

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**



**EL DISCURSO, ICÓNICO Y SIMBÓLICO DE LOS VILLANOS
EN LAS PELÍCULAS DE SUPERHÉROES**

**TESIS DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIATURA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**POSTULANTE: ALISSON MACHACA MAMANI
TUTOR: M. SC. ERNESTO HUGO RENGEL VEIZAGA**

LA PAZ – BOLIVIA

2022

AGRADECIMIENTOS

Para llevar adelante esta tesis, fue necesario el apoyo de muchas personas.
Quiero agradecer a todas ellas.

A mis padres, Gregoria y Edgar, por todo el apoyo que me brindaron. Gracias también por su paciencia.

A mi mamita linda Dionicia y mi papito Genaro, por su amor, cariño, por sus sabios consejos que fueron la luz en mi oscuridad.

A mis hermanos Paola, Juan Manuel, Romario y en especial a mi hermana Jhoselyn quién me dio fortaleza y creyó en mí.

A mis sobrinos, Thiaguito y Mia que son la fuente de mi inspiración.

Al Licenciado Ernesto Hugo Rengel Veizaga, por haber aceptado ser el tutor de esta tesis.

Igualmente, a mi primer tribunal calificador, el Licenciado Carlos Coca, quién revisó y aconsejó a mejorar este trabajo de investigación; así mismo al aliento que me medio para seguir adelante.

También a mi segundo tribunal calificador, el Licenciado Héctor Portugal quien ayudó con sus reflexiones a profundizar más en el análisis del trabajo.

¡A todos ellos mis más grandes agradecimientos!

DEDICATORIA

*A mis adorados abuelos Cristina y Claudio, que Dios los tenga en su Gloria y
ahora son ángeles en mi vida. Sé que se encuentran orgullosos de su nieta*

RESUMEN

La presentación de esta tesis se llevó a cabo con el objetivo de desarrollar un análisis semiótico de los villanos. El cine de superhéroes se ha transformado en un verdadero fenómeno de masas en la actualidad. Dicha categoría ha padecido varias modificaciones y con ello también los personajes. El villano es uno de las más sobresalientes figuras en el cine, su fundamental actuación y su caracterización componen el elemento básico con la que se efectuó este trabajo de investigación, titulado “EL DISCURSO, ICÓNICO Y SIMBÓLICO DE LOS VILLANOS EN LAS PELÍCULAS DE SUPERHÉROES”. El objetivo general fue desarrollar el análisis del discurso, icónico y simbólico de los villanos en las películas de superhéroes de Avengers, enfocado en las cuatro películas seleccionadas: The Avengers: los Vengadores, Avengers: era de Ultrón, Avengers: Infinity War y Avengers: Endgame, donde se encuentra nuestro personaje estudiado. Sin embargo, los objetivos específicos fueron: identificar el discurso de los villanos en las películas de superhéroes de Avengers; describir gestualidad de los villanos en las películas de superhéroes de los Avengers; caracterizar el vestuario de los villanos en las películas de superhéroes de los Avengers; contextualizar las figuras retóricas de los villanos en las películas de los superhéroes de Avengers; conceptualizar el manejo discursivo y simbólico de los villanos en las películas de los superhéroes de los Avengers. Por otra parte, el estudio tiene como estrategia metódica Estructuralista, este estudio tiene característica cualitativa. Con la ayuda de dicho método se estudió el análisis estructural - lingüístico y análisis estructural – icónico, aplicando el análisis propuesto por José Luis Rodríguez Diéguez. A partir de este, se elaboró unos cuadros de recopilación para analizar ambos registros y con el apoyo de este instrumento, se pudo verificar la hipótesis.

ABSTRACT

The presentation of this thesis was carried out with the aim of developing a semiotic analysis of villains. Superhero movies have become a true mass phenomenon today. This category has undergone several modifications and with it also the characters. The villain is one of the most outstanding figures in the cinema, his fundamental performance and his characterization make up the basic element with which this research work was carried out, entitled "THE ICONIC AND SYMBOLIC SPEECH OF THE VILLAINS IN THE FILMS OF SUPERHEROS". The general objective was to develop the discourse, iconic and symbolic analysis of the villains in the Avengers superhero movies, focused on the four selected movies: The Avengers: Avengers, Avengers: Age of Ultron, Avengers: Infinity War and Avengers: Endgame, where our studied character is located. However, the specific objectives were: to identify the speech of the villains in the Avengers superhero movies; describe the gestures of the villains in the superhero movies of the Avengers; characterize the costumes of the villains in the superhero movies of the Avengers; contextualize the figures of speech of the villains in the Avengers superhero movies; conceptualize the discursive and symbolic management of the villains in the Avengers superhero movies. On the other hand, the study has a structuralist methodical strategy, this study has a qualitative characteristic. With the help of this method, the structural-linguistic analysis and structural-iconic analysis were studied, applying the analysis proposed by José Luis Rodríguez Diéguez. From this, some compilation tables were elaborated to analyze both records and with the support of this instrument, the hypothesis could be verified.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	9
-------------------	---

CAPÍTULO I

1.1 Justificación.....	13
1.2 Planteamiento del Problema Y Formulación de hipótesis.....	15
1.2.1 Problema.....	15
1.2.2 Hipótesis.....	15
1.3 Objeto de Estudio.....	15
1.4 Tipo de Investigación.....	16
1.5 Objetivo General.....	16
1.6 Objetivos Específicos.....	16

CAPÍTULO II - MARCO TEÓRICO

2.1 Comunicación y Cine.....	18
2.2 La Cultura de masas y hábitos comunicativos.....	19
2.3 La Comunicación, la significación e información.....	22
2.4 El Estructuralismo en el contexto simbólico.....	25
2.5 Los Villanos en el Cine.....	26
2.6 La Semiótica en la Comunicación Textual.....	29
2.6.1 El Discurso y el Texto.....	29
2.7 La Semiótica de la Comunicación Visual.....	30
2.8 Formación del Significado.....	32
2.9 La Semiosis.....	35
2.10 El Valor en la significación	36
2.11 Conexiones sintagmáticas.....	37
2.12 El Paradigma en la significación.....	38

2.13 Lectura del signo.....	39
2.13.1 El signo, lo esencial para lector.....	40
2.13.2 Lengua y habla.....	43
2.14 El Texto e imagen.....	44
2.15 La imagen y su comprensión fílmica.....	47
2.15.1 La codificación de la Imagen.....	49
2.16 La imagen en movimiento.....	53
2.17 La transformación cognitiva de la percepción.....	54
2.18 Sistemática del color.....	60
2.18.1 El color.....	60
2.18.2 Psicología del color.....	61
2.18.3 La Cromática Realista	65
2.18.4 Cromática Fantasiosa.....	66
2.18.5 Cromática Sígnica.....	67

CAPÍTULO III - DESARROLLO METODOLÓGICO

3.1 Semiótica icónica-verbal y narrativa.....	70
3.1.1 La planificación.....	70
3.1.2 El montaje.....	72
3.1.3 La Línea.....	73
3.1.4 La Forma.....	74
3.1.5 El Sonido y la Música.....	75
3.1.6 La Diégesis.....	76
3.1.7 La Iluminación.....	76
3.1.8 El Estereotipo.....	78
3.1.9 La gestualidad.....	78
3.2 Corpus de Estudio.....	79
3.3 Construcción del Discurso e Imagen.....	82

DESCRIPCIÓN ICÓNICA.....	83
3.4 Aplicación Metodológica.....	113
ANÁLISIS ESTRUCTURAL – LINGÜÍSTICO.....	114
ANÁLISIS ESTRUCTURAL – ICÓNICO.....	135
3.5 Balance Global	168
CAPÍTULO IV - CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
4.1 Conclusiones y Recomendaciones.....	172
BIBLIOGRAFÍA.....	174
ANEXOS.....	178

INTRODUCCIÓN

La presente tesis se llevó a cabo con la finalidad de elaborar un análisis semiótico de los personajes antagónicos del cine de superhéroes. El objetivo general es el de desarrollar el análisis enfocado en las cuatro películas, catorce escenas seleccionadas en las que aparecen los personajes estudiados y se consideran con mayor relación de signos.

En el contexto de la significación, el cine es un importante medio de comunicación audiovisual, comprendido como productor de imágenes, interpretaciones y significados, se convierte en un objeto de estudio apropiado para conocer la manera en que se construye el imaginario colectivo.

Benet (2004) insta un círculo completo al que describe el Círculo de la comunicación que comienza con el Cineasta (emisor), sigue con la Película (mensaje connotado), continúa con el Espectador (receptor) y la Sociedad (contexto) para terminar de nuevo en el Cineasta en una especie de *feedback* intercomunicado.

En virtud de este poderoso medio masivo que es el cine, la imagen es muy determinante, dado que está constatado que la mente humana almacena mucho más la imagen que otro signo de comunicación. El cine es un entendimiento determinado de la realidad que, además de agradar y eludir, puede ser un componente que apunta o destruya prejuicios, ideas, mitos, estereotipos, etc.

Manuel Alonso y Luis Matilla (2001) "...señalan que el poder de la penetración de la imagen. Además, que salimos de nuestra propia personalidad para cobrar, aunque sea durante noventa minutos, una nueva piel; suplantar a un

personaje en sus aventuras, sus éxitos y sus conquistas. Resaltan que el espectador llega a la conclusión de que el cine debe ser así, porque así se lo han hecho ver los que tienen el poder para ofrecerles sus productos cinematográficos con campañas que, si convencen, al menos hacer consumir.”

Esta investigación se centra en los antagonistas protagonizados en la saga películas de Avengers (Vengadores): The Avengers: los Vengadores (2012); Avengers: era de Ultrón (2015); Avengers: Infinity War (2018) y Avengers: Endgame (2019). En estas secuelas se pueden apreciar como los antagonistas ponen en aprietos a los héroes y superhéroes, tomando mayor protagonismo los villanos quienes llegan a tener un discurso en distintos ámbitos del rol asumido en cada una de estas películas.

Muchas veces los villanos llegan a tener mayor preminencia que los propios protagonistas siendo que su discurso, icónico y simbólico se plasman en distintos rasgos que los hacen a estos personajes; ya desde su vestuario, su discurso hablado, su morfología de rostro, cuerpo y la música que acompaña a estos personajes.

La tesis está estructurada en tres capítulos:

El **Primer Capítulo**, contempla la fundamentación de la investigación, la Descripción y formulación del Problema y el Objeto de Estudio. Un segundo acápite, Plantea la Hipótesis, el Objetivo General y los objetivos específicos, además de la metodología.

El **segundo Capítulo** presenta el Marco Teórico que aborda desde la conceptualización de la comunicación, Cultura de masas, hábitos comunicativos y de persuasión, Comunicación, significación, información, Los medios como bienes simbólicos y de uso, El estructuralismo en el contexto

simbólico, los Inicios del cine, Los villanos en el cine, El sonido en el audiovisual, Códigos y sistemas en la comunicación visual, Lectura del signo, texto e imagen, semiótica de la comunicación visual, sistemática de la forma y color, la imagen en movimiento, sonido y demás.

En el **Tercer Capítulo**, guiados por nuestra metodología (estructuralista), el que implica comprender los códigos estructurales desde la semiótica, lo que nos lleva a tener en cuenta que, toda forma de expresión comunicativa es sospechosa de conllevar estructuras que se manifiestan por medio de códigos. De esta manera es que por detrás los mensajes siempre existen estructuras, a las que se encarga de describir y comprender la semiótica, sea desde la teoría o desde la práctica. Este trabajo se encuentra el desarrollo metodológico en dos partes: a) Descripción de nuestros corpus de estudio, lo mismo como de nuestra metodología. b) La aplicación metodológica, es decir, el Análisis Estructural al discurso, icónico y simbólico de los villanos en las películas de los superhéroes de los Avengers.

Se presentan los resultados de la investigación,

Por último, en el **Cuarto Capítulo** nos encontramos con las conclusiones y recomendaciones. Además de la bibliografía y los Anexos.

CAPÍTULO

I

1.1 Justificación

Para comprender un poco más sobre nuestra fascinación por los malos, villanos, antagonistas, en fin; es bueno que revisemos nuestra forma de vida. En la propia comunidad, se dan recompensas a los que trabajan por el bien común y se castiga a los que hacen todo lo contrario.

Debemos referirnos a lo estético, la mayoría de los villanos han sufrido algún problema o accidente que dejó sus secuelas (cicatrices en la cara, hasta incluso pérdida de algunas partes del cuerpo o defectos).

Un villano puede permitirse el lujo de llevar abrigos, accesorios, cuellos altos y demás elementos que pueden molestar a la hora de luchar o salvar a doncellas en apuros, por lo que siempre va a ser el mejor vestido de la reunión; nunca se ensucian y van siempre hechos extravagantemente malvados.

Según Manuel Alonso y Luis Matilla (2001), las relaciones de los símbolos y aquello que simbolizan pueden establecerse por la existencia de analogías o de implicaciones causa-efecto, o por puras convenciones libremente pactadas. Existe una relación analógica entre calavera y la muerte, mientras que se da una relación convencional cuando se entienden la paloma como representación de la paz o el laurel, de la victoria.

El símbolo, se convierte, en un factor, no únicamente significativo de una realidad, compilador de una abstracción, sino también instrumental para el diseño de un mensaje concreto. Pasamos de la referencia a la expresión, de la representación de una idea a la creación de un mensaje. (Alonso y Mantilla: 2001)

En cuanto a los colores de su vestimenta, no hay duda de que los villanos siempre saben utilizar lo conveniente. Mientras los héroes eligen colores brillantes, plateados y dorados para llamar la atención; los villanos optan por colores oscuros, casi siempre negros o azules y rojos apagados y hasta la más remota persona del mundo de la moda sabe que el negro va con todo, y es una apuesta segura si lo que buscamos es ser elegantes.

Sobre los colores, los autores Manuel Alonso y Luis Matilla señalan que: “La significación de los diferentes colores, muy manejada como lenguaje específico en variados protocolos y liturgias, no debe ser mantenida a rajatabla, sobre todo si se adivina una tendencia a la pormenorización. Existe una gama de colores calientes (predominio de rojos y amarillos) es euforizante, optimista, fuerte, y la gama de los colores fríos (predominio de verdes y azules) es relajante, pesimista y débil” (Alonso y Matilla, 2001: pág. 39)

Los villanos podrán tener muchos defectos de personalidad: son sociópatas, locos, etc., pero tienen una seguridad en sí mismos, ingrediente principal para ser un icono del estilo.

Manuel Alonso y Luis Matilla (2001) mencionan que, generalmente la imagen de algo, alude a algo, representa algo. Que existe relación entre la estructura y su modelo, entre la fotografía y el paisaje, entre el dibujo del prospecto publicitario y el producto que se anuncia. A su vez esa relación, esa vinculación, aun siendo difícil de definir, esta tan asimilada por nosotros, tan mecanizada, que nos lleva a sentirnos más ante lo real representado que ante su imagen, en una identificación tan continua como peligrosa.

Para esta investigación nos basaremos en libros que contemplen los siguientes puntos: comunicación, cine, semiótica y producción audiovisual. Esto con el propósito de tener más información sobre el tema a investigar para

esto acudiremos a bibliotecas especializadas como ser: Universidad Mayor de San Andrés, La Universidad Católica Boliviana "San Pablo", Biblioteca Municipal, etc. Se consultará revistas y periódicos que hayan escrito sobre el tema, también se acudirá a Internet para ver la información que existe sobre algunas dudas no encontradas en textos impresos, información sobre las películas y estrenos en sí y el consumismo de los cineastas. También se obtuvo las películas en CD y de esta manera podremos ver el porqué de su éxito.

1.2 Planteamiento del Problema y Formulación de Hipótesis

1.2.1 Problema

¿Cuál es el discurso, icónico y simbólico de los villanos en las películas de los superhéroes de los Avengers?

1.2.2 Hipótesis

El lenguaje, el vestuario y la gestualidad son las formas de cómo se plasma el discurso icónico simbólico en los villanos en las películas de los superhéroes de los Avengers.

1.3 Objeto de Estudio

En esta investigación el objeto de estudio son Los villanos en las películas de los superhéroes de Avengers. Divididas en cuatro películas y de distintos periodos: The Avengers: los Vengadores (2012), Avengers: era de Ultrón (2015), Avengers: Infinity War (2018) y Avengers: Endgame (2019)

1.4 Tipo de Investigación

El estudio tiene como estrategia metódica Estructuralista (El estudio tiene característica cualitativa)

1.5 Objetivo General

Analizar el discurso, icónico y simbólico de los villanos en las películas de superhéroes de Avengers.

1.6 Objetivos Específicos

- Identificar el discurso de los villanos en las películas de superhéroes de Avengers.
- Describir gestualidad de los villanos en las películas de superhéroes de los Avengers.
- Caracterizar el vestuario de los villanos en las películas de superhéroes de los Avengers.
- Contextualizar las figuras retóricas de los villanos en las películas de los superhéroes de Avengers.
- Conceptualizar el manejo discursivo y simbólico de los villanos en las películas de los superhéroes de los Avengers.

CAPÍTULO
II
MARCO TEÓRICO

2.1 Comunicación y Cine

La comunicación es un elemento estructural de la sociedad, en el entendido de que constituye un cemento de la trama inter-individual por el cual aquella es conformada. También comunicación es una práctica social de producción y circulación significativas que posibilita la interacción humana bajo ciertas condiciones históricas. (Torrico, 2016: p. 13)

De acuerdo con John Fiske hay dos formas de centrar a la comunicación:

1. La Comunicación como transmisión de mensajes que considera como aquello que se transmite en el proceso de comunicación. Esta escuela está centrada en el proceso de comunicación y acude a las ciencias sociales y habla de actos de comunicación.
2. La comunicación como producción e intercambio de sentido: Analiza la forma como los mensajes o textos, interactúan con las personas para producir sentido. Su principal método de estudio es la semiótica. El énfasis está en el texto. Su principal método de estudio es la semiótica (la ciencia de los signos y los significados), es decir acude a la Lingüística y las artes. (Fiske: 1984).

Como un gran medio de comunicación tenemos al Cine, que atraviesa fronteras para manifestar el sentir y la situación de una nación entera, a su vez relata una sola perspectiva de los sucesos y no es el sentir de toda la gente; es por esa razón que aparentemente el cine es solo un reflejo de la realidad.

Por tanto, el cine tiene un inmenso poder para dar voz a las personas, asimismo posee el poder de establecer prejuicios, puesto que utiliza estereotipos, que en ocasiones pueden dar una versión equivocada de la realidad, para distinguir a los personajes o atribuirles ciertos tipos de caracterización.

Manuel Alonso y Luis Matilla afirman que el cine, en la actualidad es uno de los más poderosos medios de fascinación.

Existen varios factores cotidianos, unos de orden físico y otros con soporte psicológico. Entre los primeros cabe destacar la oscuridad de la sala; las grandes pantallas que tienden acercar al espectador; la música seductora y los efectos sonoros que en la actualidad surgen de los lugares más insospechados; los personajes que, en grandiosos primeros planos, musitan, lloran o nos sonrían, como si viajaran junto a nosotros en cualquier autobús abarrotado; los intentos de cine olor, fracasados en su momento, mañana podrán constituir otro elemento que sirva para afianzar ese sentimiento de fascinación tal como en su día ocurrió con las películas en relieve. Con respecto a los factores de orden psicológico, tal vez uno de los más característicos sea ese sentimiento, universalmente compartido, por huir de nuestras preocupaciones diarias. (Alonso, Matilla, 2001: p. 166)

Aseguran además que, el espectador logra identificarse con los protagonistas de las películas, es un factor que viene a intensificar el poder de la imagen. Salirse de la personalidad para suplantar a un personaje, “autoaccediendo” a sus triunfos, permite hasta cierto punto terminar con la mediocridad de la misma existencia.

2.2 La Cultura de masas y los hábitos comunicativos

“Las industrias de la comunicación de masas (prensa, cine, televisión, publicidad...) han ido configurando en las últimas décadas una serie de prácticas comunicativas específicas cuya finalidad última no es otra que la de asegurar la vigencia de formas concretas de percibir el mundo y de entender la vida de las personas. Los destinatarios de los mensajes de la cultura de masas van así integrando en sus hábitos culturales y en sus rutinas comunicativas convencionales textuales muy consolidadas a través de años de consumo adicto, hipnótico y voraz. Nuevas formas de comunicación orientan a nuestras percepciones y guían nuestros actos a través de diversos usos verbales y no verbales de

persuasión que persiguen un consenso ideológico en nuestras sociedades similar al consenso lingüístico que hace posible que una comunidad de habla establezca intercambios orales y escritos en su seno". (Lomas, 2008: p. 18)

En cuanto a la perspectiva semiológica, respecto a los mensajes de la cultura de masas, Lomas afirma que:

... el camino a una perspectiva de análisis que trasciende metodologías de origen lingüístico obsesionadas por el puro inventario de los artificios verbales al estudio de los significados trasladados por la vía de la connotación y a la descripción de las estrategias de enunciación desplegadas en situaciones culturalmente determinadas. Los mensajes simbólicos de la cultura de masas son así concebidos como usos específicos de los diversos sistemas verbales y no verbales de comunicación: la persuasión publicitaria, el discurso del cómic, la fotografía, el cine, el sistema de objetivos, el lenguaje de la moda, la canción de consumo popular, las noticias de la prensa o los diversos géneros televisivos constituyen entonces textos de diversa naturaleza e intención que denotan la mitología contemporánea y connotan formas concretas de percibir y de conservar el entorno sociocultural. (2008: p. 19)

Sobre la base de reflejar lo verdadero, se nos formula maneras determinadas de representar el día a día y lo que pasa alrededor. Se destaca las teorías respecto al desarrollo social de la realidad, conviene comprender como la prensa y la televisión incide al planteamiento que el público tiene del mundo. Lomas considera que las *industrias de la realidad* son capaces de orientar nuestra percepción sobre los hechos, la normas y el sistema de valores de la sociedad mediante la presentación selectiva y fragmentaria de los temas y mediante en énfasis en algunos aspectos de esa realidad.

De tales estrategias comunicativas (en las que están implicadas decisiones sobre qué callar y qué decir a quién, cómo y cuándo decirlo, sobre qué estilos

de vida es adecuado exhibir como sensatos y cuales por el contrario es apropiado mostrar como caóticos, sobre cómo se construye la información y cómo va a ser contada, sobre cuáles son los contenidos *legítimos*, cómo y a quién benefician...) se derivan “hábitos de pensamiento” (Moreno, 1982) que son interiorizados por las personas en función de su competencia cultural, de sus ideas y de sus creencias, de forma que a la postre hagan posible un conocimiento indirecto y guiado del mundo. (Lomas, 2008: p. 20)

Baudrillard sostiene que lo que da sentido a los medios de comunicación de masas “no es un conjunto de técnicas de difusión de mensajes, es la *imposición de modelos*” y, por su parte, Rossi-Landi (1973) subraya que quienes ostentan el poder detentan el lenguaje en tres sentidos: control de códigos y de las modalidades de codificación, control de los canales y de las modalidades de circulación de mensajes y, finalmente, control de las *modalidades de interpretación* y de codificación. (Lomas, 2008: p. 22)

La significación resulta de las estrategias persuasivas de los medios de comunicación de masas se respalda frecuentemente en discursos cuya imagen es un recurso expresivo fundamental.

Lomas se refiere que, en efecto, las imágenes aparecen en lenguajes como el televisivo o el publicitario como artefactos culturales que, a merced a las analogías establecidas entre los rasgos formales de los objetos denotados y convencionales gráficas de alto nivel de iconicidad.

Kanizsa, habla de una *gramática de la visión* al rechazar a “una concepción simplista del proceso perceptivo como un registro pasivo del ambiente físico” y mostrar la existencia de reglas o leyes de la visión que guían la percepción de los colores, las formas o las dimensiones. Como también es posible referirse a una *sintaxis de la imagen* para aludir a las unidades de la

comunicación visual (líneas, colores, contornos, dirección, texturas, escalas, dimensión y movimiento) y las técnicas que articulan las estrategias compositivas sobre el plano (Dondis: 1973).

Entre imágenes y palabras , entre secuencias cinematográficas y viñetas de comics, entre titulares de prensa y anagramas de empresas e instituciones, entre anuncios publicitario y concursos televisivos, entre portadas de las revistas y los carteles callejeros se crea una *textura*, un cruce de textos y contextos y contextos diversos (un hipertexto y un hiperespacio de textos) en el que los ecos de las voces de los diversos géneros de la persuasión de masas se entrecruzan amalgamados en un ejercicio de opulencia comunicativa cuyo sentido último escapa con frecuencia al ojo crítico. (Lomas, 2008: p. 24)

2.3 La Comunicación, la significación e información.

El Autor Joan Costa se refiere a estos tres grandes conceptos de la siguiente manera: “Existen, todavía, algunas confusiones acerca de la idea de *Comunicación*, una palabra que ha sido víctima de su propio éxito y que ha desbordado su campo semántico propio para convertirse en un término todoterreno. Y también para confundirse con otras ideas próximas -pero diferentes-, como *Significación* o *Información*, que, en la práctica, a menudo se contienen las unas en las otras.” (Costa, 2003: p. 51)

Ciertos autores, sostienen que “todo comunica”. Mas, sin embargo, Costa afirma que esto es falso. Entonces hay la impresión de que todo alrededor está “enviando mensajes”. Esta confusión se debe al hecho de que, lo que nos es comunicado -ya sea por el diseño, el escrito, las imágenes y los medios- son finalmente *significados*. Los elementos que utilizamos para ello: signos y

símbolos, tienen la capacidad de significar cosas ausentes, que no están ellas mismas en el mensaje -sino significadas, simbolizadas en él- y entre las cuales y su receptor humano el mensaje actúa como mediador. (Costa, 2003: p. 52)

La comunicación conduce significados, tal como lo describe Costa (2003: p. 52) "(...) no implica que éstos sean materia exclusiva de comunicación, entendiendo la comunicación gráfica en su propio sentido *funcional*, no poético o artístico. Lo cierto y comprobable es que, fuera de lo que nos es comunicado, encontramos también significados. Así que *no todo comunica, pero sí significa*".

El significado, justo como lo señala la Semiótica "es una producción *relativamente autónoma del individuo* ante los estímulos de su entorno sensible, donde los estímulos naturales se mezclan con estímulos artificiales. Todo significa potencialmente para el individuo incluso lo que no significa, significa que no significa." (Costa, 2003: p. 52)

Si "*todo significa*", no todo es cuestión de comunicación. Una persona dispone una intencionalidad, codifica y formula un mensaje para que otra persona tome la misma incursión, pero a lo contrario, es decir: "*lo recibe, lo decodifica y lo interpreta*".

