

PROGRAMA DE HISTORIA

**CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE GRADO
EN MODALIDAD DE ARTÍCULO:
APROBADO**

*“ILUSTRACIONES DE LA CARTELERA PUBLICITADAS Y LISTADOS DE CINE
PARA ADULTOS EN 1980-1985 EN PERIODICO EL TIEMPO 1980-1985”.*

AUTOR: LUIS ALFREDO MORALES TORRES.

TITULO: HISTORIADOR

Asesor: GLORIA BONILLA VÉLEZ. PhD. _____

CARLOS MARIO CASTRILLON CASTRO. Mg. _____

Jurado: KATIA PADILLA SILVA. Mg. _____

**Cartagena. D. T y C.
Marzo 2021**

**ILUSTRACIONES DE LA CARTELERA PUBLICITADAS Y LISTADOS DE CINE
PARA ADULTOS EN 1980-1985 EN PERIODICO *EL TIEMPO* 1980-1985**

LUIS ALFREDO MORALES TORRES

Autor

Artículo modalidad de grado para optar título de Historiador

CARLOS MARIO CASTRILLÓN CASTRO

Asesor Externo

GLORIA BONILLA VELEZ.

Asesora Interna

**UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE HISTORIA**

**CARTAGENA DE INDIAS, D. T. Y C.
ABRIL 2021.**

**ILUSTRACIONES DE LA CARTELERA PUBLICITADAS Y LISTADOS DE CINE
PARA ADULTOS EN 1980-1985 EN PERIÓDICO *EL TIEMPO* 1980-1985**

LUIS ALFREDO MORALES TORRES
Autor

Artículo modalidad de grado para optar título de Historiador

**UNIVERSIDAD DE CARTAGENA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE HISTORIA**

**CARTAGENA DE INDIAS, D. T. Y C.
ABRIL 2021.**

Dedicatoria

Dejo constancia de mi agradecimiento a Carlos Mario Castrillón Castro, quien hizo partícipe del descubrimiento del periódico *El Tiempo* virtual. Asimismo, estoy en deuda con la doctora Gloria Bonilla Vélez, quien amablemente puso a mi disposición las referencias bibliográficas para realizar este artículo.

Mis padres por acompañarme en todo el proceso de mi vida, a mis colegas, Daniel Osorio, Carlos Alberto, Joel Cariaga, Brandon Mena, por sus aportes a la vida; así mismo, a mi mejor amigo, Jairo Andrés Valverde, por sus palabras que motivan a seguir fortaleciendo.

Tabla de contenido

| | |
|---|----|
| RESUMEN | 5 |
| Introducción..... | 6 |
| 1. El Periódico <i>El Tiempo</i> | 9 |
| 1.1. La estructura del periódico <i>El Tiempo</i> | 11 |
| 1.2. El estudio de la noticia..... | 12 |
| 2. Ilustraciones de los carteles de cine para adultos publicitados en el periódico <i>El Tiempo</i> 13 | |
| 3. Carteleras de cine y variedades de teatro | 28 |
| Bibliografía..... | 36 |
| Anexos | 40 |

RESUMEN

Esta investigación busca situar la representación, las ilustraciones y la publicidad del cine para adultos en la prensa colombiana, específicamente en el periódico *El Tiempo*, en los años que van de 1980 hasta 1985. Dicho trabajo, se concentrará en los mecanismos que se utilizaron para construir determinadas representaciones de mensajes en las carteleras. Es así como, por un lado, tenemos la publicidad comercial que ocupa un lugar indispensable en el diario y, por otro lado, los textos, secciones y escenarios, los cuales permiten identificar la circulación y exposición de la cartelera. Por ende, se espera que en el análisis de las tendencias representativas se puedan identificar ilustraciones y comentarios que se refieren al cine para adultos y nos permita explorar sobre las representaciones en prensa sobre una cultura cinematográfica. Por consecuencia, se tomarán secciones de prensa donde se describen textos e imágenes que detallan características publicitarias del cine para adultos y su cartelera, las cuales circularon en la ciudad de Bogotá.

Esta investigación será inscrita dentro de los estudios de la historia cultural, encargada de contribuir, en estos últimos años, a la visibilidad de personajes y en gran parte a los procesos históricos. Para su realización se trabajará con el periódico *El Tiempo* y el análisis que se propone se sitúa en la utilización de las ilustraciones para promover un interés comercial en un público interesado por el cine para adultos. En la investigación se evidencian las herramientas que utilizan los periódicos para visibilizar un auge comercial de las industrias del cine. Ello utilizando unas variables para conocer cómo era incluida la publicidad en la prensa en los años 1980 a 1985, tanto en su forma como en su contenido

Palabras Claves: Ilustraciones publicitarias, listas de cine, películas para adultos historia cultural.

Introducción

Desde hace más de veinte años, investigadores que conforman la región de Colombia han venido generando el conocimiento de los saberes y del pensamiento sobre la cultura. Este hecho posibilitó mi interés por el estudio de la historia cultural dando como resultado mi investigación en este artículo, titulado *Ilustraciones de la cartelera publicitadas y listados de cine para adultos en 1980-1985 en periódico El Tiempo 1980-1985*. Se pretende realizar una indagación de los diferentes apartados del periódico que serán propuestos, en dicho trabajo mencionado, es decir, desde su estructura. Por consiguiente, se verán secciones publicitarias y listados como lo que permitió espacios lectores en la prensa que buscan consolidar unas herramientas manejadas desde la representación como es el caso de las “películas para adultos” en la sociedad.

Ahora bien, esta investigación busca describir las ilustraciones de las películas para adultos exhibidas en la prensa para referirse a un producto que circuló en un medio informativo e impreso. Lo anterior se convierte en una base para continuar con el presente estudio, al estudiar las descripciones de las ilustraciones, enmarcando una representación. Estas categorías que se encuentran relacionadas hacen que el diario utilice unos escenarios con fines comerciales para crear un interés cultural sobre el producto expuesto. De esta manera, para efectos de este artículo, las ilustraciones serán vistas como el medio que se emplean para divulgar o extender un consumo, en otros términos, se trata de identificar la divulgación de anuncios de carácter comercial que sirvieron para atraer a los espectadores.

Asimismo, se verán las ilustraciones publicitarias y listados de cine que transmiten un mensaje, el cual conlleva una intención comercial. Así se presenta una estructura de signos que comunica un anuncio con el objetivo de promocionar productos para su comercialización. Es así como la prensa se convierte en un ejemplar y una herramienta donde se recopilan imágenes y textos en donde se expresan ilustraciones en las películas para adultos.

Esta investigación tiene como soporte metodológico las características del método cualitativo, basado en la recopilación de datos vinculados al planteamiento del problema, la pregunta y los objetivos de la investigación. Es importante señalar que en este trabajo se utilizará la metodología de investigación documental por vía digital por circunstancias de la pandemia, por lo cual se analizarán secciones de la prensa donde se describan ilustraciones publicitarias de la cartelera y listados de cine para adultos en 1980-1985, señalado para Cartagena de Indias. Este es el corpus desde el cual se interpretará la realidad social, acompañada de la interacción de estos elementos con el contexto histórico:

- Una búsqueda de las publicaciones de los catálogos en línea del periódico *El Tiempo*. Se consultarán los catálogos de las principales bibliotecas universitarias del país, en especial, de aquellas con programas de historia.
- Una segunda estrategia metodológica radicaré en la cartelera y listados de cine en la noticia periodística del periodo *El Tiempo*, el cual se consultó de manera digital desde 1980 hasta 1985.

Estado de la cuestión

A pesar de que, a mediados del siglo XX, la publicidad resalta como una actividad comercial indispensable, existen pocos estudios que aporten referencias sobre cómo eran las estrategias que utilizó la prensa en ese momento, en especial en el periódico *El Tiempo*. Por esta razón, la finalidad de este artículo es analizar las ilustraciones publicitarias y listados de cine para adultos en el periódico *El Tiempo* desde 1980 hasta 1985. Por consecuencia, se tomarán secciones de prensa donde se describen textos e imágenes que detallan características publicitarias del cine para adultos y su cartelera, los cuales circularon en la ciudad de Bogotá.

Con respecto a lo anterior, el periodista y publicista Emile de Girardin comenta que “es preciso reducir el precio de venta lo más posible para elevar al máximo la cifra de suscripciones; la publicidad pagará por el lector. Colmará la diferencia entre el precio de coste de un ejemplar y su precio de venta deficitario. Cuando más bajo sea ese precio de

venta y más alto el número de ejemplares, más caros serán los anuncios”¹ Mientras, el periodista y político Manuel María Santa Ana, nos dice que “pondrán las bases de lo que será el periodismo informativo de masas”.² Con este concepto, explica que la publicidad y como con ella logrará un mayor lanzamiento atraerá a un número mayor de anunciantes cuya inversión publicitaria permitirá obtener una serie de ingresos “extra” que permitirán reducir el precio final de los ejemplares, llegando a un mayor número de lectores. Esta nueva fórmula comercial, unida a la estabilidad tanto social y política lograda en estos años, permitió que la prensa llegase al siglo XX como el medio de comunicación por excelencia.

De esa manera, es importante analizar la prensa como fuente documental para el estudio de la circulación cultural, especialmente, las ilustraciones de los carteles de cine para adultos publicitados en el periódico *El Tiempo*. A partir de textos e imágenes producidas y reproducidas en el periodo de 1980 a 1985 en Colombia, consideradas en este trabajo como fuente de interpretación. En ese orden de ideas, será utilizado el periódico *El Tiempo* como la base del procedimiento tecnológico utilizado por una época en la que se hizo visible un interés por las artes visuales (Cine). De esta manera será importante revisar el corpus del periódico.

