

ANÁLISIS SEMIÓTICO DE LOS CARTELES DE "FESTIVAL" Y "TAQUILLA" EN PELÍCULAS INDEPENDIENTES DEL CINE TURCO

Semiotic analysis of "Festival" and "Box Office" posters in
independent films in Turkish Cinema.

 Olcay Holat¹: Universidad de Ege. Turquía.

olcay.holat@ege.edu.tr

Cómo citar este artículo:

Holat, Olcay (2026). Análisis semiótico de los carteles de "festival" y "taquilla" en películas independientes del cine turco [Semiotic analysis of "Festival" and "Box Office" posters in independent films in Turkish Cinema]. *Vivat Academia*, 159, 1-21. <https://doi.org/10.15178/va.2026.159.e1664>

RESUMEN

Introducción: La semiótica es el estudio de los signos, los sistemas de signos, los códigos y los símbolos. Los carteles sirven como herramientas de comunicación visual que transmiten mensajes mediante la combinación de múltiples sistemas de signos. **Metodología:** Esta investigación emplea un modelo de análisis semiótico para identificar similitudes y diferencias entre signos, clasificando los carteles creados para películas turcas independientes en dos grupos según su propósito: "festival" y "taquilla". El estudio aplica la segunda tríada de Peirce —"ícono, índice y símbolo"— como marco analítico. La muestra, seleccionada mediante muestreo intencional, comprende carteles de festivales de cine internacionales y nacionales, así como carteles de taquilla, específicamente para las películas *Noah Land* de 2019, dirigida por Cenk Ertürk, y *Burning Days* de 2022, dirigida por Emin Alper. **Resultados:** El análisis reveló patrones consistentes y significativos en los diseños de los seis carteles, divididos en categorías de festival y taquilla. **Discusión y conclusiones:** Los hallazgos indican que los símbolos narrativos en los carteles de festivales de cine,

¹ **Olcay Holat:** Es profesor en el Rectorado de la Universidad de Ege y posee un título de doctor. Obtuvo su doctorado en el Departamento de Radio, Televisión y Cine de la Universidad de Ege. Sus intereses de investigación son los estudios de la comunicación, el transmedia, la semiótica, los carteles de cine y la publicación en plataformas digitales.

tanto internacionales como nacionales, se ubican prominentemente en el centro, enfatizando su importancia, siendo el lenguaje la única diferencia notable entre ellos. En cambio, los carteles de taquilla priorizan los símbolos asociados a actores turcos conocidos y los coloca en un lugar destacado en el centro para atraer al público. Además, los signos y símbolos narrativos en los carteles de taquilla tienden a ser menos prominentes, a menudo quedando en segundo plano en comparación con los de los carteles de festivales.

Palabras clave: semiótica, cartel, cine turco, *Noah Land*, *Burning Days*.

1. INTRODUCCIÓN

La semiótica es un campo de estudio que examina los signos y los sistemas de significado subyacentes. Los signos no pueden existir por sí solos y, por lo tanto, requieren un sistema (el lenguaje). A través de este sistema, los signos adquieren significado, pueden definirse y relacionarse entre sí. El sistema es social y el lenguaje se basa en acuerdos y consenso entre los miembros de la comunidad. "La formación de sistemas (la capacidad lingüística) se destaca como una característica común entre los seres humanos. Lo que distingue a todas las comunidades es que hablan diferentes lenguas y forman sus propios sistemas únicos" (Erkman, 1987, pp. 18-38). En este contexto, las lenguas naturales, los alfabetos, las señales de tráfico, las imágenes, las películas, las obras musicales, etc., utilizadas con fines comunicativos, entran dentro del ámbito de la semiótica. Los carteles, que son productos de diseño gráfico, son un medio visual de comunicación que transmite signos, códigos y símbolos.

Una de las herramientas más efectivas para la promoción y comercialización de películas cinematográficas son los carteles. "Los carteles pueden definirse como un signo cultural con un diseño dinámico y estético, que cumple la tarea de reflejar las características culturales, políticas y de marketing del país donde se lleva a cabo el diseño gráfico y la producción" (Becer, 1999, pp. 202-203). Otra definición describe los carteles como "una de las herramientas publicitarias que busca transmitir un diseño visual simple a la audiencia de manera impactante y rápida" (Teker, 2009, pp. 139-140). Los carteles pueden dividirse en tres tipos diferentes según su propósito. Los carteles publicitarios son un tipo de cartel utilizado en el sector de la publicidad corporativa para promocionar un producto o servicio. Los carteles culturales son un tipo de cartel diseñado para promocionar y anunciar eventos culturales específicos como teatro, cine, exposiciones, conciertos, deportes, etc. En este tipo de cartel, el énfasis en el lugar y el tiempo se utiliza como un elemento tipográfico importante. Los carteles sociales son un tipo de cartel que busca generar conciencia social y contiene mensajes educativos y de advertencia sobre temas sociales, sin fines comerciales (Becer, 1999, p. 202). Los carteles de cine, un tipo de cartel cultural producido para el medio cinematográfico, son letreros diseñados de manera efectiva y llamativa para promocionar y comercializar la película. Son productos de diseño gráfico que transmiten la trama, representan una escena importante con imágenes, contienen información sobre los actores principales o el escenario y la época, y comunican todo esto a través de un diseño con elementos visuales y tipográficos

(Riyanto, 2023, p. 29; Yudhanto, 2025, pp. 230-232). El propósito fundamental de los carteles de cine, como productos de diseño visual, es motivar al público a ir al cine. En este contexto, el mensaje en los carteles creados mediante procesos de creación estética debe presentarse de forma clara y concisa. Los elementos del diseño deben ser apropiados para el contenido de la película y relevantes para el tema (Erzincan, 2022). El diseño del cartel, apoyado en imágenes visuales y elementos tipográficos, debe motivar y persuadir al público de manera llamativa e impactante.

El primer cartel cinematográfico producido en la industria del cine fue diseñado en 1895 para promocionar el cortometraje cómico de Louis Lumière, *L'Arroseur Arrosé*. Este cartel tiene la distinción de ser el primer cartel de cine producido públicamente para promocionar y comercializar una historia de ficción. Los diseños de carteles han evolucionado junto con los avances tecnológicos y el desarrollo de la industria cinematográfica a lo largo del tiempo. Ganaron particular importancia en la década de 1920 y más allá con el desarrollo de la industria cinematográfica de Hollywood (Atabey, 2025, pp. 364-365). Los carteles de cine son herramientas visuales efectivas que despiertan la curiosidad en el público objetivo y brindan información sobre el tema y la atmósfera de la película, estableciendo el primer vínculo entre el espectador y la película. Los carteles de cine tienen posibilidades narrativas limitadas. A diferencia de los tráileres, que presentan imágenes visuales en movimiento, los carteles de cine se presentan como una sola fotografía, ilustración o marco de diseño completamente original. Esta naturaleza limitada requiere el poder del diseño del cartel para atraer la atención y llegar al público objetivo (Yılmazkol, 2023, p. 89). Por lo tanto, requiere la presentación efectiva y creativa de los principios del diseño gráfico. En el diseño gráfico, el uso del "equilibrio" en imágenes, texto, colores y espacio en blanco; asegurar captar la atención colocando elementos que proporcionan jerarquía visual y apariencia estética en proporción a los puntos objetivo; "proporción y jerarquía"; "unidad", que asegura que el diseño se perciba como un todo en lugar de en partes; "continuidad", que presenta repetición y similitud entre las formas y tamaños de los elementos visuales; y elementos de "énfasis", que presentan los elementos que necesitan ser resaltados y aquellos que deben dejarse en segundo plano a través de la dirección, tamaño, forma, textura, etc. (Becer, 1999; Özsoy y Ayaydın, 2016, pp. 70-202). De manera similar, el color, un elemento importante en el diseño gráfico, asume la tarea de organizar la jerarquía visual. Puede hacer visibles los dibujos y la tipografía, así como traer algunos elementos al primer plano y dejar otros en segundo plano. "En este contexto, el concepto de color es un elemento importante en el diseño de carteles, con funciones como motivar y orientar el comportamiento, además de simbolizar ideas" (Tekler, 2009, p. 64). Por lo tanto, es fundamental que los carteles de cine, producidos como herramienta de promoción y marketing en la industria cinematográfica, utilicen todos los recursos creativos, junto con los principios del diseño gráfico, para captar la atención del público.

