

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



La dirección de fotografía en el éxito de las películas

Trabajo de Investigación para obtener el Grado Académico de Bachiller
en Ciencias de la Comunicación

Autor:

Antony Yuniór Macurí Avalos

Asesor:

Lic. Nick Josías Brañez Medrano

Lima, diciembre de 2020

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Yo Nick Josias Brañez Medrano, docente de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“LA DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA EN EL ÉXITO DE LAS PELÍCULAS”** del autor Antony Yuniór Macuri Avalos tiene un índice de similitud de 17% verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima, a los 12 días del mes de febrero del año 2024



Nick Josias Brañez Medrano



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

En Lima, Naña, Villa Unión, a 18 día(s) del mes de diciembre del año 2020 siendo las 9:10 horas

se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión Campus Lima, bajo la dirección del (de la) presidente(a) Mtro. Lasa Calsin Mollepaczo

secretario(a) Mg. Yaneth Malysia Cari Mamani y los demás miembros: Lic. José Victor Cabera Aguino

y el (la) asesor(a) Lic. Nick Josias Bañez Melano

con el propósito de administrar el acto académico de sustentación del trabajo de investigación titulado: La dirección de fotografía en el éxito de las películas.

de los (las) egresados (as): a) Antony Junior Macuri Avalos b)

conducente a la obtención del grado académico de Bachiller en Ciencias de la Comunicación (Denominación del Grado Académico de Bachiller)

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando a 1 candidato (a)/s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por el candidato (a)/s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato/a (a): Antony Junior Macuri Avalos

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
	15	B-		May Bueno

Candidato/a (b):

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

(* Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del jurado invitó candidato (a)/s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

[Signature] Presidente/a

Secretario/a

Asesor/a

Miembro

Miembro

Candidato/a (a)

Candidato/a (b)

La dirección de fotografía en el éxito de las películas

The direction of photography in the success of the films

MACURI AVALOS, Antony Yuniór^a

^aEP. Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Humanas y Educación, Universidad Peruana Unión

Resumen

El objetivo de la presente investigación es explicar y describir la dirección de fotografía en el éxito de las películas. (Stefanoni 2009) define al cine (película) como el arte de representar sobre la pantalla, a través de la fotografía, imágenes en movimiento, mediante las cuales crea la posibilidad de retener el tiempo y permitírnos ver hacia atrás. Mientras que la dirección de fotografía, se describe como el proceso de recopilar ideas, acciones, emociones, sensaciones, tonos y todas las demás formas de comunicación no verbal y representarlas en términos visuales. (Reyes 2019). Estos dos elementos se complementan para hacer del cine el séptimo arte, lo cual puede causar como tal el éxito en la taquilla y audiencia. Así mismo el buen manejo de los recursos que usa la dirección de fotografía conlleva al filme a ser catalogado como una obra de arte. Es por eso que es importante analizar lo que implica la dirección de fotografía en una película y lo que transmite a la audiencia.

Palabras clave: fotografía, éxito, dirección, películas.

Abstract

The objective of the present investigation is to explain and describe the direction of photography in the success of the films. (Stefanoni 2009) defines cinema (film) as the art of representing moving images on the screen, through photography, by means of which he creates the possibility of retaining time and allowing us to see backwards. While photography direction, it is described as the process of collecting ideas, actions, emotions, sensations, tones and all other forms of non-verbal communication and representing them in visual terms. (Reyes 2019). These two elements complement each other to make cinema the seventh art,

which as such can cause success at the box office and audience. Likewise, the good management of the resources used by the photography direction leads the film to be classified as a work of art. That is why it is important to analyze what the direction of photography implies in a film and what it conveys to the audience.

Keywords: photography, success, direction, films.

1. Introducción

A lo largo de la historia, la creación de la proyección de imágenes en movimiento formó parte de la historia de la humanidad cuando los hermanos Lumière hicieron su primera proyección en Francia el 28 de diciembre de 1895 inventando así el cinematógrafo. Desde aquella fecha se ha dado un sinnúmero de usos a aquel invento, y dentro de los tantos funcionamientos, nació el cine como un método de poder ilustrar las ideas, en imágenes en movimiento, del hombre dentro de una pantalla.

