UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

Akababuru: Diseño de identidad gráfica cinematográfica

Sara Carolina Pérez Díaz

Trabajo de grado presentado para optar al título de Comunicadora Audiovisual y Multimedial

Asesores
Nicolás Mejía Jaramillo, Magíster (MSc) en Antropología Visual
Juan Esteban Avalo Valencia, Maestro en Artes Plásticas
Juan Esteban Duque, Director creativo

Universidad de Antioquia
Facultad de Comunicaciones y Filología
Comunicación Audiovisual y Multimedial
Medellín, Antioquia, Colombia
2025

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

Cita	(Pérez Díaz, 2025)
Referencia **Estilo APA 7 (2020)**	Pérez Díaz, S. C. (2025). *Akababuru: Diseño de identidad gráfica cinematográfica* [Trabajo de grado profesional]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.



Biblioteca Carlos Gaviria Díaz

Repositorio Institucional: http://bibliotecadigital.udea.edu.co

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Dedicatoria

Le dedico este trabajo a mis padres,

quienes con su amor me han motivado y me han acompañado siempre.

Su presencia en mi vida me motiva a seguir adelante cada día

y a construir mi camino sin importar la adversidad.

Infinitas Gracias

Agradecimientos

Agradezco a mis padres por su amor y su presencia en mi vida.

A la universidad de Antioquia por darme la oportunidad

de encontrarme en miles de formas, pensamientos y personas,

por enseñarme a amar la vida, por ser un hogar para todas y todos,

por su criterio y su libertad.

Gracias por ser tantas posibilidad y hechos

y por ser un espacio para soñarnos como una sociedad justa.

Tabla de contenido

Resumen 7

Abstract 8

Introducción ..... **Error! Bookmark not defined.**

Planteamiento del problema 9

Antecedentes 16

Objetivos 20

Objetivo general 20

Objetivos específicos 20

Marco teórico 21

El mito y la resignificación 21

Representaciones sociales de la mujer 26

Representaciones monstruosas de la mujer 28

Póster cinematográfico e identidad gráfica 30

Análisis de la comunicación visual del cartel cinematográfico. Estudio de caso de la productora Universal Pictures 33

Metodología 40

Fase 1. Conocer a Kiraparamia 40

Fase 2. La kiraparamia de Irati Dojura: Estudiar el cortometraje 50

Fase 3. Estudio de referentes 55

Resultados 57

Referencias 59

Lista de figuras

Figure 1. Variables para el análisis visual del cartel cinematográfico. Análisis de la comunicación visual del cartel cinematográfico. Estudio de caso de la productora Universal Pictures. 35

Figure 2.Imagen tomada de la tesis Akababuru, Expresión de Asombro (Landa, 2022, p.48).....42

Figure 3.Imagen tomada del cortometraje Akababuru, Expresión de Asombro (2024). 45

Figure 4. Imagen tomada del cortometraje Akababuru, Expresión de Asombro (2024). 46

Figure 5. Moodboard.....50

Figure 6. Temas, sucesos, personas y lugares clave.....51

Figure 7. Sistematización. 52

Figure 8. Sistematización: temas, sucesos, personas y lugares clave 52

Resumen

Este proyecto de grado consiste en el diseño de la identidad gráfica cinematográfica para el cortometraje *Akababuru*, *Expresión de Asombro* dirigido por Irati Dojura Landa Yagarí. La obra reinterpreta el mito de *Kiraparamia*, una mujer indígena que según cuenta la tradición oral, fue castigada por la naturaleza y convertida en un animal maligno por reírse de su marido. La directora escribió y adaptó un nuevo camino narrativo, abordando la problemática social de los discursos y paradigmas machistas que oprimen a la mujer.

El desarrollo se enmarca en una metodología de investigación-creación que articula el análisis de la obra audiovisual con el proceso de creación gráfica aplicada a la producción cinematográfica. Para esto, se abordaron conceptos relacionados con la investigación teórica sobre mitos, la representación femenina y el diseño gráfico cinematográfico. Se analizaron piezas como afiches, títulos y materiales promocionales de películas y se desarrolló una propuesta visual que culminó con el diseño del póster cinemotográfico oficial. El resultado respeta la narrativa de la obra y resignifica visualmente el mito desde una perspectiva crítica y contemporánea. Este proyecto aporta a una creación comprometida con los discursos simbólicos del cine y visibiliza el potencial del diseño gráfico como herramienta de transformación cultural.

Palabras clave: Póster cinematográfico, Identidad gráfica, Akababuru, Diseño gráfico, Resignificación, Adaptación

Abstract

This degree project consists of the design of the cinematographic graphic identity for the short film Akababuru, Expression of Wonder directed by Irati Dojura Landa Yagarí. The work reinterprets the myth of Kiraparamia, an indigenous woman who according to oral tradition was punished by nature and turned into a malignant animal for laughing at her husband. The director wrote and adapted a new narrative path, addressing the social problematics of machist discourses and paradigms that oppress women.

The development is part of a research-creation methodology that articulates the analysis of the audiovisual work with the graphic creation process applied to film production. For this, concepts related to theoretical research on myths, female representation and film graphic design were addressed. Items such as posters, titles and promotional materials for films were analyzed and a visual proposal was developed that culminated in the design of an official cinematographic poster. The result respects the narrative of the work and visually resignifies the myth from a critical and contemporary perspective. This project brings the potential of graphic design as a tool for cultural transformation to creations committed to the symbolic discourses of cinema.

Keywords: Cinema poster, Graphic identity, Akababuru, Graphic design, Resignification, Adaptation

Planteamiento del problema

La formación profesional me dió la oportunidad de descubrir un interés innato que siempre he tenido por comprender cómo y por qué se hacen las imágenes, qué hay detrás de ellas. Anteriormente, cuando estudiaba Artes Plásticas, me cautivaba mucho la cantidad de información y detalle que había detrás de una pincelada, una figura o una línea cuando se estudiaban los movimientos artísticos; la forma en que las distintas condiciones históricas, sociales y económicas tenían un impacto tan grande en la creación, que sin estudiar nuestra historia no podríamos comprender las obras que hemos creado ni quienes somos, nuestro arte no sería el que conocemos. Esta idea me atrapó y me llevó a estudiar otra profesión en la que también la imagen y la investigación estaban en el centro de estudio, la Comunicación Audiovisual y Multimedial.

En el pregrado siempre me interesó el análisis de la imagen en el desarrollo de nuestros proyectos. En los últimos módulos pude acercarme al diseño gráfico gracias a la creación de propuestas transmedia y multimedia que vincularon conocimientos y herramientas distintas pero complementarias al enfoque audiovisual, como el diseño de experiencias de usuario para aplicaciones y páginas web. Sin embargo, deseaba aprender mucho más acerca de estas relaciones que existen entre la creación audiovisual y el diseño gráfico, por lo que decidí realizar mis prácticas académicas antes que mi proyecto de investigación en búsqueda de acercarme a esas experiencias. Esta decisión influyó bastante en mi motivación para realizar este proyecto, ya que pude explorar distintas herramientas y sentirme más cómoda y tranquila realizando propuestas visuales y de comunicación que durante mucho tiempo pensé que estaban fuera de mi capacidad.

Entonces, al llegar el momento de plantear mi proyecto de investigación, y aún sintiendo muchos miedos e inseguridades, decidí explorar más acerca de las relaciones que existen entre el

cine y el diseño gráfico, por lo que consideré distintos escenarios en los que pudiera cumplir este objetivo. Recordé que durante muchos años había querido diseñar un póster de cine y no había tenido la oportunidad de hacerlo. Luego de considerar distintas películas e historias con las que pudiera trabajar encontré a *Akababuru, Expresión de Asombro.*

Akababuru es una palabra Emberá Chamí que traducida al español significa *Expresión de Asombro.* Este cortometraje indígena fue dirigido y escrito por Irati Dojura Landa Yagarí, egresada del pregrado de Comunicación audiovisual y multimedial de la Universidad de Antioquia. Esta pieza posee un valor muy significativo para mí por su potencia narrativa, simbólica y por su dirección a cargo de una mujer a quién admiro profundamente. También, su producción estuvo a cargo de un equipo conformado por egresados y estudiantes de nuestra universidad, dado que surgió en el marco del desarrollo de Proyectos de grado de nuestro pregrado. En el 2022 fue ganador del "*Fondo para el desarrollo de investigación*" (CODI) de la Universidad de Antioquia y obtuvo mención de honor del pregrado. Fue Ganador del FDC en la categoría "*Realización de cortometrajes de poblaciones étnicas*", y en 2024 fue ganador de la Convocatoria de fomento y estímulos para el arte y la cultura de la Secretaría de Medellín, entre otros.

Mi integración a esta producción fue un proceso orgánico que ocurrió mediante conversaciones entre amigas y amigos en las que hubo encuentros entre afinidades creativas, pensamientos, necesidades mutuas y el deseo de aportar a una historia con una mirada sensible, responsable y con una profunda intención cultural, social y comprometida.

El cortometraje reinterpreta el mito de *Kiraparamia*, una mujer indígena que según cuenta la tradición oral, fue castigada por la naturaleza y convertida en un animal maligno por reírse de su marido. Irati escribió y adaptó un nuevo camino narrativo con un desenlace más justo y humano, abordando "la problemática social de los discursos y paradigmas machistas que oprimen a la mujer desde tiempos míticos". (Landa, 2022, p.10).

En la historia vemos a Kari, una niña indígena de ocho años que un día se topa en su resguardo con una visitante de su abuela, Kera, una joven que le cuenta el mito de *Kiraparamia.* Esta decide cambiar el desenlace de la historia por uno en el que la risa no es un motivo de castigo ni de vergüenza sino todo lo contrario, un camino hacia la libertad y la plenitud femenina, un camino hacia la reivindicación. Como explica Marcela Lagarde, "la cultura patriarcal ha creado mitos que construyen subjetividades femeninas subordinadas y que legitiman el castigo hacia las mujeres que se salen de lo establecido" (Lagarde, 2005, p. 41).

Resignificar el mito desde la voz de una niña es un acto de valentía, resistencia y reescritura cultural. Vincularme al cortometraje me abrió la posibilidad de plantear el desarrollo de un proyecto que había soñado durante mucho tiempo y en el cual los lineamientos creativos del proceso serían puestos por mí y por personas que me acompañaron siempre en mi proceso de formación. Inicialmente, mi motivación era aprender a diseñar un póster cinematográfico, pero al conversar con el equipo de producción y la directora, y reflexionar acerca de las variables de investigación que mi proyecto debía tener, me di cuenta que mi proyecto debía extenderse y abarcar de manera interdisciplinaria distintos conceptos.