El significado para Costa:

"(...) no sólo está inscrito en los mensajes que nos son comunicados. Esta potencialmente en los esquemas mentales de los individuos, en su pantalla interna de conocimientos, donde los estímulos del entorno proyectan en ella significados. La prueba de que el significado lo producimos -o lo actualizamos- los individuos, está en que podemos buscarlo en cualquier parte. (...) Es el trabajo de nuestra imaginación, que tiende a producir significados en las cosas y los fenómenos que ellos en realidad no tienen" (2003: p. 53)

Para aquellas cosas que no han sido conformadas para comunicar, el significado, es un resultado no correspondido de la persona que descifra lo que entiende y le da propósito. Precisamente el resultado de la comunicación, el significado esta preestablecido solamente por el emisor.

En las comunicaciones interpersonales se puede captar lo que nos es comunicado a través del habla, pero también se filtra, olvidos significativos. Posiblemente encontramos signos involuntarios en la acción no verbal que acompaña a la comunicación verbal como ser: *gestos, dudas no estimuladas, muecas*. Pueden hacer que aquel mensaje expresado con palabras sea sospechoso o poco creíble y descubrimos segundas intenciones poco explicadas.

La comunicación gráfica, para Costa (2003) es un mensaje preparado y cuidadosamente elaborado antes de la entrega, no fue una improvisación propia del diálogo cara a cara. Para el diseñador, la ambigüedad y el ruido visual fueron cuidadosamente evitados o suprimidos en medio de un mensaje claro, significantes inequívocos que apuntan a asegurar la correcta transmisión-comprensión del significado global.

Son bastantes mensajes gráficos que se ve que presentan confusiones que perturban el significado deseado por el diseñador. Esto pasa en las imágenes que por naturaleza tienen varios significados posibles al mismo tiempo. La complementariedad de ambos lenguajes -textual e icónico- hace que la imagen, muestre lo que el texto no puede mostrar, y que éste explique o argumente lo que la imagen no puede explicitar. (Costa, 2003: p. 56)

2.4 El estructuralismo en el contexto simbólico

Para Torrico, el estructuralismo no es más que las propuestas que hizo Ferdinand de Saussure sobre la lingüística que estaban referidas a la preponderancia del sistema, del entorno, sobre los signos independientes, que más tarde otros autores recogieron esas sugerencias dentro de la investigación en comunicación. Por ello, la preocupación central de los estructuralistas es la significación, sus niveles, modos y estructura. En consecuencia, su objeto de estudio será el mensaje. (Torrico, 1997: p. 36)

Del mismo modo, resalta Torrico, en su evolución muchos estudios estructuralistas, ganaron no solo el espacio del signo, sino el del propio texto y los códigos verbales, para unir sus intereses tanto los códigos extralingüísticos (socio-culturales) como los mecanismos codificadores de las fuentes y las actividades de reconocimiento de los mensajes elaborados por los receptores.

Para Roland Barthes, en sus Ensayos Críticos. “El estructuralismo no es una escuela ni un movimiento, no existe razón alguna para restringirlo a priori al pensamiento científico... puede decirse, pues, en relación con todos sus usuarios, el estructuralismo es esencialmente una actividad, es decir, la sucesión regulada de un cierto número de operaciones mentales. Ronald Barthes, ensayos críticos.”

Al respecto, Barthes analiza los procesos y productos de la cultura de masas como elementos de relación profunda de la sociedad en términos de coordinación entre cambio de objetos y cambio de significados. Barthes, además, fomenta claramente la implementación del análisis semiótico estructural a la cultura de masas.

Es complejo identificar a un grupo de teóricos que se autoproclamen estructuralistas, a diferencia de Claude Levi-Strauss y de Jacques Lacan, el cual desde el psicoanálisis freudiano incorporó las contribuciones de la lingüística estructural. Mas adelante el estructuralismo se establece en el campo de las ciencias sociales como una reciente metodología de análisis de las problemáticas que estudia.

Además, Marafioti señala que:

“El estructuralismo resalta el carácter de totalidad e interdependencia de los elementos que conforman la estructura de los fenómenos sociales. Los elementos forman un todo en virtud de sus relaciones mutuas, se buscan las relaciones entre términos que tienen un valor de posición en el conjunto, y es esta articulación la que los hace significativos. Jean Piaget (1896-1980), al analizar estos fenómenos, señala: El carácter de totalidad propio de las estructuras es esencial, pues la única oposición en la que todos los estructuralistas están de acuerdo es en la de las estructuras y agregados. (...) una estructura esta, ciertamente, formada de elementos, pero estos están subordinados a leyes que caracterizan el sistema como tal; y estas leyes, llamadas de composición, no se reducen a asociaciones acumulativas, sino que confieren al todo en tanto que tales propiedades de conjunto distintas de las de los elementos.” (citado por Marafioti, 2008, p. 37)

Es gracias al estructuralismo como se puede ver un análisis “*desde fuera*” de la cultura de masas a un análisis “*desde dentro*”. Por esta razón que este planteamiento estructuralista ha tenido un gran predominio en el análisis de las culturas de masas.

2.5 Los villanos en el cine

El cine goza de figuras muy particulares, los cuales conforme a su apariencia en la interpretación llegan a ser memorables. Los personajes tienen propósitos

e impulsos dentro de una historia y según su función pueden llegar a tener papeles principales o secundarios. Los personajes principales están compuestos por el protagonista y el antagonista, este último es al que le daré una mirada, más propiamente en su caracterización de villano.

Esta designación para los autores Luis Gasca y Román Gubern (2015):

“procede del bajo latín, de *villanus*, que designo originalmente al hombre rudo de la villa o el campo, tosco y apegado a las supersticiones paganas. Este concepto peyorativo evoluciono en las ficciones populares para designar a sujetos malvados, antagonistas del héroe. La figura metonímica que representa lo moral por lo físico (...) Cuanto mayor sea el poder y las capacidades del villano, mayor será el mérito del héroe que lo derrota. Pero no es infrecuente que el villano sea un personaje más interesante o complejo, por su perversión, que el héroe virtuoso al que se enfrenta (...) En ocasiones el villano tiene naturaleza extrahumana o semihumana (...)”.

El antagonista constantemente se interpone a los deseos del protagonista, como bien lo expone la escritora norteamericana Linda Seger (2002: p. 80)

“El antagonista suele ser el villano, pero no tiene por qué serlo. Puede ser alguien que se opone al protagonista, pero no necesariamente como bueno o malo; es un obstáculo para el objetivo del protagonista”. Por lo demás aclara que el villano “es un personaje que unas veces puede ser principal, e incluso protagonista y otras, secundario. Por definición, el villano es el personaje malvado que se opone al protagonista. Generalmente, los villanos son antagonistas, aunque no todos los antagonistas son villanos. Los antagonistas no serán villanos si, por ejemplo, en lugar de oponerse al protagonista por motivos perversos, lo hacen porque así lo dicta su función en la historia”.

Para entender el mal, Seger (2002) lo identifica al villano como un personaje obsesivo/compulsivo y neurótico. Son psicópatas que no tienen moral, no temen a nada y no se puede confiar en ellos. Solo se preocupan por sus

propios intereses personales y su propia conservación y no sienten empatía por nadie.

En el cine de terror de otras épocas como ser: Nosferatu de 1922, El gabinete del doctor Caligari de 1920 y otros. Los villanos debían tener un aspecto físico muy fuerte y es allí que surge los estereotipos al respecto, su vestuario negro (trajes formales, capas y sombreros), pelo facial, rasgos afilados, y en el rostro expresa permanente enfado. Aquí es donde las expresiones son muy marcadas como la risa malvada y un soberbio exceso de confianza y ego.

Hoy en día, el antagonista es un personaje mejor definido que el propio héroe, que puede romper o no los estereotipos físicos (puede que sea el personaje más atractivo físicamente) a los que estaban acostumbrados las películas de terror de otra época. Incluso puede tomar el papel principal de lo que siempre ha sido su némesis, tanto en la pantalla como en la audiencia, pues “si en pos de la verosimilitud diseñamos a un villano con rasgos contradictorios pero que contengan características moralmente aceptables (como lo podría ser su objetivo en la trama secundaria) sería posible de nuevo que la audiencia se identificara con él” (Lavandier, 2003: p. 74).

El público adquiere una manera de enlazarse con ciertos villanos llegando a sentir simpatía por estos personajes, que antes eran mal vistos y odiados. Y es así que Rib Davis, deja claro que “si estamos con un personaje el tiempo suficiente, tenderemos a identificarnos con ese personaje”.

Pese que hay momentos en trama de las películas donde el villano se impone sobre el bien, sólo al final, la historia da un vuelco, recompensando siempre al héroe y al bien.

2.6 La Semiótica de la Comunicación Textual

Es pues aquella semiótica, que toma el texto como objeto de estudio. La orientación sociocultural característica de este tipo de estudios convertirá al texto en la unidad de análisis por excelencia de la pragmática. La vertiente metodológica de la semiótica textual dará a luz, entre otros al análisis del discurso. (Aguado, 2004: p. 103)

2.6.1 El Discurso y el texto

Ducrot (1996) hace una diferencia entre el texto y el discurso. Y lo define de la siguiente manera:

De acuerdo con el uso extendido en la pragmática textual, definiremos el **texto** como una cadena lingüística (...) que forma una unidad comunicacional (...). La noción del texto no se sitúa pues en el mismo plano que la oración (o de proposición, sintagma, etc.) las estructuras textuales, aunque vienen realizadas por estructuras lingüísticas, constituyen entidades comunicacionales: “un texto no es una estructura sistemática inmanente, sino una unidad funcional comunicacional” (H.F. Pleit, 1975). En cuanto a la relación entre el texto y el discurso, esta va depender evidentemente de la definición que se ofrezca de este último término. Si se define el **Discurso** como todo un conjunto de enunciados emitidos por el enunciador y caracterizados por una unidad global del tema (topic), entonces, el discurso puede o bien coincidir con un texto (es el caso de la comunicación escrita, donde la unidad comunicacional y la unidad temática generalmente suelen coincidir) o bien estar integrado por varios textos (en una conversación).

En resumen, lo que caracteriza al texto es su función comunicacional, mientras que lo que caracteriza al discurso es su unidad temática. Otro aspecto diferenciador importante es el carácter procesual: mientras el texto presenta un carácter estático o momentáneo, el discurso se caracteriza por ser un proceso. En este último sentido es posible afirmar que todo texto es un momento del discurso. (Aguado, 2004: p. 104)

2.7 La Semiótica en la Comunicación Visual

La comunicación visual proviene del estudio de la ciencia general de los signos, conocida en Europa como Semiología y en Estados Unidos como Semiótica.

La semiótica estuvo presente a inicios del siglo XIX por Ferdinand de Saussure, un profesor suizo de lingüística. Aproximadamente por ese periodo, el filósofo norteamericano de nombre Charles Sanders Peirce desarrollo un análisis de los signos, al que nombró Semiótica. Para esta investigación, empleare las palabras semiótica o semiología como semejantes. Ambos filósofos operaron con autodeterminación, surge sinnúmero de semejanzas principales entre sus correspondientes análisis. Uno y otro desempeñaron en primer lugar de modelos estructurales del signo que se enfocaron en la conexión entre los componentes del mismo. Para Saussure y Peirce, es la vinculación entre los elementos del signo la que permite transformar las señales, cualquier sea el modo en que se presenten, en un mensaje que logramos comprender, no obstante, emplearon terminologías distintas, se halla una clara semejanza entre las definiciones de ambos modelos.

Sin embargo, hay diferencias cruciales entre los dos estudios. Una diferencia importante es que el modelo de Saussure era estrictamente un estudio lingüístico y, en consecuencia, refleja poca importancia al lector en el proceso. Por otro lado, era un elemento clave en el modelo de Pierce.

Existen tres áreas principales dentro de lo que entiende la semiología: los signos propiamente dichos, la forma en que se organizan en sistemas, y el contexto en que aparezcan.

Antes de Saussure, la lingüística se centró principalmente en el uso histórico del lenguaje. Buscando fuentes de significado, los lingüistas estudian los

orígenes del lenguaje; la investigación asumió que, si el significado se puede encontrar en el lenguaje, la esencia del pensamiento también se encuentra en el origen del lenguaje. En sus primeras etapas, la lingüística fue un intento de explicar los signos imaginándolos como descripciones de una secuencia de gestos, acciones y sentimientos.

Este estudio evolucionó hacia una investigación comparativa de las formas de las palabras en las distintas lenguas y de su evolución. Durante ese periodo, los lingüistas se dedicaban de la estructura del lenguaje, sin ocuparse de su relación con la mente. El propio Saussure se centraba al estudio de las lenguas históricas y hacia un énfasis en la gramática comparativa de las lenguas indoeuropeas, especialmente del sánscrito.

En la concepción de Crow:

“Saussure no estaba satisfecho de la manera en que los lingüistas abordaban la lengua, pues sentía que no habían determinado la naturaleza de lo que estaban estudiando. En consecuencia, Saussure propuso un modo completamente diferente de enfocar la cuestión, volviendo a las esencias y considerando la lengua como un sistema de signos. Si pudiéramos entender cómo funciona el sistema de la lengua seríamos capaces de descubrir cómo se forma el significado. La diferencia radical de esta aproximación consiste en que Saussure y los estructuralistas buscaban los principios subyacentes de la lengua, aquellos que todos los hablantes tienen en común. Estos principios son fijos y no evolucionan con los cambios sociales o tecnológicos”. (2008: p. 61)

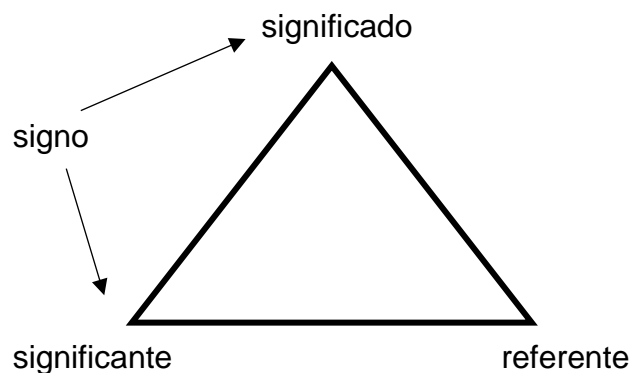
Saussure era lingüista y, por ello, su teoría apunta en el lenguaje y su modelo se sustenta en las palabras como signos.

De acuerdo con Saussure, la lengua se constituye a partir de un pequeño conjunto de unidades llamadas *fonemas*. Para Crow (2008)

...Los fonemas son los sonidos que empleamos en diversas combinaciones para construir palabras. Tales sonidos solamente pueden considerarse como lenguaje cuando tienen por finalidad comunicar una idea. Para hacerlo así, deben formar parte de un sistema de signos. El significado de las unidades individuales (los fonemas) se sacrifica con el fin de poder obtener un número ilimitado de significados en un nivel superior, cuando los fonemas se agrupan para formar palabras... (...) Las palabras a su vez, representan objetos o, para ser más exactos, una imagen mental de los objetos. Lo que Saussure expone es un sistema de representaciones. En este sistema una letra, por ejemplo, la *p*, representa un sonido. Una reunión de letras (una palabra) se emplea para representar un objeto. Cada uno de estos dos ejemplos contienen dos elementos fundamentales que componen el signo: *el significado y el significante*. La palabra (su sonido o escritura) es un significante, y el objeto que representa, el significado. El signo se crea por la unión de ambos elementos.

2.8 Formación del significado

El triángulo básico de Ogden y Richards, define mejor al significado, y que adecuado a la formulación de Saussure se analiza el significado, el significante y el referente. Se alcanza a representar ese triángulo con el esquema siguiente:



El *significante* equivale la cara externa del signo, sea este lingüístico o no, y al ser un estímulo (energía física de entrada) es capaz de impresionar alguno de nuestros sentidos. El *significado*, en tanto cara interna del signo, es de naturaleza abstracta y puede ser definido como la información que el signo contiene, es decir una noción, concepto o construcción mental que una cultura ha elaborado de un referente. El *referente*, por último, es el elemento extra sónico (cosa, acontecimiento, entidad, etc.) con lo que el signo se relaciona. Es obvio que el referente no forma parte de la estructura interna del signo, pero es necesario considerarlo para entender la relación de los signos con la realidad. (López, 2001: p. 28)

El triángulo expone, que un signo resulta de la unión del significante, significado y el referente no figura en su estructura.

En este epígrafe se analiza los diversos modos en que se forma el significado dentro del signo. Los autores tanto Saussure como Peirce concuerdan en que para entender cómo deducimos el significado de un signo se necesita comprender la estructura de los signos. Para entender mejor las relaciones dentro de las estructuras, Peirce definió tres categorías de signos, que son expresados por Crow de la siguiente manera:

- **Ícono.** – Similar al signo. Una fotografía de alguien podría describirse como un signo icónico, puesto que se parece físicamente a aquello que representa. También existen palabras icónicas, en las que el sonido se parece a la cosa representada. Palabras onomatopéyicas como *zas* o *guau* pueden considerarse pertenecientes al lenguaje icónico.
- **Índice.** – Existe una relación directa entre el signo o el objeto. En esta categoría, el humo es un índice del fuego y la cola un índice del perro. Las señales de tráfico son signos de tipo índice, puesto que tienen una relación directa con la realidad física del lugar en el que están emplazadas, por ejemplo, un cruce o un puerto de montaña.

- **Símbolo.** – En esta clase de signos no hay conexión lógica entre el signo y su significado. Para funcionar dependen exclusivamente de que la persona que los percibe haya aprendido la relación entre el signo y su significado. La cruz roja es un símbolo que reconocemos como “asistencia”. Las banderas son símbolos que representan territorios u organizaciones. Las letras del alfabeto son signos simbólicos cuyos significados hemos aprendido.” (Crow, 2008: p. 33)

Saussure como lingüista, no se interesaba en los signos de tipo índice ya que su interés fundamental se focalizaba en las palabras. Las palabras son signos de modelo simbólico. Sin embargo, las palabras onomatopéyicas, también podrían ser tomadas en cuenta como signos icónicos. Saussure dividió los signos en dos categorías, muy similares a las de Pierce, expresados por Crow (2008) de la siguiente manera:

- **Icónicos.** - Al igual que los iconos de Pierce, son semejantes a la cosa que representan.
- **Arbitrarios.** – Son los mismos que los símbolos de Pierce. La relación entre significante o significado es arbitraria. Funcionan según normas acordadas. (Crow, 2008: p. 33)

A su vez, Crow (2008) indica: “cualesquiera que sean los términos empleados, las categorías no son incompatibles y pueden funcionar en conjunto.”

Pierce detectó tres niveles de propiedades de los signos, niveles que se identifica en el modelo del triángulo. Pierce llamo a estas propiedades primariedad, secundariedad y terciariedad, expresados por Crow de la siguiente, manera:

- **Primariedad.** – Es una sensación de algo. Podría describirse como un sentimiento o estado de ánimo. Decir que uno se siente triste funcionaría en este primer nivel.

- **Secundariedad.** – es el nivel de los hechos. La relación física entre una cosa y otra. La señal del tráfico de más arriba funciona en este “nivel físico de los hechos.
- **Terciariedad.** – podemos pensar en este nivel como el nivel mental. Es el nivel de las reglas generales que reúnen a los otros dos en una relación. Vincula el signo al objeto mediante una convención. La asociación que tenemos en la mente entre el círculo de estrellas amarillas sobre fondo azul y la Unión Europea es una relación mental basada en una convención.” (Crow, 2008: p. 34)

Según Crow: “el significado que obtenemos de un signo puede funcionar en más de un nivel a la vez. Por ejemplo, una bandera blanca que significa “rendición” o la tarjeta roja empleada para expulsar a un jugador del terreno de juego es un argumento (una razón), es simbólica (su significado se aprende por convención) y es un legisigno (está unido a una ley). Un dicente/indéxico/sinsigno es exactamente lo mismo que un argumento/signo/legisigno.” (2008: p. 35)

2.9 La Semiosis

Para Peirce el término Semiosis se emplea para describir la transferencia de significado: el acto de significar.

Por consiguiente, para Crow la semiosis:

“se caracteriza por que no la considera un proceso unidireccional con un significado fijo, sino que forma parte de un proceso entre el signo y el lector de signo. Es un intercambio entre ambos que implica cierta negociación. El significado del signo quedará afectado por el trasfondo del lector. Su pasado, educación, cultura y experiencia tendrán peso en la manera en que se interprete el signo. Uno de los ejemplos claros de este hecho es el uso simbólico del color en las diferentes culturas (...)” (2008: p. 36)

Charles Morris en su libro *Signos, lenguaje y conducta* (1985: p. 27), señala que la semiosis es un proceso que implica tres factores "el vehículo sígnico, el designatum, y el interpretante". En la postura de Morris, la semiosis surge cuando un determinado objeto o cosa adopta un significado respecto al sistema social se transforma en signo.

Por otro lado, para Umberto Eco:

“La semiosis se explica por sí misma: esa continua circularidad es la condición normal para la significación y es lo que permite el uso de los signos para referirse a cosas (...) La significación (y la comunicación), mediante desplazamientos continuos, que refieren un signo a otros signos, o a otras cadenas de signos, circunscriben las unidades culturales de modo asintótico, sin llegar a tocarlas directamente, pero volviéndolas de hecho accesibles a través de otras unidades culturales.

(...) Las unidades culturales se explican a través de entidades semióticas. Existe una circularidad, que es condición normal para el proceso de significación y esto permite que los signos se puedan usar para referirse a cosas” (Eco, 1975: p. 118).

2.10 El Valor en la significación

Para Saussure (1998), “El lenguaje es un sistema de términos interdependientes en el cual el valor de cada termino procede únicamente de la presencia simultanea de los demás”. Lo que definía el significado de un signo era lo él lo determinaba como “valor”.

Saussure se enfocó en la comunicación entre un signo y los demás signos dentro de un mismo “sistema”. Saussure tiene un término propio, *significación*. Para Saussure, la significación se obtiene mediante el empleo de los conceptos, los significados, para categorizar la realidad de manera que podamos entenderla. Los significados son elementos artificiales creados por

nosotros y por nuestra sociedad y cultura. Forman parte de nuestro sistema de comunicación, el cual es exclusivo de nuestra cultura particular. El significado no procede de la relación del signo con la realidad (...) sino de la relación entre el signo y los otros signos que lo rodean. (Crow, 2008: p. 38)

Para explicar el concepto, Saussure describe el lenguaje como una hoja de papel con una cara ocupada por el pensamiento y la otra por el sonido.

Con el objetivo de Crow (2008, p. 41) el valor se compone siempre de dos elementos:

1. Un elemento disímil que puede cambiarse
2. Un elemento similar que puede compararse

Para definir el valor de un signo, es imprescindible que este sea distinto de otros con los que lograría sustituirlo. De esta manera, una palabra consigue ser intercambiado por una idea. Además, el valor de un signo se identifica cuando se puede ser sustituido por otro similar o idéntico; a tal efecto, una palabra puede ser modificada por otra de la misma naturaleza.

2.11 Conexiones sintagmáticas

El sintagma es una sucesión producto de la fusión de varias unidades consecutivas.

El sintagma para Crow:

(...) se trata de una colección de signos organizados en una secuencia lineal. La palabra *libro* es un sintagma que emplea un conjunto de unidades l/i/b/r/o. Una frase es también un sintagma. Si tomamos la frase “La niña lee el libro”, las palabras son los signos ordenados en una secuencia sintagmática en la cual cada signo tiene una relación sintagmática con los signos que la preceden y que la siguen. Como en la palabra *libro*, el valor de estos signos resulta afectado por los signos que los rodean.

En términos visuales, las ropas que vestimos son un sintagma formado por unidades, que son cada una de las prendas que llevamos encima. Las prendas de ropa, a su vez, son también sintagmas compuestos por unidades como mangas, cuellos, puños, etc. Como en los ejemplos previos, el valor de estas unidades (signos) pueden verse afectadas por su combinación con otros signos. Todos creamos continuamente sintagmas cuyas combinaciones están reguladas por convenciones. Estas convenciones o reglas son una característica del sintagma. (Crow, 2008: p. 41)

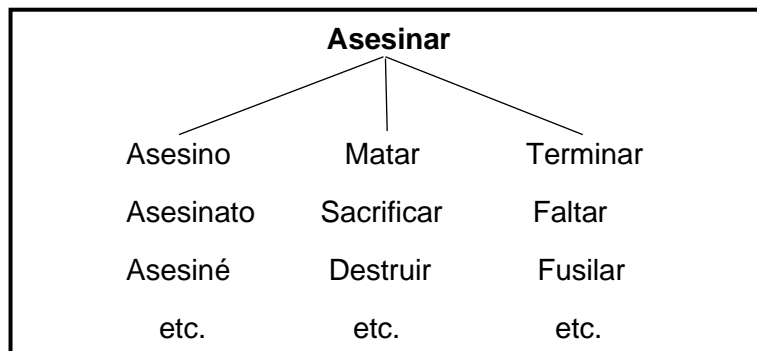
2.12 El Paradigma en la significación

El significado que extraemos de una colección de signos (significación) no procede únicamente de esa combinación lineal. Cuando hacemos combinaciones de signos, sean palabras, frases o series de frases, nos encontramos ante una serie de elecciones individuales en la que podemos sustituir un signo por otro dentro del mismo conjunto (...). Cuando realizamos elecciones en este paradigma creamos palabras que son parte de otro conjunto de paradigmas: nombres, verbos, etc. Si sustituimos la “o” por la “a” del paradigma alfabético en el sintagma *libro* para formar *libra*, cambiamos por completo el significado. Las maneras en que usamos el lenguaje crean otro conjunto de paradigmas como son la jerga legal, la tecnológica o la barriobajera. En poesía, las palabras rimadas serían paradigmas basados en el sonido. (Crow, 2008: p. 42)

Las dos características básicas del paradigma según Crow, son:

1. Las unidades del conjunto tienen algo en común.
2. Cada unidad se diferencia de manera obvia de las demás que forman el conjunto.

Las relaciones paradigmáticas para Margarita Jara (2001), operan por asociación en la memoria. Es decir, un signo puede llevar a recordar otros signos que están emparentados con él.



En consecuencia, un paradigma puede ser identificado como una serie de signos interconectados entre sí.

2.13 Lectura del signo

En el ámbito de la palabra “signo” las concepciones son múltiples y complejas. Para varios lingüistas, los sonidos o fonemas de una lengua y letras de la escritura, son signos.