Ahora bien, este artículo será defendido especialmente por: el profesor Juan Suriano³, la comunicadora y docente Johanna María Muñoz Lalinde⁴, el Doctor en comunicación Waydi Miranda Pérez⁵, la licenciada en lenguas modernas Maritere Herrera Benavides,⁶ Sandra Johana García Pinilla, el filósofo Roland J Barthes⁷, la profesora María Arroyo

¹Reproducido por Sánchez Guzmán (1976), pp. 113-114. El subrayo es nuestro

² José Carlos García Rodríguez, “MANUEL MARÍA DE SANTA ANA: El periodista sevillano que transformó la prensa española” España, Independently published, 2013.

³ Juan Suriano, “la prensa como fuente histórica privilegiada”, Buenos Aires, Revista electrónica del Instituto de Altos Estudios Sociales de la Universidad Nacional de General San Martín. ISSN: 1851-2577.

⁴Lalinde, Johanna María Muñoz. «El poder detrás de la prensa en el Caribe Colombiano». RUTA Comunicación, 2016,

⁵ Waydi Miranda Pérez, “Ir al cine en Cartagena de Indias, Colombia (1930-1972): Espacios de Exhibición.

⁶ Maritere Herrera Benavides, Sandra Johana García Pinilla, “Análisis de las representaciones sociales de género femenino en el periódico *El Tiempo*, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana facultad de comunicación y lenguaje licenciatura en lenguas modernas, 2011.

⁷ Barthes, R. (1993), “El mensaje publicitario”, en *La aventura semiológica*. -2da ed.-, Barcelona: Paidós Ibérica.

Cabello⁸, la profesora y Doctora Beatriz Feijoo Fernández y la Doctora Jessica Fernández Vázquez⁹; para quienes la publicidad era el elemento clave para convertir a la prensa en un medio de comunicación de masas.

No obstante, esta investigación da a conocer cómo eran las ilustraciones de las carteleras introducidas en el periódico *El Tiempo* a finales del siglo XX, tanto en su forma como en su contenido. Díaz Pinzón Estela¹⁰, en su libro *Análisis del contenido de las noticias sobre educación del periódico El Tiempo y sus implicaciones en la representación social del maestro en Colombia*, hace referencia a que la publicidad nos permite hallar las representaciones e imágenes del cine a nivel cultural o en relación a la circulación dentro de los periódicos, y, asimismo el periódico juega un papel importante.

Tomando en referencia a López Triana¹¹ explicando cómo *El Tiempo* es el más leído en el territorio nacional, así como el que más influencia tiene a nivel social y cultural; por ende, sus publicaciones nos permiten acercarnos a la popularización y comercialización de ciertas películas de cine. Además, sus textos permiten enfrentarnos a un discurso socialmente relevante sobre el séptimo arte, un discurso autorizado que ejerce una clara influencia sobre la opinión de las personas en el país.

1. El Periódico *El Tiempo*

El propósito de este primer apartado es analizar la importancia de la prensa como fuente documental para el estudio de la circulación cultural, especialmente las campañas publicitarias y las carteleras de cine. A partir de textos e imágenes producidas y reproducidas

⁸ María Arroyo Cabello, “Ilustración publicitaria y vida cotidiana en las revistas gráficas: La Esfera (1920-1930) España, Historia y Comunicación Social Vol. 21. Núm. 1 (2016) 189-202

⁹ Feijoo Fernández, B. y Fernández Vázquez, J. (2014): La publicidad impresa de principios del siglo XX. Análisis de los anuncios publicados en La Voz de Galicia de 1900 a 1920. Historia y Comunicación Social. Vol. 19. Núm. Especial enero 2014.

¹⁰ Estela Díaz Pinzón y Andrea Del Pilar Romero Murillo, *Análisis del Contenido de las Noticias Sobre Educación del Periódico El Tiempo y sus Implicaciones en la Representación Social del Maestro en Colombia*, Bogotá, Universidad Distrital Francisco José de Caldas, 2018

¹¹ Stefanny López Triana, *Eres mía y no serás de nadie más discursos en torno a los feminicidios en el periódico El Tiempo 2010 – 2016*, Bogotá, Universidad Nacional de Colombia facultades de Ciencias Humanas, Escuela de Estudios de Género.

en el periodo de 1980 a 1985 en Colombia consideradas, en este trabajo, como fuente de interpretación. En este sentido, será utilizado el periódico *El Tiempo* como el corpus informativo en donde encontramos ilustraciones publicitarias y listados de cine utilizado por una época en la que se hizo visible un interés por las artes visuales (el cine). De esta manera, será importante revisar el corpus del periódico, es decir, la historia, la estructura y se hará especial énfasis en las campañas publicitarias junto a las carteleras del cine para adultos.

Ahora bien, en relación con la historia, *El Tiempo* es un periódico colombiano que circula en la ciudad de Bogotá y fue fundado el 30 de enero de 1911 por el abogado y periodista Villegas Restrepo Alfonso (1884-1945), también fundador del periódico La República, y estuvo a su cargo durante tres años. En la actualidad, *El Tiempo* se considera como uno de los diarios de mayor trayectoria en Colombia, aproximadamente lleva más de 109 años de fundación y circula de lunes a domingo. Empezó como una labor periodística poco ambiciosa que se fue transformando en un significativo proyecto empresarial para sus propietarios y a la vez ha cumplido con su lema “Infórmate bien”, o su objetivo de comunicar en el país. Concerniente con lo anterior, es así como dicho diario será interpretado como uno de los diarios más importantes de Colombia por su gran aceptación entre las personas.

De igual manera, por su amplia difusión de noticias desarrolladas a través de un interés nacional, no se puede dejar a un lado su cobertura a nivel local, mostrando de esa manera los hechos más relevantes en el país. Gracias a lo anterior, debemos aclarar ¿por qué fue seleccionado el periódico *El Tiempo*? Se podría decir que se eligió porque “representa la más grande casa editorial dedicada al periodismo en Colombia”, y esto nos permite tener un panorama considerablemente amplio acerca de la publicidad y las carteleras más difundidas sobre el cine. Es importante agregar que es el más leído en el territorio nacional, así como el que más influencia tiene a nivel social y cultural, por ende, sus publicaciones nos permiten acercarnos a la popularización y comercialización de ciertas películas de cine. Además, sus textos permiten enfrentarnos a un discurso socialmente relevante sobre el séptimo arte, un discurso autorizado que ejerce una clara influencia sobre la opinión de las personas en el país.

1.1. La estructura del periódico *El Tiempo*

La estructura del periódico es un campo de estudio extenso que ha surgido a partir del estudio del periódico, el historiográfico y procedimientos de estructuración de la representación escrita. Concerniente en lo anterior, este aporte presenta una organización de algunas dimensiones de la elaboración de la noticia, pero nos concentramos en las relacionadas al cine para adultos, efectuadas principalmente en dos niveles de organizaciones de la información. El primer nivel, que son los elementos que componen un texto que permitan deducir al lector las diferentes partes, formando la organización temática del texto, además de su coherencia global. El segundo se encuentra relacionado con la información en bloques, apartados y conclusiones, elegidos según su nivel de relevancia. En pocas palabras, la prensa desarrolla un modelo estructural con una distribución en la cual podemos notar que hay una conjugación entre sí y permite una estructuración de la cual podemos representar el mundo entero.

En consecuencia, surge la siguiente incógnita: ¿por qué es importante la estructura del periódico? De ella se descubrió que la estructura se modela para establecer una organización distribuida de la información en bloques, escenas y secuencias, tal como se constituye en el corpus del periódico *El Tiempo*. De esa forma, el esquema es igualmente aplicado a la estructuración de las noticias, en otros términos, la lectura e interpretación certera de los hechos representados en la noticia dependen mucho de la forma en cómo se encuentra estructurado de la prensa.

Es así como tendremos presente que la estructura de la noticia se divide en cuatro partes: cabecera, desarrollo, transiciones internas y cierre. Profundizando en sí, los hechos de las informaciones adaptadas a formas comunicativas específicas. Con referencia a lo anterior, la prioridad de la estructura de la noticia es como guía la comprensión y la ordenación de relevancia informativa de los hechos y a su vez cumple la función de facilitar la lectura del periódico, indicando las partes que se divide la prensa, agrupando e informando una misma categoría. Ejemplo de todo lo mencionado, se destaca la economía, la política, el

entretenimiento, el arte y la cultura; así mismo, se encuentran las campañas publicitarias y las carteleras de cine.

De todo lo descrito sobre la estructura tenemos que la forma de organización periodística consiste en el registro de imágenes y textos como un lugar de hechos noticiosos. Es en este sentido que se elegirán o seleccionarán, para efectos de este estudio, las campañas publicitarias y las carteleras como partes de la configuración comunicativa relacionadas con el cine. Por consecuencia, los registros o fuentes seleccionadas para este trabajo serán catalogadas mediante una tabla Excel en las que se tomará en cuenta: la fecha de la noticia, título de la noticia, página, sección, precio, días en que circularon, título de la película, nombre del cine, ciudad del cine, actores, días en que se proyectaron y horarios; con la finalidad de profundizar en los datos informativos de la noticia recogidas.

1.2. El estudio de la noticia

La utilización de la prensa como fuente histórica es cada vez más frecuente y despierta así el interés de muchos investigadores locales, nacionales e internacionales. Dado que la conservación de estos periódicos, en tanto fuentes documentales, tiene como una de sus finalidades contribuir al conocimiento de la historia ¹² (Juan Aquilino Cascón Becerra¹³). En otras palabras, la noticia es utilizada como una de las formas escritas que más han acompañado el surgimiento historiográfico en las sociedades modernas. Es así como dicha herramienta es fundamental para la presente investigación, puesto que permite hallar las representaciones e imágenes del cine a nivel cultural o en relación a la circulación dentro de los periódicos. En ese sentido, los titulares, las secciones y la forma de presentar la noticia fueron un factor clave en el creciente consumo cinematográfico en la década de 1980-1985.

