



COLEGIO DOMINGO EYZAGUIRRE
SAN BERNARDO
ASIGNATURA: ARTES VISUALES
PROFESOR(A): MASSIEL DURÁN

Guía Pedagógica N°5 Artes Visuales

Nombre:	Curso: IV medio A
Fecha inicio: 01 de octubre	Fecha entrega 15 de octubre

Descripción Curricular de la Evaluación

Nivel	N° 2
EJE	Expresar y crear
Objetivos	OF04
Habilidades a evaluar	Analizar Comprender

Instrucciones:

Lee, desarrolla y/o responde la siguiente guía de trabajo. Cualquier consulta debes realizarla al correo massiel.duran@colegiodomingoeyzaguirre.cl o al celular +56963200481 en horario de Lunes a viernes (excepto miércoles) de 08:00 hasta las 14:00 hrs.

¿Qué hace que un póster de cine sea tan atractivo?

Hay numerosos elementos que confluyen para serlo: transmite una idea, son subjetivos, tienen un impacto visual contemporáneo, son rupturistas y, lo mejor de todo, ¡son coleccionables!. Además, están ligados a una tarea de marketing en relación a la película, pero mejor aún, a la propuesta artística de quien diseña el póster.

El póster (también afiche o cartel) cinematográfico está relacionado con el nacimiento del cine, gracias a los hermanos Louis y Jean Lumière. Una de sus primeras proyecciones se llamaba “El Regador Regado” (“L’arroseur arrosé”, 1895) y su cartel fue diseñado por el pintor francés Marcellin Auzolle. En él plasmó a un grupo de personas sentadas en butacas viendo un fotograma en donde aparece un jardinero mientras el agua le salpica la cara. Es desde entonces considerado la primera pieza gráfica para promocionar una película y de ahí en adelante ha pasado por muchos estilos e inspiraciones, como el expresionismo alemán, el constructivismo, el art-deco, el pop-art y la era contemporánea-comercial con los éxitos de taquilla de Star Wars que convirtieron al “cartel” en un motor de consumo y fidelización hacia la marca y los fans.

Un gran ejemplo de la influencia de un póster fue el fenómeno Batman (1989), dirigida por Tim Burton. Se le pidió al diseñador Anton Furst que hiciera el clásico póster donde vemos el “bat-símbolo” (amarillo y negro, en volumen y relieve) ocupando casi todo el espacio del impreso. Fue tal el éxito del diseño que la gente se robaba los carteles de los cines, aumentando el gasto de impresión en su reposición. Finalmente, en una segunda etapa, optaron por colocar

el título tipográfico más los créditos de los actores que abarcaba el 30% del total del visual para disminuir el «robo hormiga».

La dirección de arte en las propuestas ha evolucionado y cada año vemos un avance creativo y artístico tremendo en sus diseños, que claramente invita a darle un vistazo como inspiración en el arte publicitario, sobre todo porque abarca muchas áreas del arte y el diseño como la tipografía, el street-art, el cómic, el minimalismo, la fotografía, la artesanía y varios etcéteras de técnicas exquisitas en su estética.

Actividad: A partir del texto previo, analiza el siguiente póster publicitario, respondiendo las preguntas que se presentan:



https://img.vixdata.io/pd/jpg-large/es/sites/default/files/poster-pelicula_1.jpg

1. ¿Qué elementos puedes identificar, que se repitan en los 3 póster? Describe.
2. Si tuvieras que elegir uno, ¿Cuál de los 3 póster te parece más interesante y por qué?
3. ¿A qué género del cine corresponde cada una de las películas presentadas?
4. ¿Qué es lo más llamativo para ti, de cada póster?
5. Si las 3 películas estuvieran en cartelera el mismo día, ¿A cuál entrarías y por qué?
6. ¿Cuál es tu opinión sobre el uso de Photoshop o edición de los actores en los pósters?