La palabra “signo” viene del latín *Signum*, que consiste al mismo tiempo entre signo y dibujo.

Los signos en general tienen una variedad infinita, inagotable, y una sola ley que los define: “signo” es todo aquello que significa.

Desde la semiótica, *signum* posee diversas acepciones: señal, marca, índice, indicio, huella, impronta, síntoma, símbolo, sello, etcétera. (Costa, 2008: p. 11)

El significado de todo signo es modificado de quién interpreta lo que lee. Pierce identifica un proceso creativo de intercambio entre el signo y el lector.

2.13.1 El signo, lo esencial para lector

Si bien se percibe un gran parecido entre el *interpretante* de Pierce y el *significado* de Saussure, evidentemente a Saussure no le importaba la conexión entre el significado y la realidad a la que hace referencia. La realidad, a la que Pierce nombra *objeto* no existe en el modelo de Saussure, quien a su total interés era la lengua y no se invadía en el papel del lector. Sus ideas se enfocaban en las estructuras complejas de la lengua que utilizamos para formar las palabras y las frases.

Saussure (1998) menciona que:

“Es concebible una ciencia que estudie la vida de los signos en la sociedad; sería una parte de la psicología social y, en consecuencia, de la psicología general. Llamare a esta ciencia semiología (del griego semeion, “signo”). La semiología debería mostrar lo que conforma los signos y las leyes que los gobiernan. Puesto que todavía no existe, nadie puede decir cómo será; pero tiene derecho a la existencia, su lugar ya está prefijado. La lingüística es sólo un parte de la ciencia general de la semiología. Las leyes que descubra la semiología serán aplicables a la lingüística, y esta última ocupará un área bien definida dentro de la masa de los hechos antropológicos.”

Ronald Barthes, un partidario de Saussure, mantuvo la controversia teórica. Barthes perfeccionó las ideas de Saussure para considerar el rendimiento del lector en su interrelación con el contenido. Para Barthes la ciencia de los

signos comprende mucho más que la elaboración de las palabras y sus representaciones.

En la concepción de Crow, la semiología comprende todos los sistemas de signos cualesquiera que sean sus contenidos o límites. Imágenes, sonidos, gestos y objetos son todos ellos partes de sistemas que tienen significados semióticos. (2008: p. 56)

En tanto que Saussure estudio la lingüística en virtud de la semiología, Barthes le cambio de dirección y nace la semiología, la ciencia de los signos, era de hecho una parte de la lingüística. Él plantea la semiología como: *“la parte que se ocupa de las grandes unidades de significado del discurso”*

Barthes contempla que el lector tiene un papel clave en el proceso de leer el significado. Además, identifica relaciones estructurales en los elementos del signo. Las nociones, se enfocan en dos tipos independientes de significación: denotación y connotación. Y son expresados por Crow de la siguiente manera:

- **Denotación.** – Lo que representa. Este primer orden de significación es directo. Se refiere a la realidad física del objeto significado. En otras palabras, una fotografía de un niño representa un niño. No importa quién haya hecho la foto ni cómo ésta haya sido realizada, en este primer orden de significación sólo representa “niño”. Aunque tomemos un amplio abanico de fotografías de un niño, todas distintas entre sí, sus significados son idénticos en el plano denotativo.
- **Connotación.** – Cómo se representa. En realidad, sabemos que el uso de diferentes tipos de película, la iluminación, encuadre, desenfoque, etc., harán cambiar la forma en que leamos la foto del niño. Una imagen de un niño granulada y en blanco y negro o en sepia traerá consigo ideas de nostalgia; un enfoque suave añadirá sentimiento a la lectura de la imagen, y un encuadre cercano de la cara nos llevará a concentrarnos en las emociones que experimenta el niño. (2008: p. 67)

David Crow define:

La connotación es arbitraria por cuanto los significados aportados a la imagen en este nivel se basan en reglas o convenciones que el lector ha aprendido. Puesto que las convenciones varían de unas a otras culturas, se deduce que el efecto connotativo de las convenciones, las reglas para leer las imágenes, variarán también entre las diversas comunidades. (2008: p. 57)

Para estos dos grandes términos, se expresa que la denotación tiene que ver con el discurso que se da sobre el significante o la expresión de un signo. La denotación, además, tiene que ver con lo que se constituye. En términos de connotación, se refiere a la discusión que transmitimos sobre el significado o contenido de un signo.

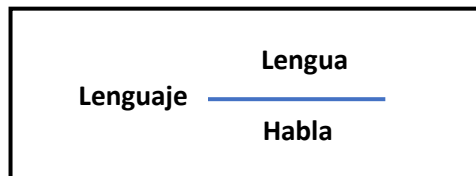
El autor Crow identifica dos grandes términos de la siguiente manera:

- **Convención.** – es el acuerdo con respecto a cómo debemos responder ante el signo. Hemos mencionado ya convenciones como el primer plano y la imagen en grano grueso y en blanco y negro. Convenciones como éstas sazonan todas las imágenes que leemos hoy en día. Sabemos de manera instintiva que el movimiento a cámara lenta no significa que la acción esté ocurriendo muy despacio, sino que debemos entenderlo como una señal para fijarnos en la habilidad de la acción o para admirar su belleza. La tipografía rota de un sello de goma proporciona una inmediatez gestual, sugiere lo informal; casi podemos escuchar el sonido que hizo el sello cuando la imagen fue tomada. El significado procede de la convención hasta tal punto que los signos con poca convención deben ser muy icónicos para llegar a un público amplio. Dicho de otro modo, un signo con poca convención necesita ser altamente motivado.
- **Motivación.** – el término se emplea para denotar en qué grado el significante describe el significado. Por ejemplo, una foto es altamente motivada, puesto que describe en detalle el tema de la imagen, se parece a la cosa o a la persona a la

que representa. Empleando el término acuñado por Saussure y Pierce, es icónico. Un signo muy motivado es muy icónico. Siguiendo la terminología de ambos autores, un signo arbitrario (Saussure) o, si lo preferimos así, un signo simbólico (Pierce) puede describirse como inmotivado. Para seguir con el ejemplo anterior, la fotografía de un niño está altamente motivada, mientras que el dibujo de cómic de un niño es una imagen menos motivada. En el ejemplo fotográfico el elemento arbitrario se limita al encuadre, enfoque, etc., mientras que en el cómic el autor puede tomarse libertades con la realidad del aspecto del niño. Así pues, cuanto menos motivado esté el signo más importante es que el lector conozca las convenciones que ayudan a descifrar la imagen. (Crow, 2008: p. 58)

2.13.2 Lengua y habla

Se puede conseguir percibir la distinción entre ambas ordenes de significación como la desemejanza en medio de lo que “*decimos y el cómo lo decimos*” (Saussure separaba ambos y los denominaba *langue* y *parole*. Sin embargo, en el anterior subapartado se menciona que el interés primordial de Saussure es el sistema, la lengua, la *langue*).



Para Barthes, la lengua es el lenguaje menos la palabra, y justamente es una institución social y un sistema de valores. El habla, de acuerdo con Barthes, es un acto individual de selección y actualización. A fin de disociar lengua y habla, Barthes nos da pautas a los que se puede superponer dichos conceptos.

Con relación al *sistema de la moda* Barthes califica la lengua como las prendas del vestuario conjuntamente con las reglas que guían sus combinaciones. Respecto a lo mencionado, Crow menciona lo siguiente:

Es *el sistema del atuendo*, el habla sería la forma individual de vestir, los caprichos personales, el grado de limpieza, la talla, la libre combinación de prendas, etc. En *el sistema del coche*, las diferentes maneras de conducir equivaldrían al plano del habla. (...) Así pues, podemos decir que cuando las personas, por ejemplo, adoptan diferentes peinados, aunque empleen el mismo lenguaje (el sistema de peinados) usan distintas formas de habla o, por utilizar la terminología de Bourdieu, diferentes dialectos. (2008: p. 61)

Alicia Pinzas resume elementos esenciales para definir cada uno de los dos conceptos, y lo hace mediante este cuadro:

Lengua	Habla
Sistema	Acto concreto
Virtual	Actualización de algunas virtualidades
Social	Individual
Psíquica	Psíquica, fisiológica, física
Mas o menos fija y perdurable	Momentánea

2.14 El Texto e imagen

Para algunos lingüistas, los códigos deben ser digitales, en otras palabras, formados por un número fijo de dígitos o unidades. Con los lineamientos de Crow, se pueden tomar en cuenta lo siguiente:

- **Los códigos digitales.** – Son paradigmas en los que cada una de las unidades del conjunto se diferencia claramente de las demás (las dos características básicas de un paradigma

son que las unidades del conjunto tienen algo en común y que cada unidad se diferencia claramente de las demás). El alfabeto sería el más claro ejemplo de un código digital.

- **Los códigos analógicos.** – Son paradigmas en los que la distinción entre cada unidad no está clara; operan más bien sobre una escala continua. La música y la danza, por ejemplo, podrían describirse como códigos analógicos. Sin embargo, muchos códigos analógicos se reducen a digitales con el fin de reproducirlos de otro modo. La notación musical, por ejemplo, reduce las cualidades analógicas del sonido a notas bien diferenciadas con signos individuales. (2008: p. 73),

En cuanto a las relaciones entre texto e imagen, Barthes se percata en la elaboración de publicidad. En la publicidad, el lector puede tener la seguridad de que la significación siempre es intencionada. La función de la publicidad es comunicar al público las características favorables del producto lo más perceptible posible. De este modo lo manifiestan los tres principios básicos de la escritura publicitaria según Frank Jefkins (1976):

- 1) “El anuncio debe tener interés y valor para el lector. El autor debe preguntarse: ¿Cómo puedo interesar al público en mi propuesta? ¿En qué puede servir mi oferta al público?”
- 2) El anuncio debe ser preciso, es decir, ir al asunto lo antes posible; de ahí el éxito de la palabra más explotada en publicidad: ¡GRATIS!
- 3) El anuncio debe ser conciso, decir lo que tenga que decir con las menos palabras posibles, sin olvidar que una enciclopedia de muchos volúmenes puede resultar concisa en comparación con una novela prolija”

Barthes establece una estructura de lectura de comunicación texto/imagen que abarca tres mensajes distintos. Crow (2008) representa estos mensajes de la siguiente forma:

- **El mensaje lingüístico.** –(...) Se trata del propio texto, usualmente en forma de eslogan o un tema que acompaña a la imagen. La lectura del mensaje lingüístico requiere un conocimiento previo de la lengua concreta empleada, por

ejemplo, francés, alemán, inglés. El mensaje lingüístico también puede incluir un significante de segundo orden por implicación; por ejemplo, un anuncio que incluya la palabra “Volkswagen” nos dice el nombre del fabricante, pero también añade ciertas características de origen nacional. Al mismo tiempo que el nombre, captamos nociones de alta calidad del diseño e ingeniería de precisión.

- **El mensaje icónico codificado.** – El segundo es *el mensaje icónico codificado*. Se trata de un mensaje simbólico que funciona en el plano de la connotación. El lector participa de la lectura al aplicar su conocimiento del código semántico de la imagen. La imagen de una fuente con frutas, por ejemplo, puede implicar bodegón, frescura o puestos del mercado.
- **El mensaje icónico no codificado.** - El tercer mensaje se describe como *mensaje icónico no codificado*. Por ejemplo, una fotografía podría considerarse un mensaje sin código, ya que el lector ve el medio en sí: es una fotografía. Esto funciona en el plano de la denotación.” (p. 75 - 76)

Barthes afirma que el mensaje lingüístico puede desligarse inmediatamente de los otros dos, más sin embargo los otros dos no pueden dissociarse, esto se debe a que espectador los lee ambos juntamente. Es decir, *el medio no puede separarse del mensaje*, una situación que Marshall MacLuhan señaló en su libro *El medio es el mensaje*.

El mensaje lingüístico tiene por su lado al código es la escritura, como ser: las letras palabras y el idioma. En la actualidad los sistemas de comunicación visual y el código lingüístico aporta mucho a las imágenes. Por lo general, el mensaje icónico codificado y no codificado son aquellos códigos visuales que se refieren a la imagen propia.

Como lo menciona Barthes, el texto forma lo que él llama *un mensaje parasitario de la imagen*, creado para agilizar la lectura con significados adicionales. Por consiguiente, la incorporación de texto pueda ser un fuerte método para cambiar o consolidar el significado de una imagen.

El texto cuando se relaciona con la imagen, tiene dos funciones posibles y Crow lo explica de la siguiente manera:

- **Anclaje.** - El anclaje, dice Barthes, dirige al espectador a través de cierto número de posibles lecturas de una imagen, de lo que él llama *cadena flotante de significados* y hace que el lector ignore algunos de los significados y lea otros. El texto responde a la pregunta “¿Qué es esto?” En cuanto a la imagen connotada (el mensaje icónico codificado), el texto ayuda al lector a interpretar los significantes que se le presentan. Y en cuanto a la imagen denotada (el mensaje icónico no codificado), el texto añade reconocimiento. Barthes describe el modo en que el lector es teledirigido hacia un significado elegido de antemano, y señala ello tienen con frecuencia un propósito ideológico. El texto anclado tiene pues un valor represivo en la contemplación de una imagen.
- **Relevo.** – La segunda función posible, relevo, es mucho menos común. El texto es usualmente un fragmento de diálogo y funciona como complemento de la imagen. Este tipo de texto se encuentra en ámbitos como las tiras cómicas, y es de especial importancia en el cine. El texto de relevo se adelanta a la lectura de las imágenes y proporciona significados que no se encuentran en las propias imágenes; es el caso de los diálogos cinematográficos. (2008: p. 76)

2.15 La imagen y su comprensión fílmica.

El diccionario de la Lengua Española define a la imagen como “figura, representación, semejanza y apariencia de una cosa” y la de “representación viva o eficaz de una cosa, de una intuición o visión poética por medio del lenguaje”.

Manuel Alonso y Luis Matilla (2001) entienden por imagen a la “reproducción parcial de algo, de una realidad que se asemeja a otra, y cuando hablamos de

realidad, hablamos de algo que termina en sí mismo, que no hace referencia a nada fuera de sí.” (p. 15)

Algunos autores como A. Moles definen a la imagen como:

“Un soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del medio óptico (universo perceptivo) susceptible de persistir a través del tiempo, y que constituye uno de los principales componentes de los mass-media”. Mientras que J.J. Gibson determina a la imagen como “Un complejo de rayos luminosos que llevan consigo toda la información cromática y espacial que hubiera producido el objeto del que esa “imagen” es la representación”

La imagen para Alonso y Matilla, generalmente, alude a algo, representa algo. Existe relación entre la escultura y su modelo, entre la fotografía y el paisaje. Esa relación, esa vinculación, aun siendo difícil de definir, está tan asimilada por nosotros, tan mecanizada, que nos lleva a sentirnos más antes lo real representado que ante su imagen, en una identificación tan continua como peligrosa. (2001: p. 17)

Las diversas definiciones asignadas a la concepción de imagen, de las cuales mencionamos anteriormente, reflejan que dicha noción es un análisis teórico difícil y polémico.

A manera de conceptos resaltantes se estable:

- A. La imagen supone una organización espacial de estímulos visuales, bien en un plano, bien en un ámbito tridimensional (esculturas, laser). Los estímulos son, prácticamente siempre, materiales, aunque cabe pensar en la pura generación de energía luminosa.
- B. El puro azar puede intervenir sobre la organización de materiales determinados, dando como resultado la aparición de un conjunto de estímulos que actúan sobre los mecanismos de la sensación

visual de manera similar a como lo haría otro conjunto de estímulos nacidos de otros materiales.

- C. El conjunto que constituye la imagen tiene un valor superior al de la mera suma de sus componentes por una integración efectiva de éstos.
- D. La definición que defendemos es absolutamente válida para ser aplicada a la creación abstracta que prescinde de las relaciones de semejanza o reflejo entre la imagen y un posible referente. La imagen puede evocar un algo inexistente, fantástico y, por tanto, no presente en el entorno perceptivo natural, o puede no pretender sino la afirmación de su propia realidad como organización autónoma de estímulos visuales. (Alonso y Matilla, 2001: p. 17)

2.15.1 La Visión codificada de la Imagen

Existe una distinción en medio de la realidad de la imagen y la realidad externa a ella, al que nos remite como dicen Alonso y Matilla:

“a un reflejo visual al que admitimos denominar representación, supone que las imágenes actúan como signos de algo ajeno, además de mantener su propia naturaleza y entidad. Y esa significación de las imágenes, más allá de su materialidad estricta, nos impone la necesidad de reflexionar acerca de la exactitud o inexactitud de tal representación, de su globalidad o parcialidad.” (2001: p. 23)

Las reproducciones visuales se forman con el apoyo de ciertos instrumentos que establece correspondencias o vínculos entre la identidad visual de su creación y lo que esta representa para quienes la contemplamos. Esta acción o efecto (conocido como función semiótica) tiene lugar por la influencia de ciertas constantes de interpretación de la apariencia visual, que conocemos como códigos. Si las imágenes actúan, pues, como representaciones codificadas de realidades externas a ellas, el estudio de la codificación visual nos permitirá penetrar en la comprensión del lenguaje de las imágenes, de su

peculiar modo de transmitirnos datos y sugerencias. (Alonso y Matilla, 2001: p. 23)

Al paso del tiempo, Alonso y Matilla indican que las imágenes incorporan códigos comunicativos generales, que existen en nuestra interacción directa y ordinaria con el entorno, y códigos específicos. Entre los primeros encontramos la gestualidad o la simbología, y entre los segundos, el código gráfico o el de relación compositiva. Todos ellos actúan una vez que ha funcionado el código de reconocimiento de formas, que está plenamente vinculado a nuestro esquema de percepción visual, y todos ellos son de origen o implantación culturales, lo cual implica que su acción provoca dispares efectos en distintos lugares y épocas. (2001: p. 23)

Se han empleado códigos comunicativos que unen la expresión y contenido, forma y fondo, y, que fueron expresados y diferenciados por varios autores. Alonso y Matilla plantean, siete factores de codificación de la siguiente manera:

A. Código Espacial. Los autores mencionan que no podemos hacer una copia visual de todo lo que tenemos delante. Un fotógrafo que pone su mirada en el visor, acota su área de acción o actividad, plasma en un cuadro o fotografía, completa parte de lo que ven los ojos. Esta elección del ancho del espacio de trabajo, junto con la perspectiva desde la que se ve el mismo espacio de trabajo, así como la perspectiva desde la que se ve la misma área (superior, inferior, derecha, superior izquierda, etc.) se llama encuadre. El área aislada desde la que reproducimos visualmente la escena informa inmediatamente nuestra posición física y posibles conclusiones para evaluar nuestras defensas si la escena es controvertida o crea alguna oposición o confrontación. (Alonso y Matilla, 2001)

B. Código Gestual. Alonso y Matilla (2001) plantean que el gesto es un factor que tiene un significado directo constante en la comunicación ordinaria. Su importancia en la creación de mensajes visuales es que se puede realzar a su protagonista, sobre todo cuando a través de imágenes fijas, el gesto o expresión se independiza del entorno que lo crea. Un gesto encarna así una actitud, una tendencia, un estado de ánimo, una representación de una intención que es permanente o al menos mucho más extensa en el tiempo de lo que indicaría su presencia real en el contexto en el que se produjo. El silencio, el nerviosismo, la alegría o la tristeza, el dolor, la calma, el autoritarismo o la benevolencia son algunas de las actitudes que se pueden expresar a través de una composición gestual general y cuyas manifestaciones se pueden encontrar en diversas representaciones visuales de todos los tiempos.

C. Código Escenográfico. – para Alonso y Matilla (2001) los personajes principales de las imágenes continúan solos y están rodeados de una serie de accesorios que configuran el escenario y representan su mera presencia. El vestuario del protagonista, el maquillaje, los hábitos de uso y cuidado personal, y el entorno en el que se encuentra nos informan sobre su personalidad y sus relaciones temporales, espaciales y sociales. El lenguaje de los signos externos, que eleva la apariencia por encima de la esencia de las cosas, ha hecho que la escenografía, el simulacro, sea especialmente importante en nuestra sociedad. Por ello, es de suma importancia insistir en la escenografía como elemento de lectura, decodificación de datos y construcción de mensajes, como instrumento para crear matices importantes. El maquillaje, el vestuario, la utilería, etc. de personas u objetos trabajan juntos para presentar una visión deliberadamente distorsionada de la realidad.

D. Código Lumínico. – La luz reflejada no es solo el resultado final del trabajo creativo, también es la materia prima que tenemos que utilizar. En esta tarea se debe considerar el efecto de los cambios en varios factores sobre el resultado final: el sujeto fotografiado, la luz natural, la luz artificial, los filtros que usamos, el tiempo de exposición de la película, que se ve afectado por la cámara y varía según en la apertura dada a la película, la sensibilidad de la película utilizada y, finalmente, el revelado y la impresión de acuerdo con diferentes materiales de copia. (Alonso y Matilla, 2001)

E. Código Simbólico. - La representación visual de una persona o cosa suele ser entendida por aquellos que la ven como una representación más amplia de la cosa o persona en particular, entonces estamos ante un proceso de comunicación simbólica. Lo único que necesitamos para que cierta característica o imagen simbolice algo para nosotros es que aceptemos su significado y honremos esa relación a lo largo del tiempo. Los significados acordados requieren implantación social para trabajar activamente en la dimensión de la comunicación simbólica, implantaciones logradas a través de una mera relación interpersonal porque la codificación es fácil, o aprendizaje sistemático si es más complejo, como un código de circulación. La aceptación de acuerdos simbólicos puede ser universal o limitada a pequeños grupos.

Las relaciones entre los símbolos y su símbolo pueden determinarse por la existencia de analogías o relaciones de causa-efecto o convenciones puramente pactadas libremente. (Alonso y Matilla, 2001: p. 28)

F. Código Gráficos. – Alonso y Matilla (2001) mencionan que es aquella que está directamente relacionada con los medios técnicos por los que se crea el mensaje visual. La mediación técnica impuesta por medio de la creación determina las propiedades formales que definen o modifican el sentido general de las imágenes resultantes. Primero, porque afecta la textura y

presentación visual de la imagen. Segundo, porque la elección de materiales y herramientas identifica el mensaje con ciertos estilos o tendencias a través de la plantación social. Y tercero, porque los medios utilizados afectan la precisión de la presentación y cómo la percibimos.

G. Código de Relación. – La disposición de los elementos parciales que componen toda la serie de la imagen en el espacio determinado por los bordes del cuadro conforma las relaciones espaciales entre ellos y puede convertirse en un factor jerárquico y ordenador de nuestro proceso de observación visual. receptores fuera. Las relaciones visuales a las que nos referimos se refieren a las relaciones reales de los objetos presentados, que el autor limita a la reproducción objetiva o puede ser potenciada por la composición de la imagen a través de la codificación espacial y fotocromática, especialmente. La elección del formato y la perspectiva conduce a una composición plana o profunda. Respetar las leyes de la perspectiva y el equilibrio entre las masas visuales crea armonía en el conjunto, mientras que el desequilibrio crea tensiones internas entre los elementos del cuadro. Pero también las relaciones entre personajes y objetos a través de miradas, gestos, signos o estrechos contrastes dan dinamismo a la representación y nos hacen transitar de un modo determinado con la mirada y la imaginación. (Alonso y Matilla, 2001)

2.16 La imagen en movimiento

Las imágenes en movimiento son a las que apreciamos mediante los medios audiovisuales, son imágenes consecutivas y se pueden representar mediante el cine, animación, vídeo, etc.

Alonso y Matilla, (2001) indican que cuando hablamos de imagen en movimiento, nos estamos refiriendo a un efecto, a una sensación. La reproducción luminosa de la realidad no se mueve, pero la técnica consigue que nuestro sistema perceptivo pueda recibir la ilusión de ver movimiento cuando es bombardeado por una rápida sucesión de imágenes fijas.

Además, si observamos una película, no vemos más que fotografías muy similares colocadas unas a continuación de las otras. Cuando se proyectan, lo hacen a una velocidad de 24 unidades por segundo y están expuestas ante nuestros ojos aún menos tiempo de $1/24$ seg. porque en ese tiempo también tiene que dar un salto la película desde una imagen a la siguiente, instante en que un obturador impide el paso de luz y deja en negro la pantalla. (Alonso y Matilla, 2001: p. 166)

La imagen cinematográfica es principalmente la producción de una representación fiel de simulación.

Alonso y Matilla (2001) clarifican que en las imágenes no hay movimiento. Existen sistemas que fotografían intermitentemente a gran velocidad y pasan ante nosotros lo que han “visto” a la misma velocidad, y con igual intermitencia que lo captaron. Nuestros ojos, nuestra percepción hacen el resto. Sin embargo, para entender mejor, expresan que las imágenes del cine y las de la televisión son imágenes en movimiento.

2.17 La transformación cognitiva de la percepción

Para Justo Villafañe (2009) la percepción es:

(...) un proceso conductual esotérico e informal que implique métodos de investigación y estudio excepcionales. El problema en lo que radica en lo que cada uno entiende por percepción, y al hablar de la polisemia de ese término no me refiero solo a los individuos particulares, sino a las distintas escuelas que desde presupuestos científicos han abordado el tema. Desde la mera explicación de cómo se produce un registro retínico de un objeto del exterior, al papel que este puede jugar en lo que William James llamó “campos de conciencia”, existe todo un sinfín de hechos perceptivos que, si son aislados, pueden identificarse con el proceso mismo de la percepción.” (p. 76)

Es fácil deducir la necesidad de fijar los límites de cualquier explicación acerca del proceso perceptivo, y por aquello de que la claridad es una cuestión de cortesía con el lector, resulta, asimismo, deseable declarar las intenciones de dicha explicación. (Villafañe, 2009: p. 76)

a) Percepción y conocimiento

Fueron los pitagóricos quienes produjeron la primera grave escisión entre estas dos formas del conocimiento al plantear, de forma dicotómica, la existencia del mundo “celestes” y otro “terrestre”. El primero de ellos, basado en la lógica matemática, era el reino de la astronomía; la segunda era imprescindible, e igual que la naturaleza y la existencia humana, las cuales estaban gobernadas por leyes individuales. (Villafañe, 2009: p. 77)

Villafañe (2009) indica que la concepción primitivista evolucionó siempre dentro de los estrechos cauces de la dicotomía: conocimiento sensorial versus conocimiento racional. Así, Parménides de Elea afirmaba que la razón debía corregir las ilusiones sensoriales que los sentidos proporcionaban, es decir, que distinguía entre percepción y razonamiento.