Referente a lo anterior, surge el siguiente interrogante: ¿por qué es fundamental investigar la imagen publicitaria como un archivo de cine? Se podría decir que las

¹² Igor Barrenetxea y Andoni Elezcano, “La imagen cinematográfica como fuente y agente de la Historia”, *FILMHISTORIA Online* Vol. 26, nº1 (2016) · ISSN: 2014-668X

¹³ Cascón Becerra, J. A. (2011). El cine como fuente para la historia. *Iberoamérica y el cine norteamericano*. Trocadero, 1(14-15), 33-47.

ilustraciones y los listados de cine expuestos en el periódico se convierten en un archivo. Es simplemente uno de los medios que sirve para identificar un registro de su paso. Aunque para efectos de este trabajo, será utilizada la prensa para analizar un conjunto de imágenes y texto, sean cuales sean sus formas o su soporte material, en el cuál, nos enfocaremos en las campañas publicitarias sobre el cine para adultos.

2. Ilustraciones de los carteles de cine para adultos publicitados en el periódico *El Tiempo*

Al revisar las carteleras de cine y las campañas publicitarias expuestas en el periódico *El Tiempo* (Colombia), en los años 1980-1985, nos podemos encontrar con una variedad de registros que inmediatamente nos pueden remitir a cuestionar la fuente: ¿Cuáles son las herramientas publicitarias que utilizó el cine para dar visibilidad?, ¿qué representa una cartelera de cine en la publicidad?, ¿cuántas secciones tiene la página publicitaria?, ¿tiene alguna función específica la ilustración publicitaria de cine? Para efectos de este apartado, nos remitiremos a las ilustraciones de cine y publicidad en el periódico *El Tiempo*.

Para efectos de este apartado, las ilustraciones o las carteleras de cine para adultos publicitados en el periódico *El Tiempo* serán vistas como el conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender un consumo, es decir, se trata de identificar la divulgación de anuncios de carácter comercial que sirvieron para atraer a espectadores.¹⁴

¹⁴Maritere Herrera Benavides, Sandra Johana García Pinilla, “Análisis de las representaciones sociales de género femenino en el periódico *El Tiempo*, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana Facultad de comunicación y lenguaje licenciatura en lenguas modernas, 2011, P. 28

Asimismo, veremos cómo las campañas publicitarias transmiten un mensaje que conlleva una intención comercial¹⁵. Así se presenta una estructura de signos que comunica un anuncio con el objetivo de promocionar productos para su comercialización.¹⁶

Lo anterior será complementado con la publicidad, que será entendida desde lo propuesto por el investigador Acosta Tobón¹⁷, quien nos explica que es “toda aquella actividad por medio de las cuales un mensaje visual es enviado a cierto público, con el propósito de informar e influir a comprar productos o servicios”.¹⁸ De esta misma manera, la investigación de William Wells, John Burnett y Sandra Moriarty¹⁹ expresan que, “la publicidad es una forma de comunicación impersonal pagada por un anunciante identificado que usa los medios de comunicación con el fin de persuadir a una audiencia, o influir en ella”.²⁰ Con referencia de lo anterior, se podría concluir que la publicidad se define como “todas aquellas actividades por medio de las cuales mensajes visuales son enviadas a cierto público con el propósito de informar, e influir en una de productos o servicios, o inclinarse favorablemente hacia ideas, personas o instituciones”.²¹

En este orden de ideas, la presente propuesta, que busca estudiar las ilustraciones publicitarias como una representación establecida en el periódico *El Tiempo* en 1980-1985, busca dar visibilidad a unas propuestas de consumo dirigidas a un público interesado por el cine para adultos. Por lo anteriores, se propone un viaje por la publicidad de las carteleras con la intención de estudiar las ilustraciones y sus textos desde lo que nos quieren presentar. A continuación, veremos algunas formas o estrategias que se hicieron presente en los años de 1980 hasta 1985.

¹⁵ Roland Barthes, “La aventura semiológica”, México, ediciones Paidós, 1993, P. 239.

¹⁶ Araceli Noelia Polisená, “Estudio semiótico de un anuncio publicitario de Adidas” Argentina, Universidad del Nordeste. UNNE, 2018. En la página 166, el autor cita a Roland Barthes en la aventura semiológica, para explicar el concepto de publicidad

¹⁷ Acosta A. (1980). La Publicidad a su Alcance. Bogotá Editorial Norma Roland Barthes, “La aventura semiológica”, México, ediciones Paidós, 1993

¹⁸ Acosta Tobón, Alberto. La publicidad a su alcance. 1980. 64p. Norma. Bogotá. Página 6

¹⁹ Arco, E. (2008). Publicidad de Williams F. Arens. publicidad.

²⁰ John Burnett, William Wells, Sandra Moriarty, “Publicidad, principios y prácticas” México, Pearson Educación, 2000.

²¹ *Ibíd.* P. 52.

Imagen I

Cartelera de Cine y Global Films de Colombia



22

23

Martes 8 de enero de 1980.
Tomado de: *El Tiempo*.

Imagen II

Cine LTDA. Una compañía con películas de valor constante.

²² Imagen I Cartelera de Cines, *El Tiempo*, enero 8 de 1980

²³ Imagen II, Cine Colombia, *El Tiempo*, enero 8 de 1980



24



25



Domingo 3 de mayo de 1981.
Tomado de: *El Tiempo*.

Imagen III

Carteleras de espectáculos



26



27



²⁴ Imagen III, Cine LTDA. Una compañía con películas de valor constante, *El Tiempo*, mayo 3 de 1981

²⁵ Imagen IV, Cartelera de espectáculo, *El Tiempo*, mayo 4 de 1981

²⁶ Imagen V, Cine LTDA. Una compañía con películas de valor constante, *El Tiempo*, Julio 3 de 1982

²⁷ Imagen VI, Cartelera de espectáculos, *El Tiempo*, Julio 4 de 1982

Domingo 3 de julio de 1982.
Tomado de: *El Tiempo*.

Imagen IV

Cines LTDA. Una compañía con películas de valor constante



28

29

Domingo 7 de febrero y sábado 6 de febrero de 1983.
Tomado de: *El Tiempo*.

²⁸ Imagen VII, Cines LTDA. Una compañía con películas de valor constante, *El Tiempo*, sábado 6 de febrero de 1983

²⁹ Imagen VIII, Carteleras de cines, *El Tiempo*, domingo 7, de febrero

Imagen V

Cartelera de espectáculos



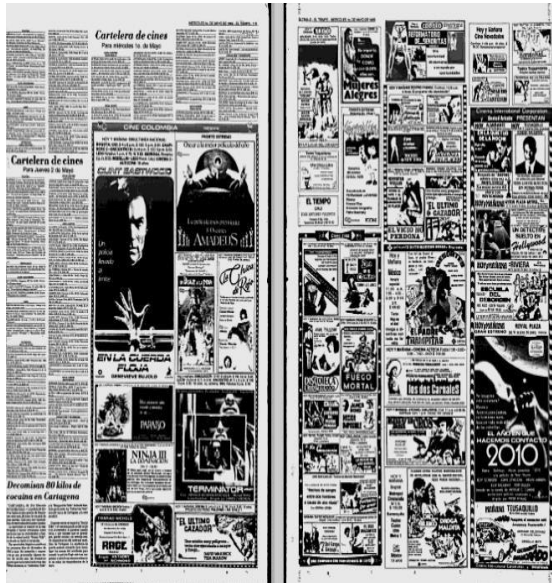
viernes 1 de mayo y sábado 2 de mayo de 1984.
Tomado de: *El Tiempo*.

Imagen VI

Cartelera de espectáculos

³⁰ Imagen IX, Cartelera de espectáculos, *El Tiempo*, mayo 1 de 1984

³¹ Imagen X, Cartelera de espectáculos, *El Tiempo*, mayo 2 de 1984



32



33

Miércoles 1 y viernes 3 de mayo de 1985.
Tomado de: *El Tiempo*.

Concerniente a lo anterior, el objetivo principal de la descripción de la ilustración de las campañas publicitarias sobre el cine para adultos es conocer cómo era la publicidad incluida en la prensa en los años 1980 a 1985, tanto en su forma como en su contenido. Tomando como referencia el diario *El Tiempo* durante cinco años, se analizará el periódico de cada año objeto de estudio sumando un ejemplar y más de 2000 anuncios. Para realizar la investigación se tendrán en cuenta a las siguientes variables:

- Forma: se tomará como referencia la página en la que se inserta el anuncio para ver textos e imágenes, y la presencia de ilustrativa de letras. Un ejemplo es la publicación del martes 8 de enero de 1980 en el periódico *El Tiempo* del teatro Global Films de Colombia, la cual muestra una página completa de publicidad. Resaltamos que se encuentra dividido en 37 carteleras de diferentes categorías de cine y diez anuncios son relacionados con el de cine para adultos.

³² Imagen XI, Carteleras de cines, *El Tiempo*, mayo 1 de 1985

³³ Imagen XII, Cine Colombia, *El Tiempo*, mayo 3 de 1985

- **Contenidos:** formato, diferenciado entre anuncio general de las películas, clasificado, anuncios por palabras y entre otros, enmarcado dentro de la hora, el teatro, la edad, los actores, la página, el título de la noticia, sección, días que circularon, nombre del cine, entre otros.
- **Metodología:** el lector cuenta en las carteleras mencionadas en todo el artículo, con una relación de las vistas que se exhibieron en Colombia en 1980, elaborada con base en los archivos del periódico *El Tiempo*, imágenes y textos a mi alcance. Para su lectura es necesario considerar lo siguiente: Las películas se presentan en enumeración corrida de acuerdo con la fecha de las exhibiciones.