Este estudio tiene como objetivo examinar las similitudes y diferencias entre los carteles de festivales y de taquilla producidos para una misma película, con el uso de una metodología de análisis semiótico en el cine independiente turco. De acuerdo

con el objetivo de la investigación, las muestras seleccionadas son los carteles de festivales y de taquilla de las películas *Noah Land* de 2019 y *Burning Days* de 2022, galardonadas en festivales de cine nacionales e internacionales. Se incluyeron tres carteles de cada película en el análisis debido a las limitaciones de la investigación.

2. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA: SEMIÓTICA

La semiótica, reconocida como disciplina científica en el siglo XX, examina todos los signos y sistemas de signos. Esta disciplina fue desarrollada particularmente en Europa por Ferdinand de Saussure y en Estados Unidos por Charles Sanders Peirce a través de sus enfoques y teorías. "La semiótica es un proyecto científico que investiga cómo se producen los significados mediante la vinculación en narrativas, principalmente mediante el desarrollo de herramientas teóricas que puedan revelar este proceso de producción". El concepto de signo se aborda dentro del contexto de la oposición entre significante y significado en los campos de la lógica y el lenguaje (Rifat, 1992, pp. 14-27; Saussure, 1995). Según Saussure, lingüista considerado el fundador de la semiótica contemporánea, el concepto de signo consiste en la oposición entre significante y significado. Define los signos, que son los elementos básicos de las estructuras lingüísticas, como un todo complejo que consta de una imagen auditiva, que es una forma, y un concepto que determina el significado. De los dos elementos que constituyen el signo, la imagen sonora se define como el significante y el concepto como el significado. Por ejemplo, la palabra "árbol" es el significante, que es la parte que percibimos con nuestros sentidos, mientras que el concepto de árbol que esta palabra evoca o significa en la mente es el significado (Saussure, 1995, p. 110). Según Fiske, la existencia de un signo depende de que los usuarios de una cultura específica lo acepten como tal y alcancen un consenso. Para interpretar un signo, una persona debe haberlo aprendido. El significado de los signos es compartido por todos los miembros de una misma cultura que comparten el mismo idioma (Fiske, 2014; Saussure, 1995).

Barthes relaciona el nivel de significado en sus enfoques con los conceptos de denotación y connotación. Según Barthes (1976), "la denotación es lo que representa el signo, mientras que la connotación es cómo se representa el signo. La denotación generalmente puede interpretarse a un nivel universal en la mente de las personas". Sin embargo, las connotaciones en diversos sistemas de comunicación pueden variar según las culturas y las sociedades. Por lo tanto, factores como la cultura, los mitos y el contexto histórico de la sociedad en la que se interpretan las connotaciones determinan el nivel de interpretación (Barthes, 2017, p. 93).

El modelo de Peirce, basado en íconos, índices y símbolos, se considera significativo para representar la relación entre los signos y sus objetos, así como la forma de clasificación. Merrell (2000, p. 37) define el modelo desarrollado por Peirce de la siguiente manera: Sostiene que el ícono se percibe por semejanza y se comprende a través de los sentidos; el índice se basa en relaciones causales y naturales y se percibe mediante la inferencia de causa y efecto; y el símbolo se alcanza mediante el aprendizaje o la aplicación por concordancia.

La semiótica cinematográfica busca identificar las leyes que hacen posible ver una película y revelar los significados y patrones únicos que otorgan a cada película o género cinematográfico su carácter específico (Metz, 1990). En este contexto, Metz (1990) argumenta, desde una perspectiva semiológica, que el cine posee un "lenguaje" más que una capacidad lingüística. Demuestra que el poderoso significado literal de las imágenes y los sonidos en las películas, así como sus capacidades figurativas, son parte integral de la capacidad lingüística del cine. Dado que el cine forma parte de la cultura, constituye un recurso valioso para el campo de la semiótica. Un buen ejemplo de ello es que la imagen de una rosa en la película *Richard III* (1995) no es simplemente una rosa, sino que adquiere un significado secundario como símbolo de las Casas de York y Lancaster (Monaco, 2009, pp. 170-178).

3. OBJETIVO

En el cine turco, especialmente en el cine independiente, se producen carteles con diferentes símbolos para una misma película, destinados a festivales, salas de cine o campañas de marketing. Este estudio busca identificar, mediante un análisis semiótico, los símbolos que se asemejan o diferencian entre los carteles de festivales y los de taquilla producidos para la misma película. Este estudio, que se espera contribuya a la literatura existente, se considera importante para comprender cómo se presentan estratégicamente los carteles creados específicamente para festivales, con especial atención a los símbolos, y los carteles comerciales para la taquilla, así como para identificar los cambios en la simbología.

Las preguntas de investigación de este estudio son las siguientes:

PI1: ¿Qué cambios se pueden observar en los elementos visuales de los carteles de festivales producidos para películas independientes en el cine turco y los carteles producidos para estrenos de taquilla?

PI2: ¿Cuáles son los diferentes elementos visuales, signos y símbolos en los carteles de festivales y taquilla producidos para películas independientes en el cine turco?

PI3: ¿Se aplica la estrategia del "sistema de estrellas" en las categorías de carteles de taquilla analizados?

4. METODOLOGÍA

El universo de investigación se compone de carteles de películas. En el estudio, se utilizará uno de los modelos de análisis semiótico, la segunda clasificación triádica de C.S. Peirce (1984, pp. 274-306), el modelo de "ícono, índice y símbolo", para analizar los carteles de muestra. La metodología para cada cartel se estructura en dos etapas. Primero, se realizará un análisis descriptivo de los carteles de muestra en términos de lenguaje gráfico, seguido de un estudio semiótico de las muestras seleccionadas con el uso de la metodología de análisis semiótico.