Un póster cinematográfico se encuentra entre el valor de su expresión visual como obra creada y su función como medio de comunicación. Garoz (2019) sugiere que entre estos dos factores se construye el lenguaje del póster cinematográfico, puesto que en él se "plasman ciertas características de la película que se anuncia y, debido a ello, los elementos que conforman el propio cartel constituyen todo un lenguaje específico de dicho cartel y de la película en particular" (p. 19). Así, entiendo al póster cinematográfico como una pieza única que posee un objetivo funcional común. Única porque su lenguaje se configura a partir de los elementos de la película que representa y no a partir de un esquema representativo general, y funcional porque busca comunicar, promocionar y distribuir la obra audiovisual, posee un objetivo.

Socializar mi rol y mis responsabilidades con el equipo de producción trajo a la luz el concepto de identidad gráfica. Dado que el cortometraje no solo necesitaba el diseño de un póster cinematográfico sino también una propuesta visual para el título e insumos gráficos que pudieran usarse en los créditos y en el montaje de la pieza, consideré que la creación de dichas piezas debía abordarse de forma complementaria e integrada.

La autora Donis A. Dondis describe que elementos visuales como la forma, el color, la textura y la composición poseen una capacidad semántica que permite transmitir significados complejos de forma inmediata. El diseño de un póster cinematográfico implica tener claridad acerca de dichos elementos, estos constituyen su lenguaje en tanto indican la forma en que se aprecia el póster en coherencia con la película que representa.

"El lenguaje visual constituye un sistema de signos, al igual que el lenguaje verbal, y puede ser codificado, decodificado y analizado para revelar sus significados". (Dondis, 1973, p. 8).

La identidad gráfica es entendida como un conjunto de elementos visuales que representan de forma coherente y reconocible la esencia, los valores y la personalidad de una marca, institución, producto, proyecto cultural u obra artística. Esta identidad se expresa y se evidencia a través de elementos como el logotipo, la tipografía, la paleta de colores, la composición, la fotografía, etc.

Como expone la autora, no se trata únicamente de un conjunto de elementos visuales, sino de un sistema simbólico que construye una percepción, un reconocimiento y establece vínculos con el público. Así, la identidad gráfica funciona como un lenguaje visual que traduce los valores, la historia y la intención de un proyecto o producto, permitiendo su diferenciación y posicionamiento en distintos contextos culturales y comunicativos.

Por lo anterior considero que para el desarrollo de mi proyecto es necesario delimitar este concepto y enfocar su aplicación en el campo cinematográfico. Sáez y Salinas expresan que “la identidad gráfica de una película es la traducción visual de su universo narrativo, que busca sintetizar su propuesta estética y emocional en códigos gráficos que dialogan con el espectador incluso antes del visionado de la obra” (Sáenz & Salinas, 2013, p. 45).

La identidad gráfica cinematográfica puede entenderse como un conjunto de elementos visuales diseñados para representar, comunicar y posicionar la esencia estética, narrativa y conceptual de una obra audiovisual, a través de diversos soportes gráficos (pósters, títulos, tipografías, paletas de color, créditos, material promocional, etc.). Estos elementos deben ser coherentes con la atmósfera, género y mensaje del filme, y permitir tanto su reconocimiento como su diferenciación en el mercado audiovisual.

En tanto el póster de cine es un medio a través del cual se representan las características más significativas de una película, para el proceso de diseño será necesario identificar las motivaciones que llevaron a la realización del cortometraje y analizar la forma en que la dirección, junto con los departamentos creativos, buscó llevar a la pantalla la historia de *Akababuru*.

En la lectura de su tesis de grado, además de apreciar la sensibilidad y la percepción emocional y social que posee la directora para acercarse a su memoria personal y a su territorio, destaco los elementos conceptuales y metodológicos a través de los cuales la directora se preguntó por las representaciones, los gestos, el cuerpo, la narrativa, la interpretación de la realidad, su historia y su presente. ¿De dónde vienen los paradigmas que definen nuestro comportamiento y nuestra verdad? ¿Por qué un hombre puede reírse y llamar la atención y una mujer no? Considero de vital importancia su investigación para el desarrollo de mi proyecto porque en él se encuentra el sustrato de Akababuru, su esencia, la intención que la directora desarrolló en su proceso al querer contar la historia.

También veo a mi proyecto como una columna que también da soporte a su proyecto/obra, una relación interesante que no había pasado en nuestro pregrado. Mi intención es aportar a su interpretación y propuesta de una forma respetuosa y adecuada; pero también ser autora de mi proceso y mi creación. Cuando mencionaba que en el camino me di cuenta de que mi proyecto no se encontraba exclusivamente en el diseño de un póster sino en los conocimientos que se tejen al momento de realizarlo, me refería a que no puedo tomar la foto de una persona indígena y agregarle capas de color porque creo que así es como se ven las comunidades indígenas o porque es más llamativo. Aunque el póster cinematográfico sí aglomera intenciones comunicacionales y

comerciales, debo considerar desde dónde está hablando la directora, desde dónde quiero hablar yo, ¿qué nos dice *Akababuru*?

Akababuru reafirma la importancia de los relatos propios y las apuestas creativas que buscan una representación digna y transformadora de nuestros pensamientos, identidades y culturas.

¿Cómo desarrollar una identidad gráfica cinematográfica que se articule con el proceso de resignificación cultural y narrativa que propone *Akababuru*?

Antecedentes

El diseño de pósters cinematográficos en Colombia ha experimentado un desarrollo significativo en las últimas décadas, ligado al crecimiento de la industria audiovisual y al surgimiento de una mirada más crítica dentro del cine nacional. A medida que se ha fortalecido el cine colombiano, especialmente en el campo del cine de autor e independiente, también lo ha hecho la conciencia sobre la importancia del diseño gráfico como elemento narrativo, simbólico y comunicacional.

Históricamente, los pósters de cine en Colombia estuvieron marcados por una fuerte influencia del diseño internacional, en especial el norteamericano y el europeo, que priorizaba fórmulas visuales de consumo y alta carga publicitaria. Sin embargo, como lo documenta la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano (2012) en su catálogo *Carteles de cine colombiano 1925–2012*, con el tiempo se ha producido una evolución en la que los diseñadores comenzaron a construir lenguajes propios, incorporando referencias culturales, sociales y estéticas del país, y apostando por propuestas gráficas con identidad.

Este cambio de paradigma ha sido reforzado por el crecimiento del cine de autor, impulsado en parte por políticas públicas como la Ley 814 de 2003 (Ley de Cine), que ha permitido no solo el aumento de producciones, sino también la consolidación de una cultura cinematográfica nacional más diversa y plural. Con ello, los pósters dejaron de cumplir exclusivamente una función promocional para convertirse en creaciones visuales con un valor simbólico, narrativo y cultural.

Un estudio realizado por José Fernando Benítez Hurtado, en el desarrollo de su proyecto de grado de nuestro pregrado, acerca de cinco películas colombianas contemporáneas realizadas entre 2015 y 2020, expone que el póster cinematográfico en Colombia se ubica en un punto de tensión entre las exigencias del mercado y la expresión artística. El autor afirma que el diseñador gráfico debe moverse entre lo comercial y lo creativo para construir una identidad visual coherente con la película, sin sacrificar su esencia narrativa, destacando la tensión entre estilo estético y el posicionamiento en taquilla. Esto demuestra una profesionalización y crecimiento del campo que responde tanto a las necesidades comunicativas como estéticas del cine nacional. (Benítez, 2021)

En la misma línea, Paulo César Henao Parra (2020) realizó un análisis semiótico de pósters cinematográficos colombianos vinculados al contexto del posconflicto (2015–2019). Su estudio revela que muchos de estos afiches emplean elementos como la composición fotográfica, la tipografía, el color y la simbología para comunicar relatos complejos relacionados con la memoria, el trauma y la esperanza. En particular, destaca el papel central de la mujer como figura simbólica de liderazgo, resistencia y transformación, reflejado gráficamente en carteles de películas con enfoque social.

Esto me parece sumamente relevante y acorde a la investigación de mi proyecto porque demuestra que en escenarios de creación más independiente y relacionada con las comunidades, la representación femenina ha tomado distintos caminos más relacionados con la creación de un discurso que aporte a la construcción de imaginarios y narrativas sociales alejadas de las percepciones negativas y los estigmas de la mujer.

Además del análisis académico, algunos espacios de divulgación también han reconocido el desarrollo de una estética visual más madura e identitaria en los afiches nacionales. Portales como *Creadores Criollos* han reseñado carteles destacados por su potencia visual y conceptual, como los de *Pájaros de verano* (2018), *Los nadie* (2016), *Monos* (2019) y *La tierra y la sombra* (2015). Estas piezas se caracterizan por utilizar recursos como la ilustración, la metáfora visual y el montaje e intervención fotográfica para establecer un puente entre la imagen gráfica y el universo narrativo del filme. Así, no solo anuncian una película, sino que crean una antesala simbólica a la experiencia cinematográfica.

En este contexto, el diseño de pósters en Colombia se ha convertido en un espacio fértil para la experimentación visual, la crítica cultural y la representación simbólica, especialmente en el cine independiente, indígena y con enfoque de género. Estas líneas cinematográficas requieren propuestas gráficas que no se limiten a reproducir modelos comerciales, sino que construyan nuevas formas de ver y narrar, desde perspectivas críticas, locales y muchas veces silenciadas. El caso de *Akababuru*, con su apuesta por resignificar el mito de Kiraparamia desde una mirada feminista e indígena, se inserta precisamente en esta nueva generación de propuestas donde el diseño gráfico no solo acompaña, sino que transforma la narrativa cinematográfica.

Quiero agregar a este apartado, que también visualicé varios proyectos que promovieron mi interés sobre la realización cinematográfica y el diseño gráfico. Uno de ellos fue *The french dispatch* (La crónica francesa) de Wes Anderson, una película que narra una serie de crónicas escritas por distintos periodistas. Esta producción llamó mucho mi atención por la estrategia de comunicación visual que realizaron para su lanzamiento. Diseñaron una serie de pósters cinematográficos para cada una de las historias que vemos en la película, y aunque también

realizaron un póster oficial, estos carteles tuvieron un impacto tan grande que impulsaron la difusión y la construcción de identidad de la película frente al público.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar la identidad gráfica cinematográfica del cortometraje *Akababuru, Expresión de Asombro.*

Objetivos específicos

- Investigar el mito de Kiraparamia, su contexto cultural, simbólico, narrativo y su representación tradicional Emberá Chamí.
- Analizar el tratamiento estético del cortometraje con el fin de identificar la paleta cromática, los símbolos, los personajes y los espacios y traducirlos en elementos gráficos y visuales que representen la historia de *Akababuru, Expresión de Asombro.*
- Estudiar referentes visuales de identidad gráfica cinematográfica indígena y latinoamericana para identificar estilos, lenguajes y recursos gráficos utilizados en pósters, títulos, créditos y materiales promocionales de películas.