Para las estructuras correspondientes a cada película empleo las siglas:

| Siglas | Significado |
|---------------|---|
| TO: | Título Original |
| TE: | Título en español |
| LF: | Lugar de filmación |
| DI: | Director |
| IN: | Intérpretes o actores |
| SC: | Sala cinematográficos o locales de exhibición, con su ubicación |
| EC: | Empresario de cine que las exhibió |
| IM: | Imágenes |

Elaboración: del autor

Un ejemplo de cómo podemos encontrar en el periódico *El Tiempo* lo señalado anteriormente:

Imagen VII

Encuentros muy cercanos con mujeres de cualquier tipo



TE: Encuentros muy cercanos con mujeres de cualquier tipo

DI: Hugo Moser

SC: Aries Cinematográfica Argentina,

IN: Alberto Olmedo, Jorge Porcel, Moria Casán

TE: Encuentros muy cercanos con mujeres de cualquier tipo

Tomado de: *El Tiempo*, jueves 2 de diciembre de 1992.

En la descripción, Olmedo y Porcel, cómicos de un modesto tablado, aceptan representar el papel de ejecutivos de una empresa imaginaria, por cuenta de un promotor de negocios futbolísticos arruinado que quiere aparentar prosperidad ante varios compradores extranjeros de jugadores, en vísperas del mundial de fútbol. Como el promotor exige que se presenten como casados, Olmedo le propone el papel de esposa a Viviana (Casán) y Porcel a Marcela (Aguirre Adriana), ambas compañeras de tablado a las que ellos miran fogosamente sin hallar la menor correspondencia.

³⁴ Imagen XIII, encuentros muy cercanos con mujeres de cualquier tipo, *El Tiempo*, diciembre 2 de 1992

Imagen VIII

Infierno Erótico



TO: Erotic inferno

TE: Infierno erótico

DI: Trevor Wrenn

SC: ¡Películas presidente con calidad para siempre!

IN: Michael Watkins, Jennifer Westbrook, Christopher Chittell

35

Sábado 13 de septiembre de 1980.

Tomado de: *El Tiempo*.

La descripción nos dice que los hermanos Martin y Paul Barnard son convocados a la casa familiar después de la muerte de su padre, pero no se les permite entrar en la casa hasta la lectura de la voluntad. Se quedan en la casa ocupada por los sirvientes de su padre, Adam y Nicole.

Imagen VII

Spree

TO: Spree

TE: Survival Run

³⁵ Imagen XIV, Infierno Erótico. *El Tiempo*, septiembre 13 de 1980



DI: Larry Spiegel

SC: Olympia Castellana

IN: Peter Graves, Ray Milland, Vincent Van Patten

36

Sábado 13 de septiembre de 1980.

Tomado de: *El Tiempo*.

En cuanto a la sinopsis, tenemos que fue descrita como un grupo de adolescentes que salen al desierto en busca de sexo, cerveza y buenos momentos en general. Cuando su camioneta se rompe, encuentran un grupo de buscadores que dan la bienvenida a los niños y les ofrecen un lugar para quedarse hasta que puedan obtener ayuda. Sin embargo, pronto se hace evidente que hay más en estos buscadores de lo que afirman, y pronto los adolescentes están huyendo por sus vidas.

Es decir, en los planteamientos de Stuart Hall la representación cultural es la producción de sentido a través del lenguaje, esto es, las ilustraciones describen mediante una

³⁶ Imagen XV, *Spree*, *El Tiempo*, septiembre 13 de 1980.

descripción, para dar sentido a la sociedad, y ser capaces de expresar un pensamiento complejo a otras culturas, mediante las ilustraciones de películas para adultos³⁷. De la misma forma, pueden ilustrarse las diferentes indicaciones al público (ilustraciones, carteleras), tanto la exhibición de carteleras sobre el cine, y como manifestación cultural que son importantes para las interacciones de este proceso del lector. Es decir, los planteamientos de Peter Burke son los tenidos en cuenta para este artículo, entendido sobre la historia cultural de las imágenes y sus repercusiones como el “ordenamiento social del pasado y sobre todo de las formas de pensar y de ver las cosas en tiempos pretéritos”; que pueden dar alusiones a las actitudes del cine o el periódico, sobre el modo en que ciertas películas fueron interpretadas en su época, convertidas en un testimonio de la variedad de ellas mismas³⁸.

Respecto a lo anterior, podemos anotar que el cine pornográfico tiene su antecedente con la fotografía o la cartelera, cuya reproductibilidad icónica masiva abrió nuevas vías de expresión y difusión a las representaciones de películas para adultos en la prensa. Estas vistas, verdaderamente cortas, tenían, no obstante, algo común. Se trataba de una mirada dirigida a los puntos eróticos del cuerpo femenino: los senos, caderas y el pubis. Un acto de desnudo que provoca la excitación de los lectores a un espectáculo público o al cine, por el que se paga cierta cantidad de dinero.

Las carteleras pornográficas o adultas a finales del siglo XX comprenden todas las variantes y “perversiones” sexuales que formarían el repertorio del cine porno. No obstante, la última variable que mencionaré es la estructura del periódico *El Tiempo*. Dicha plana se encuentra dividida por diferentes secciones de las cuales se pueden destacar las “Carteleras de espectáculos”, “Cines LTDA”, “Cartelera de Cine”; nombres que permiten dar reconocimiento de una comercialización del cine por medio de la prensa, diferenciando aquellos que también están acompañados de imágenes, recursos tipográficos, empleados

³⁷ Stuart Hall (ed.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London, Sage Publications, 1997. Cap. 1, pp. 13-74. Traducido por Elías Sevilla Casas

³⁸ Peter Burke, *Visto y No visto. El Uso de la imagen como testimonio histórico*, Barcelona, A&M Grafic., en Mayerlin Llamas Castro *Los géneros cinematográficos; Una mirada a las temáticas y narrativas de la prensa escrita y la cartelera. Cinematografía en el periódico El Universal de Cartagena de Indias 1980-1983*.

como marco, letras diferentes, etc. Además, se pueden evidenciar objetos que detonan el consumo del cine para adultos, lo cual amplía la información que llega hasta los lectores.

Las ilustraciones ya mostradas tienen infinitas formas y creaciones de forma creativa, en la cual pueden generar ilimitados mensajes para lograr un impacto al público objetivo. Para las imágenes seleccionadas aplica: “la ilustración publicitaria es otro de los medios en el cual es utilizado el recurso de ilustrar y en el cual la investigación está centrada. Esta es empleada para vender o promocionar un producto o servicio, por lo que tienen que ser apropiadas a la marca y a su vez rápidas de leer y apreciar”

En lo que podemos ver, hay una identidad de la publicidad a partir de los diferentes estilos, pero para el caso mostrado vamos a destacar el *collage*, una condición de ilustración popular en los años ‘60 y ‘70 debido al *Pop Art* y el cómic. Este recurso es utilizado para darle un sentido artístico a la ilustración. Componiéndose por diferentes efectos gráficos que son realizados superponiendo distintos elementos, ya sea papel de color, fotos o dibujos que a la hora de imprimirse crean una composición única.

Refiriéndose en sí a la utilización de las ilustraciones para cine en el periódico *El Tiempo*, se mostrarán los diferentes estímulos publicitarios dirigidos a un lector, es decir, en las carteleras seleccionadas se puede notar una visibilidad de películas para adultos; las cuales se convirtieron en objeto de estudio para este trabajo, a pesar de que a finales del siglo XX la publicidad resalta una actividad comercial indispensable para la sustentación de este aporte. Es decir, lograr una mayor tirada atraerá a un número mayor de anunciantes, cuya inversión publicitaria permitirá obtener una serie de ingresos “extra” que permitirá reducir el precio final de los ejemplares, llegando a un mayor número de lectores.

Esta nueva fórmula comercial, unida a la estabilidad tanto social y política lograda en estos años, permitió que la prensa llegase al siglo XX como el medio de comunicación por excelencia. Aunque en las carteleras se pueden mostrar diferentes lenguajes —imágenes y textos—, es sabido que el cartel mayormente se conforma por imágenes, constituyendo una incitación hacia el lector, donde atrae el interés del consumidor. En ese orden de ideas, los

elementos textuales que conforman el cartel del cine para adultos, en los años 1980 a 1985, han variado: la denominación de la película, el director, actores y actrices, eslóganes, frases publicitarias. Todo ello haciendo un verdadero uso de la tipografía, dando forma de textos y buscando el equilibrio con el dibujo.

Concerniente a lo anterior, los elementos con mayor importancia de las carteleras tienen una mayor impresión de películas y son el título y los nombres de los protagonistas. Es decir, el título es lo que anuncia para dar un sentido al cartel, dando una lectura al mensaje. En otros términos, busca principalmente denominar e identificar la película y, además, la mayor difusión posible. También, “la forma, el tamaño, el color y la disposición del material tipográfico tienen que poseer una imagen poderosa y atractiva. Las organizaciones de esos efectos deben convertir el mensaje en su reflejo visual”; transformando en algo descriptivo ante el lector.

La investigación basada en la práctica virtual es una vía necesaria dentro de las ilustraciones de la cartelera publicitarias y listados de cine para adultos en 1980-1985 en periódico *El Tiempo* y los medios de comunicación. Es decir, el parte metodológico como vía de titulación del pregrado sería una buena estrategia para responder a las inquietudes de historiadores y practicantes de los medios virtuales que están planeando desarrollar una investigación de tesis o artículo. Esto cambiaría las posibilidades de las nuevas generaciones de investigadores en estas áreas del conocimiento³⁹.