Con sus enfoques en el campo de la semiótica y su propuesta de definición y clasificación del concepto de signos, C.S. Peirce creó una serie de signos basados en tríadas. Al clasificar los fenómenos semióticos, desarrolló el enfoque de "ícono, índice y símbolo", que también se utiliza como modelo de análisis basado en su segunda tríada. Según este enfoque (Erkman, 1987; Peirce, 1984, pp. 274-306; Rifat, 1992, p. 22; Sayın, 2007):

- *Ícono*: Un signo que alude a un objeto por las cualidades que posee. Algunos ejemplos de íconos son imágenes, mapas, diagramas y fotografías. En este punto, aunque no percibamos los objetos con todo detalle, ciertas líneas ayudan a evocarlos. Todo aquello que representa directamente el objeto al que alude o sustituye, y que establece una relación de similitud física, es un ícono.
- *Índice*: Un índice es un signo que pierde las cualidades que lo convierten en un signo cuando su objeto desaparece. Los índices tienen una relación directa con sus objetos a través de una necesidad invisible. Los índices no se parecen ni son completamente ajenos a lo que representan; simplemente indican lo que reflejan. La fiebre alta de una persona es un índice de que esa persona tiene un problema de salud, mientras que ver humo es un índice de un incendio. Los índices se basan en una relación de causa y efecto.
- *Símbolo*: Peirce ofrece dos definiciones diferentes de símbolo. La primera es que un símbolo es un signo cuya interpretación depende del intérprete. La segunda es que un símbolo es un signo que se refiere a un objeto, expresando la universalidad de ideas generales. Se observa que la relación entre el símbolo y "aquello" que representa se basa en un acuerdo o consenso social. "Por ejemplo, las palabras en el lenguaje son símbolos basados en el acuerdo; porque una palabra transmite lo que denota solo porque entendemos que significa eso". El símbolo del concepto de justicia en la mayoría de las sociedades es la balanza. Evoca la relación de la justicia con el principio de igualdad. De manera similar, el alfabeto, los números, las notas musicales, las banderas y los semáforos son ejemplos de símbolos.

Se seleccionaron muestras de películas independientes premiadas en festivales y estrenadas en cines, en consonancia con el objetivo de la investigación. Las películas independientes se definen como aquellas que emplean un proceso de producción alternativo al de la industria cinematográfica convencional, no son financiadas por grandes estudios y se centran en representar realidades sociales e identidades diversas (Park, 2009). La producción, distribución y exhibición de películas independientes cuentan con el apoyo de diversas instituciones y organizaciones, o de sus fondos.

En este estudio, se seleccionaron muestras de películas independientes en las que los carteles de festivales y de taquilla de la misma película diferían significativamente.

Como ejemplo han sido seleccionados los carteles de la película *Noad Land* (2019), que ganó el premio al Mejor Guion en el Festival Internacional de Cine de Tribeca y los premios a Mejor Película, Mejor Director y Mejor Fotografía en el 26º Festival Internacional de Cine Adana Golden Boll celebrado en Turquía. Asimismo, se han

seleccionado como ejemplos los carteles de la película *Burning Days*, que tuvo su estreno internacional en el 75º Festival de Cine de Cannes, ganó el premio a la Mejor Película Internacional en el Festival Internacional de Cine de Pula y el premio a la Mejor Película en la 55ª edición de los Premios de la Asociación Turca de Críticos de Cine (SIYAD), también celebrada en Turquía.

En consonancia con el propósito y las preguntas de esta investigación, el alcance del estudio se limita a carteles internacionales, nacionales y de taquilla de muestras seleccionadas de la categoría de cine independiente en Turquía. Para garantizar la validez y fiabilidad de la investigación, el diseño se ha estructurado para incluir un análisis en profundidad mediante una metodología de dos etapas. Por lo tanto, con el fin de mejorar la calidad de los resultados, el alcance del estudio se ha limitado a seis carteles de películas. Los criterios utilizados para limitar la muestra abordada en el estudio fueron que la película hubiera ganado premios en festivales de cine internacionales y nacionales y que fuera una película independiente proyectada en salas comerciales. La segunda razón de la limitación fue que se observaron cambios/diferencias significativas en los sistemas de señalización de los carteles de festivales y de taquilla.

5. RESULTADOS

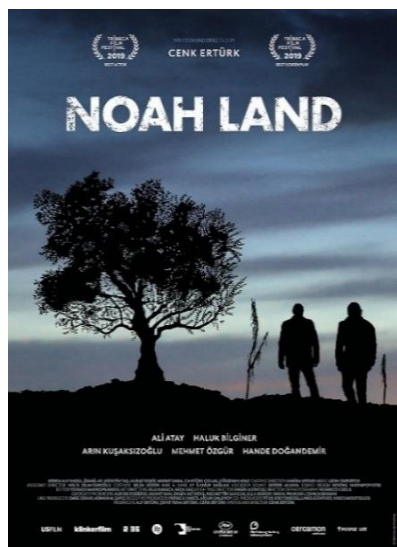
5.1. Análisis del lenguaje gráfico de los carteles de festivales internacionales y nacionales de cine de la película *Noah Land*

Dirigida por Cenk Ertürk en 2019, la película *Noah Land* 2019 está protagonizada por Ali Atay (Ömer), Haluk Bilginer (İbrahim), Mehmet Özgür (Cevdet) y Hande Doğandemir (Elif). La trama se centra en Ömer, quien lleva a su padre moribundo de regreso al pueblo, donde debe enfrentarse a él y a su esposa, de quien está separado. El último deseo del padre de Ömer es ser enterrado bajo el sagrado Árbol de Noah del pueblo. La oposición de los aldeanos a esta situación, sumada a las rencillas y conflictos pasados de İbrahim con ellos, intensifica las tensiones.

Figura 1.

Carteles del Festival de Noah Land

Holat, Olcay
*Análisis Semiótico de los Carteles de “Festival” y “Taquilla”
en Películas Independientes del Cine Turco*



Fuente: <https://www.imdb.com/title/tt8090580/>

Fecha de acceso: 12 de agosto de 2025.

Los colores de fondo del cartel se presentan como un cielo nublado con tonos azules y grises que recuerdan al crepúsculo y la noche. El tiempo establecido en la película se representa principalmente a través de escenas nocturnas. Estas escenas, en particular, se convierten en un tiempo cinematográfico en el que los personajes Ömer e İbrahim, como padre e hijo, se enfrentan a sus pasados y secretos ocultos en sus relaciones familiares, los cuales se revelan. Por lo tanto, el concepto de tiempo representado en el cartel establece una relación significativa con la trama de la película. El azul y el gris Los códigos de color, que son colores fríos, son significativos en términos de la relación que se establece entre el lenguaje visual y la narrativa. En el centro del cartel se encuentra el sagrado Árbol de Noah en el campo, uno de los escenarios principales de la película, representado como una silueta negra mediante la técnica de retroiluminación. Los personajes Ömer e İbrahim entran en conflicto con los aldeanos a causa de este árbol. Por lo tanto, el Árbol de Noah no solo es un lugar importante en la película, sino también un poderoso elemento de conflicto en la narrativa. Junto al Árbol de Noah se encuentran los dos personajes principales de la película, Ömer (hijo) e İbrahim (padre). Debido al uso de la retroiluminación en la fotografía, las siluetas de estos dos personajes principales se asemejan al árbol. La posición de los personajes en el centro del cartel sugiere que son los protagonistas de la película. Aparecen en negro sobre el fondo en la parte inferior del cartel para crear contraste y resaltar los elementos tipográficos.

