



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES  
ARTS DE SANT CARLES

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Facultad de Bellas Artes

El cartelismo valenciano y su influencia en el diseño gráfico  
actual

Trabajo Fin de Grado

Grado en Diseño y Tecnologías Creativas

AUTOR/A: Viñas Mosquera, Adriné

Tutor/a: Furió Vita, Dolores

CURSO ACADÉMICO: 2022/2023

# CONTRATO DE ORIGINALIDAD

Este Trabajo de Fin de Grado ha sido realizado por la alumna Adriné Viñas Mosquera de la promoción 2022/2023 del Grado en Diseño y Tecnologías Creativas de la Universidad Politécnica de Valencia.

Este documento es original, no ha sido tomado de trabajos previos y el material empleado ha sido citado de manera correcta.

Firma:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Adriné', with a large, sweeping flourish extending from the end of the name.

Fecha: 19/07/2023

## RESUMEN

El cartelismo valenciano ha sido y sigue siendo un movimiento con gran influencia tanto a nivel nacional como internacional. Transformó la historia del diseño gráfico desde sus inicios, así como su contexto sociocultural, siendo muy importante en el periodo comprendido entre la II República Española y la Guerra Civil. Cartelistas como Josep Renau o Manuel Monleón son algunos de los mayores representantes de este movimiento que ha influenciado a muchos diseñadores gráficos y movimientos culturales posteriores bebiendo de esta corriente y adaptándola a los tiempos modernos. En este trabajo de fin de grado también haremos un recorrido por otras etapas importantes para el diseño gráfico valenciano como son la Ruta del Bakalao y la aparición de los carteles de Fallas.

PALABRAS CLAVE: Cartelismo, València, Diseño Gráfico, Historia, Fallas

## ABSTRACT

The valencian poster art has been and continues to be a movement with big influence both nationally and internationally. It transformed the history of graphic design from its beginnings as well as its sociocultural context, being very important in the period between the Second Spanish Republic and the Spanish Civil War. Poster designers like Josep Renau and Manuel Mon-león are some of the maximum representatives of this movement that has influenced a lot of graphic designers and later cultural movements drinking from this current and adapting it to the modern times. In this final degree project, we will also take a tour of other important stages for valencian graphic design such as the Bakalao Route and the appearance of the Fallas posters.

KEY WORDS: Poster, València, Graphic Design, History, Fallas

## AGRADECIMIENTOS

Gracias a mis mejores amigas por confiar en mis capacidades y siempre creer en mí.

A mi familia por demostrarme que puedo conseguir lo que me proponga si lucho por ello.

Y, por último, a aquellas personas que han participado directa e indirectamente en este proyecto aguantándome y dándome fuerzas para sacarlo adelante.

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	5
1. <i>OBJETIVOS</i> .....	6
1.1    OBJETIVO GENERAL .....	6
1.2    OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	6
2. <i>METODOLOGÍA</i> .....	7
3. <i>MOTIVACIÓN PERSONAL</i> .....	7
CONTEXTO HISTÓRICO.....	8
ANTECEDENTES.....	9
EVOLUCIÓN DEL CARTEL.....	11
1. <i>JOSEP RENAU Y SU APORTACIÓN</i> .....	11
2. <i>RUTA DEL BAKALAO</i> .....	14
3. <i>CARTELES DE FALLAS 1929-2023</i> .....	18
4. <i>CARTELISMO EN LA ACTUALIDAD</i> .....	20
CARTELISMO PORTUGUÉS .....	24
COMPARATIVA ENTRE EL CARTELISMO	
VALENCIANO Y EL PORTUGUÉS .....	27
CONCLUSIONES.....	31
BIBLIOGRAFÍA .....	32
ÍNDICE DE FIGURAS.....	35

## INTRODUCCIÓN

El cartel ha sido durante siglos el medio de expresión por excelencia para difundir ideas y pensamientos dentro de la sociedad. Ha tenido un papel fundamental en la publicidad siendo uno de los primeros soportes que permitía la promoción de productos, fiestas o eventos no solo a nivel nacional, si no también internacional.

En este trabajo de final de grado hacemos un recorrido por la historia del cartel comenzando por sus inicios a nivel internacional y posteriormente nos centraremos en España y más concretamente en la ciudad de Valencia.

En esta última pasaremos por diferentes etapas de la historia de la ciudad levantina destacando el uso del cartel en la fiesta de las Fallas, donde la cartelería y la imagen visual año tras año es un factor fundamental de esta tradición en la que el cartel comenzó a tener protagonismo en 1929 y hasta día de hoy perdura siendo una figura importante.