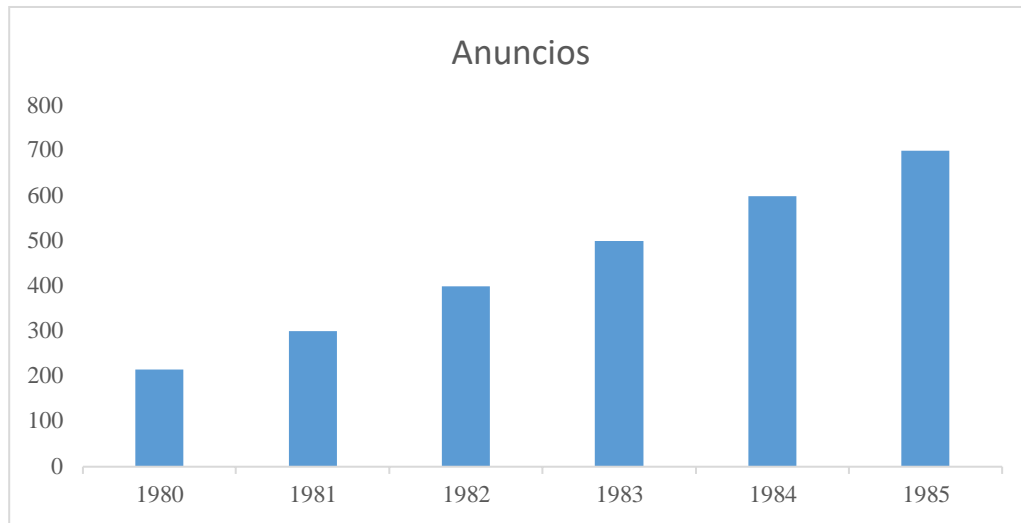
2.1 Análisis de los anuncios publicados en el periódico *El Tiempo* de 1980 a 1985

Durante el periodo analizado, 1980 a 1985, en el periódico *El Tiempo* se observa una presencia importante de anuncios, en los que podemos notar una variedad de publicaciones y anuncios más comunes en relación con el cine para adultos. Así, se pudieron identificar un total de 203 anuncios solo para el periodo de 1980.

³⁹ Perla Carrillo Quiroga, “La investigación basada en la práctica de las artes y los medios audiovisuales” México, Revista mexicana de investigación educativa, ISSN-e 1405-6666, Vol. 20, N°. 64, 2015, págs. 219-240

Gráfico I

Media de anuncios publicados en *El Tiempo* de 1980 – 1985



Como se ha mencionado, en ninguno de los años estudiados el número de anuncios es inferior a los otros años. Los anuncios más comunes son calificados como por imágenes, características en las carteleras del cine. Este incremento de anuncios puede estar relacionado con un mayor índice de lectores, pues en aquella época las ilustraciones de las campañas publicitarias sobre el cine para adultos tuvieron un impacto ante los lectores.

Tras un análisis de más de 2000 anuncios publicados en *El Tiempo* de 1980 a 1985, se constata que la publicidad ya se había convertido en un elemento muy presente en la ilustración en la prensa, con un índice medio de 71 anuncios, por ejemplar y día, y nunca decayendo. Según lo observado, en líneas generales destacan las carteleras de cines, conformadas por imágenes y textos. Para concluir este apartado, en el análisis de los anuncios publicados en el periódico *El Tiempo* se consta que la publicidad ya se había convertido en un elemento muy importante en la prensa impresa, con un índice de 33 anuncios por día, nunca decayendo. Según lo observado, en líneas generales destacan los anuncios de carteleras, teatros, entre otros.

Imagen VIII.

Formato de la ilustración *El Tiempo*



40



41



42



43

Tomado de: periódico *El Tiempo*

Los anuncios más comunes son las ilustraciones por imágenes. La Imagen VII destaca que el 70 % de los mensajes analizados son anuncios de dibujos en una inmensa mayoría, mientras que el 30 % son palabras.

3. Carteleros de cine y variedades de teatro

Al revisar las carteleros de cine y los listados expuestos en el periódico *El Tiempo* (Colombia), para los años 1980-1985 podemos encontrar una variedad de registros que inmediatamente nos pueden remitir los siguientes interrogantes: ¿cuál es el objetivo de mostrar los listados?, ¿qué representan esos listados? Para efectos de este apartado, nos referimos al valor de las ilustraciones publicitarias y listados de cines para adultos que

⁴⁰ Imagen XVI, Global Films de Colombia le presenta películas de todo el mundo, *El Tiempo*, diciembre 2 de 1980.

⁴¹ Imagen XVII, Cines LTDA y sus teatros de estrenos presentan, *El Tiempo*, enero 2 de 1980.

⁴² Imagen XVIII, Radio City, *El Tiempo*, enero 2 de 1980.

⁴³ Imagen XIX, Cinema 7ª. *El Tiempo*, enero 2 de 1980.

llegaron en la prensa *El Tiempo*, en el marco de carteleras cinematográficas que se exhibieron en esa época; y, a la vez, en cuanto al número de presentaciones de películas producidas por las industrias del cine.

Es decir, el interés de parte de las empresas productoras por clasificar las películas tuvo lugar debido a razones comerciales. Es así como las compañías comenzaron a averiguar el interés para poder orientar mejor su producción. En el cual se hace referencia al cine Novedades, Radio City, Cinema, Tequendama, Cine Esmeralda, Apolo Ayacucho⁴⁴, entre otros. En ellos se publican constantemente ilustraciones de carteles conforme se incrementaron sus catálogos de películas para adultos. A continuación, veremos algunos listados como ejemplo de las carteleras que circularon y se hicieron presente de 1980 hasta 1985.

| Listado I: 1980 |
|--|
| 1. <i>En busca del placer y carne para Frankenstein</i> |
| 2. <i>El deseo por la mujer madura</i> |
| 3. <i>Tren del amor para los S. S</i> |
| 4. <i>Los vicios morbosos de un alma de llaves</i> |
| 5. <i>La travesía de un joven de la inocencia extranjera</i> |
| 6. <i>¡Che dottoressa ragazzi!</i> |
| 7. <i>Pigalle encrucijada de ilusiones</i> |
| 8. <i>Las eróticas vacaciones de Stela</i> |
| 9. <i>Plot of fear</i> |
| 10. <i>La jaula de las locas</i> |

Tomado de: periódico *El Tiempo*

| Listado II: 1981 |
|--|
| 1. <i>Mujeres salvajes</i> |
| 2. <i>Tentaciones de una adolescente</i> |

⁴⁴Hernández, Richard. Cine: Un recorrido por la historia de los teatros que apagaron sus proyectos en Bogotá. 29 de agosto de 2020. <https://www.radionacional.co/noticia/cine/cine-recorrido-la-historia-de-los-teatros-que-apagaron-sus-proyectores-bogota> (último acceso: 2021/03/01).

| |
|--|
| 3. <i>Las prófugas</i> |
| 4. <i>Los vicios morbosos de una ama de llaves</i> |
| 5. <i>Esclavas de un amor</i> |
| 6. <i>¡L'infermiera nella corsia dei militari!</i> |
| 7. <i>La minorene</i> |
| 8. <i>Juegos para parejas infieles</i> |
| 9. <i>Erotismo en el caribe</i> |
| 10. <i>La amante</i> |

| Listado III: 1982 |
|---|
| 1. <i>El mundo del sexo</i> |
| 2. <i>Sexo en el aire</i> |
| 3. <i>Amor eterno</i> |
| 4. <i>El infierno del mundo "porno"</i> |
| 5. <i>Deseo carnal</i> |
| 6. <i>Las amantes de satanás</i> |
| 7. <i>El imperio del sexo</i> |
| 8. <i>Esposos en vacaciones</i> |
| 9. <i>Placeres en secreto</i> |
| 10. <i>Las apasionadas</i> |

Tomado de: periódico *El Tiempo*

| Listado IV: 1983 |
|-----------------------------------|
| 1. <i>Parejas cómplices</i> |
| 2. <i>La porno camarera</i> |
| 3. <i>Summer lovers</i> |
| 4. <i>Infierno de pasiones</i> |
| 5. <i>Ardor de adolescentes</i> |
| 6. <i>El mundo del sexo</i> |
| 7. <i>Tentaciones ardientes</i> |
| 8. <i>Intimidades</i> |
| 9. <i>Sedución</i> |
| 10. <i>Les novices libertines</i> |

Tomado de: periódico *El Tiempo*

| Listado V: 1984 |
|-----------------------------|
| 1. <i>Amores peligrosos</i> |

| |
|--|
| 2. <i>La orgía</i> |
| 3. <i>Una loca fiesta</i> |
| 4. <i>Mesoneras del amor</i> |
| 5. <i>Prohibido para impotentes</i> |
| 6. <i>Lo increíble del sexo</i> |
| 7. <i>Tentaciones ardientes</i> |
| 8. <i>Cuidado con las chicas jóvenes</i> |
| 9. <i>Juegos de amor y deseo”</i> |
| 10. <i>El túnel del sexo</i> |

Tomado de: periódico *El Tiempo*

| Listado VI: 1985 |
|--|
| 1. <i>Dulce locura</i> |
| 2. <i>Deseo de chicas jóvenes</i> |
| 3. <i>Sicología de placer</i> |
| 4. <i>Un viaje hacia el éxtasis del placer</i> |
| 5. <i>Fuego sensual</i> |
| 6. <i>Nude teatro, Strip tease</i> |
| 7. <i>La dottoressa sotto il lenzuolo</i> |
| 8. <i>Cuentos eróticos</i> |
| 9. <i>Cadenas calientes</i> |
| 10. <i>Placeres locos</i> |