Desde una perspectiva tipográfica, el cartel presenta el título de la película en grandes letras blancas en la parte superior. Para realzar el impacto visual, el título contrasta con el fondo en cuanto a color y tono, acompañado de texturas y manchas tipográficas diseñadas específicamente para el cartel. Sobre el área donde aparece el nombre de la película, se encuentran logotipos y elementos tipográficos que representan los premios a “Mejor Actor” y “Mejor Guion” obtenidos en el Festival de Cine de Tribeca, que se celebra anualmente en Estados Unidos. El logotipo oficial del festival y el año se destacan con fuentes más grandes. En el centro de los logotipos, se

presentan elementos tipográficos específicos de Cenk Ertürk, guionista y director de la película, con un estilo de fuente diferente. En la parte inferior del cartel, los actores más destacados de la película se presentan en tonos blancos y con elementos de textura y manchas que también se utilizan en el título. Debajo de los nombres de los actores, los títulos de los puestos del equipo de producción (ayudante de dirección, peluquería y maquillaje, director de fotografía, etc.) y los nombres de los equipos se muestran en tonos grises y azules, que aluden al crepúsculo. Los nombres del equipo están resaltados en negrita. En la parte inferior del cartel, los logotipos y nombres de las instituciones y organizaciones colaboradoras se muestran en tonos blancos. La visibilidad de estos logotipos se logra contrastándolos con el fondo negro del cartel. Al comparar los carteles de festivales de cine internacionales y nacionales, se observa que las diferencias lingüísticas se presentan en turco e inglés únicamente en términos de elementos tipográficos. Los elementos tipográficos que cambian en el cartel de la película internacional son el título de la película (Noah Land), los nombres de los premios ganados en el Festival de Cine de Tribeca, los nombres del guionista y el director, y los nombres del equipo de producción. Por lo tanto, al examinar comparativamente los carteles de festivales de cine internacionales y nacionales, no se observan cambios más allá de las diferencias lingüísticas.

5.2. Análisis semiótico de los carteles de festivales internacionales y nacionales de cine de la película *Noah Land* según el modelo de Peirce

El análisis de los carteles del festival para la película *Noah Land* según el modelo de Peirce se presenta en la tabla a continuación.

Tabla 1.

Análisis del cartel del Festival de la Tierra de Noah según el modelo de Peirce.

	Señales que aparecen en el cartel de <i>Noah Land</i>	Contexto
Ícono	Logotipo oficial del premio: Premio del Festival de Cine de Tribeca	Semejanza
Índice	Cielo crepuscular: Noche Zona rural: Campo	Causal y Físico
Símbolo	El árbol de Noah	No causal y dependiente del acuerdo

Fuente: Elaboración propia.

Los carteles de festivales de cine internacionales y nacionales de la película *Noah Land* fueron analizados según la clasificación de la segunda tríada de Peirce. Los dos logotipos oficiales de premios en la parte superior del cartel representan directamente la representación visual de los premios recibidos en el Festival de Cine de Tribeca. El segundo elemento significativo es el cielo, presentado en tonos crepusculares y grises, que ocupa la mayor parte del cartel y simboliza la "noche". Esto es significativo y establece una relación causal, ya que la mayor parte de la película consiste en escenas nocturnas. El segundo elemento del signo es la geografía,

que presenta un área rural con un solo árbol y tierra, identificado como un signo del campo. Esto se debe a que la trama de la película se desarrolla en un pueblo donde el Árbol de Noah es considerado sagrado. Por lo tanto, el elemento del signo establece una relación causal y física con la trama y el escenario de la película.

El tercer elemento, el símbolo, es el Árbol de Noah, que constituye el signo narrativo de la película y se ubica en el centro del cartel. Este símbolo ficticio, vinculado a la trama, posee un valor significativo dentro de la narrativa. Según la historia, el Árbol de Noah, considerado sagrado por los aldeanos, fue plantado hace miles de años por el profeta Noah. Corre el rumor entre los aldeanos de que el Arca de Noah llegará a esta región. El último deseo de Ibrahim, uno de los personajes principales de la película, antes de morir, es ser enterrado bajo el Árbol de Noah. Este deseo genera un conflicto entre su hijo Ömer y los aldeanos. Por lo tanto, este símbolo, de gran valor simbólico, establece una relación que depende de la reconciliación con la narrativa.

5.3. Análisis del cartel promocional de la película *Noah Land* desde la perspectiva del diseño gráfico

Figura 2.

Cartel de taquilla de Noah Land



Fuente: <https://www.paribucineverse.com/dram-filmleri/nuh-tepesi-filmi-izle>

Fecha de acceso: 13 de agosto de 2025.

Se ha diseñado un nuevo cartel para el estreno en cines de la película *Noah Land*, destinado a su uso en taquilla o en campañas de marketing. En el centro del cartel aparecen los dos personajes principales, Ömer (Ali Atay) e Ibrahim (Haluk Bilginer), de espaldas el uno al otro, con el ceño fruncido y expresiones de nerviosismo e ira. Aunque la trama gira en torno a un conflicto entre padre e hijo, ambos se enfrentan espalda con espalda en una disputa con los aldeanos por el Árbol de Noah. En este sentido, la posición de los personajes principales en el cartel y sus expresiones faciales establecen una relación significativa con la trama. El fondo del cartel y la

parte posterior de los personajes principales representan la aldea donde se encuentra el Árbol de Noah, escenario de la película. En la parte inferior del cartel, Elif (Hande Doğandemir), la esposa de Ömer, uno de los personajes secundarios de la película, que está a punto de divorciarse, luce triste. El conflicto principal entre Ömer e İbrahim involucra al jefe de la aldea, Cevdet (Mehmet Özgür), de semblante severo, y al imán del pueblo, Ahmet (Arin Kuşaksızoğlu), quien está enfrentado con los aldeanos. Por lo tanto, en términos de jerarquía visual en el cartel, los personajes principales ocupan más espacio, mientras que los demás personajes secundarios ocupan relativamente menos. El Árbol de Noah se encuentra justo al lado de los personajes secundarios y, a diferencia de los carteles para festivales, se presenta en el fondo.

Una diferencia significativa entre los carteles de taquilla y los de festivales es que, en Turquía, actores famosos como Ali Atay, Haluk Bilginer, Hande Doğandemir, aparecen prominentemente en los carteles de taquilla. Esta situación se utiliza como estrategia de taquilla en estos carteles, al igual que el sistema de estrellas de Hollywood. Durante la época dorada del sistema de estudios de Hollywood en las décadas de 1930 y 1940, cada estudio y género cinematográfico tenía sus propias estrellas. Durante este período, se utilizaron técnicas de publicidad masiva para asegurar que las estrellas importantes de la película aparecieran prominentemente en los carteles con un atractivo innegable. La imagen de la estrella se convirtió en una estrategia importante para atraer al público a los cines (Gomery, 2003). Se ha determinado que este diseño de cartel también utiliza el sistema de estrellas.

El título de la película se presenta como el elemento tipográfico central del cartel, en blanco y con una fuente grande, con un diseño similar al de los carteles de festivales, incorporando texturas tipográficas y elementos de manchas. El fondo utiliza tonos negros para resaltar el título. En la parte inferior del cartel, la frase "En cines el 6 de marzo", que indica la fecha de estreno, se presenta en una fuente grande con un tono negro sobre un fondo amarillo. Los nombres del guionista y el director, así como los de los actores, están diseñados en tonos blancos con estilos de fuente similares en fuentes más pequeñas. Entre estos elementos tipográficos, los nombres de los dos famosos personajes principales de la película, Ali Atay y Haluk Bilginer, se destacan de forma más prominente. Debajo de los nombres de los actores se encuentran los cargos y nombres del equipo de producción. Los nombres del equipo están resaltados en negrita. En la parte inferior del cartel, los logotipos de las instituciones y organizaciones que apoyan la película se presentan en tonos blancos.

5.4. Análisis semiótico del cartel de taquilla de la película *Noah Land* según el modelo de Peirce

El análisis del cartel de taquilla de la película *Noah Land* según el modelo de Peirce se muestra en la tabla a continuación.

Tabla 2.