El cine se define como el arte de representar sobre la pantalla, a través de la fotografía, imágenes en movimiento, mediante las cuales crea la posibilidad de retener el tiempo y permitirnos ver hacia atrás. Como espectáculo de masas, posee la habilidad de transportar al espectador a lugares y tiempo inimaginados (Berra Stefanoni 2009)

Dentro de los recursos que usan los directores de cine para poder crear su contenido cinematográfico es la dirección de fotografía. “Se describe como el proceso de recopilar ideas, acciones, emociones, sensaciones, tonos y todas las demás formas de comunicación no verbal y representarlas en términos visuales.” (Reyes 2019). Esta técnica ha sido una pieza fundamental para el éxito de varias películas. Sin embargo, la audiencia no le da la relevancia necesaria pues no termina de profundizar y entender el mensaje que el director de fotografía podría dar en una escena, puesto que la audiencia se deja llevar por la narrativa de la historia y dejan el trasfondo fotográfico de lado. Es por eso que se debe conocer un concepto amplio

sobre los recursos que usa el cine para una mejor la experiencia de ver una película y lograr un mejor entendimiento de esta.

En medio de esta problemática, la investigación plantea las siguientes interrogantes, ¿la dirección de fotografía influye en el cine? ¿A través de la dirección de fotografía se puede determinar el éxito en las películas? ¿es necesario el uso de la dirección de fotografía en el cine? son algunas de las interrogantes que se responderán en esta investigación, mediante la explicación y la descripción de la dirección de fotografía en el éxito de las películas.

2. Desarrollo o revisión

2.1 Definición de película (cine)

En términos técnicos se podría decir que el cine “Es una técnica por todos los aspectos tecnológicos que se encuentran en él. Fue necesario que se llegara a un punto culmen en la fotografía para que se comenzara a pensar en la imagen en movimiento, que resulta la esencia del cine. Incluso, se considera que el cine fue uno de los grandes inventos de la revolución científica del siglo XIX” (Ortega, 2015).

Por otro lado, teniendo una visión más artística se considera al cine como “un invento que ha incidido tanto en la vida de los hombres del siglo XX, al menos en lo que se refiere al ejercicio de imaginar, de provocar sueños y deseos colectivos, o acceder a los pensamientos y a las ideas de otros, a las fantasías y reflexiones propias y ajenas. La luz del cine alumbró el paso a la creatividad y a la sensibilidad hacia un caudal generoso: el poder de perpetuarse en el tiempo” (Lara, 1999)

En resumen, se define a una película o cine como un método artístico para transmitir ideas, fantasías, mensajes, reflexiones, situaciones, etc. Que el hombre pueda tener. Todo mediante varios aspectos técnicos que conforman el proceso de crear un contenido audiovisual.

2.2 Definición de dirección de fotografía

(Reyes 2019). Describe la dirección de fotografía como:

La dirección de fotografía es algo más que un simple acto fotográfico. Es el proceso de recopilar ideas, acciones, emociones, sensaciones, tonos y todas las demás formas de comunicación no verbal y representarlas en términos visuales. Para ello, el director de fotografía debe apropiarse de la técnica cinematográfica, de los conceptos artísticos y de las herramientas fotográficas para dotar de carácter y sentido a las atmósferas visuales que componen la imagen de la película.

La dirección de fotografía no solo se basa en aspectos técnicos como la iluminación, planos, ángulos, etc. Sino comprende un sentido más artístico que junto con el uso de estos métodos se convierte en algo espectacular. Un resultado sin igual que transmite un mensaje no verbal a la audiencia.

3. La Dirección de Fotografía

La dirección de fotografía comprende seis términos técnicos como herramientas de trabajo fundamentales para el director de fotografía.

Según (Reyes 2019) estos son:

a. El plano

“Es una unidad expresiva compuesta por un conjunto de fotogramas sucesivos que contienen fragmentos de una acción. Dado que los fotogramas son un recorte de la realidad, definido por los cuatro bordes del cuadro; podemos entender entonces al plano como un recorte del espacio y del tiempo”. (Denevi, 2005)

Existen diferentes tipos de planos, se clasifican de distintas maneras según la base de la figura humana y trata de evitar cortar las acciones del personaje con el límite del cuadro de la escena.

Se especifica desde el más abierto al más cerrado.