Tomado de: periódico *El Tiempo*

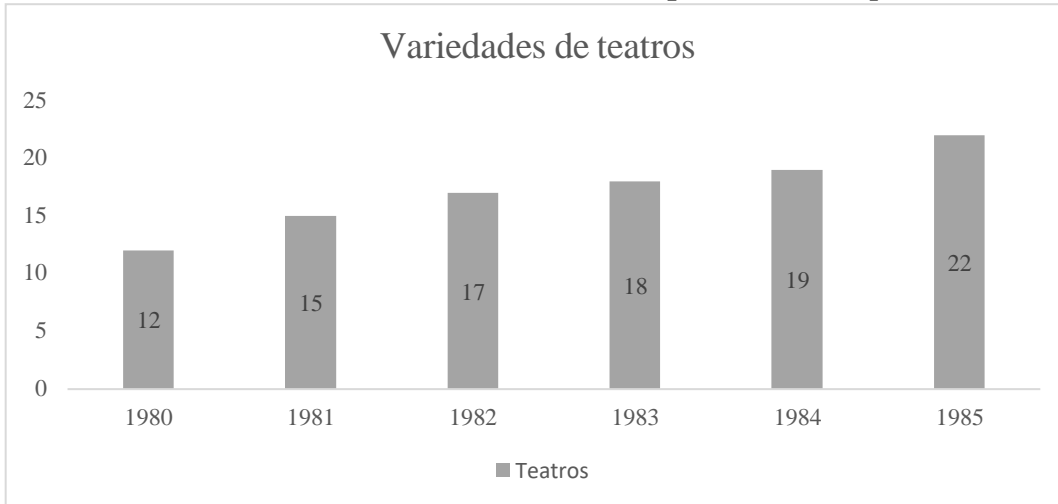
Concerniente a lo anterior, el objetivo principal de la descripción de los listados del cine para adultos es conocer cómo se exhibía en la prensa. Es decir, para poder iniciar nuestro análisis de la gráfica, seleccionamos al azar 60 ilustraciones para adultos, correspondiente a

los primeros cinco años de la década del 80; las cuales obedecieron a la elección de 10 películas por año. El cine seleccionado del periódico *El Tiempo*, específicamente en las secciones de las carteleras del espectáculo, que han practicado el oficio en este medio impreso desde comienzo de esta década.

Al tener el primer acercamiento con el listado de 60 películas para adultos surgió una conclusión: el 88,4 % son referentes a producciones colombianas, el 11 % eran italianas y el 0,6 % norteamericanas. Es decir, había una visibilidad del cine colombiano en los diferentes teatros de Colombia, arrojando que el siglo XX mostró un crecimiento por los nuevos elementos que componen las salas de cine. Las estrategias, la movilidad en la prensa, el proceso como organizaron la publicidad, sus variaciones de las secciones, las imágenes y el espacio entre el lector, transformando una importancia al cinematográfico. Por ello, la importancia de estudiar, ya que contribuyen a explicar, analizar y entender esos procesos mencionado con anterioridad.

Para conocer las variedades de teatros que publicó el diario en un momento determinado, se establecen las exhibiciones de las grandes industrias en aquella época. Al obtener esta información se elabora el Gráfico 2, que nos mostró las dinámicas de dicho funcionamiento. Se analiza el movimiento del periódico por medio de los listados de cine, se encuentra que desde 1980 hasta 1985 el funcionamiento de este aumentó significativamente (ver Gráfico 1). Mientras que 1980 había variedades de teatros (Cinema, Teatro Bacata, Apolo Ayacucho, Cine novedades), durante de 1981 y 1985 se incrementó el número de teatros. Entre 1984 y 1985 se encontró la mayor cantidad de teatros en funcionamiento. Si tomamos esta base encontramos que, para 1980, Colombia contaba con un total de 12 de teatros que alcanzó a tener en funcionamiento, y para 1985 fue de 22 (ver Gráfico 1).

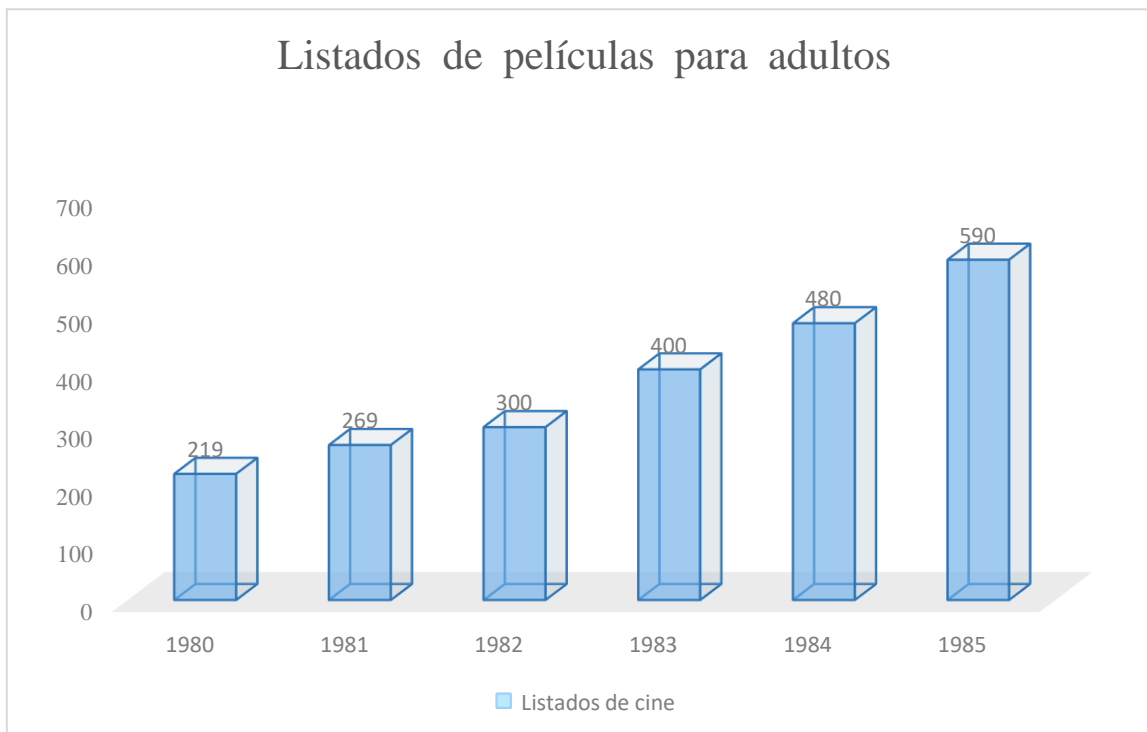
Gráfico 1.
Variedades de teatros en la prensa *El Tiempo*



Tomado de: periódico *El Tiempo*

Para realizar el Gráfico 1 se tomó de cada año el número más alto de teatros y como total general del año que entre 1984 y 1985 que tuvo el mayor número de teatros en funcionamiento. La base de estos porcentajes fue la suma del total de aperturas.

Gráfico 2.
Listados de películas para adultos en la prensa.



Tomado de: periódico *El Tiempo*

Si analizamos las puestas de los listados de películas para adultos en la prensa entre un año y el siguiente, son periodos de auges. Y si observamos desde el número general de listados se exhibían en diferentes industrias. Mientras que 1984 y 1985 se presenta como los puntos más elevados. Puede indicarse que, de alguna manera, había un espacio de exhibición de cine que se integran en el periódico, es decir, sosteniendo a partir de la gráfica y el espacio utilizado *El Tiempo*.

La entrevista que referenciamos a continuación, nos expone la experiencia de ir al cine: “Era un acontecimiento ir a cine, como ir al Colón, era muy importante, tenía uno que ir muy arreglado... se vestía uno muy elegante, pieles, muy *chic*, tacones altos, muy bien peinada, sombreros... Bogotá era muy fría, la gente estaba vestida de oscuro, la gente era muy silenciosa, las mujeres se vestían con pañolón negro y alpargatas... la gente que iba al Apolo usaba zapatos... a los teatros no iba gente de alpargatas”⁴⁵.

También nos dice que “las películas se programaban distinto, por ejemplo, el teatro Aladino, tenía programadas películas mexicanas. En las Cruces se daban otro tipo de películas, se daban mexicanas. La silletería de Las Cruces era de restos de otros teatros y se usaban máquinas de otros teatros. Al Apolo, que era un teatro de estreno, le pusieron cojinería nueva, cortinas nuevas, todo era nuevo. Todo esto era antes de los sesenta”⁴⁶.