Análisis del cartel de taquilla de Noah Land según el modelo de Peirce

Holat, Olcay
Análisis Semiótico de los Carteles de "Festival" y "Taquilla"
en Películas Independientes del Cine Turco

	Señales que aparecen en el cartel de <i>Noah Land</i>	Contexto
Ícono	Ícono no detectado	Semejanza
Índice	Postura corporal y expresiones faciales de dos personajes masculinos principales: Conflicto Imagen de zona rural y pueblo: Campo Expresión facial del personaje femenino secundario: Triste e infeliz Expresión facial del personaje masculino secundario: Conflicto	Causal y Físico
Símbolo	El Árbol de Noah	No causal y dependiente de acuerdo

Fuente: Elaboración propia.

Tras analizar el cartel de la película *Noah Land* según la clasificación de la segunda tríada de Peirce, no se identificaron íconos. El segundo elemento, el signo, presenta las miradas severas y ceñudas de los dos protagonistas masculinos, Ömer e İbrahim, y su postura corporal, que sugiere que se preparan para una lucha cuerpo a cuerpo, lo que indica un conflicto. El personaje de Ömer, situado frente a su padre İbrahim, se muestra como el elemento central del conflicto. En la trama, después de que Ömer e İbrahim afirman que el Árbol de Noah está en sus tierras y piden ser enterrados junto a él cuando su padre muera, los aldeanos se vuelven hostiles hacia ellos. Ömer nunca abandona esta lucha y hace todo lo posible por cumplir el último deseo de su padre. Por lo tanto, este significante identificado en el cartel establece una relación significativa y causal con la trama de la película.

El segundo elemento significativo es la imagen de una zona rural y un pueblo en el fondo del cartel, lo que indica que la trama se desarrollará en el campo, lejos del centro y la ciudad. Extensos bosques, pequeñas casas de dos pisos y una mezquita son los elementos visuales que conforman esta imagen del pueblo. Esto se debe a que la trama de la película se desarrolla en un pueblo donde se encuentra el Árbol de Noah. Desde esta perspectiva, este elemento en el fondo del cartel establece una relación causal y física con la trama. Otros elementos son la expresión facial triste y afligida del personaje femenino secundario, Elif, en la parte inferior del cartel, y la expresión severa y ceñuda del otro personaje masculino secundario, lo que indica un conflicto. Según la trama, Elif se encuentra en un estado depresivo durante toda la película mientras se divorcia de Ömer. Uno de los elementos clave del conflicto entre Ömer, su padre, el Árbol de Noah y los aldeanos es Cevdet, el residente necesitado del pueblo. Por lo tanto, las expresiones faciales de ambos personajes secundarios establecen una relación causal con la trama. El tercer elemento, el símbolo, se identifica en este cartel como el Árbol de Noah. Situado junto a los personajes secundarios y detrás de la fecha de la visión, este símbolo queda en segundo plano, a diferencia de los carteles de festivales, y constituye un importante elemento narrativo en la película.

5.5. Análisis del lenguaje gráfico de los carteles de *Burning Days* para festivales internacionales y nacionales de cine

Dirigida por Emin Alper en 2022, la película *Burning Days* cuenta con Selahattin Paşalı (Emre), Ekin Koç (Murat) y Selin Yeninci (Zeynep), entre otros. La trama principal gira en torno al joven fiscal Emre, asignado a la ciudad de Yanıklar, quien lucha contra la anarquía y la decadencia social y moral. A medida que se acercan las elecciones, la tensión aumenta en Yanıklar, una ciudad que enfrenta una crisis hídrica y conflictos políticos. El fiscal Emre y el periodista de la oposición Murat se ven presionados en su lucha contra el sistema corrupto.

Figura 3.

Carteles de Festival de Burning Days



Fuente: <https://www.imdb.com/it/title/tt14859416/mediaviewer/rm1950232321/>

Fecha de acceso: 29 de julio de 2025

La imagen de un sumidero², uno de los escenarios principales de la película, se representa en tonos sepia y marrones en el centro y la parte inferior del cartel, a juego con los tonos de color del paisaje circundante. El suelo que cubre la parte superior de los sumideros también se presenta como tierra árida y sin árboles para representar la sequía y la sed. Según la trama de la película, se están formando sumideros en la ciudad de Yanıklar, que sufre una sequía y una crisis hídrica debido al mal uso y la sobreexplotación de las aguas subterráneas en diversos proyectos. La única casa con suministro constante de agua es la del alcalde. La solución a la crisis hídrica es una de las mayores promesas en las próximas elecciones de Yanıklar. En la parte superior del cartel, el protagonista de la película, el fiscal Emre (Selahattin Paşalı), aparece en

² Sumidero: Se trata de depresiones profundas, circulares o elípticas, que se asemejan a grandes chimeneas o pozos naturales, formadas en mesetas cársticas compuestas por rocas sedimentarias solubles debido a la disolución de la piedra caliza subterránea y al posterior derrumbe de las secciones superiores de los sistemas de cuevas subterráneas. El uso irregular e inadecuado de las aguas subterráneas, las técnicas de riego incorrectas o el retraso en la adopción del riego por goteo provocan la aparición de sumideros (Ertek, 2009, p.67).

segundo plano, vistiendo un traje negro con una expresión severa y decidida. El hecho de que sea el único personaje que aparece en el cartel permite interpretar que es el protagonista. Rastros de sangre Se puede apreciar una línea recta justo debajo del personaje del Fiscal Emre. Presentada como un elemento de diseño en forma de línea recta, la sangre organiza la percepción y dirige la mirada hacia el fiscal Emre, cuyo tono de color contrasta con el fondo. En este contexto, se observa que la línea y los códigos de color se utilizan funcionalmente como elementos de diseño que organizan la percepción en este cartel.

Desde una perspectiva tipográfica, al examinar el cartel, el título de la película (en el tamaño de fuente más grande), el guionista y director Emin Alper, y los nombres de los dos actores que aparecen en la película, Selahattin Paşalı y Ekin Koç, se muestran prominentemente en tonos blancos horizontalmente en el centro del cartel. Los rastros de sangre desde la parte superior, también hace que la percepción y la mirada se dirijan hacia estos elementos tipográficos. En la parte inferior, los nombres del equipo de producción y sus miembros (director de fotografía, director de arte, editor, etc.) aparecen en fuentes más pequeñas y con un estilo de fuente diferente. En la parte superior del cartel, el logotipo oficial de la sección *Un Certain Regard* del 75.º Festival de Cine de Cannes, donde la película tuvo su estreno internacional, se muestra en tonos negros. En la parte inferior del cartel se encuentran los logotipos y nombres de las instituciones y organizaciones que brindaron apoyo. El fondo está difuminado para aumentar la visibilidad de estos logotipos y nombres. Se ha determinado que la diferencia fundamental entre los diseños de carteles de festivales de cine internacionales y nacionales radica únicamente en elementos tipográficos que reflejan diferencias lingüísticas. En los carteles de películas internacionales, las diferencias lingüísticas se observan en inglés: el título de la película (*Burning Days*), los créditos del guionista y el director, y los cargos de los miembros del equipo de producción. Por lo tanto, al examinar comparativamente los carteles de festivales de cine internacionales y nacionales, no se observan cambios más allá de las diferencias lingüísticas.

5.6. Análisis semiótico de los carteles del Festival Internacional y Nacional de Cine *Burning Days* según el modelo de Peirce

El análisis de los carteles del festival para la película *Burning Days* según el modelo de Peirce se presenta en la tabla a continuación.

Tabla 3.

Análisis de los carteles del festival Burning Days según el modelo de Peirce.

