



**VÁZQUEZ ASTORGA, Mónica (coord.). *El cartel, medio de publicidad y propaganda*. Presentació María Isabel ÁLVARO ZAMORA. Zaragoza: Dpto. Historia del Arte-Universidad de Zaragoza, 2015. Artigrama, 30. 166 pàgs. [17 x 24].**

L'apartat monogràfic de la publicació consta d'una introducció i els sis treballs següents: cartell taurí (per Begoña TORRES GONZÁLEZ), cartell publicitari (María del Mar LOZANO BARTOLOZZI), cartell polític (Javier PÉREZ SEGURA), cartell cinematogràfic (Roberto SÁNCHEZ LÓPEZ), cartell de fires i festes (Josefina CLAVERÍA JULIÁN) i cartell turístic (Javier LÁZARO SEBASTIÁN).

El cartell és considerat un mitjà publicitari i de comunicació, tot i que acostuma anar acompanyat d'uns plantejaments artístics, assoleix una vàlua sociològica, econòmica i política. El cartell va començar sent un mitjà de propaganda, si bé durant la Segona República i la Guerra Civil es va convertir en un vehicle polític.

Pel que fa al primer àmbit, Begoña TORRES analitza els cartells taurins del s. XIX, en els quals es mantien de vegades els costums del s. XVII, ja que hi havia advertiments destinats al públic, que no calia incloure en els cartells del s. XX, tot i que es va mantenir l'interès per aquesta festa. María del Mar LOZANO fa un recorregut pel cartell publicitari des de la *Belle Époque* als anys setanta del s. XX. Considera que el primer cartell va ser el de la xocolata Matías López dibuixat per Francisco Ortego Vereda. Si bé des de finals del s. XIX i principis del s. XX molts artistes en varen portar a terme: Alexandre de Riquer, Ramón Casas i altres dibuixants posteriors: Federico Ribas, Salvador Bartolozzi, etc. Els autors varen col·laborar també en revistes i varen fer exposicions d'aquest tipus d'obres a llocs molt diversos, com el Círculo de Bellas Artes de Madrid. El cartell polític es observa per Javier PÉREZ, una modalitat que va començar a finals del s. XIX i es va convertir en un important mitjà de propaganda per difondre missatges i demanar la col·laboració de les persones en accions concretes, per l'impacte que podien tenir les imatges. L'autor se centra en el cartell republicà i en la figura de Josep Renau. La següent modalitat, el cartell cinematogràfic, l'estudia Roberto SÁNCHEZ i se centra en el cinema espanyol que permet mostrar les trajectòries d'artistes com César Fernández Ardavin, Josep Renau, Josep Soligó Tena, Francisco Fernández Zarza, Macario Gómez Quibus, etc. i la manera de fer difusió de les pel·lícules. Amb una orientació diferent Josefina CLAVERÍA revisa els temes, la iconografia, l'evolució i el llenguatge dels cartells de la Fira de Mostres i de les festes locals de les tres capitals de l'Aragó, esmentant els artistes, i l'evolució dels cartells en matèria de disseny gràfic. Una altra modalitat, el cartell turístic, es tracta per Francisco Javier LÁZARO, el qual es va començar a promocionar el s. XIX. Sembla que el 1912 ja es va crear un cartell pel Congreso Internacional de Turismo (Madrid), una entitat que va funcionar fins l'any 1939. A aquesta entitat la va succeir la Dirección General de Turismo fins l'any 1951 i després el Ministerio de Información y Turismo. Es varen

presentar modificacions als cartells a partir dels anys seixanta, en els quals el factor cultural va anar sent substituït pel festiu.

Cal valorar aquest mitjà d'expressió, que a Espanya va començar a generalitzar-se a finals del s. XIX i sembla que estava vinculat a la creació d'una cultura de l'oci. En un primer moment destacaven els cartells de curses de braus, a partir de 1860 comencen a sorgir els formats verticals. Des de 1916 apareix una nova modalitat de cartell, més modern influït per l'estètica de les avantguardes. I a partir de 1936 varen elaborar-se nombrosos cartells relatius a la Guerra Civil; eren més aviat propagandístics que publicitaris. Després de la guerra, a partir de 1939 i fins a principis dels anys seixanta es va modificar el tipus de cartell, passant a ser més conservador en els seus plantejaments.

El cartell experimental va ser poc freqüent, ja que varen predominar els taurins i els cinematogràfics. El cartell conceptual que va prevaler entre 1961 i 1973, donava més rellevància a la idea que a l'estil. Finalment a partir de 1973 va anar disminuint la importància d'aquest mitjà en la seva vessant manual i d'agilitat tècnica. S'esmenta també l'evolució en els procediments d'estampació i impressió, i es fa un balanç de les obres més destacades sobre aquest tema.