Marco teórico

El mito y la resignificación

Incluir el mito en mi apartado conceptual generó mucho temor en mí. Primero porque no soy una profesional de las áreas sociales que estudian el comportamiento humano como la antropología o la psicología, y temo que mi relación con la información sea incorrecta o esté mal ejecutada; sé muy bien que una investigación acerca de la mitología de una población puede implicar años de dedicación e inmersión en una comunidad, y que hay algunos términos que incluso pueden ser irrespetuosos o no adecuados con la realidad que viven ciertas poblaciones. Y segundo, porque no formo parte de un resguardo o pueblo indígena, y no pretendo encontrar la esencia de su cultura, más bien mi intención es valerme de las suficientes claridades para realizar una propuesta gráfica acorde con el proceso de *Akababuru*. Por eso, las definiciones y relaciones que expondré a continuación, las elaboré con ayuda de la investigación que realizó Irati Dojura, quien me parece que al ser la directora e integrante del resguardo Karmata Rua de Andes, Antioquia, posee la potestad de exponer y argumentar si los paradigmas y la cultura de su comunidad son machistas o no y plantear salidas ante esto, como lo hizo con su cortometraje.

Los conceptos de mito y resignificación son importantes para el desarrollo de mi proyecto porque para diseñar la identidad gráfica cinematográfica debo comprender el contexto y la realidad de donde proviene Kiraparamia y la postura que tomó la directora ¿por qué lo ha resignificado?

El mito puede ser comprendido como una narración fundacional que, más allá de su carácter fantástico o sobrenatural, cumple la función de revelar modelos de pensamiento y conducta de las culturas que lo producen y transmiten. Desde la perspectiva de Mircea Eliade, el mito es una forma

de conocimiento y memoria colectiva, mediante la cual las sociedades expresan su cosmovisión y actualizan los orígenes sagrados del mundo y del ser humano.

Esto es interesante porque precisamente Irati pone en tela de juicio las conductas machistas y los discursos que oprimen a la mujer a partir de las narraciones mitológicas. Menciona el autor Jorge Oliva en *La mujer y el mito*, que el mundo físico, el palpable a través de los sentidos, refleja como en un espejo otro mundo no menos real. “Todo lo que sucede en el primer mundo palpable y sensible es resultado de situaciones generadas en el mundo reflejado, los antiguos chamanes equilibraban el mundo palpable trabajando con sus poderes espirituales en el mundo reflejado”. (Oliva, 2007, p.4)

Aunque el autor enfatiza esta relación con el mundo espiritual, acorde con el planteamiento de *Akababuru,* podemos decir que nuestro mundo físico y social corresponde con el mundo de los pensamientos y paradigmas. Entonces, en los pensamientos se configuran los mitos y por medio de la palabra y la acción cobran una materialidad. Es una relación continuamente correspondiente.

La perspectiva de Eliade es también oportuna y relevante porque define al mito como una forma de conocimiento y memoria colectiva, no como una narración que se limita al pasado sino que se reactualiza cada vez que es contada, vivida o resignificada, convirtiéndose en un instrumento cultural dinámico. "Al contar un mito, se reactualiza el acontecimiento primordial, se regresa al tiempo mítico" (Eliade, 2001, p. 15), lo que permite que la comunidad reinterprete y reconstituya su identidad a partir de esos relatos originarios.

Considero que esta teoría agrega una capa de flexibilidad y adaptación a los mitos. Al ser un instrumento dinámico, la historia que nos cuenta *Akababuru* es tan válida como la versión contada por los ancestros. Una no necesariamente borra la veracidad de la otra, más bien conviven en la complejidad de los pensamientos, la creación y la humanidad.

Irati destaca también en su proyecto la influencia de la iglesia sobre el mito.Algunas definiciones que encontré sobre este me llevaron a las comunidades autóctonas de otros continentes en las que la dicotomía del bien y el mal no existe como en nuestras sociedades americanas, esto me remitió a la colonización y la evangelización.

La aculturación ha impactado en nuestra identidad, nuestros saberes e idiomas. Karmata Rúa lo ha padecido en carne propia: Los chôrârâ (adultos mayores Èbera Chamí) afirman que Karmata Rua significa tierra de pringamosa; esta es una planta que le servía de alimento a los ancestros. Con la llegada del sacerdote Ezequiel Pérez en los años 70, el nombre del resguardo cambió de Karmata Rua por el de Cristianía, debido al proyecto de cristianización que tenía este representante de la Iglesia Católica para la población indígena. (Yagarí, 2010, p. 12).

> Fue confrontante y revelador encontrar en Karmata Rúa pensamientos diferentes frente al concepto de mito, se afirma que la palabra mito evoca lo fantasioso de la historia narrada, y para los pueblos originarios son, por el contrario, hechos verídicos y reales, que no deben ser llamados ni mitos, ni leyendas. Yo respeté dicha opinión y sin dejar de reconocerla, continúe usando la palabra mito. (Landa, 2022, p.28)

Oliva (2007) expone que la concepción europea de la realidad, de la cual somos herederos, es una barrera entre las culturas. Esta concepción dualista en la que lo que no es blanco debe ser negro, choca con la rica concepción aborigen del mundo, donde las oposiciones no son vistas como necesarias y excluyentes, lo real no se opone a lo fantástico, la mujer no se opone al hombre y lo bueno y lo malo son conceptos desconocidos en una etapa prehispánica de evolución cultural.

Aplicado a mi proyecto, esta dimensión del mito resulta central: el cortometraje *Akababuru* resignifica el relato ancestral de *Kiraparamia*, no como una advertencia punitiva contra el comportamiento femenino, sino como un símbolo de transformación, resistencia y empoderamiento. En este proceso creativo, el mito es asumido como un lenguaje simbólico que al ser reinterpretado desde una perspectiva contemporánea e indígena, cuestiona las estructuras de dominación y reactiva su potencia como dispositivo cultural. Como señala Barthes, el mito "transforma la historia en naturaleza" (Barthes, 1980, p. 239), y justamente por ello, resignificar implica desnaturalizarlo y devolverle su dimensión política y simbólica.

Comprender un mito es un ejercicio de comprensión de universos, realidades, símbolos y concepciones. Prácticas milenarias comienzan hoy a ser reconocidas como válidas en el contexto de culturas discriminantes como las europeas y americanas, esto hace necesario replantear conceptos como lo femenino y el papel de la femeneidad en el marco de lo mitológico, las ideas de superioridad e inferioridad, la lucha de sexos y el rol de la mujer deben ser comprendidos en el marco de conceptos que recién comienzan a ser atisbados. (Oliva, 2007)

Resignificar implica entonces un proceso de reinterpretación crítica y creativa de los relatos fundacionales para actualizar significados a partir de las transformaciones sociales, culturales y

políticas del presente. Resignificar no supone su negación ni su desvalorización, sino su relectura desde nuevas sensibilidades históricas, como lo son las luchas feministas y la resistencia a los discursos coloniales. Reescribir el mito, como en el caso de *Akababuru*, significa desmontar las representaciones tradicionales que han servido para justificar castigos, silenciamientos o violencias, y abrir espacio a otras formas de significar la risa, el cuerpo, etc. Este proceso de resignificación además se inscribe en lo que Eliade describe como la necesidad humana de salir del universo de la lógica e impregnar su realidad de misterio, de símbolos y de trascendencia. No obstante, en contextos contemporáneos, esta necesidad se transforma: ya no se trata de repetir pasivamente los relatos míticos, sino de apropiárselos de manera crítica para construir nuevos imaginarios desde los márgenes, lo cual refuerza la dimensión política y estética de las prácticas artísticas y comunicativas.

Es así que en el diseño de la identidad gráfica cinematográfica, la resignificación de la representación de la figura femenina en las comunidades es vital, tanto mitológica como humana. Es un elemento muy importante que he destacado y que me remite a referentes visuales y de composición. La risa es un símbolo de empoderamiento, no un motivo de castigo, es una forma de existencia que permite transformar el mito, la historia y el presente. Como señala Hélène Cixous en su ensayo *La risa de la Medusa* (1975), la risa de la mujer es subversiva porque es un acto de libertad, una ruptura con la lógica del silencio impuesto.

Representaciones sociales de la mujer

La directora Irati Dojura describe en su tesis de grado el origen de su interés por el mito de Kiraparamia. Comenzó en su niñez luego de presenciar una obra de teatro realizada por estudiantes del resguardo Karmata Rua en la que se mostró a una mujer llorando con la cara pintada de azul y medias veladas en la cabeza. Esta imagen la acompañaría durante mucho tiempo. ¿Por qué la mujer estaba llorando?, ¿por qué se veía de esa forma?, ¿por qué aquella representación generaba tanta risa?

En muchas historias de la humanidad, la mujer es y ha sido catalogada como la culpable. En los mitos sobre la creación, las mujeres generalmente ocupan un papel marginal. (Hernández & Murguialday, 1992). La colonización dejó huellas irreparables, un peso que aún se arrastra en el tiempo y que abrió más la brecha entre hombres y mujeres indígenas.

A través de las representaciones sociales se nos hace familiar un sentido de ordenamiento que de otra forma permanecería ajeno a nuestra compresión. Exponen Álvaro y Fernández (2006) que las distintas representaciones de la mujer han naturalizado un orden social que ha situado en el cuerpo femenino el código de los valores sociales y las virtudes morales que controlan la sociedad (p.65). Las ideas abstractas que dan significado al bien y el mal se simplifican y cobran una realidad material a través del cuerpo femenino.

Dichos autores recurren a la *teoría de las representaciones sociales* elaborada principalmente por Serge Moscovici. Esta ofrece una base para comprender cómo se construyen y transmiten los significados que estructuran nuestra percepción del mundo. Moscovici plantea que toda representación social tiene dos dimensiones inseparables, icónica y simbólica; lo que en otras

palabras sería: cada imagen remite a una idea y cada idea se materializa en una imagen. (Moscovici,1984). En este sentido, el cuerpo de la mujer se convierte en una de las representaciones más potentes y recurrentes dentro del imaginario colectivo, en tanto funciona como imagen y significado al mismo tiempo. Como señalan Álvaro y Fernández (2006), "nada como el cuerpo de la mujer ha servido con tanto afán para representar el orden moral y su trasgresión" (p. 74), lo que evidencia cómo sobre este cuerpo se han proyectado los discursos de control, castigo y normatividad.