	Señales que aparecen en el cartel de los Días de la Quema	Contexto
Ícono	Palma de Oro Logotipo: Festival de Cine de Cannes	Semejanza
Índice	Vestuario y lenguaje corporal del personaje masculino: Fiscal Zona rural: Campo Tierras áridas y sumideros: Sequía	Causal y Físico
Símbolo	Rastros de sangre Sumidero	No causal y dependiente del acuerdo.

Fuente: Elaboración propia.

Tras analizar los carteles de festivales de cine internacionales y nacionales para la película *Burning Days*, según la segunda clasificación de la tríada de Peirce, el logotipo de la Palma de Oro en la parte superior del cartel sirve como ícono del Festival de Cine de Cannes debido a la relación representativa que establece con su objeto. Al examinar el segundo elemento, el vestuario y el lenguaje corporal del personaje en el cartel, interpretados en el contexto de la trama de la película, establecen una relación causal y física y se incluyen en la muestra como indicación de su rol como fiscal. Se observa que las elecciones de vestuario del protagonista de la película, el fiscal Emre, son similares a las del cartel. En términos de indicación, el segundo elemento es que el cartel indica predominantemente que la película está ambientada en una zona rural. Esto se debe a que la trama de la película tiene lugar en un pequeño pueblo llamado Yanıklar y establece una relación causal de manera consistente con el cartel. El tercer elemento, la tierra estéril y los sumideros, indica una geografía árida e infértil, apareciendo así en el cartel como un signo de sequía. Cuando el lenguaje gráfico del cartel se combina con un enfoque semiótico, los signos presentes establecen una relación causal y física.

Según este modelo, el tercer elemento, el símbolo, se identifica en los rastros de sangre y el sumidero. Interpretados dentro del contexto de la trama de la película, los rastros de sangre se convierten en un símbolo narrativo. La secuencia inicial de la película comienza con una escena en el pueblo de Yanıklar, donde la gente caza cerdos. El fiscal conduce su coche sobre los rastros de sangre dejados por la cacería. La escena de la cacería se presenta con una cinematografía impactante como demostración de la naturaleza salvaje y primitiva de los hombres de Yanıklar. En la secuencia final de la película, después de que los habitantes del pueblo ganan las elecciones, la película termina con una escena en la que el fiscal Emre y el periodista Murat, considerados opositores de Yanıklar, se encuentran en una situación de "caza" similar a la de la cacería, y son atacados. En este sentido, los rastros de sangre en el cartel establecen una relación simbólica, representando el sangriento y arduo viaje del protagonista Emre en Yanıklar. El sumidero, el segundo elemento simbólico, representa la ciudad de Yanıklar, que sufre numerosos colapsos políticos, morales y sociales, además de una crisis hídrica. Interpretados dentro del contexto de la trama de la película, los sumideros simbolizan la división y el colapso social y moral de

Yanıklar. Se puede establecer una relación simbólica entre la ciudad de Yanıklar, que se encuentra en estado de colapso debido a numerosos delitos y elementos criminales como la corrupción, la violación y el encubrimiento de pruebas por parte del sistema judicial, y los sumideros.

5.7. Análisis del lenguaje gráfico del cartel de taquilla de la película *Burning Days*

Figura 4.

Cartel de taquilla de Burning Days



Fuente: <https://www.paribucineverse.com/dram-filmleri/kurak-gunler-filmi-izle>

Fecha de acceso: 31 de julio de 2025

Con el estreno de *Burning Days* en cines, se diseñó un nuevo cartel, distinto de los utilizados en festivales de cine nacionales e internacionales. En el centro de este cartel se encuentran los dos personajes principales de la película: el fiscal Emre (Selahattin Paşalı) y el periodista de la oposición Murat (Ekin Koç). Estos dos personajes se presentan como opuestos entre sí. A lo largo de la película, se presenta un encuadre similar. La ambigüedad sobre si el fiscal Emre y el periodista Murat son aliados o enemigos es un elemento de conflicto destacado en la película. El vestuario de los personajes se presenta de manera consistente con el vestuario que usan en la película. Una razón importante para destacar a dos actores famosos en este cartel (imagen y tipografía) es que se colocan en el cartel de taquilla de manera similar al sistema de estrellas de Hollywood. Los dos poderosos símbolos de la película en el fondo del cartel, el sumidero y los rastros de sangre, se han dejado en segundo plano, a diferencia de los carteles de festivales.

Desde una perspectiva tipográfica, el cartel presenta nueve logotipos de premios idénticos (SIYAD Mejor Película, Mejor Director, Mejor Fotografía, etc.) en la parte superior, junto con un logotipo oficial para la sección *Un Certain Regard* del 75.º Festival de Cine de Cannes. Los nueve logotipos de premios idénticos fueron

diseñados específicamente para el cartel, y los diferentes premios recibidos en el Festival de Cine Naranja de Oro de Antalya se presentan como elementos tipográficos en tonos negros. Los nombres de dos actores importantes (Selahattin Paşalı, Ekin Koç) se muestran prominentemente en tonos negros entre los elementos tipográficos en el centro del cartel. Los nombres del guionista y el director, así como el título de la película, se muestran prominentemente en tonos blancos. El título de la película es el elemento tipográfico más grande del cartel. Debajo, los nombres del equipo de producción y sus miembros (director de fotografía, diseño de sonido y mezcla final, director de arte, editor, etc.) se presentan en fuentes más pequeñas con un estilo de fuente diferente. Debajo de esta sección, se añade la fecha de estreno de la película (9 de diciembre), un dato importante para los carteles de taquilla, en una fuente más grande. En la parte inferior del cartel se encuentran los logotipos de las instituciones y organizaciones patrocinadoras.

5.8. Análisis semiótico del cartel de taquilla de la película *Burning Days* según el modelo de Peirce.

El análisis de los carteles de taquilla de la película *Burning Days* según el modelo de Peirce se presenta en la tabla a continuación.

Tabla 4.

Análisis del cartel de taquilla de Burning Days según el modelo de Peirce

	Señales que aparecen en el cartel de <i>Burning Days</i>	Contexto
Ícono	9 Logotipo estándar del premio: Premio del Festival de Cine Palma de Oro Logotipo: Festival de Cine de Cannes	Semejanza
Índice	Posicionamiento y expresiones faciales de dos personajes masculinos principales: Conflicto Zona rural: Campo	Causal y Físico
Símbolo	Rastros de sangre Sumidero	No causal y dependiente de acuerdo.

Fuente: Elaboración propia.

Tras analizar el cartel de la película *Burning Days* según la segunda clasificación triádica de Peirce, los nueve logotipos idénticos de premios en la parte superior del cartel funcionan como un significante visual que representa los diferentes premios recibidos en el festival de cine, estableciendo una asociación al representar directamente el objeto al que se refieren o que simbolizan. El logotipo de la Palma de Oro, similar al que aparece en los carteles del festival, se identifica como un ícono que representa el logotipo oficial de la sección "Un Certain Regard" del Festival de Cine de Cannes. Los íconos identificados se utilizan como medio de persuasión para atraer al público a las salas de cine.