IHE

(Secretaria de la revista)

## *Traducción de la reseña anterior:*

El apartado monográfico de la publicación consta de una introducción y los seis trabajos siguientes: cartel taurino (por Begoña TORRES GONZÁLEZ), cartel publicitario (María del Mar LOZANO BARTOLOZZI), cartel político (Javier PÉREZ SEGURA), cartel cinematográfico (Roberto SÁNCHEZ LÓPEZ), cartel de ferias y fiestas (Josefina CLAVERÍA JULIÁN) y cartel turístico (Javier LÁZARO SEBASTIÁN).

El cartel es considerado un medio publicitario y de comunicación, a pesar de que acostumbra a ir acompañado de unos planteamientos artísticos, alcanza un valor sociológico, económico y político. El cartel empezó siendo un medio de propaganda, si bien durante la Segunda República y la Guerra Civil se convirtió en un vehículo político.

En cuanto al primer ámbito, Begoña TORRES analiza los carteles taurinos del s. XIX, en los cuales se mantienen a veces las costumbres del s. XVII, ya que había advertencias destinadas al público, que no era preciso incluir en los carteles del s. XX, a pesar de que se mantuvo el interés por esta fiesta. María del Mar LOZANO hace un recorrido por el cartel publicitario desde la *Belle Époque* hasta los años setenta del s. XX. Considera que el primer cartel fue el del chocolate Matías López dibujado por Francisco Ortego Vereda. Si bien desde finales del s. XIX y principios del s. XX

muchas artistas llevaron a cabo estos: Alexandre de Riquer, Ramón Casas y otros dibujantes posteriores: Federico Ribas, Salvador Bartolozzi, etc. Los autores colaboraron también en revistas e hicieron exposiciones de este tipo de obras en lugares muy diversos, como el Círculo de Bellas Artes de Madrid. El cartel político es observado por Javier PÉREZ, una modalidad que empezó a finales del s. XIX y se convirtió en un importante medio de propaganda para difundir mensajes y pedir la colaboración de las personas en acciones concretas, por el impacto que podían tener las imágenes. El autor se centra en el cartel republicano y en la figura de Josep Renau. La siguiente modalidad, el cartel cinematográfico, la estudia Roberto SÁNCHEZ y se centra en el cine español que permite mostrar las trayectorias de artistas como César Fernández Ardavín, Josep Renau, Josep Soligó Tena, Francisco Fernández Zarza, Macario Gómez Quibus, etc. y la manera de realizar difusión de las películas. Con una orientación distinta Josefina CLAVERÍA revisa los temas, la iconografía, la evolución y el lenguaje de los carteles de la Feria de Muestras y de las fiestas locales de las tres capitales aragonesas, mencionando los artistas y la evolución de los carteles en materia de diseño gráfico. Otra modalidad, el cartel turístico, es tratado por Francisco Javier LÁZARO, el cual se empezó a promocionar en el s. XIX. Parece que en 1912 ya se creó un cartel para el Congreso Internacional de Turismo (Madrid), una entidad que funcionó hasta el año 1939. A la misma le sucedió la Dirección General de Turismo hasta el año 1951 y después el Ministerio de Información y Turismo. Se presentaron modificaciones en los carteles a partir de los años sesenta, en los cuales el factor cultural se fue sustituyendo por el festivo.

Debemos valorar este medio de expresión, que en España empezó a generalizarse a finales del s. XIX y parece que estaba vinculado a la creación de una cultura del ocio. En un primer momento destacaban los carteles de corridas de toros, a partir de 1860 empezaron a surgir los formatos verticales. Desde 1916 apareció una nueva modalidad de cartel, más moderno influido por la estética de las vanguardias. Y a partir de 1936 se elaboraron numerosos carteles relativos a la Guerra Civil; eran más propagandísticos que publicitarios. Después de la guerra, a partir de 1939 y hasta finales de los años sesenta se modificó el tipo de cartel, pasando a ser más conservador en sus planteamientos.

El cartel experimental fue poco frecuente, ya que predominaron los taurinos y los cinematográficos. El cartel conceptual prevaleció entre 1961 y 1973, daba más relevancia a la idea que al estilo. Finalmente a partir de 1973 fue disminuyendo la importancia de este medio en su vertiente manual y de agilidad técnica. Se menciona también la evolución en los procedimientos de estampación e impresión, y se realiza un balance de las obras más destacadas sobre este tema.

IHE  
(Secretaria de la revista)