Con la excepción de los pitagóricos, los griegos no rechazaron por completo el conocimiento sensorial, aunque sus dudas estaban mal disimuladas, y en

general aceptaron la propuesta de Parménides de que el razonamiento intelectual era un medio para evaluar cualitativamente las experiencias sensoriales de la percepción.

Aristóteles es el primer pensador en dar una carta al conocimiento sensorial al desarrollar los conceptos de inducción de la abstracción. A través de la inducción, obtenemos conocimiento basado en nuestra propia experiencia de la realidad.

Villafañe (2009) describe que la teoría mentalista fue desarrollada por Herman Von Helmholtz (1924) entre 1860 y 1870 y reemplazó la percepción sensorial con el conocimiento intelectual, afirmando que en las representaciones infantiles y primitivas el niño reemplaza lo que sus ojos perciben con conceptos intelectuales abstractos. en otras palabras, dibuja lo que sabe antes de ver. Y son expresados de la siguiente manera:

1.- La capacidad abstracta de mentes no maduras es mínima. La figura de un hombre vista frontalmente es simétrica, un edificio con la superficie plana de la calle forma un ángulo recto; estos son datos suministrados por un conocimiento visual que puede, es cierto, formalizarse, pero lo que resulta dudoso es que el niño posea esta capacidad de abstracción y llegue a representar la simetría y la perpendicularidad gracias a una formalización abstracta y no debido a un conocimiento visual.

2.- los mentalistas afirman: “el niño representa una cabeza redonda por que ha oído que es redonda”. De acuerdo, pero: ¿De dónde ha obtenido el niño la forma redonda con la cual representar el objeto cabeza? Lógicamente del conocimiento visual.” (Villafañe, 2009: p. 78 - 79)

Sin embargo, el principal argumento para justificar el carácter inteligente de esta percepción visual es que dicho proceso tiene tres etapas principales que caracterizan todas las funciones cognitivas: recibir, almacenar y procesar

información, que en el caso de la percepción es lógicamente sensible en la naturaleza. (Villafañe: 2009)

b) La sensación visual

Lo cognitivo es el resultado de relacionar dos informaciones distintas para extraer un resultado nuevo; en la percepción, esto es posible al final del proceso, cuando se conecta la estimulación aferente (sensación visual) con el material almacenado (memoria visual). Es evidente, por tanto, que, aunque en la sensación existan algunos mecanismos como la selección, que también se encuentran en la fase perceptiva final (pensamiento visual)- que si es cognitiva- este hecho no es suficiente para otorgarle tal carácter, ya que la función que cumplen en ambas fases es diferente. (Villafañe, 2009: p. 81)

Creo oportuno dejar de lado hablar de la capacidad de selección visual, que es sin duda la propiedad más importante de la percepción. Cualquier sistema que pueda elegir y discriminar está cerca del comportamiento inteligente. En todas las fases de la percepción visual, este hecho aparece constantemente, pero, el carácter cognitivo de esta elección depende de la fase del proceso en que se produzca. En el siguiente diagrama, ilustro este hecho al referirme a una manifestación importante de esta elección visual en cada etapa. (Villafañe: 2009)

c) La memoria visual

La memoria visual es “la capacidad de almacenar ciertas informaciones para procesarlas en otro momento junto a la información aferente o inmediata, es la base de los procesos cognitivos, ya sean humanos o artificiales.” (Villafañe, 2009: p. 82)

Villafañe menciona que en el hombre el sistema de memoria compone tres almacenes de información:

1. La memoria icónica transitoria (m.i.t.), que también recibe los nombres de almacén de información sensorial (a.i.s.) o “icón”, dependiendo del autor que se utilice. Este primer almacén tiene una naturaleza sensorial.
2. La memoria a corto plazo (m.c.p.), que es un tipo de memoria primaria de naturaleza verbal, donde la información mediante técnicas de repetición puede ser preservada y transferida al siguiente almacén.
3. La memoria a largo plazo (m.l.p.) o memoria secundaria, es el almacén definitivo de algunas informaciones (hábitos, conceptos, destrezas psicomotrices, lenguaje, etc.) aquí la información, si es necesario, puede mantener durante tiempo ilimitado.” (Villafañe, 2009: p. 82)

Los tres almacenes mencionados anteriormente establecen la dimensión estructural y constante de la memoria, pero, asimismo: “existe otra dimensión que hay que tener en cuenta en el funcionamiento de la memoria: los *procesos de control*, es decir, el conjunto de variables (atención, aprendizaje, etc.) que regulan que información ha de guardarse y cual otra no resulta necesaria” (Villafañe, 2009: p. 81)

El primer almacén de memoria:

tiene una capacidad de absorción limitada, lo que supone que una parte de dicha información no se va a procesar. Esta selección se produce mediante dos mecanismos simultáneos: una exploración (scanning) de dicho material y una operación de búsqueda (search) de posibles asociaciones con la información ya almacenada en la memoria a largo plazo. La información que se desecha sufre un proceso de deterioro y decaimiento (decay) sumamente rápido (en torno a un segundo), el resto pasa a la memoria a corto plazo. Hay que advertir que sólo el primero de los tres almacenes de memoria tiene una naturaleza sensorial; de que la información sea transferida al siguiente almacén, se codifica verbalmente, lo que hace a partir de la m.c.p toda la información se encuentre homogeneizada, importando poco cual

haya sido la naturaleza del *input* sensorial. (Villafañe, 2009: p. 83)

Para Villafañe “*La memoria a corto plazo*”:

Es el de mayores actividades dentro del sistema de memoria (working memory); esto se debe a dos hechos: el periodo de decaimiento, que, aunque es mayor que en el almacén anterior difícilmente supera los veinte segundos, y la capacidad de almacenamiento de información que es bastante limitada (simultáneamente no admite más de siete bits). Por estas dos razones, la información sufre un continuo desplazamiento que solo es evitable mediante la repetición (rehearsal), posibilidad ésta que no se daba en la memoria sensorial. Otra diferencia entre la memoria a corto plazo y la sensorial es la forma de registrar la información; mientras que en esta se produce una copia exacta del estímulo, en aquella se da una interpretación selectiva de esa mimética información sensorial. Tanto en el almacenamiento como en la pérdida de información en la m.c.p juegan un papel primordial los procesos de control anteriormente citados, especialmente la atención. (2009: p. 83)

Finalmente, la información que aparece a “*la memoria a largo plazo*”:

Es codificada en este almacén en función de categorías semánticas. a diferencia de los dos almacenes anteriores, la m.l.p tiene una capacidad casi limitada y cualquiera información que en ella se almacén puede permanecer por tiempo indefinido sin alterarse; solo mediante algún tipo de interferencias un dato puede perderse. (Villafañe, 2009; p. 83)

En conclusión, Villafañe menciona que el único almacén de memoria que posee una naturaleza sensorial es el primero; esto supone que el estudio de la memoria visual debe concentrarse fundamentalmente en él, ya que a partir de ahí toda la información es codificada verbalmente” (2009: p. 81)

d) Pensamiento visual

En la concepción de Villafañe:

El termino pensamiento visual hace referencia a esa última fase del proceso perceptivo donde se pone de manifiesto su naturaleza cognitiva. Esta denominación no es original, el tomo prestado de la obra del mismo título de Rudolf Arnheim que, en mi opinión, sigue siendo la aportación más importante desde el punto de vista cognitivo al estudio de la percepción visual.” (2009: p. 88)

El pensamiento visual forma el área interrelacionada de varios eventos que afectan la percepción: la estimulación de la materia a través de la percepción visual, la información almacenada en los sistemas de memoria y los procesos de comportamiento que están ausentes como elementos formadores de resultados perceptivos. (Villafañe: 2009)

2.18 Sistemática del color

2.18.1 El color

El color afecta nuestra vida. Es físico: lo vemos. El color comunica: recibimos información del lenguaje del color. Es emocional: despierta nuestros sentimientos.” Además, asegura que se pueden comunicar las ideas por medio del color sin el uso del lenguaje oral o escrito, y la respuesta emocional a los colores individuales, solos o combinados es, con frecuencia, predecible. Recalca que los colores despiertan respuestas emocionales específicas. Dentro de cada color, innumerables valores, tintes y matices generan una gama de respuestas aún más variada. Crear poderosas combinaciones de colores a partir de numerosos tonos, tintes y matices es el objetivo final de quienes trabajan con colores. (Whelan: 1994)

El color es un componente versátil e imaginario que pertenece al lenguaje expresivo de la televisión y del cine, “el color ofrece, evidentemente, una paleta más rica y presenta, estéticamente, la posibilidad de jugar con más elementos”. (Almendros, 1982: p. 88)

Para Joan Costa (2003: p. 57) “El color es una propiedad de las cosas del mundo; un fenómeno luminoso, una sensación óptica. Pero que incluye significantes diversos en el mundo de las imágenes funcionales y el diseño. Y, por supuesto, incluye a su vez resonancias psicológicas”.

Los colores lo categorizamos en tres grupos: El Color realista, El Color fantasioso y El Color sígnico.

Estas tres secciones incorporan sus variables propias. Joan costa define “estas variables son *icónicas* de distinto grado en los dos primeros apartados, es decir, relativas a las imágenes. Y, *sígnicas* en el último: es la función de signo cromático del repertorio gráfico”.

El color aporta mayor ajuste a la realidad, ya que el mundo es en colores, y una más extensa libertad para el juego de carácter creativo. Los cineastas del cine en la antigüedad de blanco y negro, en cambio, no lograron a obtener una perfección fotográfica, de contrastes entre luz y sombras, una extraordinaria profesionalidad en el uso de la iluminación.

2.18.2 Psicología del color

La psicología de los colores fue considerablemente investigada por el poeta y científico alemán Johann Wolfgang Goethe, quien engrandeció el resultado del color sobre las personas.

Los colores tienen diferentes interpretaciones y significados en cada cultura, pero debemos saber que el color influye de manera asombrosa en el estado de ánimo. De ahí que la psicología del color este en continuo desarrollo y que los creativos del arte dominen de forma vital este campo. Algunas empresas cuando diseñan sus logros toman en cuenta los colores que van a emplear, así también cuando decoran una tienda se tiene que valorar los colores ya que así lograrán que la gente quiera utilizar cierta marca o comprar en ese local. Nuestro cerebro es capaz de asociar y procesar formas y colores en nuestra memoria, así que es posible que cuando vemos en las tiendas departamentales o en las calles innumerables objetos en tono rosa o rojo pensamos que se acerca el día de San Valentín. (De la Llave: 2018)

Los colores tienen significado; así pues, es apropiado usar el color idóneo para cada tema. Los significados típicos de los colores son:

El **blanco** y el **negro**, se sitúan en los extremos de la gama de grises. Por eso ambos tienen un “valor-límite”, y un valor neutro: ausencia de color. Y asimismo ejercen una función latente de potenciación de los colores que son combinados con ellos. (Costa, 2003: p. 61)

El **blanco**, por lo común tiene lecturas positivas como la pureza, la limpieza, la paz y la virtud. Para Costa (2003) el blanco expresa paz y la pureza; crea una impresión luminosa de vacío y de infinito, pero que contienen una vida y un futuro visuales positivas: el blanco es el “fondo universal” de las formas gráficas.

El **negro** por lo contrario al blanco puede representar: tinieblas, ceguera, muerte y luto, aunque también simboliza elegancia. Por otra parte, “el símbolo del silencio; un silencio eterno e impenetrable. Es un color sin resonancias pero que confiere nobleza y elegancia”. (Costa: 2003)

El **gris** “es, como diría Klee, “el centro del todo”. Ocupa el espacio central entre los colores límites de la escala (blanco-negro). Pero es un centro neutro y pasivo que simboliza la indecisión y la ausencia de energía. El gris expresa una duda y una cierta melancolía”. (Costa: 2003)

El **amarillo** es el color de la luz y del oro. Se relaciona con la riqueza y con la acción y el poder. El “amarillo oro” simboliza la divinidad en la religión. Por otra parte, tiene lecturas negativas como la envidia, la ira y la traición, y puede dar lugar a irritabilidad una presencia excesiva del mismo. Para Costa (2003) “es el color más luminoso, el más cálido, ardiente y expansivo. Es el color del sol, de la luz y del oro, y como tal es violento, intensa y agudo hasta la estridencia”. De otra manera también se considera como “el color más contradictorio. Optimismo y celos. El color de la diversión, del entretenimiento y de la traición”. (Heller: 2018)

El **naranja**, simboliza entusiasmo y acción. Desde otro punto de vista se relaciona con ciertas religiones orientales, y ciertos de sus definiciones tienen relación con lo terrenal. “Posee una fuerza muy activa, radiante y expansiva porque participa de las evocaciones del amarillo y rojo. El naranja tiene un carácter acogedor, cálido, estimulante y una calidad energética muy positiva”. (Costa: 2003). Mas, sin embargo, para Eva Heller (2018) el naranja es “el color de la diversión y del budismo. Erótico y llamativo, pero subestimado.

El **rojo** es el color más energético; demuestra alegría y fiesta. Es impulsivo y simboliza la sangre, el fuego, la pasión, la fuerza y la revolución. También se le vincula con la destrucción, la crueldad y la violencia. Costa (2003) indica que “significa la vitalidad; es el color de la sangre, de la pasión, de la fuerza bruta y del fuego. Color fundamental ligado al principio de la vida, expresa la sensualidad, la virilidad y la energía; es exaltado y agresivo. El rojo es símbolo de la sexualidad y el erotismo”. Por su parte Heller (2018) apunta que “es el

color de todas las pasiones, del amor al odio. El color de los reyes y del comunismo, de la alegría y del peligro”.

El **azul** es el color del espacio, de la lejanía y del infinito. En publicidad se le relaciona con la limpieza y la frescura. Es un color, como todos los fríos, que parece alejarse, y simboliza ideas de tranquilidad, afecto, frío e inteligencia. Costa (2003) advierte que “es el color de la profundidad. Inmaterial y frío, suscita una predisposición favorable. La sensación de placidez que provoca es diferente de la calma o el reposo terrestre, que son propios del verde. En el azul la profundidad tiene una gravedad solemne. Cuanto más se clasifica más pierde la atracción y deviene vacío e indiferente. Cuanto más se oscurece más atrae hacia el infinito”. Para Heller (2018) el azul es considerado como “el color preferido. El color de la simpatía, armonía y la fidelidad, pese a ser frío y distante. El color femenino y el color de las virtudes espirituales. Del azul real al azul de los tejanos”

El **violeta**, se relaciona con la pasión, y tiene que ver con ideas acerca del sufrimiento y la muerte. Igualmente, con la tristeza y la penitencia. En su variante púrpura se le vincula con la realeza y la dignidad, así como la melancolía y la delicadeza. “Mezcla de azul y rojo, es el símbolo de la templanza, la lucidez y la reflexión. Es místico y podría representar también la introversión. Cuando el violeta deriva el lila o morado, entonces se aplanan y pierde su potencial de concentración. Cuando tiende a púrpura se vuelve más carismático y proyecta una sensación mayestática” (Costa: 2003). Eva Heller (2018) por su lado define el violeta como la púrpura del poder al color de la teología, la magia, el feminismo y el movimiento gay”.

El **verde** es el color de la humanidad y la naturaleza. Interpreta esperanza y el balance emocional, además tiene significados negativos, como el veneno, lo demoníaco y su relación con los reptiles. También es conocido como el color

de los celos. Para Costa (2003) “es el color más tranquilo y sedante. Evoca la vegetación, el frescor acuático y el mundo natural. Pero es el color de la calma indiferente: no transmite alegría ni tristeza o pasión. Cuando algo reverdece suscita la esperanza de una vida renovada. El verde que tiende más a amarillo gana una fuerza soleada y activa. Si en el predomina el azul, deviene sobrio y más sofisticado”. De la misma manera para Heller (2018) el verde es “el color de la fertilidad, de la esperanza y de la burguesía. Verde sagrado y verde venenoso. El color intermedio”.

El **marrón** es considerado un color masculino, severo, confortable. Sugiere un ambiente otoñal y da la sensación de gravedad y equilibrio. Se estima como el color realista, posiblemente porque es el color de la tierra. “Es un color masculino, severo confortable. Evoca el otoño y da una impresión de gravedad y equilibrio. Es el color “realista” por excelencia por que se asocia al suelo que pisamos” (Costa: 2003). Eva Heller (2018) señala que el color marrón es “el color de lo acogedor, de lo corriente y de la necesidad”.

El **rosa** para Costa (2003) “simboliza la timidez y el candor. Es suave y romántico, fantasioso y delicado, falta de vitalidad. Sugiere la ternura y la intimidad y tiene connotaciones femeninas”. Por su lado, Heller (2018) define como “dulce y delicado, escandaloso y cursi”.

2.18.3 La Cromática Realista

En el diseño y la ilustración, el color realista es la manifestación más fiel del esfuerzo por imitar el aspecto que ofrecen las cosas del entorno: representar con exactitud formal y cromática la realidad visible. No existe color realista sin forma realista. (Costa: 2003).

Para Joan Costa la cromática realista se distingue en tres aspectos:

- **El color naturalista.** Son percibidos como el atributo natural de las cosas. El estilo naturalista tiende a tener formas dulces y suaves.
- **El color exaltado.** – El color se aplica en su mayor grado posible de saturación. Se consigue así un resultado brillante, una imagen muy fuertemente colorista que transmite potencia, energía y plenitud. (Costa, 2003)
- **El color expresionista.** - El color no quiere ser natural ni exagerado. Para costa (2003) el color expresionista “quiere contribuir a una especie de dramatización de la imagen, a la mayor expresividad. Ahora, el color quiere hacer el mensaje más expresivo que la realidad. Por eso mira menos a la realidad y más a la imagen misma”.

2.18.4 La Cromática Fantasiosa

Es el opuesto a las estrategias naturalista, exaltada y expresionista como variantes del color realista. Lo fantástico se opone a lo real. Por tanto, en sus facetas irreal o imaginaria y arbitraria, el color fantasioso tiende unas veces a la escena fantástica. (Costa: 2003).

La cromática fantasiosa se distingue en dos aspectos:

- **El color imaginario.** – Las imágenes cromáticamente imaginativas, buscan un efecto irreal. Los escenarios artificiales ya que exponen la realidad y es ahí donde surge la fantasía del color.
- **El color arbitrario.** – Costa (2003) se refiere al color arbitrario a que está sujeto a la visión cromática de la realidad ni a sus aspectos psicológicos;

tampoco quiere exaltar el colorido de las cosas, ni dramatizar el color para una mayor expresividad. Por tanto, tampoco está sujeto a mitos, leyendas y relatos. El color arbitrario se impone sobre la forma icónica y la lógica perceptiva de los colores de la realidad. Esta arbitrariedad abandona precisamente lo real como referencia cromática – más o menos variable- para explorar los efectos *gráficos del color*.

2.18.5 Cromática Sígnica

Abandona la forma realista, figurativa y representacional para acceder a la forma y la razón gráfica. El color mismo significa. Opera en estado puro y no como atributo natural de las cosas que nos rodean. (Costa: 2003)

La cromática signfica se distingue en tres aspectos:

- **El color esquemático.** – se expone en las invenciones como el diseño de marcas o signos de identidad. Se reproducen en inmensos carteles, aplicando aquí un alta psicología del color.
- **El color señalético.** - para Costa (2003) se puede considerar una variable funcional concreta respecto del color esquemático. Su nexos entre ambos es su carácter sígnico. El color señalético es simultáneamente color-señal porque transmite una sensación instantánea
- **El color emblemático.** – Esta variable del color-signo tiene algo de esquemático unas veces señalético otras, psicológico incluso, y cultural. Depende de la intención comunicativa del diseñador y del contexto de su mensaje. (Costa: 2003)

CAPÍTULO
III
DESARROLLO METODOLÓGICO

En este acápite, enfocaremos el trabajo dentro del **Análisis Estructural**, sobre la base de la visión de José Luis Rodríguez Diéguez.

El mismo formula dos elementos: El continente y el contenido.

El **Continente**, hace referencia a la parte descriptiva, ya desde lo lingüístico (verbal-escrito) y lo icónico.

El aspecto **Lingüístico** (*verbal-escrito*) y el *Enunciativo* apuntan a una simple descripción como referente para el análisis posterior.

El aspecto **Icónico** enlaza al *Texto (Enumeración)*, *Enunciativo Icónico* y *La Composición Icónica*, todos estos aspectos son descritos en todas sus particularidades pertinentes al Análisis Estructural.

Por otra parte, el **Contenido** es El Análisis de la parte *Lingüística (verbal-escrito)* y *Lo Icónico*.

En la parte **Lingüística** (*verbal-escrito*) la que se divide en el *Texto Enunciativo (discurso)* y *La Temática*.

El texto Enunciativo, refiere al párrafo del cual se hablará en la *alusión*; asimismo *La Temática* englobará tanto a *Indicación del Término*, donde se extrae las palabras relevantes del *Texto Enunciativo* de las que se contextualiza en la *Alusión*.

Por su lado en lo **Icónico** tenemos al *Motivo Icónico (Imagen)*, donde encontramos las características que implican a la imagen, con su pertinente contextualización.

También encontramos *La Temática*, como parte componente de lo *Icónico*, en este acápite (Temática) se distinguen dos aspectos, *Descripción de los Elementos de los Estilemas Icónicos* y *Descripción de Elementos de la Composición Icónica*. En los Elementos de los Estilemas Icónicos, encontramos los estereotipos, gestualidad. Vestuario y maquillaje. En los elementos de la Composición Icónica encontramos, planos, iluminación, música, sonido, montaje y colores.

En última instancia referiremos al *Balance global*, donde enlazamos a manera de “interpretación” los diferentes elementos encontrados con el Análisis Estructural.

3.1 Semiótica icónica-verbal y narrativa.

3.1.1 La planificación

El plano para Alonso y Matilla “es la unidad mínima de rodaje utilizada en la producción cinematográfica. Podrá ser corto (flash), o de la acción continuada que permita el metraje de la película virgen almacenado en el depósito de la cámara (plano secuencia). El plano comprende las acciones y movimientos de cámara que se realizan de una vez, sin detener la filmación. A través del encuadre, el plano organiza el espacio cinematográfico, que viene determinado por el emplazamiento de la cámara y la distancia de la toma.” (2001: p. 177)

En función de la distancia que abarca entre la cámara y lo que se retrata, se puede tomar planos de diverso tamaño. El número de planos de un mismo objeto hará distinción si se fotografía usando diferentes lentes y de diversas distancias.

Los tipos de planos más comúnmente utilizados de Manuel Alonso y Luis Matilla (2001) son:

A. Gran Plano General (G. P. G)

Esto incluye un entorno natural o una entidad grande. Su finalidad es dar una visión global del espacio donde se desarrolla la acción.

B. Plano General (P. G)

Más pequeño que el primero, pero también ofrece amplias vistas del paisaje y la decoración. En este tipo de escenarios, las cosas y los escenarios son más importantes que los propios personajes, al estar situados en este contexto. Así que el P.G.C. como PG, el nombre en inglés "master" se usa para indicar el comienzo de una escena o secuencia. Nos dicen dónde están los personajes y de ahí pasamos a un primer plano con planos más cortos.

C. Plano de Conjunto (P. C)

Muestra uno o más personajes moviéndose dentro de un escenario, escenario cercano o parte del mismo. Actor y ambiente tienen el mismo significado y están relacionados

D. Plano Americano (P. A.)

Los personajes se pueden ver desde las rodillas hasta la cabeza. Los fondos son menos importantes y el patrón tiende a ser aproximado.

E. Plano Medio (P. M.)

Las personas se muestran en la pantalla de cintura para arriba. Este punto de vista suele ser reconocido por la mirada del espectador.

F. Primer Plano (P.P.)

Toma la cabeza y los hombros del personaje. Acercamiento y protagonismo.

G. Gran Primer Plano (G. P. P.)

Recoge una determinada expresión facial, un determinado gesto, parte de un objeto, etc. Con P. P. se utiliza principalmente para definir el estado psicológico de los personajes y transmitir emociones.

H. Plano Detalle (P. D.)

Nos muestra algo muy tangible y muy cercano. Cumple la función de G. P. P., pero relacionada más con objetos que con personas. La definición de este tipo de fotogramas como unidades lingüísticas independientes es solo orientativa, ya que con la ayuda del objeto

zoom podemos obtener todo el intervalo de la imagen desde G.P.G a G.P. P., sin interrumpir el rodaje ni arreglar la cámara.

3.1.2 El montaje

El montaje para David Borduell “se puede considerar como la coordinación de un plano con el siguiente, el montaje elimina el material que no se quiere utilizar y une los planos elegidos, el final de uno con el comienzo de otro.”

Mas, sin embargo, Dominique Villain señala que “El montar una película es construirla a partir de un material, la película que ha sido rodada, para un público de espectadores en los que se persiguen unos efectos determinados: interés, risa, miedo, emoción, concienciación, etc.”

Se diría que el montaje es el proceso por el cual, una vez finalizado el rodaje, los distintos planos se combinan en escenas y secuencias que forman la base para la adaptación final de la película tal y como la planificó su director según el guion técnico.

Se reúne varios tipos de montaje como ser:

- A. Montaje Continuo.** - Consiste en la reconstrucción en tiempo real. Es actividad física dividida en planos.
- B. Montaje Discontinuo.** - Aquí es donde falta el tiempo real. Y utiliza elipses y acción tanto en el tiempo como en el espacio.
- C. Montaje de Yuxtaposición.** – Esto también se denomina montaje por imágenes clave. Consiste en una colección de imágenes aparentemente inconexas, pero que juntas logran la unidad deseada.
- D. Montaje Ideológico.** - Dentro de la narración, incorpora un elemento expresivo que, asociado a la acción, amplíe y concretice su sentido.

- E. Montaje Paralelo.** - Se plantea al espectador dos acciones y se va siguiendo en una u otra línea lo que va ocurriendo según va transcurriendo el tiempo.
- F. Montaje Rítmico.** - Es empleado en programas musicales, utilizando Playback o música pregrabada y donde el montaje debe guiarse por la banda sonora.
- G. Montaje Expresivo.** Cuando marca el ritmo de la acción, rápido en las aventuras y en la acción, lento en el drama y en el suspenso.