- a. **Gran Plano General (GPG):** Este plano da a conocer el lugar del hecho en el que se lleva a cabo la escena. Por lo tanto, es un plano muy abierto, sin embargo, no se logra llegar a distinguir a los personajes. Lleva al espectador al contexto de espacio y tiempo.
- b. **Plano General (PG):** A diferencia del GPG se disminuye el espacio donde se lleva a cabo la acción y le da un poco más de presencia en la imagen al personaje. Genera un equilibrio entre el espacio, los objetos y el personaje por ende todos en el entorno pueden ser mejor identificados.
- c. **Plano Conjunto (PC):** Este plano enfoca solamente a los personajes de cuerpo entero. Resalta las acciones de ellos y la relación entre los personajes.
- d. **Plano Entero (PE):** Es un plano donde se ve al personaje de cuerpo entero. Mejora la identificación de los rasgos del personaje no obstante no conlleva ninguna emoción en el plano.
- e. **Plano Americano (PA):** Este plano cubre desde la cabeza del personaje hasta las rodillas.
- f. **Plano Medio Abierto (PMA):** Es un plano que cubre al personaje desde la cabeza hasta su cintura. Es muy utilizado para enseñar una conversación entre los personajes por lo que permite observar con más atención su mirada y sus rasgos faciales
- g. **Plano Medio:** Es un plano que cubre la cabeza del personaje hasta la mitad de su torso. Este recurso es usado para acentuar los rasgos faciales, la mirada y la emotividad, dejando de lado la atención del espacio donde sucede la escena.
- h. **Plano Medio Corto (PMC):** Este plano va desde la cabeza hasta los hombros del personaje. Tiene la misma misión narrativa que el plano anterior mencionado.
- i. **Primer Plano (PP):** Es un plano que cubre solo el rostro del personaje. Genera una conexión más íntima con el personaje. Resalta con más énfasis la emotividad que transmite el personaje y sus rasgos faciales.

j. Primerísimo Primer Plano (PPP): Es un plano que solo cubre una parte específica del cuerpo del personaje u objeto. Es usualmente usado para resaltar elementos que usando otros planos pueden pasar desapercibidos.

b. Los lentes

Al momento de decidir la imagen a querer dar en la escena, la elección de cámara es sumamente importante ya que de esta depende la estética adecuada que se va a dar a la película. Esta elección dependerá de ciertos factores a considerar, por ejemplo, si la cámara se utilizara en mano o trípode, si estará en zonas amplias o lugares pequeños. Es ahí donde entra a detallar los lentes que se usarán en la cámara ya que de ellos dependerá la profundidad y la calidad que se busca en la escena.

c. La luz y el color

“La iluminación es la arquitectura de la liza. Su uso ya sea de carácter realista o efectista, se sirve de la luz y de las sombras para modelar los espacios o los personajes, para generar tonos y significados en la imagen” (Reyes, 2019).

En un comienzo la iluminación no era una parte fundamental del cine, solo era un elemento más que se usaba para que las historias redactadas por los cineastas quedarán mejor grabadas en su cámara. A lo largo del tiempo la iluminación ha evolucionado y se ha convertido en un elemento tan expresivo que es considerado de vital importancia ya que crea una atmósfera de acuerdo a la historia, que expresa diferentes emociones hacia la audiencia.

Para dar a formular un buen mensaje mediante la iluminación y generar todo ese aspecto expresivo se debe tener un conocimiento del uso correcto de esta. En primer lugar, se detalla la calidad y cantidad de luz que se usará, ya que el resultado de esto brindará el contraste que se tenga en la iluminación. Luego se revisará los tiros de cámara para asegurar la continuidad lumínica en los diferentes planos. Para finalizar

se debe revisar si la iluminación está bien desarrollada de acuerdo con el guión y el planteamiento fotográfico.

d. Las Texturas

Según (Charlie, 2015) “La textura hace referencia normalmente a los rasgos visuales representados en la superficie de un objeto que da carácter e identidad al mismo en la representación.” Estos rasgos suelen ser pequeños y pasan desapercibidas a la vista común pero que la unión de estos detalles define la relación de “veracidad” entre un objeto real y un objeto representado. En resumen, se puede decir que la textura describe la cualidad de la imagen que tiene elementos texturantes.