Por otro lado, tenemos la Ruta del Bakalao que fue sin duda un punto de inflexión en la sociedad valenciana y supuso una revolución también a nivel de diseño gráfico y cartelismo. Podemos encontrar durante este periodo la incorporación del merchandising como elemento de promoción y de acompañamiento a la cartelería.

No podemos hablar de la historia del cartel en España sin mencionar la II República Española, la Guerra Civil y la posterior dictadura, donde figuras como Josep Renau destacaron a nivel artístico y revolucionario dejando un gran legado para las generaciones futuras manteniendo, a través de sus carteles, la historia viva y real.

El recorrido finaliza haciendo un análisis breve de algunos carteles y campañas actuales donde vemos la influencia de la historia del cartel en ellos, pero también una búsqueda de modernidad y experimentación característica del diseño contemporáneo.

Y, por último, también he incluido en esta investigación a nuestro país vecino Portugal y su cartelería. La razón de añadir el cartelismo portugués y su historia nace de una inquietud personal por incluir una parte de mi experiencia universitaria y conocimiento adquirido sobre una cultura similar y a la vez diferente de la que poco sabemos.

Este proyecto concluye con una comparativa del diseño gráfico español y valenciano con el portugués, incluyendo por supuesto sus carteles destacando los parecidos y las diferencias entre ambos.

# 1. OBJETIVOS

## 1.1 OBJETIVO GENERAL

El objetivo general de este trabajo final de grado es determinar, dadas las investigaciones previas e información recopilada, como ha influido el cartelismo valenciano en el diseño gráfico actual haciendo un recorrido por la historia de la ciudad y sus movimientos sociales y artísticos, no solo a nivel regional y nacional, sino también a nivel internacional.

## 1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Para conseguir este objetivo principal, se han recurrido a una serie de objetivos específicos planteados al principio y durante el proceso de investigación:

- Hacer un recorrido histórico por la evolución de los carteles y el estilo valenciano
- Investigar sobre cartelistas de referencia
- Recorrer la historia de los carteles de fallas desde 1929 hasta la actualidad
- Analizar los carteles durante la ruta del Bakalao y su estilo innovador
- Describir y comprender como es actualmente el diseño gráfico en la Comunidad Valenciana
- Definir el cartelismo portugués
- Comparar el cartelismo valenciano y el portugués: similitudes y diferencias

## 2. METODOLOGÍA

El proceso de investigación seguido en este trabajo de fin de grado se ha basado en la investigación a través de libros y páginas web. Dado que este proyecto se ha construido alrededor de la historia de Valencia y su cultura, una parte de la investigación se ha realizado visitando exposiciones y museos como el Museo Fallero para ver en persona los soportes físicos y analizarlos más en detalle. También he recurrido a documentación de la época como el documental “Hasta que el cuerpo aguante” sobre la Ruta del Bakalao y el documental de “La Ruta” de Apunt, siendo este último una recopilación de testimonios de valencianos que vivieron esa etapa.

Con toda esta información recopilada el siguiente paso a seguir fue la selección y síntesis de la información y elementos visuales.

## 3. MOTIVACIÓN PERSONAL

La curiosidad y el amor por la ciudad que me ha visto crecer ha sido las principales motivaciones que me han movido a realizar mi trabajo final de grado sobre un tema tan específico. La historia puede ser contada de muchas formas y para mí el cartelismo es una de ellas, las tradiciones y la vida de Valencia contada a través de la gráfica y la cultura visual de una sociedad cambiante que he querido reflejar en este trabajo.

Por otro lado, después de realizar mi estancia de movilidad en Portugal, quise incluir una parte del conocimiento que he adquirido reflejándolo también a través de sus carteles y haciendo una comparativa de la ciudad que me acogió durante una etapa de mi vida y la que ha visto mi evolución como persona.

## CONTEXTO HISTÓRICO

El cartel como medio de expresión ha tenido un papel importante para la sociedad siendo utilizado para difundir ideas y mensajes a través de las artes gráficas. En España, es necesario remontarse hasta el año 1737 para encontrar los primeros carteles publicitarios que se componían únicamente de tipografía y anunciaban las corridas de toros de la época. Poco a poco se van introduciendo ilustraciones de toreros de renombre en los carteles para ilustrar la información que en ellos aparecía, hasta que se introduce la litografía y revoluciona el cartelismo español.

En Valencia, la función de la cartelería ha evolucionado partiendo de los carteles cuya función era enunciativa y alcanzando su auge durante el periodo de la Segunda República y la Guerra Civil con una función política y reivindicativa.