La revisión de las distintas imágenes que pueblan el imaginario colectivo nos revela que las representaciones sociales de la mujer tienen un carácter polimorfo. Dentro de este carácter polimorfo podemos destacar las siguientes: su representación como símbolo de la reproducción y la fecundidad, como marca de vicios y defectos y, finalmente, su representación como desviación y marginalidad. (Álvaro y Fernández, 2006, p 68)

En relación al desarrollo de mi proyecto, y de forma personal, esta teoría resuena profundamente en mí. Si entendemos que las representaciones sociales funcionan como marcos que orientan lo que es considerado correcto o incorrecto, y que influyen de manera decisiva en nuestros comportamientos y percepciones colectivas, entonces resulta preocupante que la figura femenina sea frecuentemente asociada con relatos punitivos. Esta repetición simbólica puede reforzar la idea de la mujer como generadora de conflicto y dolor dentro del imaginario social. Es precisamente esta lógica la que el cortometraje *Akababuru* busca cuestionar y resignificar, al ofrecer una nueva mirada sobre el mito de Kiraparamia. Desde esta perspectiva, el proyecto no solo adquiere relevancia conceptual, sino que también se justifica como un acto creativo con un potencial transformador en los discursos culturales existentes.

Bajo esta lógica, la risa es realmente transgresora. Kiraparamia representa y es en sí misma el castigo, el dolor y la culpa. Un ejemplo más simple y adaptado a nuestra urbanidad sería la relación que hay entre una paloma blanca y la paz. Cuando pensamos en la idea (paz) se nos viene a la mente la imagen (paloma) y alrevés. Es una relación muy interesante la de ícono y símbolo porque el cuerpo de la mujer indígena es imagen y significado a la vez. A cada representación del cuerpo femenino le corresponde una idea y cada idea se corresponde con una figura y rostro de mujer.

En este marco, *Akababuru* se propone como una intervención crítica a este tipo de representaciones hegemónicas: al resignificar el mito de Kiraparamia, el cortometraje busca disputar los sentidos atribuidos al cuerpo femenino y abrir posibilidades para su resignificación desde una mirada más emancipadora. Así, el proyecto no solo dialoga con las representaciones sociales existentes, sino que también propone una ruptura con aquellas que asocian lo femenino con el castigo, el malestar o el peligro, para en su lugar plantear nuevas imágenes y sentidos que visibilicen la fuerza, la autonomía y la potencia simbólica de la mujer.

Representaciones monstruosas de la mujer

Los monstruos y seres imaginarios habitan en el imaginario colectivo. Si los sueños nos hablan de nuestros temores y angustias, los monstruos hablan a la sociedad sobre sus propios temores y angustias, si en los sueños se nos revelan nuestros deseos más ocultos, en los monstruos y seres imaginarios están las señas de una identidad desterrada pero que habita entre nosotros en forma de deseos que solo se liberan mostrándose en las imágenes representadas. El orden moral queda ejemplificado y transgredido a través de esas imágenes que si, por un lado, nos recuerdan la

existencia del “mal”, por otro, nos recuerdan que ese mismo “mal” habita entre nosotros sin dejar de intentar seducirnos. (Álvaro y Fernández, 2006, p 68) .

La figura de Kiraparamia forma parte de una larga tradición de representaciones donde lo monstruoso ha sido un mecanismo de exclusión y advertencia. Según Álvaro y Fernández, los monstruos y seres imaginarios han funcionado históricamente como marcadores simbólicos que trazan los límites entre lo aceptado y aquello que debe ser reprimido o castigado. Estas representaciones, desde la antigüedad hasta la actualidad, no solo reflejan la dicotomía entre la virtud y la perversión, sino que actúan como dispositivos visuales que refuerzan el orden moral establecido. Como afirman los autores, los monstruos y seres imaginarios “trazan los límites del orden de lo “natural”, el orden de lo socialmente establecido y aquello que debe quedar oculto, marginado o proscrito (Álvaro y Fernández, 2006, p. 67).

Si bien, la anterior descripción no obedece exclusivamente al ámbito mitológico, la representación de la mujer como origen de desgracias y sufrimiento, constituye un análisis conceptual relevante que guarda una estrecha relación con *Akababuru*. Estos hallazgos y relaciones nos permiten identificar, cómo a lo largo de diversas narrativas culturales, se ha construido una imagen femenina asociada a la transgresión y al castigo, idea que el cortometraje busca cuestionar y resignificar.

Las representaciones negativas de la mujer están presentes desde nuestros orígenes bíblicos en el mal introducido por Eva en un paraíso del que fuimos desterrados, o en la caja entregada por Zeus a Pandora, la cual encerraba en sí misma todos los males. (Álvaro y Fernández, 2006, p 71). Kiraparamia no solo recibe un castigo de la naturaleza por su comportamiento, sino que es apartada

de su comunidad por recibir una maldición y por su apariencia, por tener un mal consigo. Es una mujer/ monstruo que ya no pertenece a sus semejantes.

Estas narrativas reflejan e indican a las mujeres y hombres lo qué es correcto y lo que no; cómo se comporta una buena esposa y cuáles son los derechos del esposo. *Akababuru* es un ejercicio de reapropiación simbólica que presenta a Kiraparamia no como un ser maligno o monstruoso, sino como una figura femenina premiada por atreverse a reír, por transgredir el rol pasivo que la norma patriarcal le impone. La risa de Kiraparamia simboliza ese "quebrantamiento de las normas de lo moral y lo virtuoso" que, como señalan Álvaro y Fernández, es el punto de origen de lo monstruoso en las narrativas culturales. El cortometraje propone una resignificación estética y narrativa, convierte su figura en espejo de nuestros propios miedos, deseos y límites sociales, pero también en una posibilidad de liberación simbólica. Así, *Akababuru* no solo subvierte la representación de lo monstruoso femenino, sino que cuestiona las estructuras de poder que históricamente lo han construido.

En este sentido, el diseño del póster cinematográfico de *Akababuru* debe ser también un espacio visual de disputa simbólica. No debe negar lo monstruoso, sino reinterpretarlo en tanto que la imagen gráfica de Kiraparamia no sólo refleja los miedos proyectados por la sociedad, sino que también devuelve al espectador una visión crítica sobre los mecanismos que originan esas proyecciones.

Póster cinematográfico e identidad gráfica

En lo que se refiere al póster cinematográfico, encontré que las definiciones y aproximaciones varían según el enfoque desde el cual se pretenda analizar. Mientras algunos

autores lo definen como un producto orientado principalmente a la promoción comercial de un film, otros lo abordan como una pieza visual con un fuerte componente expresivo y artístico. Esta dualidad entre lo funcional y lo simbólico, resulta especialmente relevante para el desarrollo de mi proyecto, pues mi propósito no es únicamente realizar una pieza que anuncie el cortometraje, sino construir una identidad gráfica coherente con su propuesta estética, narrativa y social.

Por ejemplo, el autor Daniel Tena argumenta que la principal preocupación del diseñador, por encima de la conceptualización expresiva, es procurar la eficacia de la comunicación. El póster tiene una información que necesita darse a conocer, sea a un público específico o a uno en general, y su ubicación generalmente se hace en un sitio visible, sea público o privado. Con el póster se busca llamar la atención del espectador de manera espontánea, con el fin de que se informe y persuadirlo a mirar la obra. Es aquí donde elementos del diseño como la composición, texto, color, tipografía, formato, tamaño, impresión y acabados, tienen una importancia muy grande porque es gracias a ellos que se logra dar sentido y forma al mensaje (Tena Parera, 2005).

Estas perspectivas prácticas sobre el póster cinematográfico me parecen interesantes y fundamentales para el desarrollo de esta pieza, ya que permiten enfocar su diseño en torno a su función principal como herramienta de comunicación visual con propósito promocional. En efecto, su capacidad para sintetizar y transmitir información esencial sobre una obra audiovisual lo convierte en un medio estratégico dentro de los circuitos de distribución y visibilización del cine. Sin embargo, considero que reducir el póster únicamente a su dimensión funcional limita su verdadero potencial creativo. Por esto, me interesa más explorar enfoques que amplíen su definición y lo entiendan también como un objeto con valor simbólico, narrativo y estético. Las siguientes aproximaciones se alinean más con mis intereses y objetivos dentro del diseño del póster

para *Akababuru*, ya que me permiten pensar esta pieza no solo como un soporte de difusión, sino como una extensión visual del universo cinematográfico que resignifica el mito y proyecta una identidad gráfica propia.

El póster cinematográfico es una pieza clave dentro del sistema de identidad visual de una obra audiovisual. Más allá de su función promocional, actúa como una síntesis gráfica que traduce visualmente los elementos simbólicos, narrativos y estéticos de la película. Garoz señala que el póster se sitúa entre el valor de su expresión visual como objeto artístico y su función comunicativa como herramienta de difusión, ya que en él "se plasman ciertas características de la película que se anuncia" y se construye un lenguaje visual que orienta la recepción del espectador (Garoz, 2019). En este sentido, diseñar un póster que reproduzca visualmente una representación negativa o estigmatizante de la figura femenina resultaría incongruente con los objetivos conceptuales y simbólicos de mi proyecto y de *Akababuru*. El póster no puede limitarse a replicar imaginarios tradicionales de castigo, peligro o culpabilidad asociados a lo femenino. Por el contrario, su diseño debe contribuir a la resignificación de esta figura, proyectando una imagen que dialogue con la fuerza y la potencia simbólica de la mujer como sujeto de transformación.

Por ello, es necesario comprender las distintas dimensiones que confluyen en el diseño de un póster cinematográfico, su capacidad de síntesis narrativa, su potencial comunicativo y su valor estético, a fin de construir una propuesta gráfica que dialogue con la historia, las intenciones de la directora y el trasfondo simbólico del mito.

Además, desde la perspectiva de la comunicación visual, A.Dondis subraya que los elementos del lenguaje gráfico, forma, color, composición, funcionan como códigos culturales que

deben ser leídos y contextualizados. En el caso de un cortometraje indígena como *Akababuru*, estos elementos deben pensarse desde un enfoque intercultural y decolonial, donde el diseño no imponga una visión hegemónica, sino que dialogue con la estética y la cosmovisión del pueblo representado (A.Dondis, 1973).

En el contexto de *Akababuru*, el póster cinematográfico se convierte en un espacio de resistencia visual, donde la identidad gráfica tiene el poder de transformar imaginarios colonizados. A través del diseño, se puede subvertir el estigma que pesa sobre la figura mítica de Kiraparamia, proponiendo una nueva lectura desde el empoderamiento femenino y la justicia simbólica. Como señala Nichols (2010), en el cine documental y de representación cultural, las imágenes "no solo muestran el mundo, sino que lo producen discursivamente" (p. 134), lo cual es aplicable al diseño del póster como instancia donde se configura el relato.