Hay dos tipos de texturas:

- a. **Textura visual:** Es cuando la percepción de la imagen misma es de un carácter netamente visual.
- b. **Textura táctil:** Es cuando el tacto interviene con el sentido de la vista.

e. El movimiento de cámara

“Los movimientos de cámara se han convertido en la actualidad en uno de principales recursos del lenguaje cinematográfico, lo que le distingue de cualquier otro medio de expresión artística, convirtiendo a la cinematografía en el arte del movimiento de las imágenes.” (Faican, 2012) En un principio los movimientos de cámara no eran tradicionalmente usados por los directores durante el transcurso del tiempo que esto fue evolucionando y ahora es un recurso indispensable al momento de hacer un producto audiovisual.

Se conoce cuatro movimientos fundamentales que tiene la cámara y son:

- a. **Movimiento de traslación o travelling:** Se basa en el traslado de la cámara junto con el personaje dando a entender un acompañamiento al contexto de la escena ya sea vertical, circular, retroceso, lateral y de avance.

- b. **Movimiento de rotación o panorámica:** Se basa en un movimiento de rotación de la propia cámara que gira sobre su eje en el que está colocado.
- c. **El zoom:** Si bien es cierto el zoom en un principio fue muy criticado por el uso constante de este, sin embargo, en la actualidad es reconocido un recurso audiovisual más. Es un mecanismo de la propia cámara que permite alejarse o acercarse del personaje u objeto
- d. **El movimiento de grúa:** La cámara se ubica en el extremo del brazo de una grúa permitiendo movimientos mezclados entre el travelling y panorámica.

b. La fuerza de la imagen

Hay que tener muy en cuenta que el cine se basa netamente en un lenguaje audiovisual y no en una simple ilustración novelera. Tal como lo explica (Racionero, 2008) “El cine en primera instancia, tiene que expresarse mediante la imagen, no por los diálogos de sus personajes” Por ejemplo si se quiere dar a comunicar un sentimiento, que es algo abstracto, mediante las imágenes, no es necesario un diálogo del personaje.

La cámara mediante movimientos puede acercarse poco a poco a la protagonista mientras el ambiente se va tornando en un tono cálido totalmente pasional. Aquel acto puede comunicar mucho más que simples textos mientras se comparte la intimidad del mensaje con la audiencia expectante.

“La imagen, a partir de la posición de la cámara, los diferentes puntos de vista y la composición, tiene posibilidades infinitas, simplemente se tiene que saber explotar”. (Racionero, 2008). Todo depende de la imaginación del director a cargo de la película. Como lo dice Racionero hay unas infinitas variantes de transmitir mensajes con las imágenes. Y como se dice “una imagen vale más que mil palabras”. Si se quiere comprobar que una cámara puede dar un mensaje dramático se aconseja ver películas de hace muchos unos años atrás, el primer cine mudo.

La película “Sunrise” (Murnau, 1927), es un claro ejemplo de manejar mensajes por medio de imágenes. En una de las escenas se ve a una mujer llorando con su pequeño hijo en una casa,

paralelamente se observa a un hombre dirigiéndose a un encuentro con una mujer. Gracias al montaje de la cinta se puede intuir que posiblemente la mujer llorando y el hombre caminando tienen alguna relación. Claramente se llega a apreciar que el hombre en cuestión es infiel y va a buscar a la amante. En la escena del hombre se puede apreciar la oscuridad de la noche, el movimiento de la cámara siguiéndolo lentamente en un ambiente tenso. Mientras eso ocurre se ve el contraste de la mujer triste, llorando en su casa. Paralelo a esto al hombre se le ve feliz de juntarse con su amante.

Esta técnica de imágenes paralelas es muy típica de la edición cinematográfica. En instantes percibimos que si la mujer llora es por el hombre que la deja sola en su casa con el bebe. Además, se observa las tonalidades distintas de las escenas en la que ocurre las secuencias, mientras que la imagen de los amantes es tétrica y oscura, la escena interior de la madre con el bebe es blanca y luminosa el cual refleja un símbolo de pureza.

Todo lo que hace la cámara y la dirección que el director propone en la escena de los amantes genera cierta sensación de peligro y tensión. Poco después de esto la amante propone asesinar a la esposa y todo sin ningún tipo de diálogo. Sin embargo, el director da a entender perfectamente todo lo que quiere transmitir. Esto es lo que se conoce como lenguaje cinematográfico en su estado más puro.

a. La Fotografía

“Como sabemos, la fotografía es una instantánea, una imagen congelada; pero al evolucionar hacia el cine, finalmente, tomó vida. Desde aquel momento, es continuo y cambiante como nuestra realidad. El cine es, por lo tanto, hijo de la fotografía. Los dos comparten negativos, emulsiones, lentes o filtros.” (Racionero, 2008).