Haciendo un recorrido por la historia del cartelismo valenciano, algunos de los más importantes y destacados carteles son el creado para la Gran Feria de Valencia del año 1898 con un estilo Art Nouveau francés combinado con elementos de la cultura valenciana como la fallera o las naranjas. También quiero destacar el primer cartel de fallas de 1929 hecho por Josep Segrelles para la oficina de turismo, y, por último, destacar a una figura importante del cartelismo valenciano que es Josep Renau y su cartel más internacional realizado para el balneario de Las Arenas en 1932.



FIG 1. Autor Anónimo. 1737. Primer cartel publicitario en España

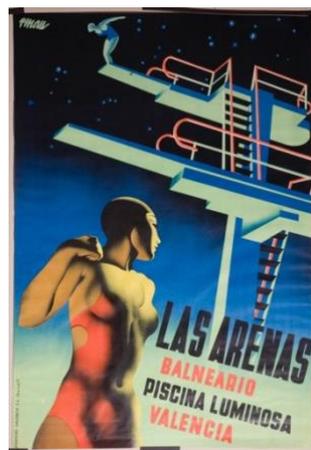


FIG 2. Josep Renau. 1932. "Balneario de las Arenas"



FIG 3. Arturo Almar. 1898. Realizado para la Gran Feria de Valencia de 1898

Este lenguaje gráfico con una estética art decó, pero con elementos locales valencianos, fue adaptándose a los tiempos cambiantes de aquella época lle-

gando a los años dorados del cartelismo valenciano, el periodo comprendido entre la Segunda República y la Guerra Civil Española.

Durante la Segunda República, la ciudad de Valencia cobró gran importancia ya que fue la capital del país. Por esta razón, los cartelistas y artistas trasladaron sus talleres a la ciudad valenciana.

También fue durante este periodo donde destaca el uso de la litografía, en la que se centraron muchos de los artistas y diseñadores valencianos ya que era una forma sencilla de conseguir un dinero extra participando en concursos de cartelería como el de las Ferias de Julio o las Fallas.

Con el estallido de la guerra en 1936, la actividad cartelista pasó a centrarse en la propaganda política por parte de ambos bandos. Poco a poco estos carteles que pretendían impulsar los valores e ideales políticos del bando republicano fueron llenando las calles de Valencia e implantando en los ciudadanos la idea de revolución a través de la propaganda.

Con el final de la guerra, muchos cartelistas valencianos y del resto de España tuvieron que huir para no ser arrestados a causa de su trabajo activista en cartelería. Sin embargo, su legado fue referente para los cartelistas valencianos posteriores desde los carteles de fallas hasta los carteles de la ruta del bakalao característicos de la cultura valenciana a lo largo de los años.

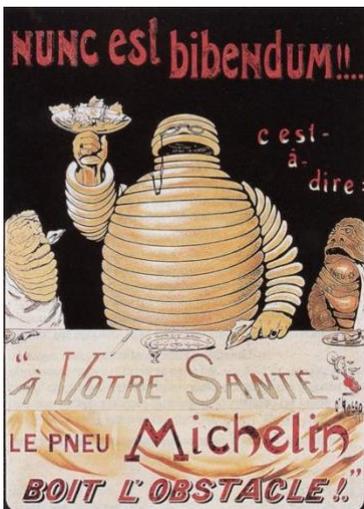


FIG 4. Marius Rossillon. 1898. "Bibendum" primera campaña publicitaria para Michelin

## ANTECEDENTES

Para encontrar los inicios del cartel como medio de comunicación, tenemos que remontarnos a París, donde a partir del año 1886, el artista Jules Chéret se dedicó exclusivamente a la producción de carteles siendo el primero en hacerlo. Durante aquella época también en París, se realizaron las primeras campañas publicitarias donde el cartel por primera vez cumple función comunicativa como la que se realizó para Michelin hecho por Marius Rossillon en 1898 o la de Anís "El Mono" realizada por Ramón Casas en Barcelona.

En el territorio valenciano, nos remontamos al año 1909 en la Exposición Regional Valenciana, inspirada en las exposiciones universales de Londres y París.

Uno de los propósitos de la exposición era situar Valencia en el mapa internacional y ser reconocida como una ciudad moderna. Aquí el cartel cobra gran importancia para difundir estas ideas al mundo y dejando además entrar la modernidad y las vanguardias en lo que el arte visual se refiere.

Los cartelistas valencianos eran bastante independientes y disponían de una gran libertad creativa, aunque partidos políticos como el comunista pretendían que sus creaciones siguieran la estética de los carteles de la Unión Soviética.