El segundo elemento del cartel es la posición de los dos personajes principales en el centro, uno frente al otro, con expresiones severas y decididas, lo que indica que se enfrentarán en la trama y que un conflicto es inminente. Esto se debe a que, dentro de

la trama de la película, estos dos personajes, que parecen ser adversarios de los habitantes de Yanıklar, mantienen una relación ambigua y tensa. El fiscal Emre y el periodista de la oposición Murat se oponen al municipio en una demanda relacionada con los proyectos desacertados del municipio que causaron la crisis hídrica y los socavones. Sin embargo, el fiscal Emre sospecha que Murat lo manipula y lo sigue constantemente con una agenda oculta. Por lo tanto, el significante del cartel establece una relación significativa y causal con la trama de la película. Otro elemento significativo es el paisaje rural que se muestra al fondo del cartel, lo que indica que la trama de la película se desarrollará en el campo. Este elemento establece una conexión representativa entre el escenario de la película y la ciudad de Yanıklar, que sufre sequía y una crisis hídrica. El tercer elemento, el símbolo, se identifica por los rastros de sangre y el sumidero. Estos dos símbolos importantes en el fondo del cartel se ubican detrás de los personajes principales y quedan relegados a un segundo plano. La relación representacional que establece con la narrativa guarda similitudes con el análisis de los carteles de festivales.

6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN

Los carteles de cine funcionan como instrumentos visuales de comunicación diseñados para promocionar películas y atraer público a las salas, integrándose estratégicamente en una planificación mediática más amplia. En el ámbito del cine turco, este estudio analizó los carteles de películas independientes, clasificándolos en dos categorías: carteles de festivales y carteles de taquilla. Los resultados, en consonancia con las preguntas y objetivos de la investigación, demuestran que cada categoría mantiene una lógica interna significativa y contextualmente coherente. Diseñados para distintos espacios (festivales de cine y cines convencionales) y dirigidos a públicos específicos (asistentes a festivales y público general), estos carteles transmiten sus mensajes mediante signos cuidadosamente elaborados. Uno de los resultados más importantes de esta investigación es la identificación de un enfoque estratégico para el diseño de carteles en el cine independiente turco, adaptado específicamente al tipo de público y al contexto de exhibición.

El estudio existente refuerza esta línea argumental, destacando el uso estratégico de carteles en diversos contextos. Pooranalingam (2024, pp. 1-19), por ejemplo, identificó cuatro tipos distintos de diseño estratégico en carteles de películas a partir de entrevistas semiestructuradas, lo que reveló estereotipos recurrentes en la composición y el diseño dentro de los géneros cinematográficos. Sus hallazgos sugieren que el uso estratégico del diseño de carteles, específico de cada género, influye en las preferencias del público como una dimensión del comportamiento del consumidor. Uno de los hallazgos clave del estudio es una fuerte correlación entre los géneros cinematográficos y los carteles en términos de esquemas de color. Particularmente en géneros cinematográficos amplios como el terror, la acción y la comedia, se han identificado grupos asociados con estereotipos específicos del género (Souza *et al.*, 2025, pp. 26900-26901). De manera similar, la investigación de Mahlknecht (2012, pp. 137-168) sobre las adaptaciones de Hollywood de obras literarias estableció que el diseño de carteles privilegia a los actores estrella sobre el autor o la estructura literaria, lo que limita la originalidad. Más recientemente,

Suárez-Carballo *et al.* (2024, pp. 201–216) demostraron que las plataformas de streaming digital como Netflix, HBO Max y Amazon Prime han impulsado cambios significativos en el diseño de carteles, particularmente en la orientación (horizontal/vertical) y la adaptabilidad a dispositivos (televisión, computadora, móvil). No obstante, su estudio confirma la persistencia de las imágenes centradas en las estrellas, lo que perpetúa el "sistema de estrellas" como estrategia de marketing dominante. Este enfoque, ampliamente adoptado en la industria de los medios, enfatiza los imperativos comerciales al maximizar la comercialización de los carteles y sigue siendo uno de los métodos más efectivos para aumentar el rendimiento en taquilla (Collado-Alonso, 2015, p. 74; Mahlkecht, 2012).

Los hallazgos de este estudio revelan que tanto los carteles internacionales como los nacionales de *Noah Land* muestran los logotipos oficiales de los premios, representan el entorno temporal (crepúsculo/noche) y espacial (rural), destacan a los protagonistas y resaltan el Árbol de Noah, un símbolo central del conflicto. La única diferencia entre las versiones internacionales y nacionales radica en el idioma (inglés/turco). Además, el cartel enfatiza a dos conocidos actores turcos en los papeles principales, mientras que otros signos narrativos (tiempo/lugar) y referencias simbólicas quedan relegados a un segundo plano. En el caso de *Burning Days* tanto los carteles de festivales internacionales como los nacionales presentan el logotipo de la Palma de Oro del Festival de Cannes junto con representaciones del entorno rural y árido, el sumidero y el personaje principal (el Fiscal). Sin embargo, en este caso, la imagen central privilegia los elementos simbólicos —los rastros de sangre y el sumidero— mientras que el protagonista aparece en segundo plano. Una vez más, la única variación entre los carteles internacionales y nacionales es lingüística. Por el contrario, los carteles de taquilla de la misma película exhiben prominentemente nueve logotipos de premios, además de la Palma de Oro, reforzando así su estatus de producción galardonada. Estos diseños destacan a dos conocidos actores turcos en el centro, mientras que los símbolos y elementos narrativos quedan relegados a un segundo plano en la composición.

El análisis comparativo revela patrones recurrentes en el diseño de carteles del cine independiente turco. Los carteles de festivales priorizan sistemas simbólicos y signos narrativos específicos —como el Árbol de Noah, los rastros de sangre o el sumidero— que exigen una interpretación por parte del público. Por ello, estos diseños atraen principalmente a un “público de festivales”, del que se espera que decodifique e interprete referencias simbólicas complejas. Por el contrario, los carteles de taquilla se diseñan para un público generalista y funcionan principalmente dentro de marcos promocionales y de marketing. Siguiendo el sistema de estrellas de Hollywood, priorizan a actores reconocibles, colocándolos en un lugar destacado en el centro de la composición para atraer al público. Estos hallazgos coinciden con los argumentos presentados por Mahlkecht (2012), Collado-Alonso (2015) y Suárez-Carballo *et al.* (2024), y los amplían, al tiempo que revelan la adopción de estrategias de Hollywood en la comercialización del cine independiente turco. En conclusión, este estudio establece que los carteles de festivales dan protagonismo a signos y símbolos interpretativos, mientras que los carteles de

taquilla enfatizan las imágenes centradas en las estrellas y minimizan el simbolismo narrativo. En consecuencia, no se espera que el público general participe en un análisis interpretativo; en cambio, el diseño de los carteles aprovecha el reconocimiento de las celebridades como herramienta persuasiva.

Los resultados de esta investigación demuestran que los productores y las distribuidoras cinematográficas turcas emplean una práctica estratégica de modificación de carteles para promocionar producciones independientes. En consecuencia, la presentación estratégica de signos —ya sea directa o indirectamente (con énfasis en elementos simbólicos)—, según el medio y el público objetivo, subraya el papel central de la comunicación visual en la producción de carteles. Los resultados revelan que, a lo largo del proceso de diseño visual, los signos se organizan de la manera más impactante visualmente, de acuerdo con las características y expectativas del público objetivo. En cuanto a su contribución a la literatura semiótica, este estudio es significativo por su original categorización de los carteles de cine independiente en dos tipos —“festival” y “taquilla”— y por descubrir estrategias de signos que difieren según el público objetivo. Al vincular la interpretación semiótica con la segmentación de la audiencia (espectadores orientados a festivales y público general), el estudio demuestra que los carteles de festivales y taquilla generan dos sistemas de signos distintos, verificables y coherentes. Se recomienda que futuras investigaciones se basen en estos hallazgos, para examinar carteles de festivales y taquilla nacionales e internacionales de películas independientes en otros contextos culturales, lo que impulsaría el avance del campo.