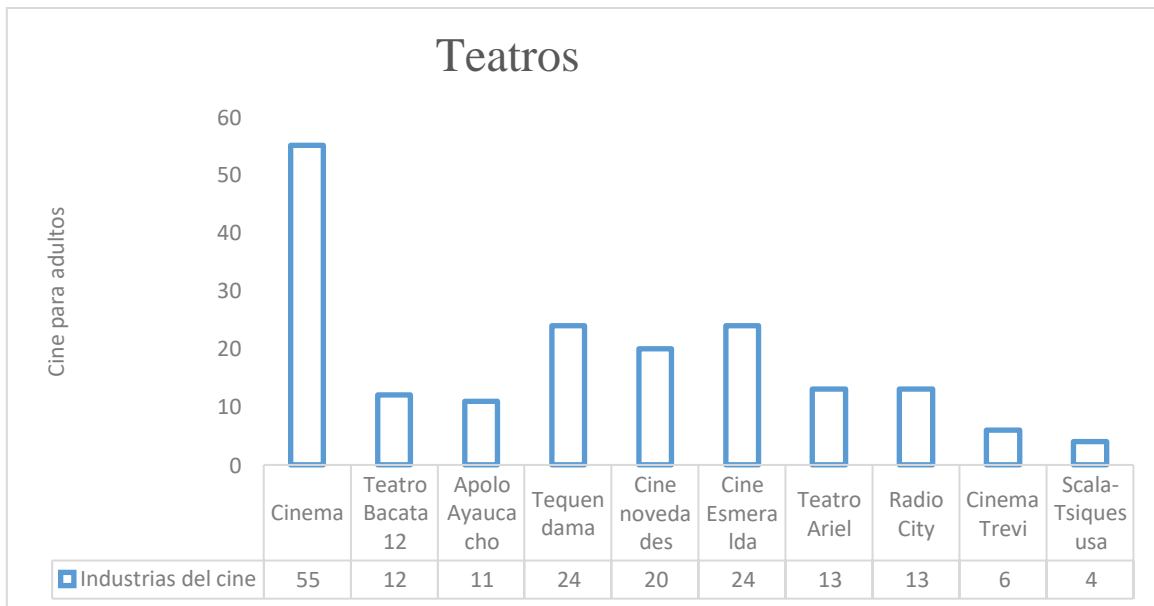
Uno de esos elementos que componen los listados de películas para adultos son las salas de cines. Su ubicación y su movilidad son un reflejo del auge. Con referencia a lo anterior, conocer con mayor profundidad las salas de cines o teatros es una magnitud que nos permite estudiar. Gracias a la entrevista y en la siguiente grafica que se muestra enseguida.

Gráfica 3.

⁴⁵ Andrés Villegas, Santiago Alarcón, “Historiografía del cine colombiano 1974-2015” Colombia, *Revista de historia Regional y Local*, 2017. Entrevista de Cecilia Feldman de Gutt. Socia de Dicofilm en 1950.

⁴⁶ *Ibíd.* P. 133.

Listados en diferentes teatros.



Tomado de: periódico *El Tiempo*

Conclusión

El oficio del historiador es estudiar y desarrollar diferentes fuentes. El presente artículo se apoyó en la prensa impresa. Esta permitió el acercamiento y reconocimiento de nuevos indicadores que dan cuenta de los cambios y continuaciones de hechos históricos. Los principales hallazgos de esta investigación ofrecen a los investigadores o estudiosos del campo del cine una información que no se ha profundizado: la identificación de ilustraciones publicitarias y listados de cine para adultos (1980-1985) en la prensa *El Tiempo*.

El proceso de limitación del objeto y los objetivos de la investigación obligaron a concentrar en lo que podría llamarse “la magnitud cualitativa del movimiento de los listados de cine”. Ello hace posible a quienes estudiamos la prensa un reconocimiento del espacio y descubrir usos que de ellos se hacen en virtud de las transformaciones de las ilustraciones publicitarias.

De allí que esta investigación sea la apertura para otros estudios que permitan seguir profundizando en la temática. Quedan abiertas las posibilidades de obtener nuevas

interpretaciones sobre las ilustraciones publicitarias y las relaciones entre los listados de cine y los diferentes teatros que exhibieron esas películas. Todos ellos son nuevos problemas de investigación surgidos en el transcurso de este trabajo.

Bibliografía

Fuentes primarias

Archivo periódico *El Tiempo*.
Sección prensa Carteleras de Cine.

Imágenes

Imagen I. Carteleras de Cines, *El Tiempo*, enero 8 de 1980.

Imagen II. Cine Colombia, *El Tiempo*, enero 8 de 1980.

Imagen III. Cine LTDA. Una compañía con películas de valor constante, *El Tiempo*, mayo 3 de 1981.

Imagen IV. Cartelera de espectáculo, *El Tiempo*, mayo 4 de 1981.

Imagen V. Cine LTDA. Una compañía con películas de valor constante, *El Tiempo*, Julio 3 de 1982.

Imagen VI. Cartelera de espectáculos, *El Tiempo*, Julio 4 de 1982.

Imagen VII. Cines LTDA. Una compañía con películas de valor constante, *El Tiempo*, sábado 6 de febrero de 1983.

Imagen VIII. Carteleras de cines, *El Tiempo*, domingo 7, de febrero.

Imagen IX. Carteleras de espectáculos, *El Tiempo*, mayo 1 de 1984.

Imagen X. Carteleras de espectáculos, *El Tiempo*, mayo 2 de 1984.

Imagen XI. Carteleras de cines, *El Tiempo*, mayo 1 de 1985.

Imagen XII. Cine Colombia, *El Tiempo*, mayo 3 de 1985.

Imagen XIII. Encuentros muy cercanos con mujeres de cualquier tipo, *El Tiempo*, diciembre 2 de 1982.

Imagen XIV. Infierno Erótico. *El Tiempo*, septiembre 13 de 1980.

Imagen XV. Spree, *El Tiempo*, septiembre 13 de 1980.

Imagen XVII. Global Films de Colombia le presenta películas de todo el mundo, *El Tiempo*, diciembre 2 de 1980.

Imagen XVIII. Cines LTDA y sus teatros de estrenos presentan, *El Tiempo*, enero 2 de 1980.

Imagen XIX. Radio City, *El Tiempo*, enero 2 de 1980.

Imagen XX. Cinema 7^a. *El Tiempo*, enero 2 de 1980.

Fílmicas

George Kaczender (Dirección), *In Praise of Older Women*, (1978), producción Astral Bellevue Pathé, CFDC, Famous Players Film Company, Films RSL, T.S.M. Investments Limited *Mujeres de treinta años* (1978) – FilmAffinity

Hugo Moser (Dirección). *Encuentros muy cercanos con señoras de cualquier tipo*, (1978) producción, Aries Cinematográfica Argentina, *Encuentros muy cercanos con señoras de cualquier tipo* (1978) - FilmAffinity

Hernández, Richard. *Cine: Un recorrido por la historia de los teatros que apagaron sus proyectos en Bogotá*. 29 de agosto de 2020.
<https://www.radionacional.co/noticia/cine/cine-recorrido-la-historia-de-los-teatros-que-apagaron-sus-proyectores-bogota> (último acceso: 2021 de 03 de 1).

Larry Spiegel, (Dirección), *Survival Run*, (1979) Co-production Estados Unidos-México; Corporación Nacional de Trabajadores y Estado I (CONACINE I), Spiegel-Bergman Productions INC Spree (1979) – FilmAffinity

Trevor Wrenn (Dirigida), *Erotic Inferno*, (1975), producción, English Film Co. *EROTIC INFERNO* (1975) de Trevor Wrenn, Cinefania

William A. Graham, (Dirección), *Violación a una apache*, (1972) Productora Brut Productions, *Violación a una apache* (1972) - FilmAffinity

Fuentes secundarias

Araceli Noelia Polisena. “Estudio semiótico de un anuncio publicitario de Adidas” Argentina, Universidad del Nordeste. UNNE, 2018

Acosta A. (1980). *La Publicidad a su Alcance*. Bogotá Editorial Norma Roland Barthes, “La aventura semiológica”, México, ediciones Paidós, 1993

- Arlette Farge. “La atracción del archivo”, España, Edicions Alfons El Magnànim, 1991.
- Andrés Villegas, Santiago Alarcón, “Historiografía del cine colombiano 1974-2015” Colombia, Revista de historia Regional y Local, 2017. Entrevista de Cecilia Feldman de Gutt. Socia de DicoFilm en 1950.
- Barthes, R. (1993). “El mensaje publicitario”, en La aventura semiológica. -2da ed.-, Barcelona: Paidós Ibérica.
- Cascón Becerra, J. A. (2011). El cine como fuente para la historia. Iberoamérica y el cine norteamericano. Trocadero, 1(14-15), 33-47.
- Colyer, M. (1994). Cómo encargar ilustraciones. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A
- Collado Alonso, R. (2015). Marketing y publicidad cinematográfica: el cartel de cine español. Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDresearch ESIC. N° 11 Vol. 11. Primer semestre, enero-junio 2015. Págs. 58 a 77.
- Ciro Eduardo Becerra Rodríguez, receptividad en la prensa colombiana de la guerra civil española durante los primeros meses del conflicto. Periódico *El Tiempo*, España, Editorial Universidad de León, 2015
- Estela Díaz Pinzón y Andrea Del Pilar Romero Murillo, Análisis del Contenido de las Noticias Sobre Educación del Periódico *El Tiempo* y sus Implicaciones en la Representación Social del Maestro en Colombia, Bogotá, Universidad Distrital Francisco José de Caldas, 2018
- Erika Fernanda Cañas Camargo, “La construcción mediática del escándalo político. Análisis de contenido de las noticias en *El Tiempo*, *El Espectador* y *El Colombiano* acerca del caso de Agro ingreso seguro, Medellín, Universidad de Antioquía, 2015.
- Feijoo Fernández, B. y Fernández Vázquez, J. (2014): La publicidad impresa de principios del siglo XX. Análisis de los anuncios publicados en *La Voz de Galicia* de 1900 a 1920. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 19. Núm. Especial enero 2014.
- Georges Sadoul. “Historia del Cine mundial”, Francia, Flammarion éditeur, París, 1949.
- Igor Barrenetxea y Andoni Elezcano, “la imagen cinematográfica como fuente y agente de la Historia”, *FILMHISTORIA Online* Vol. 26, nº1 (2016) · ISSN: 2014-668X
- Jodelet, D. (1986). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En Moscovici, S. (Ed. Psicología), social II. Pensamiento y vida social (pp. 469-493). Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica.