3.1.3 La Línea

“Es un elemento visual de primer orden. Sus usos en la comunicación visual son infinitos, como lo demuestran los paisajes urbanos que constantemente se encuentran definidos y limitados por estructuras lineales; o las grafías, compuestas casi exclusivamente por líneas; o los planos, esquemas, patrones de moda, lo mismo que multitud de diseños.” (Villafañe, 2009: p. 103)

Berger también hace notar los innumerables fines para los que la línea sirve como elemento plástico, pero sin embargo hace una observación muy válida:

“... en tanto que (la línea) sirve a esos fines, queda fuera del dominio del arte, en el cual no entra en realidad, más que a partir del momento en que, sea cualquiera el fin que sirva, tienen en cuenta su misma naturaleza, su cualidad gráfica.” (1976: p. 231)

Rene Berger al asigna a este elemento dos grandes funciones: señalar y significar. Las funciones de significación plástica de este elemento, según Villafañe (2009) básicamente son:

- 1) La capacidad de una línea para crear vectores direccionales que agregan dinamismo a una imagen.
- 2) Una línea recta separa dos planos. sobre todo, contornos lineales que separan cualitativamente dos zonas de intensidad visual.
- 3) Otra función de este elemento es dar volumen a los objetos bidimensionales mediante el sombreado, lo que se logra aplicando líneas curvas casi tangenciales al contorno que limita la superficie plana del objeto que se quiere hacer tridimensional.
- 4) La pintura utiliza la capacidad de la línea para representar la tercera dimensión, por lo que es casi normal tratar cuestiones o temas donde apenas se presenta profundidad.
- 5) En conclusión y para resumir otras funciones secundarias, podemos decir que una línea es un elemento plástico lo suficientemente fuerte como para transmitir las propiedades estructurales (forma, proporciones, etc.) de cualquier objeto.

3.1.4 La Forma

La "forma" para Villafañe (2009) se refiere a la apariencia visual y sensible de un objeto o su imagen, un conjunto de características que cambian cuando el objeto cambia su ubicación, orientación o simplemente su contexto. Estas otras propiedades inmutables y constantes de los objetos, en las que se basa su identidad visual, las etiqueto con el término "estructura" o "forma estructural". La verdad básica de esta diferenciación conceptual es la inmutabilidad de la estructura en el contexto de cualquier cambio espacial, en comparación con el cambio de forma que acompaña a dicho cambio.

3.1.5 El Sonido y la Música.

El sonido y los efectos de sonido son una parte importante de la película, desde la aparición del cine sonoro.

El sonido afirma Rodríguez (1998). “es el resultado de percibir auditivamente variaciones oscilantes de algún cuerpo físico, normalmente a través del aire” Adrián Birlis identifica al sonido como “un estímulo que a través de nuestro mecanismo de audición interpretamos como una sensación” (Birlis: 2007), pero para Juan Carlos Asinsten contribuye que “para que haya sonido es preciso que un cuerpo material vibre, que haya un soporte material que propague esas vibraciones y, por último, que las mismas sean capaces de impresionar los nervios auditivos del oído” (Asinsten: 2015).

La música agrega un valor añadido al audiovisual y existen dos modos de crear en el cine una emoción específica: el efecto empático y anempático.

- **Efecto Empático.** - Cuando la música expresa su implicación directa en la emoción de una escena adaptando ritmo, tono y fraseo a códigos culturales de alegría, tristeza, emoción y movimiento. Entonces podemos hablar de música empática.
- **El Anempático.** – Se muestra como una aparente indiferencia ante una situación que continúa constante, indiferente e inevitablemente como un texto escrito. Se nutre de un trasfondo de "indiferencia".

Los sonidos anempáticos, también se aplican principalmente a la música, pero también se puede usar con ruidos.

3.1.6 La Diégesis

La diégesis en el cine, es una creación ficticia, el espacio y el tiempo ficcional en el que opera la película.

El término, denominado “diégesis”, también es utilizado en el terreno de lo audiovisual (Chion: 1993), refiere a todo aquel sonido, música, o diálogo que se halle “dentro del escenario” visualizado.

El sonido en el audiovisual parte de dos concepciones que son:

- **El sonido DIEGÉTICO.** – Es cuando la fuente de sonido se halla en el espacio fílmico, es decir, pertenece a la narración. La principal función del sonido diegético es la de ser realista y coherente con el espacio dramático. La voz de los personajes, la música de una radio, el sonido de una puerta, etc. son sonidos diegéticos.
- **El sonido NO DIEGÉTICO O EXTRADIEGÉTICO.** - No pertenece al espacio fílmico, es decir, no concierne a la narración. La banda sonora y la voz de un narrador son claros ejemplos de sonido no diegético. En general, el sonido diegético es aquel sonido que perciben los personajes; y el extradiegético es aquel que no es percibido.

3.1.7 La Iluminación

Para Sauto (1997) “La palabra iluminación proviene del latín illuminatĭo, que significa alumbrar o dar luz”. Asimismo “La iluminación es un arte, y un oficio. La iluminación es el punto neurálgico en todo tipo de producción, hasta nos atrevemos a decir que sin la iluminación no existiría el cine” (Brown: p. 5)

La iluminación cumple una doble función: una técnica y otra estética. La función técnica consiste en proporcionar luz suficiente para una exposición adecuada y ajustar la escala de luminosidades de los sujetos filmados para que se adapten a los límites de los materiales sensibles de emulsiones a utilizar. La función estética consiste en hacer que el sujeto resulte bien visible, y muchas veces en aportar belleza o expresar un sentimiento. La luz puede ser medida, pero la belleza y el sentimiento sólo se perciben. Por lo tanto, cada director de fotografía, fotógrafo o iluminador debe determinar y utilizar la iluminación que crea más adecuada para cada trabajo. (Denevi, 2004: p. 327)

La iluminación crea sombras, arrugas, rejuvenece o envejece, crea efectos psicológicos del personaje, en función de donde se coloque las luces. Es fundamental realizar acertadamente el tipo de iluminación para generar sensación de realismo y naturalidad.

La iluminación debe adecuarse al contexto en el cual se desarrolla la acción, es decir debe ser coherente con lo estipulado en el guion. La iluminación consiste en dirigir y rebotar luz hacia un objeto o sujeto.

a. La luz natural

La luz considerada natural es la del sol, en la forma en que se presenta el día. En un día de pleno sol tenemos luz directa, en un día con nubes tenues tenemos una luz difusa, y en un día nublado tenemos la luz reflejada. (Denevi, 2004: p. 109)

La luz natural es la variedad de colores visibles de los rayos que percibimos de nuestro alrededor. La fuente natural es ideal para la vida animal y vegetal en la tierra. La luz solar no se puede alterar o controlar para ajustarla a nuestra condición.

b. La luz artificial

La luz artificial proviene de cualquier fuente luminosa, es decir lámparas y otros objetos luminosos. (Denevi, 2004: p. 109)

La luz artificial es manipulada por el hombre a partir de otra fuente de energía. La ventaja de este tipo de luz radica en que podemos controlarla a voluntad y también el poder manipular la dirección, el color, la intensidad, la cantidad y la calidad de la luz para ajustarla a cada contexto.

3.1.8 El Estereotipo

El cine, mediante las películas han generado grupos de estereotipos. Para los autores Luis Gasca y Roman Gubern (1991) los estereotipos se forman:

...desde el borracho al héroe, pasando por el vagabundo, el sabio, el rico y el arruinado, los diversos estereotipos humanos (...) forma una legión transnacional, sólidamente implantada en la industria editorial de los más variados países. Pero junto a esta colección de estereotipos humanos severamente codificado, (...) se catalogan también formas muy estereotipadas para representar vivencias y estados de ánimo (el asombro, el dolor, el terror). La tenaz estabilidad de estas representaciones icónicas inequívocas a través del tiempo y más allá de las mutaciones sociales y de las peculiaridades nacionales, constituye toda una lección de antropología cultural en la era massmediática. En estas familias de estereotipos rígidamente codificados y de algún modo herederos de la *Commedia dell arte* reside, precisamente, una de las condiciones que han hecho de los comics un lenguaje universal.”

3.1.9 La gestualidad

Luis Gasca y Roman Gubern (1991) afirman que el cuerpo humano es un poderoso medio de expresión, a menudo utilizado como medio de comunicación. Además de las acciones reflejas, que son reacciones

automatizadas e incontroladas, pero que aportan información valiosa, los gestos conscientes y los gestos inconscientes son información real sobre el estado de ánimo y el carácter de los sujetos. Algunos etólogos argumentan que existen gestos estereotipados verdaderamente universales y que ocurren incluso en primates, como extender la palma de la mano en oración.

Entre los seres humanos, el llanto y la risa son expresiones faciales universales, así como el fruncimiento de las cejas para expresar enfado y disgusto, o la mirada fija sobre el congénere en expresión de amenaza. Por junto a este gestuario universal, diferentes culturas han desarrollado códigos gestuales específicos en sus pueblos. (Gasca y Gubern, 1991: p. 98)

Estos gestos ritualizados y codificados ya se encuentran en la pintura egipcia y griega y en los frescos romanos. Gombrich argumentó que los gestos rituales de oración, saludo, ritos funerarios, duelo, capitulación, enseñanza y victoria son los primeros gestos codificados en las artes visuales. El simbolismo gestual sobrevivió en la pintura cristiana medieval, donde se representaba el estado de erudición del sabio mostrándolo con el dedo índice de la mano derecha extendido como un gesto para indicar algo mientras hablaba. Y así podríamos recoger ejemplos como la cara deprimida para expresar humillación o tristeza, la boca abierta para mostrar sorpresa, etc. (Gasca y Gubern: 1991)

3.2 Corpus de Estudio.

Pampa Arán define como corpus a “un conjunto de textos, con valor documental (inédito o archivado), o resultado de la recolección (con técnicas diferentes), o la combinatoria de ambas fuentes. Su inventario es ilimitado por razones de accesibilidad y de factibilidad, pero nunca totalmente cerrado, mientras dura la investigación. Funciona entonces como unidades de

observación y análisis, construido desde la perspectiva teórica adoptada, el vivo creativo, de mi propia búsqueda de conocimiento”. (Arán, 2020: p. 93)

Recurriendo a Greimas señalamos al corpus como un conjunto finito de enunciados (toda magnitud provista de sentido) constituido con miras al análisis. (Greimas y Courtés, 1990: p. 92) Lo que nos lleva a la imposibilidad de describir la estructuración de un modelo, si acaso éste no llegue a ser entendido en la parte manifiesta de un discurso.

Por consiguiente, el corpus para Greimas estará establecidos en aspectos representativos que apuntarán a conformar una sólida constitución, no siendo ésta del todo acabada, por lo que se fundamentará en tres principios como son la *representatividad*, la *exhaustividad* y la *homogeneidad*.

a) Representatividad.

La representatividad se encuentra sometida a las partes o elementos que constituyen un corpus, en cuanto al **todo** que comprende el discurso como tal.

De esta manera la representatividad será obtenida por la saturación del modelo, con un básico principio de adecuación. (Greimas y Courtés, 1990: p. 341)

En ese contexto el ***discurso, icónico y simbólico de los villanos en las películas de superhéroes, el caso de los Vengadores (avengers en inglés)*** se enmarca dentro de un universo significacional, descrito como un aglutinante, con aspectos o características homogéneas de amplia significación.

Entonces nuestro corpus estaría conformado, subdividiendo al **todo** (icónico-simbólico de los villanos en las películas de los Avengers) en partes, en este caso The Avengers: los Vengadores (2012), Avengers: era de Ultrón (2015), Avengers: Infinity War (2018) y Avengers: Endgame (2019)

b) Exhaustividad.

La exhaustividad será comprendida, como la adecuación del modelo de interpretación a la *summa* de elementos integrantes en el contenido del corpus.

Esto se comprende, cuando nuestro modelo El Análisis Estructural se adecua o se puede aplicar a cualquier parte o fragmento de nuestro universo significacional (los villanos en las películas de los Avengers) razón de su adecuación.

El Análisis Estructural en su aplicación, entonces, responde a su aplicación a todo fenómeno textual (*Icónico – lingüístico*).

c) Homogeneidad.

Se plantea un conglomerado homogéneo cuando todos sus elementos tienen en común las mismas propiedades. (Greimas y Courtés, 1990, pág. 209)

Los elementos a que hace referencia Greimas y Courtés, se reflejan en la materialidad icónica – gráfica y lo verbal escrito, siendo estos aspectos comunes en nuestro universo textual.

Entonces lo homogéneo es el corpus, hace intervenir, para su conformación las condiciones extralingüísticas; llegándose a elegir elementos de un solo

nivel, unidades que tengan similares dimensiones y de relaciones de un mismo tipo.

Desde este ángulo, lo homogéneo podría, por analogía, relacionarse con la pertinencia, lo que dependería del punto de vista del analista o en su caso a la naturaleza inmanente del material a examinar (Greimas y Courtés, 1990: p. 209), en nuestro caso referimos a la materialidad icónico-textual.

3.3 Construcción del Discurso e Imagen:

A saber:

DESCRIPCIÓN ICÓNICA

TITULO DE LA PELÍCULA: The Avengers: los Vengadores

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Joss Whedon

ESCENA: INTERIOR. Instalaciones de SHIELD

ANEXO: 1

DISCURSO ENU/TEXTUAL	ENUNCIADO/ICÓNICO ESCENA	COMPOSICIÓN Y ESTILEMAS ICÓNICAS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fury: Señor ponga la lanza en el piso ▪ Loki: Tienes buen corazón ▪ Loki: Por favor no, aún lo necesito ▪ Fury: Esto no tiene porqué complicarse más ▪ Loki: Por supuesto que sí, no espero menos después de lo que hice. Me llamo Loki, y vengo de Asgard, y en mi descansa un glorioso propósito ▪ Doctor: Loki hermano de Thor. ▪ Fury: No estamos en conflicto con tu pueblo ▪ Loki: Un insecto no está en conflicto con una bota 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Una mirada directa a la cámara 2. La frente agachada y con vista hacia arriba. 3. Una sonrisa sarcástica. 4. Pelo en forma de punta 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ FORMAS: imagen en rectángulo horizontal ❖ LÍNEAS: verticales ❖ PLANOS: primer plano ❖ ÁNGULOS: normal ❖ TOMAS: de frente ❖ COLORES: negro, verde. ❖ MÚSICA: clásica ❖ SONIDOS: efecto empático, sonido no diegético.

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fury: ¿Tu plan entonces es aplastarnos? ▪ Loki: Les traigo noticias dichosas, sobre un mundo libre al fin. ▪ Fury: ¿Libre de qué? ▪ Loki: Libertad, la libertad es la mayor mentira de la existencia, y cuando así lo acepten, en su corazón, conocerán la paz ▪ Fury: Si, cuando dices paz, siento que te refieres a lo contrario. ▪ Alcón: Señor el director Fury nos distrae, van hacer volar este lugar y nos cubrirán con toneladas de rocas. Empieza a enterrarnos ▪ Fury: Justo como los faraones ▪ Doctor: tiene razón, el portal se colapsa sobre sí mismo. En dos minutos se elevará a niveles críticos. ▪ Loki: Dispara 		<ul style="list-style-type: none"> ❖ MONTAJE: expresivo. ❖ ILUMINACIÓN: Artificial. ❖ LUZ: Dura y principal – lateral ❖ ESTEREOTIPO: Villano ❖ GESTUALIDAD: Con el rostro y los ojos.
---	--	---

DESCRIPCIÓN ICÓNICA

TITULO DE LA PELÍCULA: The Avengers: Los Vengadores

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Joss Whedon

ESCENA: EXTERIOR. Planeta de Jotunheim

ANEXO: 2

DISCURSO ENU/TEXTUAL	ENUNCIADO/ICÓNICO ESCENA	COMPOSICIÓN Y ESTILEMAS ICÓNICAS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Chitauri: Los Chitauri se inquietan ▪ Loki: que empiecen a prepararse, los guiaremos a una gloriosa batalla ▪ Chitauri: ¿batalla? ¿Contra el mediocre poder de la tierra? ▪ Loki: Gloriosa, no larga, si sus fuerzas son tan formidables como proclaman ▪ Chitauri: ¿dudas de nosotros? ¿Dudas de él también? ¿Aquel que puso un cetro en tu mano? Que te dio conocimientos antiguos y un propósito, cuando fuiste exiliado, derrotado. ▪ Loki: Fui un rey. El legítimo rey de Asgard. Me traicionaron. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Un hombre sujetando un cetro. 2. El hombre tiene un casco con cuernos. 3. El hombre está parado de lado. 4. De fondo se puede observar estrellas o constelaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ FORMAS: imagen en rectángulo horizontal ❖ LÍNEAS: verticales ❖ PLANOS: Medio ❖ ÁNGULOS: Normal ❖ TOMAS: tres cuartos ❖ COLORES: negro, azul. ❖ MÚSICA: clásica ❖ SONIDO: efecto empático, sonido no diegético.

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Chitauri: Tu ambición es necia, impulsada por un capricho infantil. Nosotros vemos más allá de la tierra, hacia los grandes mundos que el tercer acto nos revelará. ▪ Loki: Aún no obtienen el tercer acto. No me asustan. Pero hasta que yo abra las puertas, hasta que sus tropas obedezcan mis órdenes, son solo palabras. ▪ Chitauri: Tendrás tu guerra Asgardiano. Y si fracasas, si el tercer acto no viene a nosotros; no habrá un mundo, una luna desierta, no habrá espacio donde puedas refugiarte de su ira. Tú crees conocer el dolor, él va hacerte sentir, más sufrimiento del que hayas sentido. 		<ul style="list-style-type: none"> ❖ MONTAJE: Paralelo ❖ ILUMINACIÓN: Artificial ❖ LUZ: Fría y principal ❖ ESTEREOTIPO: Villano ❖ GESTUALIDAD: No existe
--	--	--

DESCRIPCIÓN ICÓNICA

TITULO DE LA PELÍCULA: The Avengers: los Vengadores

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Joss Whedon

ESCENA: EXTERIOR. Ciudad.

ANEXO: 3

DISCURSO ENU/TEXTUAL	ENUNCIADO/ICÓNICO ESCENA	COMPOSICIÓN Y ESTILEMAS ICÓNICAS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Loki: Arrodíllense ante mí. De rodillas. (<i>Grito</i>) <p>¿No es esto más simple?, no es este su estado natural? La verdad de la humanidad que no quieren hablar, es que anhelan ser sometidos. El seductor encanto de la libertad, despoja de dichas sus vidas con su pelea interminable con el poder. Fueron creados para ser gobernados, al final siempre se arrodillarán. (<i>Un hombre entre la multitud se levanta</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Anciano: No ante hombres como 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Un hombre sujetando un cetro. 2. El hombre tiene un casco con cuernos. 3. El hombre está parado de frente y en frente de unos edificios. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ FORMAS: imagen en rectángulo horizontal ❖ LÍNEAS: verticales y horizontales ❖ PLANOS: Medio ❖ ÁNGULOS: contrapicado ❖ TOMAS: tres cuartos ❖ COLORES: negro, dorado, café ❖ MÚSICA: clásica

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Loki: No hay hombres iguales a mi ▪ Anciano: los tiranos siempre van a existir ▪ Loki: Escuchen al Anciano por favor. Que sirva de ejemplo. <p><i>(Loki decide atacarlo)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Capitán América: Sabes la última vez que vine a Alemania, un hombre quiso ponerse sobre todos los demás. Y terminamos en total desacuerdo ▪ Loki: El soldado, que viene de otro tiempo ▪ Capitán: Y a ti ya no te queda nada ▪ Naty: Loki suelta el arma y entrégate <p><i>(lucha entre villano y héroe)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Loki: De rodillas ▪ Capitán: Hoy no 		<ul style="list-style-type: none"> ❖ SONIDO: efecto empático, sonido diegético y no diegético. ❖ MONTAJE: Ideológico ❖ ILUMINACIÓN: Artificial ❖ LUZ: de abajo, Fría y principal ❖ ESTEREOTIPO: Villano ❖ GESTUALIDAD: No existe
--	--	--

DESCRIPCIÓN ICÓNICA

TITULO DE LA PELÍCULA: Vengadores: La era de Ultrón

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Joss Whedon

ESCENA: INTERIOR. Instalaciones de Stark

ANEXO: 4

DISCURSO ENU/TEXTUAL	ENUNCIADO/ICÓNICO ESCENA	COMPOSICIÓN Y ESTILEMAS ICÓNICAS
<ul style="list-style-type: none"> • Ultrón: No, como podrían ser dignos, todos son asesinos. • Capitán: ¿Stark? • Stark: Jarvis • Ultrón: Lo siento, estaba dormido, o ¿estaba en un sueño? • Stark: reinicia a los legionarios, tenemos una pequeña falla. • Ultron: Había un terrible ruido, y estaba enredado en hilos. Tuve que matar al otro, era un buen tipo. • Ultron: No era mi primera opción, pero en el mundo real hay que tomar decisiones difíciles. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Una figura robótica deforme parada de una forma en particular. 2. Una luz irradia de su pecho y ojos. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ FORMAS: Imagen en rectángulo horizontal ❖ LÍNEAS: verticales y horizontales ❖ PLANOS: Entero ❖ ÁNGULOS: Normal ❖ TOMAS: Cuerpo entero ❖ COLORES: negro, azul, plateado, ❖ MÚSICA: clásica

<ul style="list-style-type: none"> • Thor: ¿quién te envió? <i>(Audio: solo deseo una armadura que cubra el mundo)</i> • Banner: Ultron • Ultron: En carne y hueso. O no aún no. No está crisálida, pero estoy listo. Tengo una misión. • Naty: ¿qué misión? • Ultron: Paz en nuestros tiempos. <i>(Peleas, disparos y ruido)</i> • Ultron: Eso fue dramático. Lo lamento, sé que su intención en buena, solo que no lo pensaron bien. Quieren proteger al mundo, pero no quieren que cambie. Como salvar a la humanidad sino se le permite evolucionar. Con ellos, con estas marionetas. Sólo hay un camino a la paz. La extinción de los vengadores. 		<ul style="list-style-type: none"> ❖ SONIDO: efecto empático, sonido no diegético. ❖ MONTAJE: narrativo ❖ ILUMINACIÓN: Artificial ❖ LUZ: Trasera, Fría y principal ❖ ESTEREOTIPO: Villano ❖ GESTUALIDAD: Con las manos y las piernas.
--	--	---

DESCRIPCIÓN ICÓNICA

TITULO DE LA PELÍCULA: Vengadores: La era de Ultrón

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Joss Whedon

ESCENA: INTERIOR. Costa Africana.

ANEXO: 5

DISCURSO ENU/TEXTUAL	ENUNCIADO/ICÓNICO ESCENA	COMPOSICIÓN Y ESTILEMAS ICÓNICAS
<ul style="list-style-type: none"> • Klaue: Yo solo trato con el hombre a cargo • Ultrón: No hay un hombre a cargo, negociamos ahora. • Sobre esta roca edificare mi reino, vibranium • Klaue: Sabes, sufrí muchos percances para obtenerlo, eso vale mucho. • Ultron: Igual que tú, y todo bajo tus cuentas ficticias. Las finanzas son tan raras, pero como siempre digo, trata amigos y enemigos bien por igual, y espera averiguar cuál es cual • Klaue: Stark 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Un hombre metálico y/o robótico en la parte superior. Con mirada fija hacia el suelo. De perfil y ojos de luz roja. 2. Una segunda persona es, un hombre extendido en el suelo con la mirada arriba, de manera asustada. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ FORMAS: Imagen en rectángulo horizontal ❖ LÍNEAS: Horizontales ❖ PLANOS: Conjunto ❖ ÁNGULOS: Normal ❖ TOMAS: No existe ❖ COLORES: Negro, Plateado, Rojo. ❖ MÚSICA: Clásica

<ul style="list-style-type: none"> • Ultron: ¿qué? • Klaue: Toni Stark sabía decir eso, a mi tú eres su invento. • Ultron: ¿qué? No soy, no lo soy. ¿Quieres confundirme con sus marionetas? ¿Sus hombres vacíos? ¿Oye mírame crees que soy Iron Man? Stark es nada. <i>(Le parte el brazo.)</i> • Ultron: Lo lamento como lo... en pocos días estará bien, perdona. Solo que no entiendo, nunca quieras compararme con Stark <i>(lo lanza de las escaleras)</i>. Eso me molesta mucho. Stark es una enfermedad. • Stark: Hay Junior, vas a romper el corazón de tu padre. • Ultron: Si tengo que hacerlo • Thor: Nadie tiene que romper nada. • Ultron: Es que nunca has preparado una homelet • Stark: Me robaste las palabras. 	<p>3. El ambiente posee un color rojizo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ SONIDO: Efecto empático, sonido no diegético. ❖ MONTAJE: lineal ❖ ILUMINACIÓN: Artificial ❖ LUZ: Fría y suspenso. ❖ ESTEREOTIPO: Villano y víctima. ❖ GESTUALIDAD: Con el rostro.
---	--	--

<ul style="list-style-type: none">• Pietro: Mmmm... que gracioso señor Stark. ¿Se siente cómodo? ¿Le trae recuerdos?• Stark: Esta nunca fue mi vida• Capitán: si quieren irse, aún están a tiempo.• Wanda: Oh lo vamos hacer• Capitán: Ya sé que han sufrido• Ultron: Ohh... capitán, como siempre tan recto, fingiendo que puedes vivir sin ninguna guerra. No pedo vomitar físicamente, pero me...• Thor: Si estas buscando la paz, entonces no la quebrantes• Ultron: Creo que confundes paz con quietud.• Stark: ¿aja... y el vibranium para qué?• Ultron: Qué bueno que te interese por que aprovecharé que están aquí para explicar mi terrible plan. <i>(Inicia la batalla entre héroes y villanos)</i>		
---	--	--

DESCRIPCIÓN ICÓNICA

TITULO DE LA PELÍCULA: Vengadores: La era de Ultrón

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Joss Whedon

ESCENA: INTERIOR. Laboratorio de la Dra. Cho.