El cartelismo político en la Rusia revolucionaria de 1917 consistía en la utilización de símbolos impactantes, sencillos y claros que fueran fáciles de comprender para las masas populares. Durante los primeros años de la Unión Soviética, fue el cartelismo el que contribuyó a la formación del “nuevo hombre”. Obreros, soldados del ejército rojo y campesinos eran los protagonistas de esta propaganda que pretendía ensalzar el poder del pueblo.

Elementos como la hoz, el martillo, el arado o la azada forman parte la imagen visual de esta etapa, así como la bandera roja que personifica la lucha revolucionaria y la sangre derramada por los soldados en busca de la libertad. El sol como elemento que simboliza la libertad y el futuro, y las cadenas que simbolizan la opresión que sufre el pueblo y que consiguen romper.

El cartelismo soviético y el empleado en la primera guerra mundial fue antecesor del cartelismo bélico. Diseños como el de Alfred Leete titulado “Britons wants you” de 1914 que sería referente posteriormente para Montgomery Flagg en EE. UU. y también en la Revolución Rusa y la Guerra Civil Española.

Las vanguardias rusas y los artistas de izquierdas fueron los principales artífices de la imagen gráfica durante la Revolución de Octubre. Algunos de sus principales exponentes fueron Vladímir Kozlinski y Vladímir Lébedev.

Volviendo a España, durante el siglo XX, las empresas y talleres empezaron a desarrollar la técnica cromolitográfica e incorporaron rotativas y nuevos sistemas de fotograbado que se vieron interrumpidos a causa de la Guerra Civil. Sin embargo, estos avances industriales no resultaron como se esperaba en Valencia, al igual que en ciudades como Barcelona o Madrid, ya que la mentalidad de la sociedad del Levante no estaba abierta a la modernidad y por otro lado la escasa formación de los artistas valencianos y la falta de referentes extranjeros, dan lugar a temáticas anticuadas que hicieron que la evolución del cartelismo y la ilustración valenciana fuera más lenta.

Por supuesto no podemos hablar del arte valenciano sin mencionar a Joaquín Sorolla, que, aunque destaca por su labor como pintor, tuvo gran influencia en el cartelismo creando ilustraciones para anunciar festividades taurinas o publicar periódicos como “El Pueblo”.

Durante los años 80 con la muerte del dictador español Francisco Franco, España experimenta cambios a todos los niveles tanto sociales, económicos y por supuesto en el diseño gráfico también.

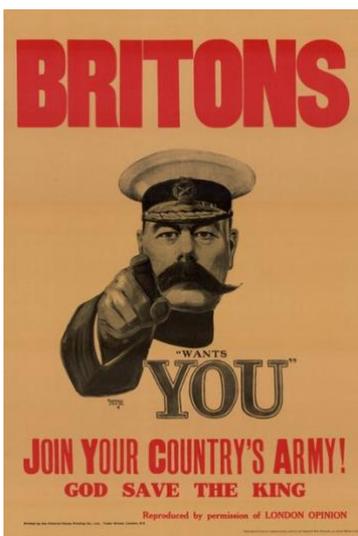


FIG 5. Alfred Leete. 1914. “Britons wants you”

En la Comunidad Valenciana, La Nave fue un colectivo de diseñadores y artistas que cambiaron la manera de entender el diseño gráfico y de producto. Uno de los artistas más influyentes de este grupo fue Mariscal.

Con la llegada del primer ordenador Apple Macintosh, el diseño y la publicidad experimentan un cambio a la era digital dándole otras posibilidades a la creación de carteles incluyendo elementos cada vez menos informativos convirtiéndose ya no solo en una mera forma de comunicación, sino también en una obra de arte.

## EVOLUCIÓN DEL CARTEL

### 1. JOSEP RENAU Y SU APORTACIÓN

Una de las figuras más conocidas del arte valenciano es Josep Renau, artista gráfico, pintor y muralista.

Nació en 1907 en Valencia y desde pequeño destacó por sus grandes capacidades para el dibujo, por ello estudió en la Escuela de Bellas Artes entre los años 1919 y 1925.

Compaginándolo con sus estudios y desde muy joven, trabajó en imprentas y talleres litográficos que le llevaron a realizar colaboraciones en revistas como “La República de les lletres” realizando fotomontajes e ilustraciones.

El cartelismo fue su punto fuerte y en la que destacó a través de la estética del fotomontaje influenciado por la obra predadaísta y dadaísta centroeuropea de John Heartfield y Raoul Asuman.