7. REFERENCIAS

- Atabey, Z. (2025). Afiş tasarımlarında görsel tasarım unsurlarının incelenmesi: Eğitim temalı film afişleri. *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi*, 16(1), 359-374. <https://doi.org/10.51460/baebd.1597977>
- Barthes, R. (1976). *Göstergebilimin temelleri*, (B. Vardar & M. Rifat, Trans.). Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Barthes, R. (2017). *Görüntünün retoriği, sanat ve müzik*. (A. Koş & Ö. Albayrak, Trans.), Yapı Kredi Yayınları.
- Becer, E. (1999). *İletişim ve grafik tasarım*. Dost Yayınevi.
- Collado-Alonso, R. (2015). Marketing y publicidad cinematográfica: El cartel de cine español. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDResearch ESIC*, 11(11), 58-77. <https://doi.org/10.7263/adresic-011-04>
- Erkman, F. (1987). *Göstergebilime giriş*. Alan Yayıncılık.

- Erzincan, A. (2022). Film afişlerinin görsel okuryazarlık açısından analiz edilmesi. *Yıldız Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 36-43.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/ysbed/article/1054870>
- Fiske, J. (2014). *İletişim Çalışmalarına Giriş* (S. İrvan, Tran.). Pharmakon Kitap Yayınevi.
- Gomery, D. (2003). Hollywood Stüdyo Sistemi. En G. Nowell-Smith (Ed.), *Dünya Sinema Tarihi* (p.64). Kabalcı Yayınevi.
- Mahlknecht, J. (2012). The Hollywood Novelization: Film as Literature or Literature as Film Promotion?. *Poetics Today*, 33(2), 137-168.
<https://doi.org/10.1215/03335372-1586572>
- Merrell, F. (2000). Charles Sanders Peirce's Concept of the Sign. P. Cobley (Ed.), *Routledge Critical Dictionary and Linguistics* (p. 37). Routledge Press.
- Metz, C. (1990). *Film Language: A Semiotics of the Cinema*, University of Chicago Press.
- Monaco, J. (2009). *How to Read a Film: Movies, Media, and Beyond: Art, Technology, Language, History, Theory*. Oxford University Press.
- Özsoy, V y Ayaydın, A. (2016). *Görsel Tasarım Öğeler ve İlkeleri*. Pegem Akademi Yayınları.
- Park, N. (2009). *A Cultural Interpretation of the South Korean Independent Cinema Movement, 1975-2004* [Doctoral Thesis]. University of Kansas, Kansas.
<https://kuscholarworks.ku.edu/server/api/core/bitstreams/ee114e84-4dda-419b-b350-ffc81339ce02/content>
- Peirce, C. (1984). *Writings of Charles S. Peirce: A Chronological Edition, Volume 2*. Indiana University Press.
- Pooranalingam, S. (2024). Film poster design: understanding film poster designs and the compositional similarities within specific genres. *Spectrum*, 12, 1-19.
https://researchgate.net/publication/377244361_Film_Poster_Design_Understanding_Film_Poster_Designs_and_the_Compositional_Similarities_within_specific_genres
- Rifat, M. (1992). *Göstergebilimin ABC'si*. Simavi Yayınları.
- Riyanto, B. (2023). Analysis of design elements on secret magic control agency movie poster. *TAMA: Journal of Visual Arts*, 1(1), 29-37.
<https://doi.org/10.61405/tama.v1i1.684>
- Saussure, F. (1995). *Course in General Linguistics*. Duckworth Publisher.

- Sayın, Z. (2007). *Gösteren-gösterilen ilişkisi açısından grafik göstergeler ve göstergeleri algılayış farklılıkları*, 8. Uluslararası Görsel Göstergebilim Kongresi, İstanbul.
- Souza, T. L. D.e., Ranieri, M. C., Panangadan, A., Ueyama, J. y Nishijima, M. (2025). Is a poster a strong signal of film quality? Evaluating the predictive power of visual elements using deep learning. *Multimed Tools Appl*, 84, 26877-26905. <https://doi.org/10.1007/s11042-024-20174-2>
- Suárez-Carballo, F., Galindo-Rubio, F. y Martín-Sanromán, J. R. (2024). Visual strategies of film posters on spanish main video on demand (VOD) platforms. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 15(1), 201-216. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.25490>
- Teker, U. (2009). *Grafik tasarım ve reklam*. Yorum Sanat Yayınevi.
- Yılmazkol, Ö. (2023). Film afişleri üzerinden göstergebilimsel çözümleme: Kıbrıs filmleri örneği. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 86-103. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/3338138>
- Yudhanto, S. H. (2025). Multimodal discourse analysis of studio ghibli movie posters (Study of studio ghibli movie posters 1984-2023). *Journal of Visual Art and Design*, 16(2), 229-247. <https://doi.org/10.5614/j.vad.2024.16.2.6>

AUTOR:

Olcay Holat

Es profesor en el Rectorado de la Universidad de Ege y cuenta con el título de doctor. Obtuvo su doctorado en el Departamento de Radio, Televisión y Cine de la Universidad de Ege. Sus intereses de investigación se centran en los estudios de la comunicación, el transmedia, la semiótica, los carteles de cine y la publicación en plataformas digitales. Cabe destacar sus artículos de investigación originales en áreas como el análisis de series o películas de Netflix, publicados en revistas internacionales especializadas; el concepto de realidad virtual cinematográfica; el concepto de transmedia; y el análisis de universos ficticios en el contexto del ecosistema transmedia. También cuenta con fotografías originales y trabajos de diseño que han sido seleccionados para su exposición en muestras fotográficas nacionales e internacionales.

olcay.holat@ege.edu.tr

olcayholat@gmail.com

ID de Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8242-1719>

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=uGOvHfwAAAAJ&hl=tr>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Olcay-Holat-2>

Academia.edu: <https://ege.academia.edu/OlcayHolat>

Financiación: El autor declara que esta investigación no ha recibido financiación externa.

Conflicto de intereses: El autor declara que no existen conflictos de intereses.

ARTÍCULOS RELACIONADOS:

- Ayuso Ros, F. M. (2025). La muerte del señor Lazarescu: entre la iconografía religiosa, el verosímil posible y lo corporal. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1-14. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1458>
- Çınar, İ. D. (2025). Translocalizing the Frontier: The Case of the Turco-Western. *Studies in World Cinema*, 1(aop), 1-26. https://brill.com/view/journals/swc/5/2/article-p183_002.xml
- Çınar, S. (2025). A Worker's Suicide as the Collapse of Masculinity: The Analysis of The Movie "My Father's Wings". *Masculinities & Social Change*, 14(1), 27-48. <https://doi.org/10.17583/mcs.14461>
- Freire-Sánchez, A., Fitó-Carreras, M. y Vidal-Mestre, M. (2024). Intertextualidad entre literatura, cinematografía y educación: el patrón narrativo estratégico en El arte de la guerra y Juego de Tronos. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 57, 1-24. <https://doi.org/10.15198/seeci.2024.57.e887>
- López-Balsas, A., García-López, J. y Cabezuelo-Lorenzo, F. (2024). Indicadores de calidad en las series de televisión contraculturales: El caso paradigmático de Hung (HBO). *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 29. <https://doi.org/10.35742/rcci.2024.29.e302>

VivatAcademia

revista de comunicación

ISSN: 1575-2844