Es obvio que sin la iluminación la fotografía no existiría. El manejo de está conlleva la realización de producir sensaciones al espectador. Por ejemplo, en una escena se puede poner a una pareja en una habitación y manipular la iluminación

según lo que se quiera realizar. Puede resultar terrorífica, dramática o realista. En base a esto se puede decir que hay cuatro tipos de fotografía.

- a. **Plana o de estudio:** En un principio en los inicios del cine la primera preocupación era conseguir una imagen clara y visible, los estudios de cine usaban iluminación por todos los espacios para tener una iluminación más homogénea. Sin embargo, la sensación de este tipo de iluminación tiene un resultado muy falso. No se encuentra sombras, matices, todo es una luz blanca produciendo una percepción plana en la imagen.
- b. **Expresionista:** En este tipo de fotografía lo más relevante es la iluminación que acentúa puntualmente dando importancia al espacio del plano que recibe la luz y dejando el resto en la oscuridad. Se busca manipular la luz para el beneficio del contexto que se quiere dar.
- c. **Naturalista:** Es la técnica de fotografía más complicada de obtener ya que no manipula la luz y la deja tal como es en la realidad. Se puede aplicar con fuego de verdad, velas o luz solar. La luz natural realza el retrato de algún personaje y permite una conexión más psicológica con el protagonista.
- d. **Colorista:** Se trata de incrementar las tonalidades de los colores utilizando filtros de diferentes colores ubicados sobre los focos. Es casi todo lo contrario a la anterior. Es usado constantemente en películas de género ciencia ficción, fantasías y derivados.

4. La industria del cine

“El cine es una industria muy importante, en la que se mueven grandes cantidades de dinero, se vende un prototipo que abastece productoras y da trabajo a miles de personas, pero está tan íntimamente ligado con el arte, que por esto mismo adquiere el grado del movimiento artístico por excelencia del siglo XX.” (Del Prado, 2010)

“El cine es comercialmente artístico, es una industria de manufactura de historias para un público ávido de entretenimiento y sediento de espectáculos, con creaciones originales, producto de la expresión humana.” (Berra, 2004)

Es conocido que no todo cine es arte y no todo arte está considerado dentro de una industria. Esto es una percepción ambigua según el espectador. De la misma manera los directores no siguen una misma línea al momento de crear una película. Unos son más directos, llevan una manera narrativa y objetiva de contar una historia. Por otro lado, están los que cuentan su historia de un modo dialéctica y tratan de dar su punto de vista del mundo. Todo varía según el gusto de la persona y es por eso mismo que no necesariamente significa que las películas independientes tengan menos éxito en la taquilla por no ser de directores reconocidos.

El hecho de que una película, sin importar su calidad, rompa en taquilla, sea síntoma de ser buen cine como tampoco lo es si está dirigida por nombres reconocidos del cine, ya que existen fracasos cinematográficos por parte de directores exitosos.

Una obra de arte no es considerada en sí misma como arte al ser visualizada por una minoría, y tampoco lo es otra que haya recibido el apoyo de la industria. Hay casos en los que el ingenio y la creatividad, caracterizada en los cines independientes, han tocado la puerta de grandes inversiones industriales y también viceversa.

No obstante, la industrialización del cine no es mala, ya que esta tiene sobrellevar un presupuesto y obtener algo de ganancia para que pueda seguir sobreviviendo y así poder crear más cine. Pero del mismo modo no es recomendable acceder a la presión de la industrialización al tener que producir excesivamente productos audiovisuales que a largo plazo afectaría la idea creativa y el proceso artístico de hacer cine.