Con el uso masivo del cartel publicitario en España en los años veinte y el comienzo de la industrialización durante la dictadura de Primo de Rivera, se sientan las bases de la conocida economía del consumo y que supuso la entrada de nuevas técnicas de publicidad al territorio español.

Con 18 años, Renau gana su primer concurso de carteles, ámbito artístico en el que destacó años después siendo un gran comunicador de masas con un estilo propio.

En 1937 publicó “Fundación social del cartel” que fue clave para que los ciudadanos y lectores se familiarizaran con el mundo del cartelismo político y poco a poco, Josep Renau desarrolla su trabajo y en él plasma su pensamiento político que incrementa con el estallido de la Guerra Civil. Durante este periodo fue clave su trabajo como director general de Bellas Artes siendo el responsable de que



FIG 6. John Heartfield. 1928. Realizado para el Partido Comunista Alemán



FIG 7. Josep Renau. 1937. Libro “Fundación social del cartel”

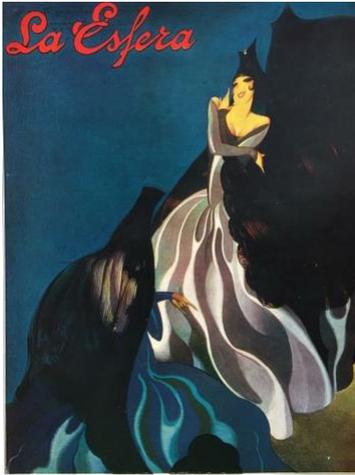


FIG 8. Josep Renau. 1929. Portada para la revista "La Esfera"

hoy en día muchas de las obras expuestas en los grandes museos nacionales puedan ser admiradas por millones de visitantes.

Al haber estudiado Bellas Artes, aprendió el oficio de una manera academicista y técnica. Además, también basó su enseñanza en la figuración costumbrista y el estilo del artista Sorolla.

Al ser muy inquieto, Renau decidió ir más allá y rebelarse contra el estilo clásico en el que se había educado. Fue en la litografía de José Ortega donde entró en contacto con la ilustración gráfica y sobre todo con el cartelismo orientando así su carrera artística. Fue así como en los años 20 se vio influenciado por el Art Déco y su aplicación decorativa del exotismo, así como del cubismo, el fauvismo y el futurismo como comenta Cabañas Bravo en su ensayo *"Josep Renau y la recuperación de una belleza comprometida"* (2013). Son de esta etapa muchas de sus obras y portadas de revista como "La esfera", "Nuevo Mundo" o "Mundo Gráfico", donde los protagonistas eran personajes, sobre todo mujeres, estilizados realizando acciones de manera desenfadada con la estética geométrica y simplificadora del Art Déco.

Ante estas influencias de las vanguardias, se informó más sobre ellas y comenzó a leer panfletos anarquistas y marxistas alimentando y creando poco a poco su pensamiento político y crítico. Fue en 1929 cuando publicó "A raíz de la Exposición de Arte de Levante", su primer manifiesto en el cual criticaba el academicismo valenciano.

Fue pionero en la experimentación dentro del mundo del cartelismo español, ya que fue el introductor del aerógrafo y usando como referencia las obras de Max Ernst, realizó sus primeros fotomontajes y poemarios ilustrados en 1930.

Es con la proclamación de la II República cuando se inician en España una serie de cambios políticos y sociales, así como también artísticos que entusiasman a Renau y crea en este periodo carteles tan conocidos como "Vino de España" o "Las Arenas" siguiendo con la estética déco. Es también en este periodo cuando se afilia al partido comunista en el que militaría y cuyas ideas expresaría en sus creaciones artísticas.

Respecto a su trabajo en diseño publicitario y comercial, es necesario mencionar a la imprenta Gráficas Valencia de Vicente Muñoz en la que trabajó en 1932 dirigiendo el primer taller de fotolitos de la ciudad y del que surgen originariamente muchos de sus carteles comerciales, electorales y de cine.

Dos años después, en 1934 inició un vínculo como cartelista con Cifesa, productora de cine valenciana. Fue durante estos años que creó junto a Rafael Estellés y Mañó, los talleres litográficos REM.

Poco a poco empezó a experimentar dentro del ámbito artístico del cartel y la publicación impresa, añadiendo técnicas nuevas y medios como el fotomontaje, el aerógrafo, el fotolito, el encarte, etc. Así fue marcando su camino artístico donde se diferenciaban dos orientaciones importantes: la político-social y la comercial.

