

Teoría e historia del cartel publicitario

Consulte nuestra página web: **www.sintesis.com**
En ella encontrará el catálogo completo y comentado



Queda prohibida, salvo excepción prevista en la ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra sin contar con autorización de los titulares de la propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (arts. 270 y sigs. Código Penal). El Centro Español de Derechos Reprográficos (www.cedro.org) vela por el respeto de los citados derechos.

Teoría e historia del cartel publicitario

Antonio Checa Godoy
Manuel Garrido Lora



Reservados todos los derechos. Está prohibido, bajo las sanciones penales y el resarcimiento civil previstos en las leyes, reproducir, registrar o transmitir esta publicación, íntegra o parcialmente, por cualquier sistema de recuperación y por cualquier medio, sea mecánico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o por cualquier otro, sin la autorización previa por escrito de Editorial Síntesis, S. A.

© Antonio Checa Godoy
Manuel Garrido Lora

© EDITORIAL SÍNTESIS, S. A.
Vallehermoso, 34. 28015 Madrid
Teléfono 91 593 20 98
www.sintesis.com

ISBN: 978-84-9077-465-6
Depósito Legal: M. 5.271-2017

Impreso en España - Printed in Spain

Índice

1. Teoría del cartel: concepto, rasgos, modelos	9
1.1. Qué es un cartel.....	10
1.2. El cartel en el ámbito de la comunicación y en el seno de la publicidad.....	14
1.3. Las funciones actuales del cartel.....	18
1.4. El cartel en la ciudad.....	20
2. Cómo atraer la mirada hacia el cartel	23
2.1. Las herramientas del cartelista.....	24
2.1.1. La persuasión retórica aplicada al cartel, 24. 2.1.2. La clasificación de las figuras y tropos retóricos en la cartelería, 31	
2.2. El contenido icónico y textual en el cartel.....	38
2.3. El uso de los colores.....	40
3. Los orígenes	43
3.1. La imprenta.....	44
3.2. La revolución y el cartel.....	46
3.3. La cromolitografía: el color en el cartel.....	48
4. La eclosión del color: el cartel modernista	53
4.1. Jules Chéret: cartel y arte.....	54
4.2. Toulouse-Lautrec: cartel y sátira.....	56
4.3. Alfons Mucha: la mujer idealizada.....	57
4.4. Los gatos de Steinlen.....	58
4.5. Italia y el cartel musical.....	60

4.6. El cartel centroeuropeo.....	61
4.7. El modernismo en España.....	62
4.8. De Londres a San Petersburgo.....	64
4.9. El cartel norteamericano.....	66
5. <i>Arte y publicidad: el cartel de las vanguardias</i>	69
5.1. Entre el cubismo y el <i>artdéco</i>	69
5.2. La racionalidad del cartel alemán.....	72
5.3. Los futuristas italianos.....	73
5.4. La excepción británica.....	74
5.5. Una vanguardia contenida en España.....	75
5.6. La Europa del Este.....	78
5.7. De sur a norte.....	80
5.8. Lejos de la vanguardia: Estados Unidos.....	81
5.9. Diversidad latinoamericana.....	82
5.10. Japón y China: viento del este, viento del oeste.....	84
5.11. El cartel se enriquece con la fotografía.....	86
6. <i>El cartel en tiempos de televisión y carreteras</i>	89
6.1. La irrupción de las vallas publicitarias.....	91
6.2. El buen humor francés.....	93
6.3. La tipografía suiza.....	95
6.4. Ironía y cartel social en las islas.....	96
6.5. Caminos italianos.....	97
6.6. Los modelos norteamericanos.....	99
6.7. España: entre la censura y el cambio.....	100
6.8. El imaginativo cartel polaco.....	102
6.9. Geografías al este.....	104
6.10. El fin de una época: protesta, arte popular y cartel.....	105
7. <i>Diseño y posmodernismo</i>	109
7.1. Provocar para atraer.....	110
7.2. Psicodélicos y surrealistas, vanguardia “a la americana”.....	114
7.3. La renovación en Europa.....	115

Índice

7.4. Llega el Este.....	118
7.5. España: cartel en democracia.....	121
7.6. Latinoamérica llama a la puerta.....	124
7.7. Asia: viejas culturas, nuevos modelos.....	127
8. El cartel en la era digital.....	131
8.1. Nuevas formas en la cultura urbana.....	131
8.2. El auge del cartel en la publicidad institucional y ciudadana.....	132
8.3. El cartel en la cultura digital.....	134
8.4. El futuro.....	135
9. El cartel de cine.....	137
9.1. Vidas paralelas.....	137
9.2. Hollywood impone un estilo.....	141
9.3. El agotamiento del modelo.....	143
9.4. Europa: del neorrealismo italiano a la fantasía polaca.....	144
9.5. Cantidad y calidad en el cartel español.....	149
9.6. Latinoamérica: el cartel de los nuevos cines.....	151
9.7. Hoy: menos relevancia, más libertad.....	153
10. Turismo y cartel.....	157
10.1. Pioneros: la agencia de Thomas Cook.....	157
10.2. El modelo suizo.....	158
10.3. Entreguerras: playas y deportes.....	160
10.4. El fomento del turismo, tarea estatal.....	162
10.5. El testimonio de la fotografía.....	165
10.6. El turismo en el estado de bienestar.....	167
10.7. El cartel español vende diferencias.....	169
10.8. El nuevo cartel turístico.....	170
11. El cartel de propaganda.....	173
11.1. Nacionalistas, feministas y obreros.....	173
11.2. La Primera Guerra Mundial crea modelos.....	176

11.3. El cartel revolucionario	178
11.4. El cartel republicano de la España en guerra	182
11.5. El apogeo: la Segunda Guerra Mundial	184
11.6. Guerra Fría, cartel caliente	187
11.7. Mayo de 1968: el eslogan al poder	192
11.8. La recuperación en el XXI. Del 15M al <i>brexit</i>	195
11.9. Del cartel político al cartel solidario	198
<i>Referencias bibliográficas</i>	201
Bibliografía	201
Webgrafía	206