

El cartel publicitario (I y II)

Textos de apoyo para la proyección de imágenes de la Historia del cartel



Chéret Carteles diseñados por Jules Chéret (1836-1932) a finales del siglo XIX. Chéret es considerado el iniciador del cartel moderno, por su contribución al desarrollo de las nuevas técnicas de impresión a finales del siglo XIX, así como por haber revolucionado la estética del medio con sus coloridos y atractivos anuncios ilustrados, generalmente con figuras femeninas (de hecho, fue el primero en utilizar a la mujer como reclamo comercial).



Alphonse Mucha Carteles creados por Alphonse Mucha (1860-1939), artista, pintor, decorador y cartelista de origen checo que en sus anuncios, normalmente diseñados para publicitar bebidas o productos caros (casi nunca de primera necesidad) utilizó frecuentemente la imagen femenina como protagonista. Las icónicas mujeres que aparecen en sus carteles son mujeres jóvenes, en actitud seductora, con largas melenas y sofisticadas vestimentas.



Toulouse-Lautrec Carteles diseñados por Henri de Toulouse-Lautrec (1864-1901) pintor y cartelista francés que se dedicó a la representación de la vida nocturna parisina de finales del siglo XIX. Las calles, los cabarets y los cafés del barrio Montmartre -que le encargaban carteles para la promoción de sus espectáculos- protagonizaron su vida y sus obras gráficas. Gracias a dichos encargos Toulouse Lautrec pasó a la historia del arte como uno de los mejores diseñadores de carteles de todos los tiempos, género en el que innovó a través de unos encuadres originales, de líneas compositivas diagonales y del corte repentino de las figuras por los bordes, todos ellos recursos asociados a la técnica fotográfica y con los que conseguía una gran sensación de espontaneidad e instantaneidad para su composiciones.



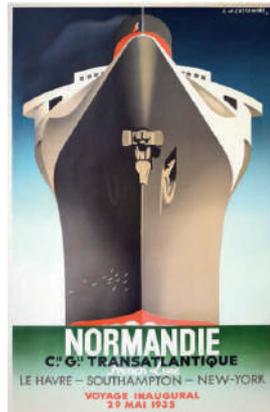
James Montgomery Flagg *I want you for the US Army* es un cartel diseñado en 1917 por James Montgomery Flagg (1877-1960) con el objetivo de reclutar tropas para luchar en la I Guerra Mundial. Rápidamente se convirtió en símbolo del patriotismo nacional y, además de surgir muchas otras versiones, fue reeditado dos décadas después, durante la II Guerra Mundial.



Rodchenko A diferencia de otros artistas como Toulouse Lautrec o Alphonse Mucha, que hicieron infinidad de carteles para anunciar productos de consumo y difundir espectáculos, los carteles de **Alexander Rodchenko** (1891-1956), como este de 1925, tuvieron un evidente y exclusivo contenido político al servicio de la Revolución Rusa. Desde el punto de vista artístico este en concreto resultó muy innovador: se trata de un fotomontaje en el que la imagen de la mujer grita “libros”, propagando el mensaje de la importancia de la cultura entre el pueblo (aunque el rostro de la mujer es el de una conocida cineasta y escritora de la época, aparece ataviada con un pañuelo, simulando así ser una obrera).



Howard Miller Cartel diseñado en 1942 por **J. Howard Miller** (1918-2004), empleado de la Westinghouse Electric & Manufacturing Company, para incentivar a las mujeres a realizar los trabajos que los hombres abandonaban al alistarse en el ejército para luchar en la II Guerra Mundial. Tiempo después se ha asociado su imagen a los movimientos feministas, pero en realidad este uso no tiene nada que ver con el objetivo para el que fue creado (de hecho, los puestos de trabajo eran recuperados por los hombres cuando regresaban de luchar en la contienda).



Cassandre Cartel diseñado durante el periodo de entreguerras para una naviera por **Adolphe Cassandre** (1901 - 1968). Su objetivo era vender uno de los barcos más avanzados de la época, de ahí la perspectiva desde la que se representa dicho barco: su proa vista de frente y a través de un ángulo contrapicado, contribuye a transmitir la sensación de grandeza, robustez y fortaleza con la que se quería identificar a estos buques y así lograr su venta.



Joos Schmidt Cartel diseñado por **Joos Schmidt** en 1923, en el seno de la Bauhaus, una escuela de arte, diseño y arquitectura fundada en Alemania en el periodo de entreguerras, que acabaría convirtiéndose en un referente para la historia de la arquitectura y el diseño del siglo XX. La Bauhaus defendía la importancia del diseño en la vida de las personas y prestó una especial atención al desarrollo de la tipografía, un elemento fundamental dentro del cartelismo.



Shepard Fairey Este cartel fue creado por el artista **Shepard Fairey** en 2008 a partir de una fotografía del fotoperiodista Mannie García, de la agencia Associated Press. La imagen se convirtió enseguida en uno de los símbolos más ampliamente reconocidos del mensaje del candidato presidencial, generando muchas variaciones e imitaciones, incluyendo algunas encargadas por la propia campaña de quien luego se convertiría en presidente. En enero de 2009, tras haber ganado las elecciones Obama y haber sido reproducida la imagen en cientos de miles de pegatinas, chapas y camisetas, la imagen del cartel fue adquirida por la National Portrait Gallery de Washington, donde es exhibida como una pieza icónica de la comunicación política contemporánea.