Fue así como publicaría sus tres primeros fotomontajes políticos en 1932 en la revista anarcosindicalista y pestañista “Orto”, con grandes influencias del cine soviético, el grafismo constructivista y el fotomontaje dadaísta. Sería al año siguiente cuando comenzaría a introducir el color en sus fotomontajes y agrupándolos por temáticas.

Se fue alejando cada vez más de esa primera influencia déco incorporando y fijando en ella más elementos de las corrientes vanguardistas e ideológicas (Cabañas Bravo 2013). Conforme cambiaban sus influencias, crecía su compromiso político y su necesidad de renovar sus búsquedas artísticas. En sus carteles destinados para cine predominaba lo comercial y la adaptación a la sociedad española; estas obras se caracterizaban por su simplicidad plástica y la presentación naturalista de los personajes con el uso de tintas planas y dibujos basados en formas geométricas.

Carteles como “Gran corrida de la Asociación de la Prensa” o “3ª Olimpiada Obrera” que fueron presentados a concursos o utilizados para campañas políticas, dieron al artista una mayor libertad creativa.

Gran parte de su obra artística fue creada e impresa en Valencia, algunos carteles de cine como “Los marinos de Cronstad” o “El pueblo en Armas” fueron bastante exitosos en la época, pero, aun así, siguió realizando carteles incentivando la lucha del Partido Comunista.

Un que tuvo mucha repercusión y hasta día de hoy sigue siendo un emblema de los tiempos de la II República, es “11 de febrero 1873: un anhelo; 14 de abril 1931: una esperanza; 16 de febrero 1936: una victoria”, que realizó para conmemorar los dos años de victoria del Frente Popular en el año 1936.

Una vez la derrota republicana fue un hecho, Renau tuvo que exiliarse primeramente en Francia y años después partiría a México.

Fue en este último destino donde continuó su labor artística desarrollándose en un ámbito nuevo: el muralismo. Fue su colaboración con el artista mexicano David Alfaro Siqueiros la que le llevó a crear obras como “Retrato de la burguesía”, su primer mural en México. Fue durante esta época, donde realizó la mayor parte de sus trabajos en carteles de cine, ya que era el principal sustento para mantenerse a él mismo y a su familia, exiliada junto a él.



FIG 9. Josep Renau. 1936. “11 de febrero 1873: un anhelo; 14 de abril 1931: una esperanza; 16 de febrero 1936: una victoria”



**FIG 10.** Josep Renau. 1952-1966. "Seguridad Nacional" pertenece a su serie de fotomontajes "The American Way of Life"

No fue hasta el año 1949 cuando iniciaría una de sus obras de fotomontaje más personales y críticas titulada "The American Way of Life". Esta serie de 69 fotomontajes recoge de una manera crítica la forma de vida americana, el conocido "sueño americano" y, en definitiva, un documento sobre los años de la conocida Guerra Fría.

Durante los años 60 decidió abandonar México para trasladarse a Berlín Oriental donde realizaría trabajos centrados en el arte político y el activismo dejando de lado el mundo publicitario que le dio de comer años atrás.

En España con la inminente muerte del dictador Francisco Franco, muchos volvieron del exilio, y entre ellos Josep Renau, aunque no para quedarse de manera definitiva, sino más bien para realizar diferentes colaboraciones artísticas. Fue durante estos breves años antes de su muerte, cuando realizó escritos relatando sus vivencias a través de sus carteles y fotomontajes de la época republicana y que conservamos hoy en día como fuentes históricas y gracias a las cuales se conoce el arte y la propaganda de aquella época en la ciudad de Valencia.

Este afán por rescatar la historia republicana llegaría a su fin en 1982 en Berlín, cuando el artista valenciano fallece dejando tras de sí una gran galería de carteles, fotomontajes y obras artísticas que narran y dan visibilidad a una parte muy importante de la historia de España y en concreto de los valencianos.

## 2. RUTA DEL BAKALAO

La Ruta del Bakalao o Ruta Destroy conocida así por ser un fenómeno a nivel nacional de ocio nocturno y fiesta, consistió en un conjunto de discotecas que los jóvenes de los 80 y 90 frecuentaban yendo de un club a otro durante los fines de semana casi sin descanso.

La ruta supone para los valencianos una vía de escape, ya que es necesario recordar que España estuvo bajo una dictadura durante 40 años y una vez finalizó, hubo en todo el país un movimiento de apertura a la modernidad y liberación de esa sociedad reprimida durante tantos años.