ANEXO: 6

DISCURSO ENU/TEXTUAL	ENUNCIADO/ICÓNICO ESCENA	COMPOSICIÓN Y ESTILEMAS ICÓNICAS
<ul style="list-style-type: none"> • Doctora: La cohesión celular tardará algunas horas, pero iniciare el flujo de conciencia de una vez. Cargaremos tu matriz cerebral ahora. • Wanda: Detecto su mente, sueña, lo veo • Doctora: yo no lo llamaría sueño. Es la conciencia básica de Ultron, rudo informativo. • Ultron: ¿qué tanto? No es por ser impaciente. • Doctora: estamos grabando un cerebro material, no existen atajos (...) • Wanda: (<i>grita</i>) ¡nos engañaste! 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Un hombre robótico parado del lado izquierdo, con una postura firme, con cabeza y mirada hacia arriba. 2. Lugar y escenografía de laboratorio con luces de fondo. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ FORMAS: imagen en rectángulo horizontal ❖ LÍNEAS: verticales y horizontales ❖ PLANOS: tres cuartos ❖ ÁNGULOS: contrapicado ❖ TOMAS: tres cuartos ❖ COLORES: negro, azul, plateado. ❖ MÚSICA: clásica

<ul style="list-style-type: none"> • Ultron: ¿en qué los engañe? • Wanda: Dijiste que íbamos a destruir a los vengadores, forjar un mundo mejor • Ultron: Será un mundo mejor • Wanda: Cuando mates a todos. • Ultron: Eso no es... La raza humana tendrá cientos de oportunidades para mejorar • Pietro: ¿Y si no lo hacen? • Ultron: Que te cuente Noe • Wanda: Estas de mente • Ultron: Hubo más de una docena de eventos de niveles catastróficos antes de que les tocara a los dinosaurios. Cuando la tierra empiece a asentarse, el destino le arroje una roca, y pueden apostar a que no falta mucho. Tenemos que evolucionar, no hay lugar para los débiles. La vida siempre decide. Alguien viene. Tenemos que irnos • Doctora: Eso no es problemas. 		<ul style="list-style-type: none"> ❖ SONIDO: efecto empático, sonido no diegético. ❖ MONTAJE: lineal. ❖ ILUMINACIÓN: Artificial ❖ LUZ: Fría y principal ❖ ESTEREOTIPO: Villano ❖ GESTUALIDAD: Con el rostro.
---	--	--

DESCRIPCIÓN ICÓNICA

TITULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Infinity War

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo

ESCENA: EXTERIOR. Planeta de Asgard

ANEXO: 7

DISCURSO ENU/TEXTUAL	ENUNCIADO/ICÓNICO ESCENA	COMPOSICIÓN Y ESTILEMAS ICÓNICAS
<ul style="list-style-type: none"> • Ebony Maw: Escúchenme y regocíjense, han tenido el privilegio de ser Salvado por el gran Titan. Podrían considerar su sufrimiento, no... esta es su salvación. La balanza universal se está equilibrando gracias a su sacrificio. Sonrían, ya que incluso en su muerte, se han convertido en hijos de Thanos. • Thanos: Yo sé lo que se siente perder. Sentir en lo más hondo que tienes razón y fallar de todos modos. Es aterrador. Sus piernas se hacen jalea. ¿Pero le pregunto con qué fin? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Personaje con barbilla levemente levantada, con casco y vestimenta dorada. 2. En primera impresión, un guante dorado, con una luz morada. 3. De fondo oscuro y difuminado. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ FORMAS: imagen en rectángulo horizontal ❖ LÍNEAS: verticales ❖ PLANOS: primer plano ❖ ÁNGULOS: contra picado. ❖ TOMAS: de frente ❖ COLORES: negro, azul, morado, dorado. ❖ MÚSICA: clásica

<p>Témanle, huyan de él. Al final el destino siempre llega, ahora ya está aquí, o debo decir, que ya vine.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Thor: Hablas demasiado • Thanos: El tercer acto o la cabeza de tu hermano. Supongo que tienes una preferencia. • Loki: oh si la tengo. Acaba con él. • Thanos: empuña su mano contra la cabeza de Thor causándole dolor. • Loki: Ya déjalo en paz. • Thor: No tenemos el tercer acto. Fue detenido en Asgard. <i>(Loki reaparece el tercer acto en sus manos)</i> • Thor: Tú eres el peor hermano • Loki: Te aseguro hermano que el sol va volver a salir. • Thanos: <i>(se ríe)</i> Tu optimismo está fuera de lugar asgardiano. • Loki: Para empezar, no soy asgardiano y además tenemos un Hulk. 		<ul style="list-style-type: none"> ❖ SONIDO: efecto empático, sonido no diegético. ❖ MONTAJE: expresivo ❖ ILUMINACIÓN: Artificial ❖ LUZ: Fría y lateral. ❖ ESTEREOTIPO: villano ❖ GESTUALIDAD: con el rostro
---	--	--

DESCRIPCIÓN ICÓNICA

TÍTULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Infinity War

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo

ESCENA: INTERIOR. Planeta de Knowhere

ANEXO: 8

DISCURSO ENU/TEXTUAL	ENUNCIADO/ICÓNICO ESCENA	COMPOSICIÓN Y ESTILEMAS ICÓNICAS
<ul style="list-style-type: none"> • Thanos: ¿Es tristeza lo que siento en ti hija? En mi corazón sabía que te importaba. Pero uno nunca puede estar seguro. La realidad con frecuencia es decepcionante, o al menos lo era. Ahora la realidad puede ser como yo desee • Gamora: Sabías que vendría. • Thanos: Contaba con ello. Tenemos algo que discutir niñita. • Drax: ¡Thanos! (Thanos ataca a los amigos de Gamora) • Peter: Berenjena suéltala 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El personaje que representa al villano, es alto y apunta con su puño al héroe, mientras sujeta del hombro a la heroína. 2. El héroe está al frente del villano, con el brazo levantado y a la altura de la mano, se desvanece unas burbujas. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ FORMAS: imagen en rectángulo horizontal. ❖ LÍNEAS: verticales y horizontales ❖ PLANOS: Medio ❖ ÁNGULOS: Normal ❖ TOMAS: tres cuartos ❖ COLORES: negro, morado, verde, dorado y amarillo. ❖ MÚSICA: clásica

<ul style="list-style-type: none"> • Gamora: Peter • Peter: Te dije a la derecha • Gamora: ¿ahora? ¿Enserió? • Peter: ¡suéltala Thanos! • Thanos: Ahh con que el novio. • Peter: No... más bien soy el tipo asesino de titanes y un amante bandido. Déjala ir. • Gamora: Peter • Peter: Voy a volar esa barbilla con forma de escroto rallado de tu cara • Gamora: No a él Peter. Lo prometiste. Lo prometiste. • Thanos: Hay hija, estas esperando mucho de él. ¿Te dijo que lo hicieras no? Hazlo. Mmmm... Hazlo!!! • Peter: Te dije que a la derecha • Gamora: Te amo más que a nada • Peter: y yo te amo a ti (<i>Dispara, pero burbujas</i>) • Thanos: me agrada. 	<p>3. De fondo vemos cosas en llamas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ SONIDO: efecto empático, sonido no diegético. ❖ MONTAJE: de choque. ❖ ILUMINACIÓN: Artificial ❖ LUZ: cálida y simbólica ❖ ESTEREOTIPO: villano. Héroe y heroína. ❖ GESTUALIDAD: no existe
--	---	--

DESCRIPCIÓN ICÓNICA

TÍTULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Infinity War

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo

ESCENA: EXTERIOR. Planeta de Vormir.

ANEXO: 9

DISCURSO ENU/TEXTUAL	ENUNCIADO/ICÓNICO ESCENA	COMPOSICIÓN Y ESTILEMAS ICÓNICAS
<ul style="list-style-type: none"> • Thanos: Más vale que la gema se encuentre arriba. Por el bien de tu hermana • Red Skull: Bienvenido Thanos hijo de Alars. Gamora hija de Thanos. • Thanos: ¿nos conoces? • Red Skull: Mi maldición es conocer a todo aquel que viene aquí • Thanos: Donde está la gema del alma • Red Skull: debes saber, que ella exige un terrible precio. • Thanos: Estoy preparado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El personaje principal que se muestra en la imagen esta con la mirada hacia abajo, posee un guante del lado derecho. 2. De fondo se puede observar dos columnas rectangulares de forma vertical. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ FORMAS: imagen en rectángulo horizontal ❖ LÍNEAS: verticales y horizontales ❖ PLANOS: Medio ❖ ÁNGULOS: contrapicado ❖ TOMAS: tres cuartos ❖ COLORES: negro, azul, morado y dorado. ❖ MÚSICA: clásica

<ul style="list-style-type: none"> • Red Skull: Todos lo creemos. Pero nos equivocamos. • Thanos: ¿cómo es que conoces tan bien este lugar? • Red Skull: Hace toda una vida, yo también busqué las gemas, incluso tuve una en mis manos, pero me desterró y me envió aquí. Guio a otros a obtener un tesoro que no puedo poseer. Lo que buscas ya hace frente a ti. Al igual que a lo que temes. • Gamora: ¿qué es esto? • Red Skull: El precio. El alma guarda un lugar especial entre las gemas del infinito. Podría decirse que tiene cierta sabiduría. • Thanos: Dime que es lo que se necesita • Red Skull: para asegurar que quien la posea, entienda su poder, la gema exige un sacrificio 		<ul style="list-style-type: none"> ❖ SONIDO: efecto empático, sonido no diegético. ❖ MONTAJE: Lineal. ❖ ILUMINACIÓN: Artificial ❖ LUZ: Fría y principal ❖ ESTEREOTIPO: villano ❖ GESTUALIDAD: con el rostro.
---	--	--

<ul style="list-style-type: none">• Thanos: ¿de qué?• Red Skull: si deseas tomar la gema, debes perder aquello que amas. Un alma por un alma. <i>(Gamora se ríe)</i>• Gamora: toda mi vida soñé con el día, con el momento, en que recibieras lo que mereces y siempre me decepciona. Pero ahora, asesinas, torturas, y lo llamas piedad. El universo te ha juzgado, rogaste por un premio y te dijo que no. Fracasaste y sabes por qué, por qué tu no amas nada, a nadie.• Thanos: no• Gamora: ¿enserió? ¿lagrimas?• Red Skull: no son por el• Gamora: ¡no!, esto no es amor.• Thanos: ya ignoré mi destino una vez, no puedo volver hacerlo, ni siquiera por ti. Perdóname niñaata. <i>(Thanos sujeta del brazo a Gamora y la lanza por el abismo)</i>		
---	--	--

DESCRIPCIÓN ICÓNICA

TITULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Infinity War

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo

ESCENA: EXTERIOR. Wacanda

ANEXO: 10

DISCURSO ENU/TEXTUAL	ENUNCIADO/ICÓNICO ESCENA	COMPOSICIÓN Y ESTILEMAS ICÓNICAS
<ul style="list-style-type: none"> • Thanos: Te entiendo mi niña, mejor que nadie • Wanda: tú nunca entenderías • Thanos: hoy perdí más de lo que puedes imaginar, pero no es tiempo de lamento. Ahora el tiempo es mío. • Wanda: ¡no! <p><i>(Thanos trae devuelta a visión controlando en tiempo y le arrebató la gema)</i></p> <p><i>(Thanos ha conseguido todas las gemas, Thor desciende del cielo, lo apunta en el pecho y hiere a Thanos.)</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. El personaje se encuentra de forma inestable. Posee un guante que brilla al igual que su cuerpo irradia luz. 2. Se observa el suelo desde una vista de arriba-abajo. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ FORMAS: imagen en rectángulo horizontal ❖ LÍNEAS: No existen ❖ PLANOS: Entero ❖ ÁNGULOS: Picado ❖ TOMAS: cuerpo entero ❖ COLORES: verde, café, morado, dorado. ❖ MÚSICA: Clásica

<ul style="list-style-type: none">• Thor: Te dije Thanos que morirías por eso• Thanos: debiste apuntar a la cabeza.		<ul style="list-style-type: none">❖ SONIDO: Efecto empático, sonido no diegético.❖ MONTAJE: De choque e invertido❖ ILUMINACIÓN: Natural❖ LUZ: Cálida y principal❖ ESTEREOTIPO: Villano❖ GESTUALIDAD: Con el rostro y cuerpo.
--	--	---

DESCRIPCIÓN ICÓNICA

TITULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Endgame

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo

ESCENA: INTERIOR. Nave de Thanos.

ANEXO: 11

DISCURSO ENU/TEXTUAL	ENUNCIADO/ICÓNICO ESCENA	COMPOSICIÓN Y ESTILEMAS ICÓNICAS
<ul style="list-style-type: none"> • Nébula: El plan de nuestro padre al fin comienza • Gamora: Una gema no son seis Nébula. • Nébula: Es un inicio. Si las obtiene todas • Thanos: Román encontró la gema del poder, voy a enviarlas a su nave • Gamora: Eso no le gustará • Thanos: Su alternativa es morir. La obsesión es Ronan nubla su juicio • Nébula:(se arrodilla) no te fallaremos Padre. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El personaje esta frente, con caso y traje dorado. 2. De fondo, luces y humo. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ FORMAS: imagen en rectángulo horizontal ❖ LÍNEAS: verticales y horizontales ❖ PLANOS: medio ❖ ÁNGULOS: Normal ❖ TOMAS: ascendente ❖ COLORES: morado, dorado, amarillo. ❖ MÚSICA: clásica

<ul style="list-style-type: none">• Thanos: No lo harían jamás• Nébula: Te lo juro, te vas a sentirte orgulloso <p><i>(Nébula sufre una falla en su lector sináptico)</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Gamora: ¿sabes quién era?• Nébula: No lo sé. Mi cabeza se parte en 2. No lo sé• Gamora: Talvez se dañó su lector sináptico en batalla.• Thanos: Súbela a mi nave		<ul style="list-style-type: none">❖ SONIDO: efecto empático, sonido no diegético.❖ MONTAJE: Paralelo❖ ILUMINACIÓN: Artificial❖ LUZ: Fría y principal❖ ESTEREOTIPO: villano❖ GESTUALIDAD: no existe
--	--	---

DESCRIPCIÓN ICÓNICA

TITULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Endgame

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo

ESCENA: EXTERIOR. Instalaciones de Stark

ANEXO: 12

DISCURSO ENU/TEXTUAL	ENUNCIADO/ICÓNICO ESCENA	COMPOSICIÓN Y ESTILEMAS ICÓNICAS
<ul style="list-style-type: none"> • Thanos: Hija • Nébula: Si padre • Thanos: Así que este es el futuro. Bien hecho. • Nébula: Gracias padre. No sospecharon nada. • Thanos: Los arrogantes, jamás lo hacen. Ve y busca las gemas tráelas antes mi • Nébula: Dime que vas hacer. • Thanos: Esperare aquí. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Personaje con armadura dorada. 2. De fondo se observa un ambiente en llamas y humo. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ FORMAS: imagen en rectángulo horizontal ❖ LÍNEAS: verticales y horizontales ❖ PLANOS: Medio ❖ ÁNGULOS: Normal ❖ TOMAS: Avance y ascendente ❖ COLORES: negro, azul, dorado, morado, amarillo. ❖ MÚSICA: Clásica

		<ul style="list-style-type: none">❖ SONIDO: efecto empático, sonido no diegético.❖ MONTAJE: Expresivo❖ ILUMINACIÓN: Artificial❖ LUZ: Fría y principal❖ ESTEREOTIPO: villano❖ GESTUALIDAD: no existe
--	--	--

DESCRIPCIÓN ICÓNICA

TITULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Endgame

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo

ESCENA: EXTERIOR. Instalaciones de Stark

ANEXO: 13

DISCURSO ENU/TEXTUAL	ENUNCIADO/ICÓNICO ESCENA	COMPOSICIÓN Y ESTILEMAS ICÓNICAS
<ul style="list-style-type: none"> • Thanos: No podían vivir con su fracaso. ¿Eso a donde los llevó? Devuelta a mí. Creí que, al eliminar la mitad de la vida, la otra mitad prosperaría; pero me han demostrado que eso es imposible. En tanto exista quien tenga en su memoria lo que fue, siempre habrá aquellos que son incapaces de aceptar lo que puede ser. Van a resistir. • Stark: Si, somos tercos como mulas • Thanos: Como lo agradezco, porque ahora ya sé lo que debo hacer. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El personaje se encuentra sentado, con armadura dorada. Sus brazos reposan en sus piernas. 2. Un arma en forma de lanza dorada. 3. De fondo se observa incendio y humo. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ FORMAS: imagen en rectángulo horizontal ❖ LÍNEAS: verticales ❖ PLANOS: Medio ❖ ÁNGULOS: Normal ❖ TOMAS: ascendente ❖ COLORES: negro, dorado, morado ❖ MÚSICA: clásica

<p>Voy a destrozarse este universo hasta que no quede ni un átomo y luego con las gemas que recolectaron para mí, crearé uno nuevo repleto de vida. Que no conocerá lo que ya no existe, verá solo lo que se le ha dado, un universo agradecido.</p> <ul style="list-style-type: none">• Capitán América: Nacido de la muerte• Thanos: Nunca sabrán eso. Ustedes no vivirán para decirles (Empieza una batalla en el antagonista y los héroes)		<ul style="list-style-type: none">❖ SONIDO: efecto empático, sonido no diegético.❖ MONTAJE: narrativo❖ ILUMINACIÓN: Artificial❖ LUZ: Fría y principal❖ ESTEREOTIPO: Villano❖ GESTUALIDAD: no existe
---	--	--

DESCRIPCIÓN ICÓNICA

TÍTULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Endgame

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo

ESCENA: EXTERIOR. Instalaciones de Stark

ANEXO: 14

DISCURSO ENU/TEXTUAL	ENUNCIADO/ICÓNICO ESCENA	COMPOSICIÓN Y ESTILEMAS ICÓNICAS
<ul style="list-style-type: none"> • Thanos: Yo soy inevitable • Stark: y yo... soy Iron Man 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Del lado derecho está el personaje, con una sonrisa. 2. Del lado izquierdo, el guante que irradia luz. 3. De fondo se observa fuego y humo. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ FORMAS: imagen en rectángulo horizontal ❖ LÍNEAS: no existe ❖ PLANOS: primer plano ❖ ÁNGULOS: Normal ❖ TOMAS: Ascenso ❖ COLORES: morado, dorado, rojo, negro. ❖ MÚSICA: clásica

		<ul style="list-style-type: none">❖ SONIDO: efecto empático, sonido no diegético.❖ MONTAJE: Expresivo.❖ ILUMINACIÓN: Artificial❖ LUZ: Fría y principal❖ ESTEREOTIPO: villano❖ GESTUALIDAD: Con el rostro y las manos.
--	--	--

3.4 Aplicación Metodológica

En las páginas siguientes referimos a la aplicación del Análisis Estructural a nuestro corpus de Estudio, a saber:

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - LINGÜÍSTICO

TITULO DE LA PELÍCULA: The Avengers: Los Vengadores

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Joss Whedon

ESCENA: INTERIOR. Instalaciones de SHIELD

ANEXO: 1

TEXTO ENUNCIATIVO (DISCURSO)	TEMÁTICA	
	INDICACIÓN DEL TÉRMINO	ALUSIÓN
<p>Discurso entre Fury, Loki, Alcon y Doctor.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Loki: Por favor no, aún lo necesito ▪ Loki: Por supuesto que sí, no espero menos después de lo que hice. Me llamo Loki, y vengo de Asgard, y en mi descansa un glorioso propósito. 	<p>1) Necesidad</p> <p>2) Propósito</p>	<p>1.- La necesidad, se puede mencionar que se trata de un incentivo humano o motivación dirigido a satisfacer una ausencia de naturaleza cambiante.</p> <p>2.- El propósito es el objetivo o el ánimo por el que se efectúa o se deja de llevar a cabo una acción. Se trata del objetivo que se pretende alcanzar. Este término apunta la finalidad, la meta de una acción o de un objeto.</p>

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - LINGÜÍSTICO

TITULO DE LA PELÍCULA: The Avengers: los Vengadores

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Joss Whedon

ESCENA: EXTERIOR. Planeta de Jotunheim

ANEXO: 2

TEXTO ENUNCIATIVO	TEMÁTICA	
	INDICACIÓN DEL TÉRMINO	ALUSIÓN
<p>Discurso entre Loki y Chatauri</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Loki: Fui un rey. El legítimo rey de Asgard. Me traicionaron. ▪ Chitauri: Tu ambición es necia, impulsada por un capricho infantil. Nosotros vemos más allá de la tierra, hacia los grandes mundos que el tercer acto nos revelará. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Traición 2) Ambición 3) Obediencia 4) Sufrimiento 	<p>1.- Alude al acto o conducta de deslealtad o falta de compromiso que existe entre dos o más involucrados.</p> <p>2.- Se denomina ambición a aquella inclinación, deseo irrefrenable que manifiesta o experimenta un individuo.</p> <p>3.- Ciertamente la Obediencia es la acción de obedecer especialmente en organizaciones jerárquicas. Se trata del a ejecución de una orden.</p>

<ul style="list-style-type: none">▪ Loki: aún no obtienen el tercer acto. No me asustan. Pero hasta que yo habrá las puertas, hasta que sus tropas obedezcan mis órdenes, son solo palabras.▪ Chitauri: Tendrás tu guerra Asgardiano. Y si fracasas, si el tercer acto no viene a nosotros; no habrá un mundo, una luna desierta, no habrá espacio donde puedas refugiarte de su ira. Tú crees conocer el dolor, él va hacerte sentir, más sufrimiento del que hayas sentido.		<p>4.- El sufrimiento es agonía, pena o el dolor que experimenta un ser. Se relaciona a una sensación, consciente o inconsciente, que se refleja con el padecimiento y agotamiento.</p>
--	--	---

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - LINGÜÍSTICO

TÍTULO DE LA PELÍCULA: The Avengers: los Vengadores

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Joss Whedon

ESCENA: EXTERIOR. Ciudad.

ANEXO: 3

TEXTO ENUNCIATIVO	TEMÁTICA	
	INDICACIÓN DEL TÉRMINO	ALUSIÓN
<p>Discurso entre Loki, los Vengadores y los Ciudadanos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Loki: arrodíllense Ante mí. De rodillas. (<i>Grito</i>) ▪ Loki: De rodillas 	<p>1) Arrodillarse</p>	<p>1.- Arrodillarse es señal de sumisión y respeto a algún símbolo, deidad o persona que se considera indigna o que desea pedir perdón o indulgencia.</p>

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - LINGÜÍSTICO

TITULO DE LA PELÍCULA: Vengadores: La era de Ultrón

DIRECTOR: Joss Whedon

ESCENA: INTERIOR. Instalaciones de Stark

ANEXO: 4

GENERO: Acción/Aventura

TEXTO ENUNCIATIVO	TEMÁTICA	
	INDICACIÓN DEL TÉRMINO	ALUSIÓN
<p>Discurso de Ultron y los Vengadores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ultrón: No, como podrían ser dignos, todos son asesinos. • Ultron: Había un terrible ruido, y estaba enredado en hilos. Tuve que matar al otro, era un buen tipo. 	<p>2) Asesinar, Matar</p> <p>3) Misión</p> <p>4) Extinción</p>	<p>1.- Los términos significan tomar la vida de alguien con crueldad, intención, diseño, deslealtad, fraude o intención deliberada. Causando intenso sufrimiento, tristeza, dolor o pena y gran problema e insatisfacción.</p> <p>2.- Es el punto de vista que cada persona tiene sobre su vida y en base al cual planifica sus acciones y esfuerzos para lograr las metas propuestas.</p>

<ul style="list-style-type: none">• Ultron: En carne y hueso. O no aún no. No está crisálida, pero estoy listo. Tengo una misión.• Ultron: Eso fue dramático. Lo lamento, sé que su intención en buena, solo que no lo pensaron bien. Quieren proteger al mundo, pero no quieren que cambie. Como salvar a la humanidad sino se le permite evolucionar. Con ellos, con estas marionetas. Sólo hay un camino a la paz. La extinción de los vengadores.		<p>3.- Se hace referencia a la extinción como el acto y efecto de extinción o extinción. En este sentido, se refiere a la desaparición o cesación de ciertas cosas.</p>
--	--	---

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - LINGÜÍSTICO

TITULO DE LA PELÍCULA: Vengadores: La era de Ultrón
DIRECTOR: Joss Whedon
ESCENA: INTERIOR. Costa Africana.
ANEXO: 5

GENERO: Acción/Aventura

TEXTO ENUNCIATIVO	TEMÁTICA	
	INDICACIÓN DEL TÉRMINO	ALUSIÓN
<p>Discurso de Ultron y Vengadores.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ultrón: No hay un hombre a cargo, negociamos ahora. Sobre esta roca edificare mi reino • Ultron: Qué bueno que te interese por que aprovecharé que están aquí para explicar mi terrible plan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Negociar 2) Reino 3) Plan 	<p>1.- La negociación es un diálogo entre dos o más personas o partes entre las que ha surgido un conflicto. Por lo general, las partes tienen intereses comunes y otras tienen intereses en conflicto.</p> <p>2.- Un reino es un territorio cuyos habitantes están gobernados por un rey. Un lugar gobernado por una monarquía, una forma de gobierno en la que el puesto más alto lo ocupa un gobernante.</p>

		<p>3.- El plan Es un modelo sistemático que se desarrolla antes de la implementación de una actividad y tiene como objetivo guiarla y dirigirla.</p>
--	--	--

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - LINGÜÍSTICO

TITULO DE LA PELÍCULA: Vengadores: La era de Ultrón

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Joss Whedon

ESCENA: INTERIOR. Laboratorio de la Dra. Cho.

ANEXO: 6

TEXTO ENUNCIATIVO	TEMÁTICA	
	INDICACIÓN DEL TÉRMINO	ALUSIÓN
<p>Discurso de Ultron, la Doctora, Wanda y Pietro.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ultron: ¿en qué los engañe? • Ultron: Hubo más de una docena de eventos de niveles catastróficos antes de que les tocara a los dinosaurios. Cuando la tierra empiece a asentarse, el destino le arroje una roca, y pueden apostar a que no falta mucho. Tenemos 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Engañar 2) Evolución 	<p>1.- El engaño es una forma de ocultar la verdad, es una ilusión que no corresponde a la verdad. De esta manera, el propósito del engaño es engañar a alguien de que algo es verdad cuando no lo es.</p> <p>2.- La evolución es un cambio que se produce en un objeto o sujeto de un estado a otro como resultado de un proceso de transformación.</p>

que **evolucionar**, no hay lugar para los débiles. La vida siempre decide. Alguien viene. Tenemos que irnos.