Así, el póster de *Akababuru* no es únicamente un producto gráfico, sino una extensión narrativa del cortometraje, que incorpora visualmente su carga simbólica, su relectura mítica y su intención política. Es un medio que articula forma y fondo para proponer una experiencia visual coherente con la transformación que plantea la obra.

Análisis de la comunicación visual del cartel cinematográfico. Estudio de caso de la productora Universal Pictures

La autora Irene Sánchez de Lucas realizó una investigación sobre los signos del lenguaje visual que se usaron en el diseño de pósters cinematográficos de la productora Universal Pictures Spain durante los años 2013, 2014 y 2015, para comprender cómo fueron empleados los recursos

y elementos gráficos en relación con el propósito y la eficacia de la comunicación del mensaje. Su investigación se centró en los pósters de cine comercial.

Sus hallazgos son importantes para el desarrollo de mi proyecto porque la autora analiza los recursos visuales y gráficos que se emplean frecuentemente en el diseño de los pósters de cine con la intención de determinar la frecuencia de su uso y sus aportes a la construcción de la imagen. Plantea reconocer y categorizar estas pautas gráficas y describe 3 hipótesis de partida:

1. El color dominante en un cartel y los colores secundarios que le acompañan son un recurso comunicativo que permite situar la película en el género cinematográfico al que pertenece, manifestando del mismo modo ciertas connotaciones asociadas a ese género.
2. Elementos gráficos como el lenguaje no verbal del personaje, la pose del modelo y el encuadre son los recursos comunicativos que, en el caso de Universal Pictures, definen el tipo de interpelación entre los agentes protagonistas del cartel y el destinatario del mensaje.
3. La jerarquización de los personajes presentes en el cartel se logra mediante la mayor escala y la posición destacada de estos en la parte superior de la pieza gráfica, si bien se contará con otros métodos secundarios que la refuercen. (Sánchez, 2017, p71)

Estas hipótesis tienen en común la intención de comprender la relación que existe entre los elementos visuales de la imagen con el mensaje que transmiten y la forma en que los espectadores lo reciben. Para contrastarlas, el estudio abarcó el análisis de 56 pósters cinematográficos comprendidos entre los años ya descritos y la metodología utilizada fue el análisis de contenido a

partir de la segmentación de los elementos gráficos en tres categorías: lingüístico, icónico y plástico.

Variables para el análisis visual del cartel cinematográfico										
Género cinematográfico	Tipología cromática	Dominancia de color	Colores protagonistas	Connotación gráfica	Encuadre	Ángulo de toma	Pose del modelo	Kinética	Lenguaje no verba	Jerarquía de los personajes
Documental	Color	Negro/gris	Negro/gris	Acción	Amplio	Superior	Frontal	Estático	Alegre	Por escala
Biográfico	Blanco y negro	Blanco	Blanco	Violencia	Medio	Natural	Perfil	Movimiento	Enfadado	Por encuadre
Histórico		Azul	Azul	Pasión	Cerrado	Inferior	Tres cuartos		Triste	Por ubicación
Musical		Rojo	Rojo	Terror/suspense					Defensa	Por colores
Comedia		Amarillo	Amarillo	Diversión					Pensativo	Por lenguaje no verbal
Infantil/animación		Magenta	Magenta	Naturaleza					Actitud chulesca	
Romántico		Verde	Verde	Peligro/maldad					Miedo/inquietud	
Aventura/acción		Tierra/dorado	Tierra/dorado	Poder/lujo					Agresivo/perturbado	
Bélico		Ocres/beige	Ocres/beige	Drama/melancólico					Alocado	
Ciencia-ficción/fantasía		Morado	Morado						Tranquilo	
Drama		Naranja	Naranja						Apasionado	
Suspense										
Terror/miedo										
Erótico										

Figure 1. Variables para el análisis visual del cartel cinematográfico. Análisis de la comunicación visual del cartel cinematográfico. Estudio de caso de la productora Universal Pictures.

Como vemos en la figura 1, el equipo de investigación construyó una base de datos para registrar la información observada en los pósters y contrastar los cruces de variables que existen entre los distintos factores gráficos y así sustentarlos estadísticamente. Las variables relacionadas fueron las siguientes:

- Dominancia de color y género cinematográfico.
- Colores del cartel y connotaciones gráficas.
- Género cinematográfico y encuadre
- Connotaciones y lenguaje no verbal.

Posterior a estas agrupaciones, realizaron más pruebas de análisis estadístico para corroborar las frecuencias y asociaciones y estos fueron los resultados:

Tipología cromática (color o b/n): La investigación encontró que el color es un elemento de primer orden por ser uno de los que mayor cantidad de información puede transmitir. En pocas ocasiones se utiliza B/N y siempre tiene un significado concreto para favorecer la comunicación visual (Olmo, 2004).

Pose del modelo: De los personajes que aparecen en los carteles, un 60% tienen una pose de perfil o tres cuartos, mientras que el 40% es directamente frontal. La interpretación de las posturas puede ser muy variada y la autora define estas dos tipologías de la siguiente manera: Con el modelo de frente el personaje dirige la mirada al destinatario del mensaje. De esta forma se crea una relación directa entre ambos, haciendo partícipe de lo que ocurre en la escena al que observa la imagen. Con el modelo de perfil no existe tanta implicación. (Sánchez, 2017).

Jerarquía de los personajes: La jerarquización se realiza a partir de diferentes métodos y en ocasiones se utilizan varios en un mismo cartel: la ubicación de los personajes, el contraste de escala, el encuadre de la imagen, el color y el lenguaje no verbal.

En el 37% de los casos se jerarquizan los personajes mediante la ubicación de estos, se comprobó que es el recurso más utilizado por su inmediatez para mostrar quién o quiénes son los protagonistas y los personajes secundarios. Seguido estaría el lenguaje no verbal con un 20%, la escala correspondería al 17% y finalmente con un 13% estaría el encuadre y el color.

Dominancia del color y género cinematográfico: La dominancia del color en un cartel es un recurso que aporta información inmediata sobre los conceptos que encierra la película, por ello

su vinculación con el género cinematográfico. “Parece que en el diseño de los afiches se recurre a la cualidad connotativa del color para mejorar la eficacia del mensaje”. (Sánchez, 2017, p71)

Género cinematográfico y encuadre: Se encontró que el encuadre puede aportar información considerable sobre el tipo de película al que pertenece el póster. El plano medio es utilizado en muchos casos de películas de comedia mientras que el plano cerrado es más utilizado en películas del género romántico y de terror/ miedo. Este recurso favorece la escena que observamos pues, por un lado, la hace más íntima y amorosa, y por el otro nos transmite soledad y peligro.

Connotaciones y lenguaje no verbal: El lenguaje no verbal de los personajes que aparecen en los carteles puede transmitir directamente connotaciones. Los personajes que parecían alegres se relacionaron con emociones como el miedo y la diversión. Aquellos que estaban en una pose enfadada estuvieron presentes en la mayoría de los pósters de acción y violencia. La actitud triste o pensativa fue mayor en los carteles del género dramático/ melancólico. La pose de defensa fue habitual en películas con connotación de peligro/ maldad.

Al contrastar los resultados anteriores con las hipótesis iniciales, el equipo de investigación pudo confirmar que:

- El color dominante y los colores secundarios de un cartel cinematográfico están estrechamente relacionados, en la mayoría de los casos, con el género cinematográfico al que pertenece, por lo que se relacionan también con los significados que acompañan al género. Se encontró que el color negro se relaciona directamente con las películas de los géneros de aventura/ acción, terror/ suspense y ciencia-ficción/ fantasía. El color blanco es

dominante en las películas del género de comedia puesto que buscan hacer sentir al espectador de forma agradable. El color azul es dominante en el género drama, que como dice Eva Heller (2004), es un color que se relaciona directamente con la melancolía y la añoranza. El color amarillo está presente sobre todo en películas de comedia donde existen connotaciones de diversión, amistad…

Por lo anterior, no solo se confirma la hipótesis, sino que se comprueba la utilidad e importancia que tiene el color en el diseño de los pósters cinematográficos siendo estos un tipo de soporte publicitario tan inmediato.

- Para la segunda hipótesis. Se confirmó que al utilizar recursos como el encuadre, la pose del modelo y el lenguaje no verbal, se puede vincular más al espectador con la historia, dependiendo del caso. El plano cerrado es notable en películas del género romántico y de terror/suspense mientras que el plano medio es un recurso habitual en películas que no poseen una temática tan intensa o íntima. Comprobaron que su uso ayuda a que al momento de visualizar el póster los espectadores sepan el género de la película y qué tipo de temática encierra. El lenguaje no verbal y la gestualidad de los personajes están relacionados directamente con las intenciones que se desean transmitir en los carteles. La pose del modelo sea frontal o de perfil, favorece al encuadre para involucrar más al usuario o no.
- Para la tercera hipótesis se confirmó que el método que más se utiliza para jerarquizar los personajes en un póster es la ubicación. Sin embargo, se puede expresar de distintas maneras cuál es el elemento central del diseño y cuales son los secundarios. La escala y el encuadre son recursos empleados en menor medida al igual que el uso de los colores y el lenguaje no verbal de los elementos. La ubicación de los personajes protagonistas suele encontrarse en la parte central o derecha central y, en algunos casos, en la parte superior.

Estas son las zonas donde primero va a dirigir la mirada el público y donde más va a llamar la atención.

- Estos resultados ponen en evidencia la realidad dual sobre la que se encuentran los pósters cinematográficos y las características que deben tenerse en cuenta al momento de su creación. Por un lado, como recurso publicitario que forma parte de la cultura visual y que busca la eficacia comunicativa en la transmisión de un mensaje, y por otro, como pieza artística constitutiva de las películas en tanto las dota de identidad para el público espectador y complementa su sentido con valores estéticos y narrativos propios.

Me parece importante además que estos hallazgos contrastan las perspectivas culturales y las formas de ver el mundo con las decisiones visuales y artísticas que consciente e inconscientemente se construyen en sociedad. El color amarillo para nosotros puede transmitir alegría y disfrute pero para alguien nativo de otro país puede tener otros significados. Tener el conocimiento sobre cómo estos recursos visuales y gráficos han sido usados y cómo son recibidos y transmitidos es importante porque nos ayuda a ser conscientes, responsables y empáticos con las piezas y el contenido que creamos y la forma en qué lo compartimos al público.

Metodología

Fase 1. Conocer a Kiraparamia

Irati Dojura describe en su tesis de grado el origen de su interés por el mito de Kiraparamia. Comenzó en su niñez luego de presenciar una obra de teatro realizada por estudiantes del resguardo Karmata Rua en la que se mostró a una mujer llorando con la cara pintada de azul y medias veladas en la cabeza que representaban la caída del cabello. Esta imagen la acompañó y le generó curiosidad durante mucho tiempo. ¿Por qué la mujer estaba llorando? ¿Por qué se veía de esa forma?