Lo que podemos rescatar es que el cine ha influenciado el modo en la que la audiencia mira el mundo. Toda cinta filmica que es consumida con libertad deriva a un triunfo en contra del contagio del conformismo.

a. Cadena de valor de la industria cinematográfica

“La cadena de valor de la industria cinematográfica se divide en tres sectores principales: producción, distribución y exhibición. Sectores que, a su vez, se integran en tres negocios diferentes: el negocio de la producción, el negocio de la distribución y el negocio de la exhibición, con unos costes y beneficios independientes entre sí.” (Dadek, 1926)

Estos negocios independientes uno del otro, tienen objetivos y beneficios diferentes. La producción consigue el beneficio de crear un producto el cual, en el momento adecuado, se explotará en subsecuentes cadenas. El negocio de distribución, por su parte, obtiene el beneficio de los ingresos que adquiere la exhibición, y el negocio de la exhibición adquiere sus ganancias por medio de las ventas de entradas, productos de merchandising, productos de cafetería, etc. Los tres elementos son indispensables para el posicionamiento de una película.

b. Producción: Según (Jacoste, 1996) “la empresa productora es la que asume la labor de promoción y financiación directa, por tanto, sobre ella recae en primera instancia el riesgo empresarial de producción; orienta y organiza los oportunos procesos de producción; y la que posee siempre la radical titularidad del derecho de explotación comercial de las películas.”

La producción, en el proceso de crear un contenido audiovisual, es única, y que a lo largo del transcurso del desarrollo se tendrán que elegir decisiones y elementos que afectará, positiva o negativamente, el resultado. Según (Young S.M., 2008) “este proceso implica la correcta combinación de talento creativo, gestión, dinero, creatividad, tecnología y una dosis de buena suerte. Aun con todos estos ingredientes, el éxito de una película nunca está garantizado.”

La producción encierra cuatro procesos importantes:

1. *Desarrollo*
2. *Pre-producción*
3. *Producción*
4. *Post-producción*

b. Distribución en cines: "La distribución es clave en el proceso industrial y económico de la industria cinematográfica, pues de él depende directamente los ingresos y la capacidad de crecimiento como industria. Cuanto más se distribuya, y más ingresos generan estos productos a lo largo de las diferentes ventanas, más se podrá producir." (Martín, 2015).

Este proceso marcará el alcance comercial de la película puesto que requiere de muchas decisiones importantes que influenciará en el filme. Desde la fecha de estreno hasta el número de entradas que se venderán.

c. Exhibición en salas de cine: Esta fase según (ELIASBERG & LEENDERS, 2006) son " Las actividades realizadas por las cadenas de cines y salas independientes para proyectar la película en sus pantallas." La fase de exhibir el cine es una de los elementos más relevantes para persuadir a la audiencia a mirar lo que quiere consumir, así mismo si la audiencia jamás ha pisado un cine. El tiempo en el que es exhibido esa cinta protagoniza un papel importante dentro del valor en los demás mercados.

La interacción entre el exhibidor y el distribuidor es sumamente contractual, los términos básicamente se basan en el número de salas y el tiempo que se proyectará el filme, así mismo las condiciones de cómo se repartirán la recaudación.

c. Factores que determinan el éxito de una película

Se ha analizado en diferentes tipos de estudios científicos que existen factores que influyen en el éxito de una película basado en la recaudación, analizando los efectos que puedan causar y la interrelaciones entre ellos.

Según (Martín, 2015) son:

a. Factores internos o características de la película: Estos factores son aquellos que pertenecen a la producción de la película. Según (Vany, 1999) "las características son términos como el tema, el género, el atractivo de los actores,

directores y productores.” Existe también otro factor el cual determina su éxito que es la familiaridad que este genera, es más convincente ver un filme que toque un tema ya conocido.

Las características internas de una película, es algo donde los productores deciden invertir grandes cantidades de dinero para así disminuir los riesgos que puedan causar. Por ejemplo, conseguir a un reparto de actores altamente conocidos y de primer nivel aumentara la ventaja competitiva. Dado que la audiencia elige la familiaridad que tiene con los actores al momento de elegir una película.

“El conocimiento que un consumidor tiene de un título concreto genera una asociación positiva dentro de la mente del consumidor.” (Henning-Thurau, 2001)

- b. Factores externos o acciones del distribuidor o estudio:** Estas son las influencias que hacen los distribuidores y casas productoras a la audiencia para que decidan en consumir su producto. Según (Martín, 2015) se hace énfasis en la publicidad, el presupuesto de producción, las salas en las que se proyectará y la fecha de estreno.”
- c. Factores experienciales:** Estos factores son los que nacen cuando se ha visto previamente la cinta cinematográfica. Entre ellas las críticas de analistas de cine, diferentes opiniones de consumidores que se pueden encontrar fácilmente en varios sitios webs o quizá los reconocimientos que la película haya logrado. Según (Cazabamt, 2005) “ Los factores experienciales son sobre los que los estudios menos pueden influir y se refieren a las críticas, a los premios que las películas reciben y la percepción del consumidor de la calidad de la película, entre otros.