- José Carlos García Rodríguez. “MANUEL MARÍA DE SANTA ANA: El periodista sevillano que transformó la prensa española” España, Independently published, 2013.
- Juan Felipe Leal. “Carteleros del cine en México”, México, Juan Pablo Editor, S.A, 2007
- Julián Guzmán Elisea. “Desarrollo de campaña publicitaria” México, Universidad Autónoma de Nuevo León, UNAL, 2003,
- Juliana Fúquene Barreto. “Las salas de cine en Bogotá, 1930-1990”, Bogotá, Universidad Javeriana, 2000.
- Juan Pedro Testa. “Una nueva era de la ilustración publicitaria, el Director de arte y el ilustrador”, Argentina, Universidad de Palermo, 2017, P. 9
- Luis Fernando Morales Monte. Estructura y sentido de la noticia televisa: parámetros para la construcción y el análisis del mensaje en el entorno audiovisual, Barcelona, Autonomous University of Barcelona, 2012
- Lina María Cárdenas Vélez, Luis Fernando Mayolo de Satory. Análisis de la crítica de cine en los suplementos dominicales de los periódicos “*El Tiempo*” y el “País”, Cali, Corporación Universitaria Autónoma de Occidente división de comunicación social- Periodismo, 1997.
- Maritere Herrera Benavides, Sandra Johana García Pinilla. “Análisis de las representaciones sociales de género femenino en el periódico *El Tiempo*, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana facultad de comunicación y lenguaje licenciatura en lenguas modernas, 2011.
- María Arroyo Cabello. “Ilustración publicitaria y vida cotidiana en las revistas gráficas: La Esfera (1920-1930) España, Historia y Comunicación Social Vol. 21. Núm. 1 (2016) 189-202
- Melissa Urzola Guarín, Pluralidad informativa: El camino hacia el periodismo “ideal”. Bogotá, Universidad Javeriana, 2008.
- Perales Bazo, F. (1995). Cine y publicidad: el afiche cinematográfico. Algunas consideraciones sobre la comunicación empresarial e institucional. Sevilla: MAECEI.
- Peter Burke, Visto y No visto. El Uso de la imagen como testimonio histórico, Barcelona, A&A&M Grafic,

Stefanny López Triana, Eres mía y no serás de nadie más discursos en torno a los feminicidios en el periódico *El Tiempo* 2010 – 2016, Bogotá, Universidad Nacional de Colombia facultades de Ciencias Humanas, Escuela de Estudios de Género.

Stuart Hall (ed.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London, Sage Publications, 1997. Cap. 1, pp. 13-74. Traducido por Elías Sevilla Casas

Teun A. Van Dijk. La noticia como discurso, comprensión, estructura y producción de la información., Paidós comunicación, Traducción de Guillermo Gal, Cubierta de Mario Eskenazi 1. Edición 1990

Teun A. Van Dijk, “Análisis crítico del discurso” España, revista austral de Ciencia Sociales, 2016. William Wells, John Burnett y Sandra Moriarty. (1996). *Publicidad principios y prácticas*. México: Prentice Hall Hispanoamericana, S.A., 2008

William F. Arens, Michael F. Weigold, Christian Arens, “Publicidad”, México, McGRAW HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C. V.

Waydi Miranda Pérez, “Ir al cine en Cartagena de Indias, Colombia (1930-1972): Espacios de Exhibición.

Anexos

Por los pagados

Condenado chofer que mató a 4 personas

El hombre que condujo el camión que se estrelló contra un grupo de personas...

El hombre que condujo el camión que se estrelló contra un grupo de personas...



Señores...

Cartelera de cines

El cine de hoy...

El cine de hoy...

ROYAL FILMS Presenta... LUNA MENDIANA AL CALDO... EL GRAN RACKET

EL GRAN RACKET... FARIO TESTI... EL GRAN RACKET

Sólo EL TIEMPO es capaz de interrumpir mi desayuno

Advertisement for EL TIEMPO newspaper featuring a man reading the paper at a breakfast table. Text includes 'Sólo EL TIEMPO es capaz de interrumpir mi desayuno' and 'SEÑOR SUBSCRIPTOR'.

A large grid of movie advertisements for various theaters including Teatro Los Andes, Teatro Bolívar, and Teatro Libertad. Titles include 'El Gran Racket', 'Fario Testi', 'El Último Bicho del Caballero', 'La Piel', 'Paraiso Nubista', and 'Chile Vicano'.

GRAND HOTEL

GRAND HOTEL

GANDHI



TEATRO EL LOCAL



TEATRO EL LOCAL



TEATRO EL LOCAL



TEATRO EL LOCAL



TEATRO EL LOCAL



LABORATORIO MUSICAL

LABORATORIO MUSICAL

LABORATORIO MUSICAL

TEATRO EL LOCAL



TEATRO EL LOCAL

"La Guerra del Ocaso"

El Secuestro

TEATRO EL LOCAL



TEATRO EL LOCAL

GANDHI

TEATRO EL LOCAL

TOOTLES

3-D

INVESTITO



TEATRO EL LOCAL



TEATRO EL LOCAL

AMENOS IMPETUOSOS



ROYAL FILMS

HOY VELEI

COMEDIO



TEATRO EL LOCAL

WIPSI

TEATRO EL LOCAL

El Verdugo Blanco



HOY TEATRO SEÑOR PLAZA

LAVADO DE CEREBRO



TEATRO EL LOCAL



HOY RADIO CITY



TEATRO EL LOCAL



TEATRO EL LOCAL



3-D

ASALTO

GRACIAS MILK



TEATRO EL LOCAL

WILD CAT: RESCATE IMPOSIBLE

TEATRO EL LOCAL



TEATRO EL LOCAL



TEATRO EL LOCAL



TEATRO EL LOCAL



TEATRO EL LOCAL



TEATRO EL LOCAL



TEATRO EL LOCAL



TEATRO EL LOCAL



Cine Colombia
LA ÚNICA CINECOMPLEJO DE GRAN IMPORTANCIA DE AMÉRICA LATINA
PRESENTA

| | | | |
|---|---|---|---|
| EL TAXISTA MILONARI | AMOR | LA VIDA ES UN SUEÑO | CON UN CORAZÓN DE ORO |
| MI AMOR ES UN MILONARI | MI AMOR ES UN MILONARI | MI AMOR ES UN MILONARI | MI AMOR ES UN MILONARI |
| MI AMOR ES UN MILONARI | MI AMOR ES UN MILONARI | MI AMOR ES UN MILONARI | MI AMOR ES UN MILONARI |

COMPLETO A SUS SEÑALES DE ESTEREO PRESENTAN

| | | |
|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| NET - GRAN LUGAR | NET - RADIO CITY | PROXIMO ESTEREO |
|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------|

HOY MEXICO
LA CIRCULA CIPUEVA
La hora del jaguar
EL TAHOR

NET - EL GRAN LUGAR - COMPLETO A SUS SEÑALES DE ESTEREO - NET - RADIO CITY - COMPLETO A SUS SEÑALES DE ESTEREO - PROXIMO ESTEREO - CONTRATADO A MATAR - COMPLETO A SUS SEÑALES DE ESTEREO - HOY MEXICO - COMPLETO A SUS SEÑALES DE ESTEREO - LA CIRCULA CIPUEVA - COMPLETO A SUS SEÑALES DE ESTEREO - LA HORA DEL JAGUAR - COMPLETO A SUS SEÑALES DE ESTEREO - EL TAHOR - COMPLETO A SUS SEÑALES DE ESTEREO

| | | |
|--|--------------------------------------|---|
| Sex 9 Shows Clase En El No. 914-9 | PROXIMO ESTEREO | ADRIANA! te amo... oye! CAMPEON!!! |
| "MI NET EN UN NET" 1977 - 20 minutos \$1.500 - \$2.000 \$3.000 - \$4.000 | DANIEL MENI GIRLS | ROCKY II LA REVANCHA |
| SE BUSCA UN ASESINO EL TIEMPO EN BARRIO | EL SUBMARINO AMARILLO | EL TIEMPO EN VILLAVICENCIO MEXICO EN EL MUNDO Jueves 17 de Julio de 1977 |



Copia de Ficha para fuente de Archivo ☆ 📄

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Complementos Ayuda Última modificación el 16 de febrero

Compartir

| 1 | A | B | C | D | E | F | G | |
|----|-----------|------------------------------|-----------------------|----------|--------------------------|---|---------|-------------------|
| 2 | El Tiempo | miércoles 2 de enero de 1980 | Fecha de la noticia | 7A | Cartelera en espectáculo | | \$20 | En busca del plac |
| 3 | El Tiempo | miércoles 2 de enero de 1980 | Titulo de la Noticia | 7A | Cartelera en espectáculo | | \$35 | El deseo |
| 4 | El Tiempo | miércoles 2 de enero de 1980 | Cupón playboy | 11 A | Bogotá social | | N/A | Teat |
| 5 | El Tiempo | miércoles 2 de enero de 1980 | N/A | 15 A | avisos limitados | | N/A | Dan |
| 6 | El Tiempo | miércoles 2 de enero de 1980 | Hoy- Cinema | 15 B | Película Real | | \$35.00 | Tren de |
| 7 | El Tiempo | miércoles 2 de enero de 1980 | Hoy Tequendama | 15 B | Película Real | | \$35.00 | Pigalle en |
| 8 | El Tiempo | miércoles 2 de enero de 1980 | Hoy cine | 15B | Película Real | | \$20.00 | En busca del plac |
| 9 | El Tiempo | miércoles 2 de enero de 1980 | Pronto cine Esmeralda | 15 B | Película Real | | N/A | EXorcismo erótico |
| 10 | El Tiempo | jueves 3 de enero de 1980 | Daniel's Sexi | 11 B | avisos limitados | | N/A | Dan |
| 11 | El Tiempo | jueves 3 de enero de 1980 | La prima | última B | Cine Colombia | | \$20.00 | |

+ El Universal El Tiempo Hoja 3 Explor