"Afirmo que en el resguardo indígena de Karmata Rúa no se ha hecho ningún escrito sobre el tema, ni cortometraje de ficción en donde se replantee la historia del mito de Kiraparamia." (Landa, 2022).

Desarrollar una propuesta de identidad gráfica implicó en primer lugar reconocer quién es Kiraparamia, cuál es su historia y representación en la comunidad Embera Chamí del resguardo Karmata Rua. Al investigar y acercarse al mito de Kiraparamia, la directora encontró una complejidad grande y es la de ser un tema poco abordado tanto por el mundo académico como por las comunidades indígenas, más puntualmente de su territorio. Las concepciones sobre el mito en general y el mito de Kiraparamia se encuentran en la memoria oral de Karmata Rua, por lo que debió recurrir a ella.

En la lectura de su proyecto, además de apreciar la sensibilidad y la percepción emocional y social que posee la directora para acercarse a su memoria personal y a su territorio, destaco los elementos conceptuales y metodológicos a través de los cuales se preguntó por las

representaciones, los gestos, el cuerpo, la narrativa, la interpretación de la realidad, su historia y su presente. ¿De dónde vienen los paradigmas que definen nuestro comportamiento y nuestra verdad? ¿Por qué un hombre puede reírse y llamar la atención y una mujer no? Algunas de estas preguntas y elementos que desarrolló y encontró los expondré a continuación, ya que considero de vital importancia su investigación para el desarrollo metodológico de mi proyecto en tanto en él se encuentra el sustrato de *Akababuru* y las verdades de Kiraparamia. Además, sus hallazgos son una columna vertebral para mi creación.

La directora realizó variedad de entrevistas, a niños, jóvenes y adultos. En ellas indagó sobre la historia y se encontró con que no existe una versión única que todos conozcan, sino que posee distintas representaciones.

…Identifiqué tantas que caí al borde del colapso, desbordada me pregunté desde qué punto yo tomaría aquella historia y cuál era mi papel ahí. Cambie muchas veces la imagen de Kiraparamia. Antes la creía azul, puedo decir que fue con esta investigación que descubrí originalmente su color verde, al igual comprendí que la misma confusión la tenían algunos de los entrevistados. (Landa, 2022).

A continuación, algunas definiciones escritas y orales de Kiraparamia encontradas en el desarrollo de la investigación que realizó la directora.



Figure 2.Imagen tomada de la tesis Akababuru, Expresión de Asombro (Landa, 2022, p.48).

Descripción 1. Kiraparamia por la madre de Irati

Los ancestros Chamies dicen que cierta vez existió una mujer que no creía en los poderes de los médicos tradicionales y que antes de salir a algún lugar no recibía la protección de los jaibanás. Un día ella salió a recolectar frutos con su esposo. Su marido se subió al árbol y empezó a tumbar las naranjas. Su mujer que estaba debajo del palo recogiendo los frutos empezó a comportarse muy raro y comenzó a reírse sin control, poco a poco su aspecto físico empezó a cambiar, su rostro se fue tornando de un color azul oscuro y sus cabellos se fueron cayendo paulatinamente. Al principio su esposo le dijo que dejara de reírse porque de lo contrario le podría pasar algo. En eso la mujer no le hizo caso y seguía riendo, su esposo seguía tumbando los frutos y al ver que su mujer se fue transformando empezó a tirar las frutas mucho más lejos para que la mujer fuera a recogerlo y mientras eso el poder escapar del lado de ella. En efecto la mujer se alejó un poco más y mientras eso su esposo se fue corriendo y encontró la escalera de madera por donde ellos habían subido el cerro. Su esposa ya convertida en un ser amorfo corrió tras él y le decía que no la dejara botada, que ella lo quería y cuando ya estaba para alcanzarlo, el esposo alcanzó a botar la escalera para que su mujer no se bajara del cerro. Allá en lo más alto de la montaña abandonó a su mujer y ella quedó gritando solita, su esposo triste regresó a la casa sin ella. Temeroso y asustado, el marido acude a los médicos tradicionales contándoles la situación. Inmediatamente los

sabios se ponen en contacto con la paciente afectada pero ya era tarde, por lo tanto, le aconsejan al esposo que debía dejarla en el cerro para siempre (Yagarí, 2010, p.133).

Esta descripción se asemeja mucho a la imagen que la directora construyó de Kiraparamia desde su infancia. Esta es descrita por su madre, quién también desarrolló una tesis de grado sobre este tema.

Descripción 2. Boroebasi

Un hombre casado dijo a su mujer: Cójame fruta de jagua que quiero pintarme. - ¿Dónde hay? Y se fueron, vieron palo y el hombre se subió. Como tenía solo guayuco, la mujer lo miraba y se burlaba. Cuando llegó ella muerta de risa y él la regañó. Y ella siguió riéndose tanto que se le reventó el cráneo con el cuero cabelludo y se cayó sobre la rodilla y la mujer empezó a despiojarla y el hombre se asustó mucho y dijo: Mujer ya quedó animal, como bajo yo. Empezó a tirarle frutas para que las cogiera y ella se alejara. Pero ella las cogía y venía rápido. Al fin él tiró una muy lejos y mientras la mujer fue a cogerla, ahí mismo (el hombre) se brincó y cogió el camino y se fue para la casa. Cuando llegó a la casa con mucho sudor, le preguntaron: dónde está tu mujer: Mujer mía como un animal va corriendo detrás de mí. -Cómo así, que pasó... (y les contó). -Ahí viene cabecipelao detrás corriendo. Ellos quitaron la escalera para que no subiera. La mujer venía detrás llorando, cabecipelao sangrando. Dijeron: usted salió sana, porque salió así. -Por culpa mía, mujer dijo. Vea hombre, perdone más bien. Hombre dijo: yo que voy a perdonar usted, ya quedó un animal, ya que va a hacer yo. Y dijo: No recibo más aquí. Andará más bien entre los bosques, váyase mejor, váyase llorando, muchos años no volverá en esta casa. Por la noche estaba llorando por debajo del tambo y al amanecer no apareció. Perdió así. No volvió (Castrillón, 2010, p.212).

Es importante para mí destacar, que de la misma forma en que cambia el relato en las distintas versiones narrativas orales y textuales, cambia también la imagen que vemos en nuestra mente de Kiraparamia. No hay una descripción única que persista en los relatos, como vemos, en la descripción de *Boroebasi* destacan más las acciones, y particularmente la acciones masculinas, que la representación misma de cómo vemos la mujer, algo que precisamente puede verse como un reflejo de los pensamientos y construcciones culturales machistas que inspiraron a la directora a escribir algo distinto. En varios de los relatos que Irati encontró veremos que se muestra a Kiraparamia de una forma denigrante y humillante, no solo en su sufrimiento interior sino también en su cuerpo.

Lo anterior me llevó a recordar un concepto, o relación de conceptos, que durante el pregrado se expuso constantemente, la *forma y el fondo.* En una creación artística, la relación entre forma y fondo es esencial para comprender cómo una obra comunica, representa y resignifica su mundo. El fondo se refiere al contenido de la obra, qué hay detrás, los temas, las ideas, las narrativas o emociones que se desean transmitir; mientras que la forma abarca los recursos expresivos y creativos con los que ese contenido se configura, lenguaje visual, narrativa, montaje, composición, fotografía, sonido, color, etc. Esta relación está profundamente integrada, como explican Bordwell y Thompson, “La forma de una película no es un simple revestimiento del contenido, sino que es parte constitutiva de su significado. La forma organiza el contenido y le da estructura; sin forma, el contenido sería ininteligible. Y sin contenido, la forma carecería de dirección o sentido” (2008, p. 52).

Así, al encontrarse la directora con las distintas versiones del mito, descubre y decide que no solo puede reinterpretar y adaptar la historia, sino que en realidad puede representar a

Kiraparamia en la forma en que ella desee, narrativamente y visualmente acorde a sus intenciones, objetivos y pensamientos. La Kiraparamia que vemos en el cortometraje es sublime, amable y suave, es un ser en armonía con la naturaleza, una mujer bella como lo son los pájaros y las flores. También, es una representación creada y resignificada a partir de los elementos simbólicos y las estructuras narrativas propias de la comunidad indígena de Karmata Rúa, tal como lo describe Irati en sus objetivos del proyecto.



Figure 3.Imagen tomada del cortometraje Akababuru, Expresión de Asombro (2024).

Acercarme a este universo es reconocer que los conceptos desde una perspectiva cultural poseen una gran influencia heredada por la iglesia. En general en las versiones narradas se nota el cierto machismo… reafirmé mi posición y por ende la adaptación que construí (premiada por su risa) porque haciendo un balance son más los relatos que encontré con una visión negativa sobre Kiraparamia y por ende su castigo se ve como consecuencia del grave irrespeto que según cometió contra su marido, más no como un ataque directo a la naturaleza . (Landa, 2022).

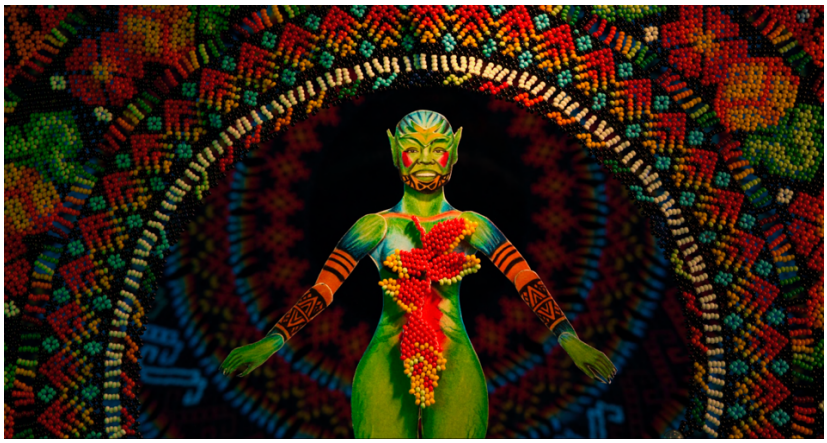

Figure 4. Imagen tomada del cortometraje Akababuru, Expresión de Asombro (2024).