Fue sin duda un fenómeno social y musical que hasta día de hoy ha marcado a generaciones de valencianos y valencianas que vivieron esos años al máximo en discotecas como Chocolate, la más representativa de la ruta, Barraca, Puzzle, Spook, ACTV, Face, Nod y Espiral.



FIG 11. Logotipos de las discotecas de la Ruta recopiladas en el libro “Ruta Gráfica: el diseño del sonido de València” de Moy Santana y Antonio José Albertos. 2022

Esta parte importante de la historia valenciana comenzó como una liberación para la juventud y para las mujeres supuso aún más ya que con el cambio de mentalidad de los jóvenes, ellas se sintieron más libres de expresarse. A través de la música, la ropa o los peinados extravagantes, crearon un estilo único bebiendo de las modas emergentes en toda España y fuera de ella, dándoles su toque personal.

En lo que respecta a la música, parte fundamental de este movimiento, los DJ de la Ruta buscaban sonidos nuevos acorde a los nuevos tiempos que corrían. Pinchadiscos como Carles Simó, en la discoteca Barraca, José Conca o Ximo Bayo, son algunos de los nombres más conocidos que han pasado a la historia de la música valenciana por su trabajo durante los años de esplendor de la ruta. Este último, Ximo Bayo, conocido dentro y fuera del Levante, fue el impulsor y creador de un estilo único que solo se podía encontrar en las discotecas de la Ruta.

Su sonido único fue pionero en el estilo de música llamado Bakalao, creando canciones que hasta día de hoy suenan como “Exta si, exta no” o “Así me gusta a mí” que se pueden escuchar en el documental de CANAL + “Hasta que el cuerpo aguante” (1993) realizado durante los últimos años de la ruta.

Conforme la Ruta del Bakalao se hacía más conocida y se extendía al resto de provincias del país, muchos jóvenes hacían kilómetros y kilómetros de carretera para poder disfrutar de las famosas discotecas. Pero no eran los únicos, grupos de música emergentes de la época como Seguridad Social o Alaska y los Pegamoides, tocaban también en las salas valencianas.



FIG 12. Ximo Bayo durante los años 80 en una de sus actuaciones

Aunque la música y la fiesta era el factor principal del movimiento, la Ruta tuvo una parte oscura y a la que se le dio mucha visibilidad hasta el punto de acabar con este movimiento que empezó siendo moderno y liberador y se fue oscureciendo por la droga y los accidentes en las carreteras españolas.

Se cargó muchas vidas, tal y como cuentan en el documental de À PUNT (2022), donde se tratan las luces y las sombras de una época que para algunos fue inolvidable. Según podemos ver en el documental, una de las principales razones por las que se acabó fue la gran expansión que adquirió un mundo que comenzó siendo “underground” y del que los adultos y padres de esos jóvenes que la vivieron se oponían a que continuara.

Para poder hablar con propiedad del cartelismo durante la ruta, primero debemos mencionar sus antecedentes que se remontan a los primeros carteles publicitarios en el último cuarto del siglo XIX con un carácter efímero e informativo en una sociedad industrial y de consumo. Un artista valenciano que destaca durante esta época es Josep Segrelles, del que hablaremos más adelante ya que entre otras obras, es conocido por realizar el primer cartel de Fallas.

En el panorama social y político, el cartel adquiere gran importancia durante la República y la posterior Guerra Civil, destacando de esta etapa a Josep Renau que a través de una estética vanguardista ligada a las nuevas corrientes artísticas que predominaban en Europa, plasma en sus carteles esas ideas políticas y revolucionarias buscando el impacto visual. También destaca de este periodo la influencia de la cartelería soviética en la claridad del mensaje que se pretendía transmitir y la forma contundente de expresión artística.

Durante los primeros años de dictadura y con el fin de la guerra, la cartelería deja de lado la modernidad y las vanguardias ensalzando el nuevo régimen político y sus virtudes retrocediendo y parando ese proceso de renovación que se había dado años atrás durante la II República.

Con el fin de la dictadura y durante los años de la Ruta, el diseño gráfico volvió a ser un gran pilar y elemento de difusión, concretamente con el uso de la cartelería. Grandes nombres como Paco Roca, Mariscal o Francis Montesinos son algunos de los diseñadores que se esconden detrás de los diseños de carteles de las discotecas de la Ruta. Y no solo los carteles formaban parte de la gráfica de la Ruta, también la animación teatral, las performances, la moda o los fanzines, son elementos que conforman en su conjunto una identidad gráfica con un estilo propio y moderno para la época.