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - LINGÜÍSTICO

TITULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Infinity War

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo

ESCENA: EXTERIOR. Planeta de Asgard

ANEXO: 7

TEXTO ENUNCIATIVO	TEMÁTICA	
	INDICACIÓN DEL TÉRMINO	ALUSIÓN
<p>Discurso de Thanos y los Vengadores</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ebony Maw: Escúchenme y regójense, han tenido el privilegio de ser Salvado por el gran Titan. Podrían considerar su sufrimiento, no... esta es su salvación. La balanza universal se está equilibrando gracias a su sacrificio. Sonrían, ya que 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Sufrimiento 2) Sacrificio 3) Aterrador 4) Temer 	<p>1.- El sufrimiento es agonía, pena o el dolor que experimenta un ser. Se relaciona a una sensación, consciente o inconsciente, que se refleja con el padecimiento y agotamiento</p> <p>2.- Un sacrificio puede ser un tributo u ofrenda a una deidad destinada a rendir homenaje. En estos casos, el sacrificio implica la matanza de una persona o un animal.</p>

<p>incluso en su muerte, se han convertido en hijos de Thanos</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Thanos: Yo sé lo que se siente perder. Sentir en lo más hondo que tienes razón y fallar de todos modos. Es aterrador. Sus piernas se hacen jalea. ¿Pero le pregunto con qué fin? Témanle, huyan de él. Al final el destino siempre llega, ahora ya está aquí, o debo decir, que ya vine.		<p>3.- Aterrador se distingue por aquello que da terror</p> <p>4.- Sentir algo realmente o quizás dañino y al mismo tiempo quieres deshacerte de ello.</p> <p>Crear y esperar que suceda algo indeseable.</p>
---	--	---

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - LINGÜÍSTICO

TITULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Infinity War

DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo

ESCENA: INTERIOR. Planeta de Knowhere

ANEXO: 8

GENERO: Acción/Aventura

TEXTO ENUNCIATIVO	TEMÁTICA	
	INDICACIÓN DEL TÉRMINO	ALUSIÓN
<p>Discurso de Thanos con Gamora y Peter.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Thanos: ¿Es tristeza lo que siento en ti hija? En mi corazón sabía que te importaba. Pero uno nunca puede estar seguro. La realidad con frecuencia es decepcionante, o al menos lo era. Ahora la realidad puede ser como yo desee 	<p>1) Desear</p>	<p>1.- El termino desear implica Esforzarse ferozmente por poseer o disfrutar de algo. Anhelos de que algo suceda o deje de suceder.</p>

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - LINGÜÍSTICO

TITULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Infinity War

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo

ESCENA: EXTERIOR. Planeta de Vormir.

ANEXO: 9

TEXTO ENUNCIATIVO	TEMÁTICA	
	INDICACIÓN DEL TÉRMINO	ALUSIÓN
<p>Discurso de Thanos, Red Skull y Gamora.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Red Skull: Mi maldición es conocer a todo aquel que viene aquí • Red Skull: Para asegurar que quien la posea, entienda su poder, la gema exige un sacrificio 	<p>1) Maldición</p> <p>2) Sacrificio</p>	<p>1.- Una maldición es una expresión destinada a dañar a una persona o a un grupo de individuos.</p> <p>2.- Un sacrificio puede ser un tributo u ofrenda a una deidad destinada a rendir homenaje. En estos casos, el sacrificio implica la matanza de una persona o un animal.</p>

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - LINGÜÍSTICO

TITULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Infinity War

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo

ESCENA: EXTERIOR. Wacanda

ANEXO: 10

TEXTO ENUNCIATIVO	TEMÁTICA	
	INDICACIÓN DEL TÉRMINO	ALUSIÓN
<p>Discurso de Thanos y los Vengadores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Thanos: Hoy perdí más de lo que puedes imaginar, pero no es tiempo de lamentos. Ahora el tiempo es mío. 	<p>1) Lamento</p>	<p>1.- El lamento es una expresión de dolor, sufrimiento o malestar.</p>

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - LINGÜÍSTICO

TITULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Endgame

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo

ESCENA: INTERIOR. Nave de Thanos.

ANEXO: 11

TEXTO ENUNCIATIVO	TEMÁTICA	
	INDICACIÓN DEL TÉRMINO	ALUSIÓN
<p>Discurso de Thanos e hijas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Thanos: Román encontró la gema del poder, voy a enviarlas a su nave • Thanos: Su alternativa es morir. La obsesión es Ronan nubla su juicio 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Poder 2) Muerte 3) Obsesión 	<p>1.- El poder tiene la capacidad o habilidad para que una persona realice una determinada acción. Tener poder es el poder de hacer algo. El término poder se puede utilizar de diferentes formas y con diferentes significados</p> <p>2.- El término significa tomar la vida de alguien con crueldad, intención, diseño, deslealtad, fraude o intención deliberada. Causando intenso sufrimiento, tristeza,</p>

		<p>dolor o pena y gran problema e insatisfacción.</p> <p>3.- La palabra obsesión hace referencia a la presencia de ideas, sentimientos o fantasías recurrentes o repetitivas acompañadas de angustia.</p>
--	--	---

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - LINGÜÍSTICO

TITULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Endgame
DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo
ESCENA: EXTERIOR. Instalaciones de Stark
ANEXO: 12

GENERO: Acción/Aventura

TEXTO ENUNCIATIVO	TEMÁTICA	
	INDICACIÓN DEL TÉRMINO	ALUSIÓN
<p>Discurso de Thanos y su hija Nebula.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Thanos: los arrogantes, jamás lo hacen. Ve y busca las gemas tráelas antes mi 	<p>1) Arrogancia</p>	<p>1.- Es un sentimiento de superioridad que un individuo desarrolla sobre los demás, basado en la falsa creencia de que merece mayores privilegios o concesiones que los demás.</p>

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - LINGÜÍSTICO

TITULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Endgame

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo

ESCENA: EXTERIOR. Instalaciones de Stark

ANEXO: 13

TEXTO ENUNCIATIVO	TEMÁTICA	
	INDICACIÓN DEL TÉRMINO	ALUSIÓN
<p>Discurso de Thanos y los Vengadores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Thanos: No podían vivir con su fracaso. ¿Eso a donde los llevó? Devuelta a mí. Creí que, al eliminar la mitad de la vida, la otra mitad prosperaría; pero me han demostrado que eso es imposible. (...) • Thanos: Como lo agradezco, porque ahora ya sé lo que debo hacer. Voy a destrozar este 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Eliminar 2) Destrozar 	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Que algo desaparezca o deje de existir 2.- Destruir o romper algo en muchos pedazos, dejándolo inservible.

universo hasta que no quede ni un átomo y luego con las gemas que recolectaron para mí, crearé uno nuevo repleto de vida. (...)

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - LINGÜÍSTICO

TITULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Endgame

GENERO: Acción/Aventura

DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo

ESCENA: EXTERIOR. Instalaciones de Stark

ANEXO: 14

TEXTO ENUNCIATIVO	TEMÁTICA	
	INDICACIÓN DEL TÉRMINO	ALUSIÓN
Discurso de Thanos y Stark • Thanos: Yo soy inevitable	1) Inevitable	1.- Que no se puede evitar.

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - ICÓNICO

TITULO DE LA PELÍCULA: The Avengers: Los Vengadores

DIRECTOR: Joss Whedon

ESCENA: INTERIOR. Instalaciones de SHIELD

ANEXO: 1

GENERO: Acción/Aventura

TIEMPO: 05:21

MOTIVO ICÓNICO IMAGEN	TEMÁTICA	
	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LOS ESTILEMAS ICÓNICOS	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LA COMPOSICIÓN ICÓNICA
	ESTEREOTIPOS; GESTUALIDAD; VESTUARIO; MAQUILLAJE.	PLANOS. ILUMINACIÓN; COLORES; MÚSICA; SONIDO; MONTAJE
Un personaje con la frente agachada y con vista hacia arriba. El pelo en forma de punta.	<ul style="list-style-type: none"> ✚ E: El antagonista del héroe. ✚ G: La sonrisa denota sarcasmo y felicidad, los ojos muy abiertos reflejan imponencia. ✚ V: No se observa ✚ M: De caracterización 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ P: Toma la cabeza y los hombros del personaje. Acercamiento y protagonismo. ➤ I: Se manipula la dirección, el color, la intensidad, la cantidad y la calidad de la luz es ajustada. ➤ C: El VERDE representa lo demoniaco y el NEGRO figura elegancia y muerte ➤ M: Son más refinados y para demostrar que son peligrosamente inteligentes, les gusta lo dramático y que son demasiado

		<p>sofisticados como para que se pueda confiar en ellos.</p> <ul style="list-style-type: none">➤ S: La música expresa su implicación directa en la emoción de la escena. El sonido no pertenece al espacio fílmico➤ M: Marca Suspenso
--	--	--

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - ICÓNICO

TITULO DE LA PELÍCULA: The Avengers: los Vengadores

DIRECTOR: Joss Whedon

ESCENA: EXTERIOR. Planeta de Jotunheim

ANEXO: 2

GENERO: Acción/Aventura

TIEMPO: 30:29

MOTIVO ICÓNICO IMAGEN	TEMÁTICA	
	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LOS ESTILEMAS ICÓNICOS	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LA COMPOSICIÓN ICÓNICA
	ESTEREOTIPOS; GESTUALIDAD; VESTUARIO; MAQUILLAJE.	PLANOS. ILUMINACIÓN; COLORES; MÚSICA; SONIDO; MONTAJE
Un hombre se encuentra sujetando un cetro. El hombre tiene un casco con cuernos. El personaje está parado de lado. De fondo se puede observar estrellas o constelaciones.	<ul style="list-style-type: none"> ✚ E: El antagonista del héroe. ✚ G: No se observa ✚ V: Es estilizado dependiente a su fusión, poseen elementos de attrezzo al sistema narrativo ✚ M: De caracterización 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ P: Se muestra en la pantalla de cintura para arriba ➤ I: Se manipula la dirección, el color, la intensidad, la cantidad y la calidad de la luz es ajustada. ➤ C: El NEGRO representa la muerte y la elegancia. El AZUL es el color del espacio, de la lejanía y del infinito, Es frio y distante

		<ul style="list-style-type: none">➤ M: Son más refinados y para demostrar que son peligrosamente inteligentes, les gusta lo dramático y que son demasiado sofisticados como para que se pueda confiar en ellos.➤ S: La música expresa su implicación directa en la emoción de la escena. El sonido no pertenece al espacio fílmico➤ M: Se plantea al espectador dos acciones y se va siguiendo en una u otra línea lo que va ocurriendo según va transcurriendo el tiempo
--	--	--

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - ICÓNICO

TITULO DE LA PELÍCULA: The Avengers: los Vengadores





DIRECTOR: Joss Whedon

ESCENA: EXTERIOR. Ciudad.

ANEXO: 3

GENERO: Acción/Aventura

TIEMPO: 40:10

MOTIVO ICÓNICO IMAGEN	TEMÁTICA	
	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LOS ESTILEMAS ICÓNICOS	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LA COMPOSICIÓN ICÓNICA
	ESTEREOTIPOS; GESTUALIDAD; VESTUARIO; MAQUILLAJE.	PLANOS. ILUMINACIÓN; COLORES; MÚSICA; SONIDO; MONTAJE
Un hombre sujetando un cetro. El hombre tiene un casco con cuernos. El hombre está parado de frente y en frente de unos edificios.	<p> E: El antagonista del héroe.</p> <p> G: No se observa.</p> <p> V: Es estilizado dependiente a su fusión, poseen elementos de atrezzo al sistema narrativo</p> <p> M: De caracterización</p>	<p>➤ P: Se muestra en la pantalla de cintura para arriba</p> <p>➤ I: Se manipula la dirección, el color, la intensidad, la cantidad y la calidad de la luz es ajustada.</p> <p>➤ C: NEGRO representa elegancia y muerte. AMARILLO es el color del oro, se relaciona con la riqueza y con la acción y el poder</p>

		<p>MARRÓN representa sensación de gravedad y equilibrio</p> <ul style="list-style-type: none">➤ M: Son más refinados y para demostrar que son peligrosamente inteligentes, les gusta lo dramático y que son demasiado sofisticados como para que se pueda confiar en ellos.➤ S: La música expresa su implicación directa en la emoción de la escena. El sonido no pertenece al espacio fílmico. Se halla sonido en el espacio fílmico.➤ M: incorpora un elemento expresivo que, asociado a la acción, amplíe y concretice su sentido.
--	--	---

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - ICÓNICO

TITULO DE LA PELÍCULA: Vengadores: La era de Ultrón

DIRECTOR: Joss Whedon

ESCENA: INTERIOR. Instalaciones de Stark

ANEXO: 4

GENERO: Acción/Aventura

TIEMPO: 29:40

MOTIVO ICÓNICO IMAGEN	TEMÁTICA	
	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LOS ESTILEMAS ICÓNICOS	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LA COMPOSICIÓN ICÓNICA
	ESTEREOTIPOS; GESTUALIDAD; VESTUARIO; MAQUILLAJE.	PLANOS. ILUMINACIÓN; COLORES; MÚSICA; SONIDO; MONTAJE
Una figura robótica deforme parada de una forma en particular. Una luz irradia de su pecho y ojos	<ul style="list-style-type: none"> ✚ E: El antagonista del héroe. ✚ G: muestra deformidad ✚ V: Es estilizado dependiente a su fusión, poseen elementos de attrezzo al sistema narrativo ✚ M: De caracterización 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ P: Esto incluye un entorno natural o una entidad grande. Su finalidad es dar una visión global del espacio donde se desarrolla la acción ➤ I: Se manipula la dirección, el color, la intensidad, la cantidad y la calidad de la luz es ajustada. ➤ C: NEGRO representa la muerte y elegancia

		<p>AZUL es el color del espacio, de la lejanía y del infinito, Es frio y distante</p> <ul style="list-style-type: none">➤ M: Son más refinados y para demostrar que son peligrosamente inteligentes, les gusta lo dramático y que son demasiado sofisticados como para que se pueda confiar en ellos.➤ S: La música expresa su implicación directa en la emoción de la escena. El sonido no pertenece al espacio fílmico➤ M: Consiste en la reconstrucción en tiempo real. Es actividad física dividida en planos.
--	--	--

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - ICÓNICO

TITULO DE LA PELÍCULA: Vengadores: La era de Ultrón





DIRECTOR: Joss Whedon

ESCENA: INTERIOR. Costa Africana.

ANEXO: 5

GENERO: Acción/Aventura

TIEMPO: 44:31

MOTIVO ICÓNICO IMAGEN	TEMÁTICA	
	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LOS ESTILEMAS ICÓNICOS	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LA COMPOSICIÓN ICÓNICA
	ESTEREOTIPOS; GESTUALIDAD; VESTUARIO; MAQUILLAJE.	PLANOS. ILUMINACIÓN; COLORES; MÚSICA; SONIDO; MONTAJE
<p>Un hombre metálico y/o robótico en la parte superior. Con mirada fija hacia el suelo. De perfil y ojos de luz roja.</p> <p>Una segunda persona es, un hombre extendido en el</p>	<p> E: El antagonista del héroe.</p> <p> G: No se observa</p> <p> V: Es estilizado dependiente a su fusión, poseen elementos de atrezzo al sistema narrativo</p> <p> M: De caracterización</p>	<p>➤ P: Muestra uno o más personajes moviéndose dentro de un escenario, escenario cercano o parte del mismo. Actor y ambiente tienen el mismo significado y están relacionados</p> <p>➤ I: Se manipula la dirección, el color, la intensidad, la cantidad y la calidad de la luz es ajustada.</p> <p>➤ C: NEGRO representa muerte y elegancia</p>

<p>suelo con la mirada arriba, de manera asustada.</p> <p>El ambiente posee un color rojizo</p> <p>,</p>		<p>ROJO se le vincula con la destrucción, la crueldad y la violencia</p> <ul style="list-style-type: none">➤ M: Son más refinados y para demostrar que son peligrosamente inteligentes, les gusta lo dramático y que son demasiado sofisticados como para que se pueda confiar en ellos.➤ S: La música expresa su implicación directa en la emoción de la escena. El sonido no pertenece al espacio fílmico➤ M: Consiste en la reconstrucción en tiempo real. Es actividad física dividida en planos.
--	--	---

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - ICÓNICO

TITULO DE LA PELÍCULA: Vengadores: La era de Ultrón

DIRECTOR: Joss Whedon

ESCENA: INTERIOR. Laboratorio de la Dra. Cho.

ANEXO: 6

GENERO: Acción/Aventura

TIEMPO: 01:17:59

MOTIVO ICÓNICO IMAGEN	TEMÁTICA	
	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LOS ESTILEMAS ICÓNICOS	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LA COMPOSICIÓN ICÓNICA
	ESTEREOTIPOS; GESTUALIDAD; VESTUARIO; MAQUILLAJE.	PLANOS. ILUMINACIÓN; COLORES; MÚSICA; SONIDO; MONTAJE
Un hombre robótico parado del lado izquierdo, con una postura firme, con cabeza y mirada hacia arriba.	<ul style="list-style-type: none"> ✚ E: El antagonista del héroe. ✚ G: No se observa ✚ V: Es estilizado dependiente a su fusión, poseen elementos de atrezzo al sistema narrativo ✚ M: De caracterización 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ P: Las personas se muestran en la pantalla de cintura para arriba. Este punto de vista suele ser reconocido por la mirada del espectador. ➤ I: Se manipula la dirección, el color, la intensidad, la cantidad y la calidad de la luz es ajustada. ➤ C: NEGRO representa la muerte y elegancia

<p>Lugar y escenografía de laboratorio con luces de fondo</p>		<p>AZUL es el color del espacio, de la lejanía y del infinito, Es frio y distante</p> <ul style="list-style-type: none">➤ M: Son más refinados y para demostrar que son peligrosamente inteligentes, les gusta lo dramático y que son demasiado sofisticados como para que se pueda confiar en ellos.➤ S: La música expresa su implicación directa en la emoción de la escena. El sonido no pertenece al espacio fílmico➤ M: Consiste en la reconstrucción en tiempo real. Es actividad física dividida en planos.
---	--	--

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - ICÓNICO

TITULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Infinity War

DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo

ESCENA: EXTERIOR. Planeta de Asgard

ANEXO: 7

GENERO: Acción/Aventura

TIEMPO: 03:00

MOTIVO ICÓNICO IMAGEN	TEMÁTICA	
	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LOS ESTILEMAS ICÓNICOS	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LA COMPOSICIÓN ICÓNICA
	ESTEREOTIPOS; GESTUALIDAD; VESTUARIO; MAQUILLAJE.	PLANOS. ILUMINACIÓN; COLORES; MÚSICA; SONIDO; MONTAJE
<p>Personaje con barbilla levemente levantada, con casco y vestimenta dorada.</p> <p>En primera impresión, un guante dorado, con una luz morada.</p> <p>De fondo oscuro y difuminado.</p>	<p>✚ E: El antagonista del héroe.</p> <p>✚ G: No se observa</p> <p>✚ V: Es estilizado dependiente a su fusión, poseen elementos de atrezzo al sistema narrativo</p> <p>✚ M: De caracterización</p>	<p>➤ P: Toma la cabeza y los hombros del personaje. Acercamiento y protagonismo</p> <p>➤ I: Se manipula la dirección, el color, la intensidad, la cantidad y la calidad de la luz es ajustada.</p> <p>➤ C: NEGRO representa la muerte y la elegancia</p> <p>AZUL es el color del espacio, de la lejanía y del infinito, Es frío y distante</p>

		<p>MORADO, tiene que ver con ideas acerca del sufrimiento y la muerte. Igualmente, con la tristeza y la penitencia. En su variante púrpura se le vincula con la realeza y la dignidad, AMARILLO es el color del oro, se relaciona con la riqueza y con la acción y el poder</p> <ul style="list-style-type: none">➤ M: Son más refinados y para demostrar que son peligrosamente inteligentes, les gusta lo dramático y que son demasiado sofisticados como para que se pueda confiar en ellos.➤ S: La música expresa su implicación directa en la emoción de la escena. El sonido no pertenece al espacio fílmico➤ M: Dentro de la narración, incorpora un elemento expresivo que, asociado a la acción, amplíe y concretice su sentido.
--	--	--

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - ICÓNICO

TITULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Infinity War

DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo


ESCENA: INTERIOR. Planeta de Knowhere

ANEXO: 8

GENERO: Acción/Aventura

TIEMPO: 01:30:27

MOTIVO ICÓNICO IMAGEN	TEMÁTICA	
	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LOS ESTILEMAS ICÓNICOS	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LA COMPOSICIÓN ICÓNICA
	ESTEREOTIPOS; GESTUALIDAD; VESTUARIO; MAQUILLAJE.	PLANOS. ILUMINACIÓN; COLORES; MÚSICA; SONIDO; MONTAJE
<p>El personaje que representa al villano, es alto y apunta con su puño al héroe, mientras sujeta del hombro a la heroína.</p> <p>El héroe está al frente del villano, con el brazo levantado y a la altura de la mano, se desvanece unas burbujas.</p>	<p>✚ E: - el antagonista del héroe y el otro personaje que se distingue por su valor</p> <p>✚ G: no se observa</p> <p>✚ V: Es estilizado dependiente a su fusión, poseen elementos de atrezzo al sistema narrativo</p>	<p>➤ P: Las personas se muestran en la pantalla de cintura para arriba. Este punto de vista suele ser reconocido por la mirada del espectador.</p> <p>➤ I: Se manipula la dirección, el color, la intensidad, la cantidad y la calidad de la luz es ajustada.</p> <p>➤ C: NEGRO, representa la elegancia y la muerte</p>

<p>De fondo vemos cosas en llamas.</p>	<p> M: De caracterización</p>	<p>MORADO, tiene que ver con ideas acerca del sufrimiento y la muerte. Igualmente, con la tristeza y la penitencia. En su variante púrpura se le vincula con la realeza y la dignidad, AMARILLO es el color del oro, se relaciona con la riqueza y con la acción y el poder</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ M: Son más refinados y para demostrar que son peligrosamente inteligentes, les gusta lo dramático y que son demasiado sofisticados como para que se pueda confiar en ellos. ➤ S: La música expresa su implicación directa en la emoción de la escena. El sonido no pertenece al espacio fílmico ➤ M: Aquí es donde falta el tiempo real. Y utiliza elipsis y acción tanto en el tiempo como en el espacio.
--	---	---

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - ICÓNICO

TITULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Infinity War

DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo

ESCENA: EXTERIOR. Planeta de Vormir.

ANEXO: 9

GENERO: Acción/Aventura

TIEMPO: 01:30:14

MOTIVO ICÓNICO IMAGEN	TEMÁTICA	
	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LOS ESTILEMAS ICÓNICOS	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LA COMPOSICIÓN ICÓNICA
	ESTEREOTIPOS; GESTUALIDAD; VESTUARIO; MAQUILLAJE.	PLANOS. ILUMINACIÓN; COLORES; MÚSICA; SONIDO; MONTAJE
<p>El personaje principal que se muestra en la imagen esta con la mirada hacia abajo, posee un guante del lado derecho.</p> <p>De fondo se puede observar dos columnas rectangulares de forma vertical.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✚ E: El antagonista del héroe. ✚ G: Refleja tristeza. ✚ V: Es estilizado dependiente a su fusión, poseen elementos de attrezzo al sistema narrativo ✚ M: De caracterización 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ P: se muestran en la pantalla de cintura para arriba. Este punto de vista suele ser reconocido por la mirada del espectador. ➤ I: Se manipula la dirección, el color, la intensidad, la cantidad y la calidad de la luz es ajustada. ➤ C: AZUL es el color del espacio, de la lejanía y del infinito, Es frio y distante

		<p>NEGRO, representa la elegancia y la muerte</p> <p>MORADO, tiene que ver con ideas acerca del sufrimiento y la muerte. Igualmente, con la tristeza y la penitencia. En su variante púrpura se le vincula con la realeza y la dignidad,</p> <p>AMARILLO es el color del oro, se relaciona con la riqueza y con la acción y el poder</p> <ul style="list-style-type: none">➤ M: Son más refinados y para demostrar que son peligrosamente inteligentes, les gusta lo dramático y que son demasiado sofisticados como para que se pueda confiar en ellos.➤ S: La música expresa su implicación directa en la emoción de la escena. El sonido no pertenece al espacio fílmico
--	--	---

		<p>➤ M: - Consiste en la reconstrucción en tiempo real. Es actividad física dividida en planos.</p>
--	--	--

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - ICÓNICO

TITULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Infinity War

DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo

ESCENA: EXTERIOR. Wacanda

ANEXO: 10

GENERO: Acción/Aventura

TIEMPO: 02:10:10

MOTIVO ICÓNICO IMAGEN	TEMÁTICA	
	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LOS ESTILEMAS ICÓNICOS	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LA COMPOSICIÓN ICÓNICA
	ESTEREOTIPOS; GESTUALIDAD; VESTUARIO; MAQUILLAJE.	PLANOS. ILUMINACIÓN; COLORES; MÚSICA; SONIDO; MONTAJE
<p>El personaje se encuentra de forma inestable. Posee un guante que brilla al igual que su cuerpo irradia luz.</p> <p>Se observa el suelo desde una vista de arriba-abajo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✚ E: El antagonista del héroe. ✚ G: Refleja dolor ✚ V: Es estilizado dependiente a su fusión, poseen elementos de attrezzo al sistema narrativo ✚ M: De caracterización, un guante. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ P: Las personas se muestran en la pantalla de cintura para arriba. Este punto de vista suele ser reconocido por la mirada del espectador. ➤ I: la variedad de colores visibles de los rayos que percibimos de nuestro alrededor ➤ C: VERDE es el color de la humanidad y la naturaleza. Interpreta esperanza y el balance emocional,

		<p>MARRÓN Se estima como el color realista, posiblemente porque es el color de la tierra</p> <p>MORADO, tiene que ver con ideas acerca del sufrimiento y la muerte. Igualmente, con la tristeza y la penitencia. En su variante púrpura se le vincula con la realeza y la dignidad,</p> <p>AMARILLO es el color del oro, se relaciona con la riqueza y con la acción y el poder</p> <ul style="list-style-type: none">➤ M: Son más refinados y para demostrar que son peligrosamente inteligentes, les gusta lo dramático y que son demasiado sofisticados como para que se pueda confiar en ellos.➤ S: La música expresa su implicación directa en la emoción de la escena. El sonido no pertenece al espacio fílmico
--	--	--

		<p>➤ M: Aquí es donde falta el tiempo real. Y utiliza elipses y acción tanto en el tiempo como en el espacio.</p>
--	--	--

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - ICÓNICO

TITULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Endgame

DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo

ESCENA: INTERIOR. Nave de Thanos.