El producto cinematográfico conlleva un producto experiencia, es muy complicado saber la calidad que pueda ofrecer antes de verla. Según (Litman, 1997) “Las cintas cinematográficas son, en su mayoría, puros y fundamentalmente productos experienciales, para que al momento de su consumo, las personas se inclinen más en aspectos subjetivos que en los objetivos.”

Cuando el consumidor se deja llevar por elementos subjetivos, crea una especie de publicidad gratis ya que estos comentarios vienen de consumidor a consumidor en un corto lapso de tiempo. Los consumidores a la hora de decidir la elección de la película, van a tener presente estos factores experienciales y depende de esto será la decisión del público objetivo.

5. Conclusiones

Hoy el cine ha evolucionado de un modo que ahora la vivimos de otra manera, es toda una experiencia ir al cine y consumir una película. La experiencia que vivimos cuando observamos un filme es la combinación de varios procesos bien ejecutados. Una de los protagonistas en el cine es la dirección de fotografía, esta técnica va más allá de conocimientos técnicos y ahora tiene un sentido más artístico que otra cosa. Por otro lado, existe todo un proceso para el cual una película sea conocida más conocida que otra.

Las conclusiones a las que llega este artículo son:

1. Que el uso de la dirección de fotografía puede llevar a una cinta a ser considerada una obra de arte, pero no toda obra de arte es un éxito en el cine, y no todo éxito en el cine es una obra de arte.
2. Que el uso de la dirección de fotografía en las películas es de vital importancia ya que esta sustituye, de una manera efectiva, al diálogo y agrega ese plus artístico que tienen todas las cintas cinematográficas.

3. Que el éxito de una película conlleva más a un buen manejo de su planeación e industrialización que por factores artísticos.
4. Que la industrialización del cine puede llegar a ser ostigante por el hecho de que nos da más de lo mismo en productos cinematográficos.

El uso de la dirección de fotografía puede ayudar a una película a conseguir mucho reconocimiento. Pero este no significa que sea el factor más relevante en el éxito de una película. (TV, 2016) (Sandoval, 2003) (Aguilar, 2004) (Alexis, 2008)

Referencias

- Aguilar, Y. Q. (2004). *LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA Y SU CONSUMO*. Caracas: CACI.
- Alexis. (2008). *El lenguaje cinematografico*. Barcelona: Editorial EUOC.
- Cazabamt. (2005). *La distribucion del film*. Madrid: Egeda.
- Dadek, W. (1926). *Economía cinematográfica*. Madrid: Editorial Rialp.
- DENEVI. (2005). *Introduccion a la cinematografia*. Cartagena: Los Condores.
- ELIASBERG, J. E., & LEENDERS, M. (2006). *The motion icture industry: critical issues in praqctice, current research, and new researsh directions*. USA: Marketing Science.
- Henning-Thurau, T. (2001). *An Investigation into the Factors Determining the succes of service innovations*. Hanover.
- Jacoste, J. (1996). *El productor cinematografico*. Madrid: Síntesis.
- Litman, G. (1997). *Movie stars and authors as band names*. USA: Association for Consumer Research.
- LUISA, G. G. (2006). Mímesis en el paradigma del llamado “cine contemporáneo” y la narración hipermedia. *REVISTA DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS*, 12.
- Martín, M. G. (Septiembre de 2015). Comportamiento del consumidor de cine en salas: factores motivacionales y tipología del consumidor. Madrid, España.
- Murnau, F. W. (Dirección). (1927). *Sunrise* [Película].
- Olcoz, C. M. (2005). *EL sentido de la liz. Ideas mitos y evolución de las antes y los espectaculos de luz hasta el cine*. La paz: LAPAZ EDIT.
- Ruiz. (2011). *El actor del siglo XX*. Bilbao: Artezbai.
- Sandoval, R. d. (2003). *EL cine: Arte o Indstria*. Quito: LMA.
- TV, C. (2016). *How do cinematographers work with?* Toronto: SICA .

Vany, D. (1999). *Uncertainty in the movie industry: Does star power reduce the terror of the box office?* Amsterdam: Elsevier B. V.

Young S.M., G. J. (2008). *The bussines of making movies*. Michigan: Strategic Finance.