Bernstein, S. (1994). *Producción cinematográfica*. México: Alambra Mexicana.
- Blume, H. (1989). *Haga usted mismo su diseño gráfico*. Madrid: Ebury Press.
- Braham, B. (1991). *Manual del diseñador gráfico*. Barcelona: Celeste.
- Cantú Ortiz, L., Flores Michel, J. y Roque Segovia, C. (2002). *Comunicación oral y escrita*. México: CECSA.
- Cartel de Ben Shahn*. (s.f.). Recuperado el 09 de octubre de 2006, de <http://www.spartacus.schoolnet.co.uk/ARTshahn.htm>
- Carteles propagandísticos*. (s.f.). Recuperado el 27 de septiembre de 2006, de <http://rusiaonline.iespana.es/nivel2/1estudioso/nivel31/carteles.htm>
- Clásicos del cine mexicano. Cartel de la película "Bugambilia"*. (s.f.). Recuperado el 27 de septiembre de 2005, de http://redescolar.ilce.edu.mx/redescolar/act_permanentes/luces_de_la_ciudad/CineClub/bugam.htm
- Cook, A. y Fleury, C. (1992). *Type and color : a handbook of creative combinations*. México: Rockport.
- Cresswell, J.W. (2003). *Research Design. Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Thousand,Oaks. CA: SAGE

- Kraus, J. (1997). *Definición de Bahaus*. Recuperado el 07 de julio de 2004, de <http://craton.geol.brocku.ca/guest/jurgen/def.htm>
- Del Angel, T. (2005). *El cartel: su definición y sus clases*. Recuperado el 10 de octubre de 2006, de: <http://www.briefblog.com.mx/archivos/2005/05/19/46.php>
- Dondis, D. A. (1980). *La sintaxis de la imagen*. Barcelona: Gustavo Gili.
- El cartel de Pierre Bonnard*.(s.f.). Recuperado el 12 de octubre de 2006, de <http://www.postershop-espana.com/Bonnard-Pierre-p.html>
- El cartel: su definición y sus características*. (1997). Recuperado el 08 de julio de 2004, de http://www.digram.net/pagina4_termins_C.htm
- Elizondo, S. (1962). *El cine mexicano y la crisis*. México: Fundación Mexicana de Cinematografía.
- García Riera, E. (1986). *Historia del cine mexicano*. México: Mapa.
- García Tsao, L. (1985). *Como acercarse al cine*. México: CONACULTA.
- Grajales, T. (1996). *Conceptos básicos para la investigación social*. Montemorelos, N.L : Editorial Montemorelos.
- Guajardo, S. (1991). *La identidad corporativa*. Monterrey, N.L: Arbor.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México, D. F: McGraw-Hill.
- Importancia y significado del color*. Recuperado el 20 de agosto de 2006, de <http://www.newsartesvisuales.com/funda/COLOR7.HTM>
- International Poster Gallery (1998) *Una breve historia del cartel*. Recuperado el 20 de septiembre de 2006, de <http://www.internationalposter.com/intro.cfm#WAR&REVOLUTION%2009%20de%20oct%202006>.
- Kerlinger, F.N. (1988). *Investigación del comportamiento*. México: Mc Graw Hill.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología del análisis contenido*. Teoría y práctica. Barcelona: Paidós.
- Lamarca Lapuente, M. J. (s.f) *Hipertexto: el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen. El diseño gráfico. (Tesis Doctoral de Diseño Gráfico de la Universidad Complutense de Madrid)*. Recuperado el 10 de octubre de 2006, de http://www.hipertexto.info/documentos/dise_graf.htm

- López, B. (2000). *Trayectoria del cartel en el cine mexicano. DX. Estudio y experimentación del diseño, 2*, 18-26.
- Lozoya, J. A. (1995). *El mensaje fugaz del cartel cinematográfico*. Recuperado el 10 de octubre de 2006, de:
http://www.mexicodesconocido.com.mx/espanol/cultura_y_sociedad/arte/detalles.cfm?idcat=3&idsec=14&idsub=57&idpag=2122
- Lucena Cayuela, N. (Ed). (2003). *Diccionario Larousse*. (9ª ed.) México: Larousse.
- Márquez, A. C. y Bernal, R.M. (1997). *Psicología de la Publicidad*. Monterrey, N.L: Arbor.
- Müller-Brockman, J. (1988). *Historia de la comunicación visual*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Paoli, A. J. (1989). *Comunicación e información. Perspectivas teóricas*. México: Trillas.
- Psicología del color*. (2005). Recuperado el 08 de octubre de 2006, de
<http://www.fotonostra.com/grafico/psicologiacolor.htm>
- Ramírez Berg, Ch. y Agrasánchez Jr., R. (2001). *Carteles de la época de oro. Cine mexicano*. San Francisco: Chronicle Books.
- Recomendaciones en la elaboración de un cartel*. Recuperado el 08 de julio de 2004, de <http://www.uclm.es/profesorado/ricardo/cartel.html>
- Renau, J.(1976). *Función social del cartel*. Valencia: Fernando Torres editor.
- Romandía, C. y Larson Guerra, J. (1987). *El cartel cinematográfico en México*. México: Cineteca Nacional.
- Rojas Soriano, R. (1989). *Guía para realizar investigaciones sociales*. México: Plaza & Janés.
- Salgado, M. A. (1999). *Un romance muy accidentado, el cartel en el cine mexicano*. Recuperado el 6 de octubre de 2006, de
http://www.mexicodesconocido.com.mx/espanol/cultura_y_sociedad/arte/detalles.cfm?idcat=3&idsec=14&idsub=56&idpag=2000
- Swann, A. (1989). *El color en el diseño gráfico*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Tamayo, M. (2006). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa Noriega.

- Turbull, S.T. y Rusell, N.D. (1997). *Comunicación gráfica*. México: Trillas.
- Valdez, G. (1981). *Los períodos marcados de México*. México: Santillana
- Vyhmeister, N.W. (1996). *Manual de investigación*. Montemorelos, N.L. : Ediciones Montemorelos
- Zamy. (2003). *El cartel. (Informe de investigación de la historia del cartel de la Universidad de las Palmas Gran Canaria)*. Resumen recuperado el 08 de julio de 2004, de http://apuntes.rincondelvago.com/cartel_2.html

CURRÍCULUM VITAE

María Guadalupe Yerena Montalvo, hija de Héctor Manuel Yerena Valdes y María Guadalupe Montalvo González, nació en Monterrey, Nuevo León el 12 de agosto de 1971 y es la primera de cuatro hermanos. Está casada con Gilberto Eduardo López Romero y tiene un hijo: Eduardo Gabriel López Yerena.

Después de cursar sus estudios de preparatoria obtuvo el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación con especialidad en Publicidad en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Además ha tomado cursos y seminarios relacionados con temas de Publicidad y Creatividad.

Desde el mes de febrero de 1998 es parte del cuerpo docente de esta institución, en donde actualmente se mantiene como catedrática en las áreas de comunicación, publicidad, mercadotecnia y creatividad. Asimismo se desempeña como tutora en esta misma institución.

En el año de 2003 inició sus estudios superiores en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León en donde presenta esta tesis como requisito parcial para obtener el grado de Maestría.

DOMICILIO PERMANENTE: Jardines de Escorial # 7734
Colonia Jardines de Andalucía
Guadalupe, Nuevo León. México.
E-mail: lic.lupita.yerena@gmail.com