ANEXO: 11

GENERO: Acción/Aventura

TIEMPO: 01:14:43

MOTIVO ICÓNICO IMAGEN	TEMÁTICA	
	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LOS ESTILEMAS ICÓNICOS	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LA COMPOSICIÓN ICÓNICA
	ESTEREOTIPOS; GESTUALIDAD; VESTUARIO; MAQUILLAJE.	PLANOS. ILUMINACIÓN; COLORES; MÚSICA; SONIDO; MONTAJE
<p>El personaje esta frente, con caso y traje dorado.</p> <p>De fondo, luces y humo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✚ E: El antagonista del héroe. ✚ G: No se observa ✚ V: Es estilizado dependiente a su fusión, poseen elementos de attrezzo al sistema narrativo ✚ M: De caracterización 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ P: Las personas se muestran en la pantalla de cintura para arriba. Este punto de vista suele ser reconocido por la mirada del espectador. ➤ I: la variedad de colores visibles de los rayos que percibimos de nuestro alrededor C: MORADO, tiene que ver con ideas acerca del sufrimiento y la muerte. Igualmente, con la tristeza y la

		<p>penitencia. En su variante púrpura se le vincula con la realeza y la dignidad, AMARILLO es el color del oro, se relaciona con la riqueza y con la acción y el poder</p> <ul style="list-style-type: none">➤ M: Son más refinados y para demostrar que son peligrosamente inteligentes, les gusta lo dramático y que son demasiado sofisticados como para que se pueda confiar en ellos.➤ S: La música expresa su implicación directa en la emoción de la escena. El sonido no pertenece al espacio fílmico➤ M: Se plantea al espectador dos acciones y se va siguiendo en una u otra línea lo que va ocurriendo según va transcurriendo el tiempo.
--	--	---

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - ICÓNICO

TITULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Endgame





DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo

ESCENA: EXTERIOR. Instalaciones de Stark

ANEXO: 12

GENERO: Acción/Aventura

TIEMPO: 02:05:08

MOTIVO ICÓNICO IMAGEN	TEMÁTICA	
	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LOS ESTILEMAS ICÓNICOS	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LA COMPOSICIÓN ICÓNICA
	ESTEREOTIPOS; GESTUALIDAD; VESTUARIO; MAQUILLAJE.	PLANOS. ILUMINACIÓN; COLORES; MÚSICA; SONIDO; MONTAJE
<p>Personaje con armadura dorada.</p> <p>De fondo se observa un ambiente en llamas y humo.</p>	<p> E: El antagonista del héroe.</p> <p> G: No se observa</p> <p> V: Es estilizado dependiente a su fusión, poseen elementos de attrezzo al sistema narrativo</p> <p> M: De caracterización.</p>	<p>➤ P: Las personas se muestran en la pantalla de cintura para arriba. Este punto de vista suele ser reconocido por la mirada del espectador.</p> <p>➤ I: la variedad de colores visibles de los rayos que percibimos de nuestro alrededor</p> <p>➤ C: AZUL es el color del espacio, de la lejanía y del infinito, Es frio y distante</p>

		<p>NEGRO, representa la elegancia y la muerte</p> <p>MORADO, tiene que ver con ideas acerca del sufrimiento y la muerte. Igualmente, con la tristeza y la penitencia. En su variante púrpura se le vincula con la realeza y la dignidad,</p> <p>AMARILLO es el color del oro, se relaciona con la riqueza y con la acción y el poder</p> <ul style="list-style-type: none">➤ M: Son más refinados y para demostrar que son peligrosamente inteligentes, les gusta lo dramático y que son demasiado sofisticados como para que se pueda confiar en ellos.➤ S: La música expresa su implicación directa en la emoción de la escena. El sonido no pertenece al espacio fílmico➤
--	--	---

		<p>➤ M: Cuando marca el ritmo de la acción, rápido en las aventuras y en la acción, lento en el drama y en el suspenso</p>
--	--	---

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - ICÓNICO

TITULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Endgame

DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo

ESCENA: EXTERIOR. Instalaciones de Stark

ANEXO: 13

GENERO: Acción/Aventura

TIEMPO: 02:08: 05

MOTIVO ICÓNICO IMAGEN	TEMÁTICA	
	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LOS ESTILEMAS ICÓNICOS	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LA COMPOSICIÓN ICÓNICA
	ESTEREOTIPOS; GESTUALIDAD; VESTUARIO; MAQUILLAJE.	PLANOS. ILUMINACIÓN; COLORES; MÚSICA; SONIDO; MONTAJE
<p>El personaje se encuentra sentado, con armadura dorada. Sus brazos reposan en sus piernas.</p> <p>Un arma en forma de lanza dorada.</p> <p>De fondo se observa incendio y humo.</p>	<p>✚ E: El antagonista del héroe.</p> <p>✚ G: No se observa.</p> <p>✚ V: Es estilizado dependiente a su fusión, poseen elementos de attrezzo al sistema narrativo</p> <p>✚ M: De caracterización.</p>	<p>➤ P: Las personas se muestran en la pantalla de cintura para arriba. Este punto de vista suele ser reconocido por la mirada del espectador.</p> <p>➤ I: la variedad de colores visibles de los rayos que percibimos de nuestro alrededor</p> <p>➤ C: NEGRO, representa la elegancia y la muerte</p>

		<p>MORADO, tiene que ver con ideas acerca del sufrimiento y la muerte. Igualmente, con la tristeza y la penitencia. En su variante púrpura se le vincula con la realeza y la dignidad, AMARILLO es el color del oro, se relaciona con la riqueza y con la acción y el poder</p> <ul style="list-style-type: none">➤ M: Son más refinados y para demostrar que son peligrosamente inteligentes, les gusta lo dramático y que son demasiado sofisticados como para que se pueda confiar en ellos.➤ S: La música expresa su implicación directa en la emoción de la escena. El sonido no pertenece al espacio fílmico
--	--	---

		<p>➤ M: Se plantea al espectador dos acciones y se va siguiendo en una u otra línea lo que va ocurriendo según va transcurriendo el tiempo.</p>
--	--	--

ANÁLISIS ESTRUCTURAL - ICÓNICO

TITULO DE LA PELÍCULA: Avengers: Endgame

DIRECTOR: Anthony Russo, Joe Russo

ESCENA: EXTERIOR. Instalaciones de Stark

ANEXO: 14

GENERO: Acción/Aventura

TIEMPO: 02:29: 41

MOTIVO ICÓNICO IMAGEN	TEMÁTICA	
	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LOS ESTILEMAS ICÓNICOS	DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DE LA COMPOSICIÓN ICÓNICA
	ESTEREOTIPOS; GESTUALIDAD; VESTUARIO; MAQUILLAJE.	PLANOS. ILUMINACIÓN; COLORES; MÚSICA; SONIDO; MONTAJE
<p>Del lado derecho está el personaje, con una sonrisa.</p> <p>Del lado izquierdo, el guante que irradia luz.</p> <p>De fondo se observa fuego y humo.</p>	<p>✚ E: El antagonista del héroe.</p> <p>✚ G: Refleja dolor</p> <p>✚ V: Es estilizado dependiente a su fusión, poseen elementos de attrezzo al sistema narrativo</p> <p>✚ M: De caracterización, un guante.</p>	<p>➤ P: Las personas se muestran en la pantalla de cintura para arriba. Este punto de vista suele ser reconocido por la mirada del espectador.</p> <p>➤ I: la variedad de colores visibles de los rayos que percibimos de nuestro alrededor</p> <p>➤ C: NEGRO, representa la elegancia y la muerte</p>

		<p>MORADO, tiene que ver con ideas acerca del sufrimiento y la muerte. Igualmente, con la tristeza y la penitencia. En su variante púrpura se le vincula con la realeza y la dignidad,</p> <p>AMARILLO es el color del oro, se relaciona con la riqueza y con la acción y el poder</p> <p>ROJO simboliza la sangre, el fuego, la pasión, la fuerza y la revolución</p> <ul style="list-style-type: none">➤ M: Son más refinados y para demostrar que son peligrosamente inteligentes, les gusta lo dramático y que son demasiado sofisticados como para que se pueda confiar en ellos.➤ S: La música expresa su implicación directa en la emoción de la escena. El sonido no pertenece al espacio fílmico
--	--	---

		<ul style="list-style-type: none">➤ M: Cuando marca el ritmo de la acción, rápido en las aventuras y en la acción, lento en el drama y en el suspenso
--	--	--

3.5. Balance Global

Estos son las cuatro películas que en base al desarrollo metodológico se han estudiado exhaustivamente

Sobre el *ANÁLISIS ESTRUCTURAL – LINGÜÍSTICO*, los discursos expuestos por los antagonistas manejan términos como ser: *la Necesidad*, que trata de un incentivo humano o motivación dirigido a satisfacer una ausencia de naturaleza cambiante por parte el villano Loki; el *Propósito*, que se trata del objetivo que pretende alcanzar Loki al querer gobernar la tierra; la *Traición*, que se comprende como la falta de compromiso que existe entre dos o más involucrados como es el caso de Loki y sus sirvientes.

La *Ambición*, es el deseo irrefrenable que manifiesta o experimenta Loki al querer gobernar el universo; la *Obediencia*, Loki es el que ejecuta órdenes y desea que sus tropas obedezcan; el *Sufrimiento*, resulta ser la agonía, pena o el dolor que experimentan las víctimas de los Chitauris; el *Arrodillarse*, es la señal de sumisión y respeto que ambiciona Loki; el *Asesinar*, Ultron acusa de tomar la vida de personas con crueldad a los Vengadores; la *Misión*, Ultron planifica sus acciones y esfuerzos para lograr las metas; la *Extinción*, se refiere a la desaparición de la humanidad que plantea Ultron; el *Negociar*, un termino que utiliza Ultron con los vengadores ya que tienen intereses en conflicto.

El *Plan*, un concepto que tiene Ultron como objetivo de guiar o dirigir una idea; el *Engañar*, Ultron oculta la verdad, escondiendo sus oscuros propósitos; el *Sufrimiento*, es la palabra amenazante de Thanos para los seres humanos que se refleja con el padecimiento y agotamiento; el *Sacrificio*, otra palabra amenazante por parte de Thanos y sus discípulos que implica la matanza de una persona; la *Maldición*, es la expresión utilizada por Thanos destinada a dañar a una persona; el *Sacrificio*, un tributo u ofrenda a una deidad, en este

caso solo para poseer uno de las gemas más poderosas del mundo; el Lamento, expresión de dolor, sufrimiento o malestar que repetidas veces dice Thanos no tener; el Poder, es la habilidad que anhela tener Thanos para utilizarla contra sus enemigos; la Obsesión, una de las cualidades del villano Thanos que hace a la presencia de ideas, sentimientos o fantasías que él tiene; la Arrogancia, Thanos acusa a los vengadores de tener este sentimiento de superioridad; el Destrozar, deseo que tiene Thanos para desaparecer o deje de existir la tierra; lo Inevitable, concepto con el que se identifica el más temible villano Thanos como un ser que no se puede evitar.

Términos que a simple vista reflejan aspectos y conceptos totalmente negativos.

Por otro lado, el *ANÁLISIS ESTRUCTURAL – ICÓNICO*, describe los elementos de los estilemas icónicos y elementos de la composición icónica. Los elementos de los estilemas icónicos se representan a través de estereotipos; el estereotipo común es el de Villano, el antagonista del héroe; La gestualidad no se representa en algunas escenas, pero cuando lo hace se refleja mediante miradas perturbadoras, entre estos podemos ver las sonrisas que denotan sarcasmo y felicidad, los ojos expresan frialdad.

El vestuario es estilizado dependiente a su función, los antagonistas poseen elementos de attrezzo al sistema narrativo, en el caso de Loki es distinguido por usar una capa, un casco y cuernos, armadura dorada y un cetro en la mano, en cuanto a Ultron se puede observar que es un villano de tecnología de metal, predomina el plateado en todo su ser y una luz roja refleja sus ojos, además de tener una figura fornida y escultural, Thanos por su lado es de contextura ancha, alto y de ropas doradas, armadura dorada y una grande lanza para luchar.

El maquillaje por su lado es de caracterización, es decir, es una herramienta que facilita la descripción, gestión y control de los procesos a través de la identificación de sus elementos esenciales

Los elementos de la composición icónica se representan mediante planos. iluminación; colores; música; sonido y montaje.

Existen un mayor uso de planos medios. La iluminación artificial es más usada para representar a los villanos ya que esta manipula la dirección, el color, la intensidad, la cantidad y la calidad de la luz es ajustada.

Los colores de mayor prominencia utilizados para que estos personajes se identifiquen son el negro, que está presente en las tinieblas de nuestras escenas y la muerte de las víctimas de estas secuelas, aunque también simboliza elegancia; el morado, es potencialmente utilizado por Thanos es el color que lo representa a simple vista, este color alude al sufrimiento y la muerte, con la tristeza y la penitencia; el verde, tiene significados como el veneno y lo demoníaco, diríamos que el personaje que predomina este color lo utiliza Loki en su vestuario; el rojo, que está vinculada con la destrucción, la crueldad y la violencia de nuestros villanos; el amarillo, es claramente utilizada en la ropa de nuestros antagonistas ya que representa la riqueza, la acción y el poder.

La música que acompaña a los antagonistas es clásica, eso se debe a que son dramáticos y que son sofisticados como para que se pueda confiar en ellos.

El sonido es siempre empático y de música no diegética. En cuanto al montaje, es diverso, depende como se maneje la historia.

CAPÍTULO

IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones y Recomendaciones

En este último apartado, sintetizo los hallazgos más importantes de mi investigación. Comento sobre los villanos, haciendo referencia a las representaciones de la imagen, el manejo del cuerpo, lenguaje audiovisual que acompaña a los villanos para enriquecer su calidad de malos. Además, se encuentran escenas acompañadas de sonido o música para crear una atmósfera.

La investigación demuestra que el villano son una figura imprescindible para la presencia y existencia de un héroe. Los antagonistas de las cuatro películas analizadas tienen características que los asimilan.

A pesar de lo importante y atractivo que es el villano cinematográfico como motor de las historias, este personaje está poco estudiado. Estos antagonistas de las historias cinematográficas tienen fuerza de caracterización por ser malvados.

No obstante, mediante la imagen, se logra identificar a los villanos a través de su ropa negra, complementos dorados y resaltantes, usualmente formal, con capa, una expresión facial exasperada, existe habitualmente una exagerada risa malvada. Además, que resaltan por una voz arrogante y halagador, y una exagerada confianza por sí solo que le lleva a dejar más claro sus oscuros planes. Tienden a tener un sentido de superioridad y perversas ambiciones.

A pesar de ser readaptadas del comic, preservan una coherencia interna que permite conservar la esencia del personaje. Gracias a su permanencia, conforman patrones de comportamiento asociados a sus personajes mediante símbolos. La simbología de los trajes de los antagonistas funciona como elemento descriptivo icónico de la psicología del villano.

A lo largo del proceso creativo de esta investigación me fui tropezando con algunos obstáculos que me hizo darme cuenta lo complicado de su elaboración. Como fanática frecuente de películas de superhéroes del cine, profundice y afronte el trabajo desde una visión explicativa.

Dado que las lecturas de libros y artículos académicos aumentaban en la bibliografía del trabajo, más me percataba de mi carencia de conocimientos para afrontar algo tan sugerente a nivel comunicacional.

Siento cierta frustración al no haber alcanzado a desarrollar todos los campos que me hubieran gustado adherir a este trabajo. Temas clave como, la importancia de los héroes no ha sido tratados con la exhaustividad que me habría gustado, habiéndoles podido dedicar pocos párrafos o llegándolos a tratar como elementos circunstanciales.

Aun así, estoy bastante complacida con el resultado final. He logrado aprender mucho sobre algo que me gusta y dejo para el futuro una idea de investigación interesante. El estudio de los superhéroes desde una vista simbólica e icónica.

BIBLIOGRAFÍA

AA.VV. (1976) Introducción al Estructuralismo, Alianza EDITORIAL, Madrid.

ALONSO Manuel y MATILLA Luis (2001), Imágenes en Acción, Ediciones Akal S. A. Tercera Edición, Madrid – España.

ANDER-EGG, Ezequiel (1995) Técnicas de investigación social, Argentina, Lumen 24^o edición.

BARTHES, Roland (1998), La aventura semiología. Barcelona, Paidós

BROEKMAN, Jan M (1979): El Estructuralismo, Herder, Barcelona.

COCA, Carlos (2009): Investigación Etnográfica, su aplicación en trabajo de campo, Oruro – Bolivia, Computadora

COCA, Carlos (2009): Metodología de la investigación social, un aporte a la investigación acción, Oruro – Bolivia, Computadora

COSTA Joan (2003), Diseñar para los ojos, Editorial Design, La Paz-Bolivia

CROW, David (2008) No te creas ni una palabra, Barcelona.

ECO, Umberto (1975) La estructura ausente. Introducción a la semiótica. Barcelona - España. Editorial lumen.

ECO, Umberto (2016) Apocalípticos e Integrados, de bolsillo Editorial, Argentina.

FISKE, John (1984). Introducción al estudio de la Comunicación, Editorial Norma. Colombia.

FRUTIGER, Adrián (2007): Signos, símbolos, marcas, señales a internet. Elementos, morfología, representación, significación, Gustavo Gili, Barcelona - España.

GARCÍA, Francisco y PAVES, Gonzalo (2014): Ciudades de cine, Cátedra, Barcelona

GREIMAS, A.J. y COURTES, J. (1979) Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje. Madrid. España. Editorial Gredos.

GUIRAUD, Pierre (1974) La semiología. Traducción de maría teresa poyrazian. Buenos Aires. Argentina Siglo XXI editores

HELLER, Eva (2018) Psicología del color, como actúan los colores sobre los sentimientos y la razón, Editorial Gustavo Gili, España.

HELLER, Eva (2018), Psicología del Color, Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona.

HJELMSLEV, Louis (1971): Prolegómenos a una teoría del lenguaje, Gredos, Madrid – España.

LOMAS Carlos (2008) El espectáculo del Deseo, Editorial Magisterio, Colombia.

MARAFIOTI, Roberto (2008), Sentidos de la Comunicación, Editorial Biblos, Buenos Aires – Argentina.

MUNARI, Bruno (2016): Diseño y comunicación visual, Gustavo Gili, Barcelona -España.

PEÑUELAS, Marcelino (1965) Mito, Literatura y Realidad. Editorial Gredos. S.A. Primera Edición. Madrid España.

RODRIGUEZ D. José L. (1998) El Comic y su Utilización Didáctica. Los tebeos en la enseñanza. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.

TORRICO V. Erick (1997). La Tesis en Comunicación. Elementos para elaborarla. Artes gráficas Latinas. La Paz -Bolivia.

TORRICO V. Erick (2004). Abordajes y Periodos de la Teoría de la Comunicación, Grupo Editorial Norma, Colombia, Primera Edición.

TORRICO V. Erick (2010) Comunicación De las matrices a los enfoques, Editorial Quipus, Quito - Ecuador.

VILLAFANE Justo (2009), Introducción a la teoría de la Imagen, Ediciones Pirámide, Madrid.

ANEXOS

Anexo 1



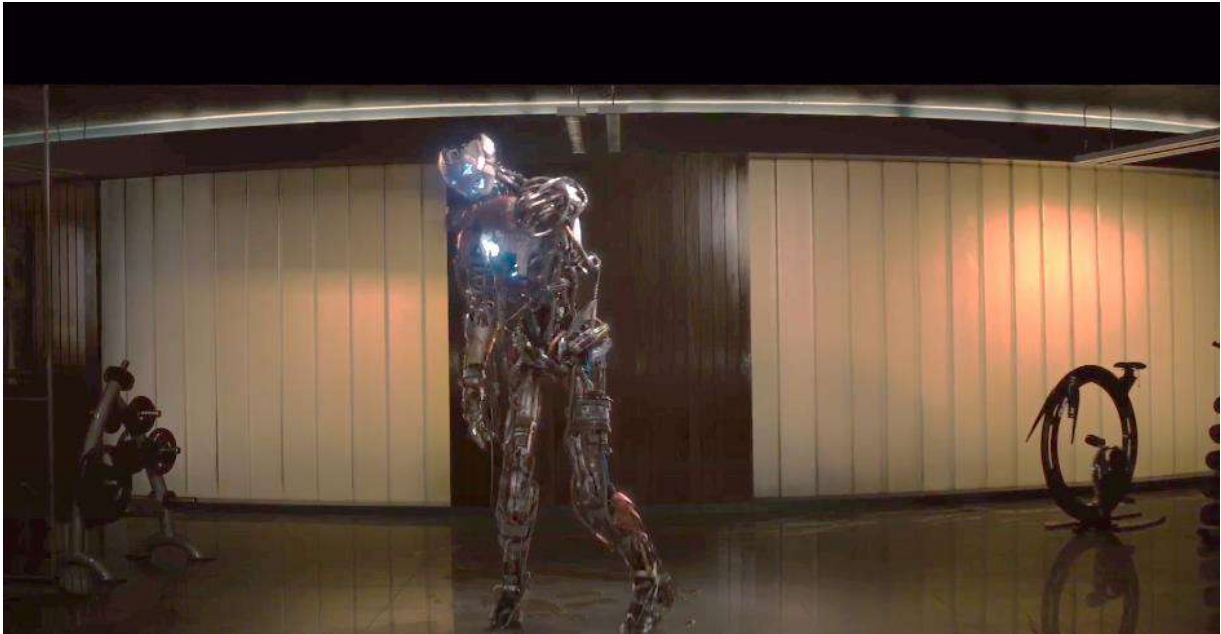
Anexo 2



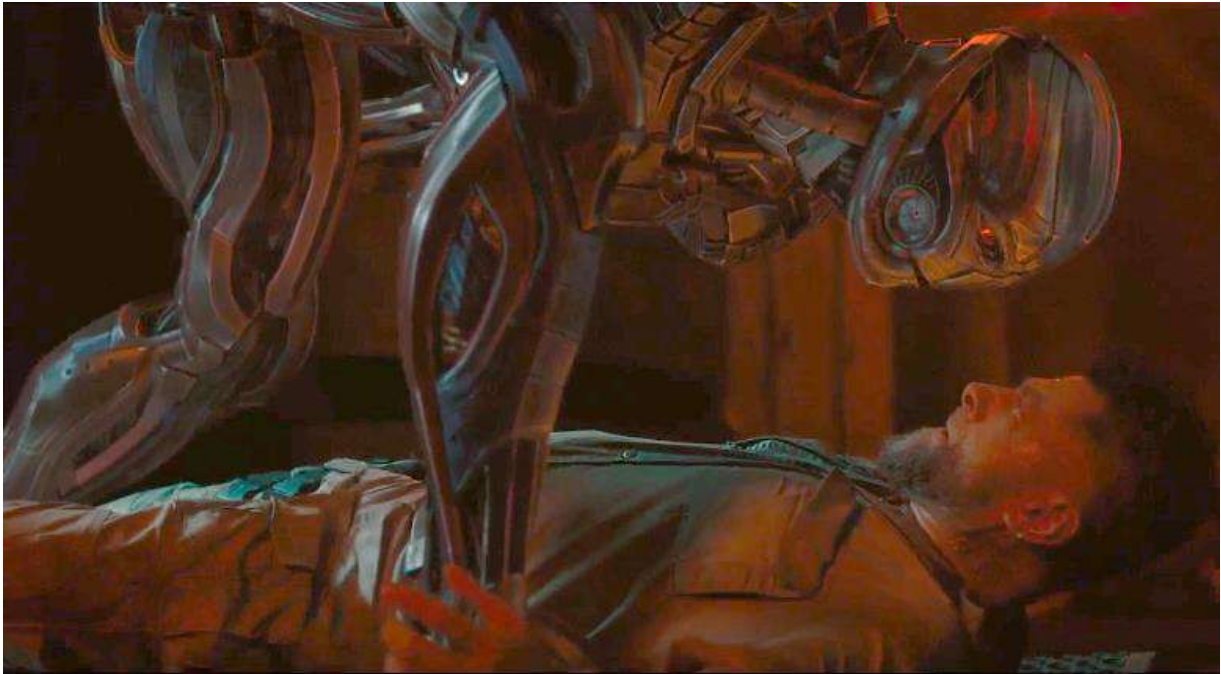
Anexo 3



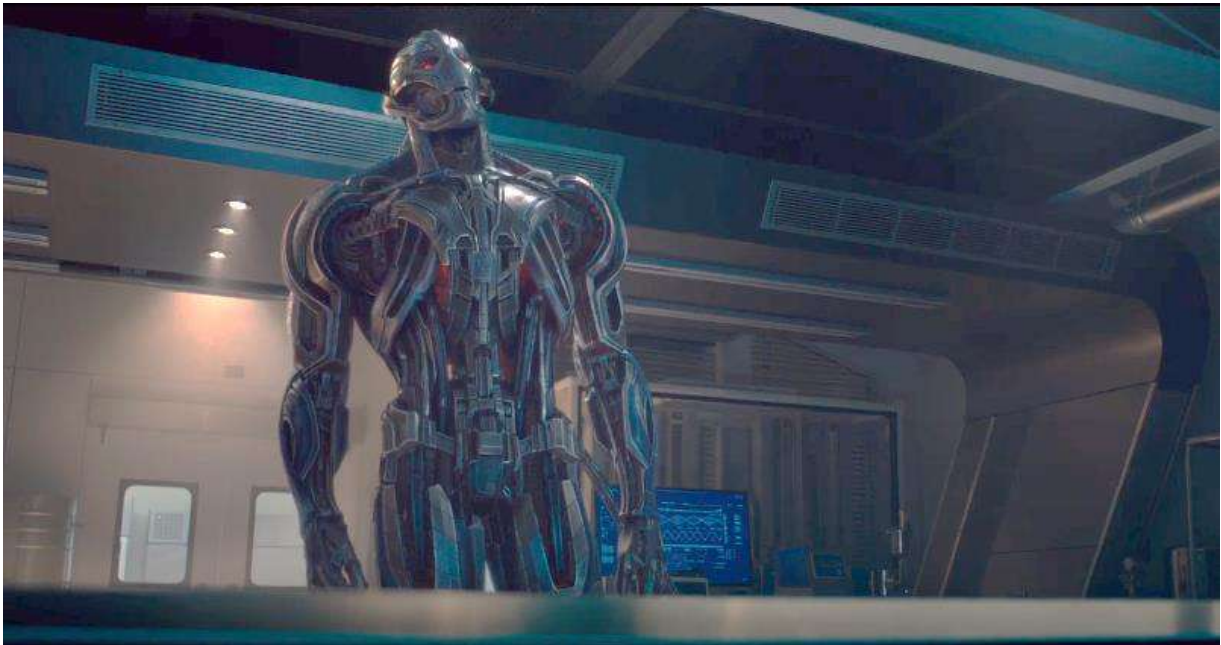
Anexo 4



Anexo 5



Anexo 6



Anexo 7



Anexo 8



Anexo 9



Anexo 10



Anexo 11



Anexo 12



Anexo 13



Anexo 14