Descripción 3. Keraparamia

Había una vez una pareja de recién casados estaban en su casa y el esposo le dijo, mujer vamos a coger aguacates y la mujeres respondió vamos y se fueron, en esa época no se usaba pantalón, por el cual el esposo llevaba una pampanilla, una tela que solo cubría las partes íntimas del hombre, ya el esposo había subido en el palo del aguacate, estando ahí se reventó la tira que sostenía la pampanilla, entonces la mujer miró hacia arriba y comienza a reír aplaudiendo con sus manos, comenzó a reír sin parar, entonces el marido comenzó a tumbar los aguacates que las estaba tirando, cuando al momento ella dejó de reír y se escuchó un silencio y apenas dijo ella, vea como estoy, cuando mira el esposo hacia abajo todo el cuero cabelludo de la mujer ella le tenía en la mano, la guarda dentro de las piernas y comenzó a matar piojos entonces el marido se asustó ¡por Dios! Qué pasó, porque ésta así, entonces el marido le dice a ella, cuidado me hace perder los aguacates, si me hace perder los aguacates la mato, entonces el comenzó a asustarse y cogía los aguacates y los tiraba lo más lejos, y la mujer comienza a correr a recoger los aguacates y las traía, y el marido desde el árbol de aguacate decía de qué manera me escapo de esta mujer, cogió otro aguacate y la tiró hacia la parte más alta dos aguacates y hacia la parte baja otros dos aguacates para que ella fuera a recoger y mientras que ella iba por esos aguacates él se baja y salió corriendo

hacia la casa. Llega a casa, se sube , tira la escalera de la casa y llega ella detrás a la casa con la cabeza pelada sin un pelo con el cuero cabelludo en la mano, como ella tenía un niño pequeño quería subir a ver a su hijito, como en la casa había un jaibana el suegro de ella aconsejó a todos que no la recibieron que como jaibana estaba viendo que si la dejaban entrar a la casa a todos nos va pasar como le pasó a ella, ella va comenzar hacernos cosquillas a todos y a todos se nos va a caer el pelo y nos quedamos como ella. Ella le dice al marido y a todos, que como no la quieren recibir que le entreguen al niño para alimentarlo para que no llore de hambre, entonces le bajaron el niño, se sentó debajo de la casa y comenzó a alimentar al niño, el Jaibana aconseja a todos que la hicieran moler mucho maíz en polvo y le entregaron un totumo y miramos para dónde la llevamos a un lugar de donde ella no puede venir, ella no puede estar aquí, ella comenzó a sospechar lo que iban hacer con ella, entonces dice ella a todos yo ya sé que me quieren llevar muy lejos para que yo vaya a morir por allá, pero quiero que sepan que yo no voy a morir y dice también yo no voy a dejar a mi hijo, me lo voy a llevar. Comienza ella a moler el maíz en piedra en una canasta, hace masa de plátano, y el jaibana aconseja al marido que la lleve al frente a una montaña bien lejos, y la lleva a un cerro de peña, hace una escalera larga y en ese cerro donde filtraba un nacimiento de agua construye la casa de palma y le dice a ella cuando le de hambre come esto que traemos, ella le pregunta a él usted para donde va, le responde me voy a la casa que se me olvido algo, arregla el agua que nace aquí, mientras ella arreglaba el agua cogió al niño, salió corriendo y tumba la escalera en el que había subido al cerro, cuando él ya estaba abajo ella se da cuenta y grita detrás de él, no lleve a mi niño, porque yo sea así no quiere decir que yo sea un animal, comienza a llorar, entre más que él caminamos por las montañas y ríos se escuchaba más el llanto de ella que decían vengan por mí, no me dejen aquí, el jaibana le dice a todos que ya ella se estaba transformando su rostro en un color diferente, un color verde que iba a ser una Keraparamia, ya se convierte en un animal y si se convierte en eso ya ella no se va a quedar ni en el cerro si no que va andar por todos

lados. El jaibana miraba desde la espiritualidad a ella y se dio cuenta que ya se le estaba acabando la comida, el maíz molido que había llevado y esa comida se acaba ya ella ni comida va a necesitar, dice el jaibana, veo que ya toda su cara y su cuerpo se ha cambiado de color ya es una Keraparamia, ya ella va a ser errante ni va a venir a buscarnos. (Panchi, 2019, p. 7- 8 - 9).

Como vemos, en esta versión aparecen otros personajes, escenarios y cambios narrativos, como el aguacate que habíamos visto era una naranja y el nombre Keraparamia. Mencionó la directora que esta fue la primera vez que encontró una descripción del personaje en color verde.

Para finalizar este apartado, quiero destacar uno de los testimonios registrados por la directora en el que, a pesar de ser una historia bastante distinta a las expuestas anteriormente, que incluso se describe como un mito diferente al de Kiraparamia, conserva la mirada y la perspectiva machista que ha afectado a la mujer en el territorio.

Descripción 4. Testimonio Blanca Yagarí

Blanca es una médica tradicional que describe a Kiraparamia como un pájaro que tiene muchas cualidades, sirve para coger pescados, para conquistar a una mujer, para limpiar la sal del cuerpo. Kiraparamia es un Jai (espíritu) bueno y malo, difícil de atrapar. Antes de ser eso era una mujer muy hermosa, cada que había una fiesta ancestral, donde se tocaba el tambor y se bebía chicha, ella le decía al esposo que fueran juntos, pero él se quedaba en la casa. La mujer por ser tan bonita era muy admirada y muchos hombres la invitaban a bailar. El esposo le había hecho una trampa, se transformó en otro hombre y en el baile la manoseaba. La mujer al volver a la casa es interpelada por el marido, quien le reclama unos arañazos que tenía en su cuello, este le confesó

que había sido él transformado, demostrando que ella se dejaría tocar de cualquiera, por esto con su poder la transformó en Kiraparamia. (Landa, 2022, pg 35-36).

Estos acercamientos a Kirapramia fueron y son de suma importancia para mí ya que en el ejercicio de conocer y comprender el mito y contrastar las representaciones, surgieron distintos conceptos, pensamientos, emociones e intenciones que tuvo la adaptación de esta historia, intenciones que, como ya he expuesto en párrafos anteriores, son vitales para el diseño de un póster cinematográfico.

Por lo anterior, comprendí que realmente la risa, aunque parezca ingenua, en el escenario de Akababuru es un elemento visual y narrativo sumamente transgresor e identitario que debía estar, de una forma u otra, en el póster. También, luego de esta fase, puse sobre la mesa, en compañía de la dirección y la producción, elementos narrativos y visuales que llamaron mi atención al leer las descripciones del mito. Por ejemplo el uso de la dualidad de formas, un rostro humano fusionado con rasgos animales, expresiones faciales que sugieran tanto euforia como resistencia, una paleta cromática que transite entre lo verde natural y tonalidades opacas que sugieran la magia, los sueños y lo místico. También comprendí, como lo he reiterado en los anteriores apartados, que el póster no sólo debe comunicar la esencia narrativa del cortometraje, sino ser una extensión conceptual del mismo: un objeto visual que interrogue las representaciones tradicionales del cuerpo femenino y que invite al espectador a reimaginar nuevas formas de ver, pensar y sentir el mito. Como resultado de esta etapa, tuve un acercamiento inicial a distintos referentes y monté un primer moodboard sin tanta perfección ni sistematización, solo seleccioné diseños de pósters que llamaron mi atención y cuya tipografía me parecía interesante, esto también en base a las primeras

conversaciones que tuve con la directora en las que me comentó que deseaba que el póster fuera una imagen mágica.



Figure 5. Moodboard

Fase 2. La kiraparamia de Irati Dojura: Estudiar el cortometraje

Si bien en el desarrollo y la escritura de este proyecto he estado conociendo constantemente la visión de la directora y la historia de Akababuru, en esta etapa entré a analizar los elementos cinematográficos de la historia más creativamente.

Esta fase estuvo acompañada por un curso que realicé en línea llamado *Títulos de créditos: tipografía y cine* de José Luis Coyotl Mixcoalt (Domestika). Este curso fue una herramienta indispensable que me ayudó a identificar y organizar las ideas de una forma clara y precisa. El profesor nos compartió una estrategia metodológica que consistía en lo siguiente:

- Identificar en el cortometraje los **temas, sucesos, personas y lugares clave** de la historia a través de los recursos que tuvieramos del Film. Sinopsis, tratamientos de la imagen, moodboards, detrás de cámara y demás materiales creativos que evidenciaran el gesto

poético del cortometraje. Acá ya tenía acceso a todos los materiales de Akababuru, por lo que visualicé los primeros montajes del cortometraje y sobre esos comencé a trabajar.

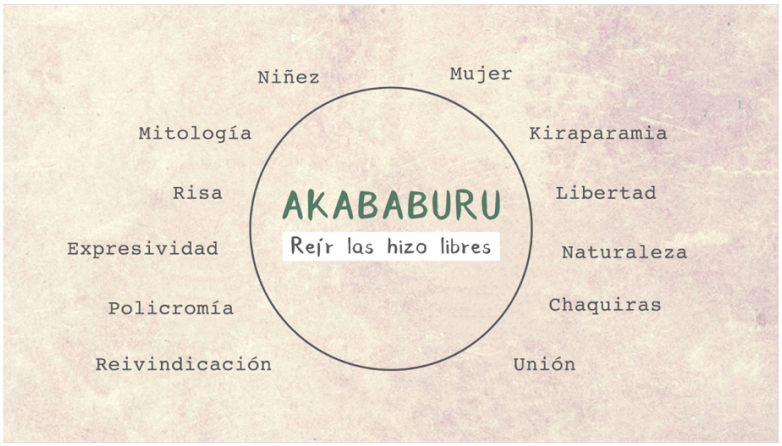

Figure 6. Temas, sucesos, personas y lugares clave

En esta identificación también quise agregar el tagline del corto el cual encontré en su Dossier y ficha técnica. *Reír las hizo libres.*

¿ De qué trata la historia?, ¿quiénes son los y las protagonistas?, ¿qué situaciones son más relevantes?, fueron algunas de las preguntas que realicé en este paso para la identificación de los elementos. Acá no estimé demasiado si mis selecciones eran conceptuales o creativas, solo destaqué todo lo vi relevante en el cortometraje y el material compartido. Luego sí subdividí estas selecciones en dos categorías; por tema (lo que nos cuenta la historia) y por estética (lo que vemos y cómo lo vemos).



Figure 7. Sistematización.

Luego de esto, agrupé los conceptos a partir de relaciones por similitud, contraste, narrativa, etc, para revisar propuestas gráficas que estuvieran acordes a los significados y objetivos del cortometraje. Las agrupaciones y propuestas gráficas fueron 3 y en estas establecí cómo se verían, qué elementos gráficos tendrían y cuál sería el tema o los temas que representarían.



Figure 8. Sistematización: temas, sucesos, personas y lugares clave

Para cada una de las propuestas elaboré un moodboard, los cuales se encuentran registrados en mi bitácora de trabajo. Estos primeros hallazgos estuvieron enfocados principalmente en la exploración y diseño del título del cortometraje, ya que, en conjunto con el equipo de dirección y producción, acordamos que este sería el primer entregable prioritario, al ser necesario para su incorporación en el montaje final. Sin embargo, como he venido exponiendo a lo largo del

proyecto, este paso inicial no solo debía cumplir una función técnica, sino que representó el comienzo de una propuesta más amplia de identidad gráfica. Abordé el diseño del título no como un elemento aislado, sino como el núcleo desde el cual comenzaría a construir el universo visual de *Akababuru*, en coherencia con su narrativa, estética y simbolismo.

Su desarrollo implicó desde el principio una toma de decisiones que también impactarían directamente en la creación del póster. Como señala Laurel (2003), en los procesos de diseño, el pensamiento es simultáneamente analítico y creativo, y esto se evidencia en cómo las creaciones visuales iniciales de mi proyecto se expandieron hacia otros componentes de la identidad. Tras compartir estos análisis visuales con el equipo, seleccionamos algunas de las rutas propuestas y, a partir de ello, inicié la fase de bocetación formal.

Esta metodología que orientó mi proyecto se enmarca dentro de la investigación - creación, entendida como un proceso en el que la práctica artística y la reflexión teórica se entrelazan para generar conocimiento. Esta metodología reconoce que el acto creativo no es solo una aplicación de saberes previos, sino un medio activo de exploración crítica y producción de sentido. Como lo plantea Hernández (2008), “la investigación - creación no se limita a ilustrar teorías existentes, sino que produce saberes situados a través del hacer artístico, permitiendo una comprensión expandida del fenómeno estudiado”. En mi proyecto, la elaboración de una propuesta gráfica se configura como una forma de pensamiento visual que dialoga con el mito de Kiraparamia, la visión de la directora y los referentes abordados, posibilitando una resignificación simbólica desde el lenguaje del diseño gráfico. De esta manera, cada decisión estética y conceptual emerge de una interacción constante entre el análisis, la intuición, la creación y los resultados que van surgiendo.

Esto resulta especialmente relevante porque, en los procesos de diseño gráfico y realización audiovisual, es común que, aunque se cuente con investigaciones conceptuales y académicas que sustentan el desarrollo del proyecto, estas no siempre garantizan por sí solas la efectividad del resultado visual. Es decir, existe una distancia entre lo que se piensa desde la teoría y lo que realmente se materializa en la práctica. Por ello, fue fundamental para mí poner a prueba las ideas a través de la creación, observar cómo se traducían en imágenes, formas, colores y narrativas, y evaluar si comunicaban con claridad y coherencia aquello que buscábamos expresar. Esta etapa de contraste entre lo conceptual y lo visual permite ajustar, resignificar y afinar las decisiones de diseño, reconociendo que el conocimiento también se construye desde la experiencia sensible, el hacer y la experimentación.

Aunque inicialmente estructuré mi proyecto en tres fases metodológicas en base a mis objetivos, estas no se desarrollaron de manera aislada ni secuencial, sino que se retroalimentaron constantemente, especialmente las fases dos y tres. Durante el proceso de diseño, volví con frecuencia al cortometraje para visualizar escenas, analizar detalles y reconectar con la narrativa, y al mismo tiempo, lo que iba diseñando influía en la forma en que interpretaba el contenido audiovisual. Esta interacción entre análisis y creación fue clave para dar coherencia al desarrollo de la identidad gráfica.

Uno de los principales desafíos que enfrenté en esta etapa fue definir, junto con el equipo, el mensaje específico que queríamos comunicar a través del póster. Como he expuesto, en los procesos de diseño, los conceptos y las formas visuales evolucionan mientras se crean, y esto genera una constante transformación de las ideas iniciales. Además, me encontraba ante el reto de trabajar con un material complejo y diverso que me compartieron desde la dirección y producción. Este material no solo me permitió acercarme al universo simbólico y narrativo del cortometraje,

sino que me llevó a tomar decisiones sobre qué elementos visuales eran pertinentes para construir una propuesta gráfica coherente.

Esta etapa fue especialmente enriquecedora y significativa, ya que tuve acceso a una amplia variedad de fotografías y videos del detrás de cámaras. Al visualizar ese archivo sentí una fuerte conexión con el rodaje, como si hubiera estado presente, lo cual fortaleció mi vínculo con la producción y me permitió tomar decisiones más sensibles y contextualizadas. Dado que ingresé al proyecto en una fase de posproducción, cuando el cortometraje ya llevaba casi dos años de trabajo y había sido filmado previamente, fue necesario sumergirme en el proceso analizando todo el material que estuviera a mi alcance. No obstante, tomamos decisiones en base a la calidad del material, ya que muchas fotografías no se habían tomado pensando en su potencial creativo posterior sino que solo quedaron como registro, esto limitó algunas decisiones visuales y me obligó a buscar soluciones creativas para representar fielmente la estética del proyecto con los recursos disponibles.

Fase 3. Estudio de referentes

Como parte de mi proceso metodológico, realicé una búsqueda y análisis de referentes visuales centrados en la identidad gráfica cinematográfica de producciones indígenas y latinoamericanas. En esta exploración busqué identificar estilos, lenguajes visuales y recursos gráficos aplicados en piezas como pósters, títulos, secuencias de créditos y materiales promocionales, con el fin de comprender cómo se construyen visualmente narrativas que dialogan con lo ancestral, lo simbólico y lo territorial. La selección de los referentes la realicé con base en criterios de afinidad temática, estética y cultural con el cortometraje *Akababuru*, lo que me permitió examinar tendencias gráficas como el uso de paletas cromáticas asociadas a la naturaleza y al

entorno geográfico, la incorporación de elementos iconográficos autóctonos, la intervención manual de la tipografía y la apuesta por composiciones que evocan lo ritual y lo mítico.

Este análisis no solo tuvo un valor estético sino también estratégico, ya que me posibilitó establecer una mirada comparativa frente a cómo otras producciones han abordado gráficamente la representación de identidades no hegemónicas en el cine. Como plantea Figueroa (2015), “los referentes visuales no se utilizan únicamente para replicar estilos, sino para comprender los marcos culturales y simbólicos que sustentan una propuesta gráfica”, lo cual fue clave para tomar decisiones conscientes y sensibles. A través de este ejercicio, definí criterios de diseño alineados con la narrativa y las intenciones de la directora, permitiendo que la propuesta gráfica se vinculara a una tradición visual latinoamericana. Sumado a esto, los análisis y conclusiones expuestas en el marco teórico me permitieron considerar también el desempeño comercial de los pósters, utilizando determinadas composiciones como el uso los primeros planos y el montaje fotográfico, por lo que todos los conocimientos confluyeron en la creación.

Resultados

Desarrollar este proyecto fue una experiencia profundamente transformadora para mí, tanto a nivel profesional como personal. Me enfrenté al reto de crear una identidad visual cinematográfica que no solo comunicara la esencia de *Akababuru*, sino que también estuviera en sintonía con la intención de resignificar una figura femenina marcada por el castigo y la censura cultural. Esta labor me llevó a cuestionar mucho mi formación, mis capacidades y el rol del diseño en la representación simbólica de lo femenino y lo indígena, y en general, me llevó a pensar mucho en el sentido de las representaciones sociales.

Uno de mis aprendizajes más importantes fue comprender que diseñar no es únicamente una tarea técnica sino una responsabilidad profesional. Cada elección, desde los colores, las formas y la composición, debe dialogar con una intención y al mismo tiempo tomar distancia de las representaciones tradicionales que perpetúan imaginarios negativos en las comunicaciones. Me di cuenta de que el diseño gráfico puede ser una herramienta para sanar y reimaginar nuevas perspectivas en la sociedad.

Afortunadamente y desafortunadamente, este proceso estuvo lleno de dificultades académicas, profesionales y personales, especialmente personales. Implicó muchos momentos de tensión, de confrontación interna y de desconfianza en mí misma, especialmente al momento de estructurar las ideas, definir los enfoques del proyecto y organizar los procesos de diseño de forma coherente. Traducir una intención conceptual tan profunda en soluciones gráficas concretas no fue sencillo, realmente muchas veces sentí que las ideas no me llevaban a nada y que me sobrepasaban todas las cosas que debía tener en cuenta. Tuve que desacelerar y darme tiempo a mí misma y a mi

proceso, sé que no fue complejo pero aprendí muchísimo y nunca di mi brazo a torcer. Investigar me impulsó a reflexionar, tomar distancia, volver a mirar, decidir y soltar los deseos de que las cosas sean perfectas.

Aprendí que desarrollar un proyecto no es solo ordenar pasos, sino construir una lógica propia y metodológica que le dé sentido a lo que se está creando. Me reconcilié, o eso quiere creer, con el valor de la duda y del error como momentos inevitables y necesarios para llegar a soluciones más auténticas en la vida.

Referencias

Álvaro, José Luis y Fernández, Beatriz. (2006). *Representaciones sociales de la mujer*. *Athenea Digital, 9*, 65-77. Disponible en http://antalya.uab.es/athenea/num9/alvaro.pdf

Cixous, H. (1975). *La risa de la Medusa: ensayo sobre la escritura femenina*. Anthropos.

Dondis, D. A. (1974). *La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual*. Gustavo Gili.

Garoz, B. (2019). *Cartel de cine: un recorrido visual y comunicativo*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.

Garoz, B. (2019). *El cartel cinematográfico como objeto visual narrativo*. *Revista Fotocinema, (19)*, 289–309. https://doi.org/10.24310/Fotocinema.2019.v0i19.6917

Lafuente, Antonio y Valverde, Nuria. (2000). ¿Qué se puede hacer con los monstruos? En Javier Moscoso y Antonio Lafuente (Eds). *Monstruos y Seres Imaginarios* (pp. 15-37). Madrid: Biblioteca Nacional.

Landa Yagarí, I. D. (2022). *Akababuru: Expresión de Asombro. Proyecto de Investigación-creación* [Trabajo de grado profesional, Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia]. Repositorio Institucional, Biblioteca Carlos Gaviria Díaz.

Moscovici, Serge. (1984). The Phenomenon of Social Representations. En Robert Farr y Serge Moscovici (Eds). *Social Representations* (pp. 3-69). Cambridge: Cambridge University Press.

Pérez Rufí, José Patricio y Pérez Rufí, María Isabel. (2012). *El cartel de cine en cambio: de la litografía al digital*. En Crespo, José Luis (ed.). *Arte y cultura digital. Planteamientos para una nueva era*. Málaga: Eumed.net. pp. 7-13.

Sanchez De Lucas, Irene (2018). *Análisis de la comunicación visual del cartel cinematográfico. Estudio de caso de la productora Universal Pictures*. Grafica, 6 (12), pp. 67-75, https://raco.cat/index.php/Grafica/article/view/339051