FIG 13. Edu Marín. 1988. Cartel para la discoteca "Chocolate"



FIG 14. Daniel Torres. 1981. Cartel para la discoteca "Metrópolis"

El libro "Ruta gráfica: el diseño del sonido de València" de Moy Santana y Antonio José Albertos (2022), recoge todos los elementos gráficos que ha sido posible encontrar y restaurar de aquella época, tanto carteles como flyers recogen la historia gráfica y a sus autores, algunos que ahora son muy conocidos y otros completamente anónimos que por aquel entonces no sabían la repercusión que tendrían sus obras. También podemos encontrar en un mundo principalmente de hombres, algunas representaciones femeninas como Elisa Ayala, el grupo DequeDéque y Lola Vázquez, que son de las pocas mujeres que se abrieron paso durante esta época en el mundo del diseño gráfico.

Es durante los años 60, cuando aparecen en el panorama del arte valenciano una serie de colectivos de artistas influenciados por el pop art, el cómic y la cultura popular. Destacan sobre todo el Equipo Realidad y el Equipo Crónica, que plasman sus ideas en obras que se alejan completamente de todo lo que se hacía hasta el momento rompiendo con la estética empleada durante los años de dictadura.

La Nueva Escuela Valenciana es el nombre que reciben un conjunto de historietistas que durante los años 80 son los principales responsables de la imagen gráfica dentro del ocio nocturno valenciano. Este grupo estaba formado por artistas como Miguel Calatayud, Sento Llobell, Mique Beltrán, Micharmut, Daniel Torres, Manel Gimeno o Ramón Marcos.

Este grupo artístico se considera el inicio del movimiento del fanzine en España, con el primer número underground "El Rollo enmascarado" de 1973 creado por Nazario Luque, Mariscal, Miguel y Josep Farriol.

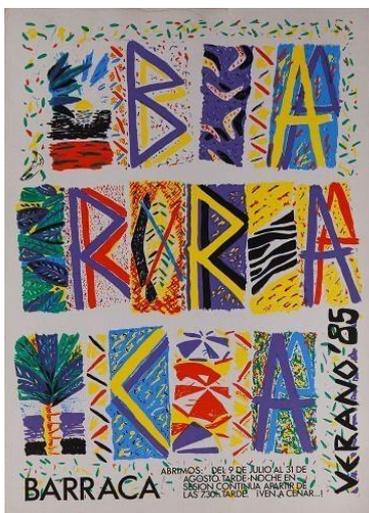


FIG 15. Armando Silvestre y Elisa Ayala. 1985. Cartel para la discoteca "Barraca"

Muchos de estos artistas que influyeron de manera positiva a la imagen gráfica de la ruta son, en su mayoría, autores anónimos que no se dedicaban principalmente al mundo del diseño, sino que lo veían más bien como una afición realizando estos proyectos de manera desinteresada sin ser conscientes de la influencia que tendría en el futuro. También muchas imprentas valencianas se sumaron a la creación de carteles y todo tipo de soportes creando así un movimiento espontáneo que explica por qué hoy en día no se guardan registros más allá de colecciones privadas.



**FIG 16.** Entradas y flyers de la discoteca “Spook” recopiladas en el libro “Ruta Gráfica: el diseño del sonido de València” de Moy Santana y Antonio José Albertos. 2022

Lo que durante los 80 comenzó siendo un movimiento a nivel gráfico muy libre y desenfadado, creando obras incluso a rotulador de una manera rápida, acabó convirtiéndose, con la difusión y el gran alcance de la Ruta, en un trabajo industrializado del que se hacían tiradas masivas de carteles llegando incluso a digitalizarse con la aparición de los primeros ordenadores.

### 3. CARTELES DE FALLAS 1929-2023

Para los valencianos, la semana más importante y especial del año es la del 14 al 19 de marzo, la semana fallera. Esta fiesta se lleva celebrando durante siglos donde los carpinteros valencianos en la víspera de su santo patrón quemaban

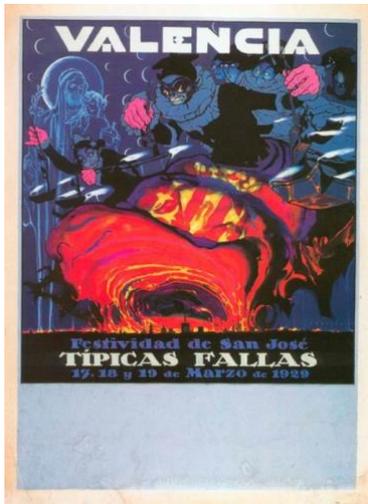


FIG 17. Josep Segrelles. 1929. Primer cartel de Fallas

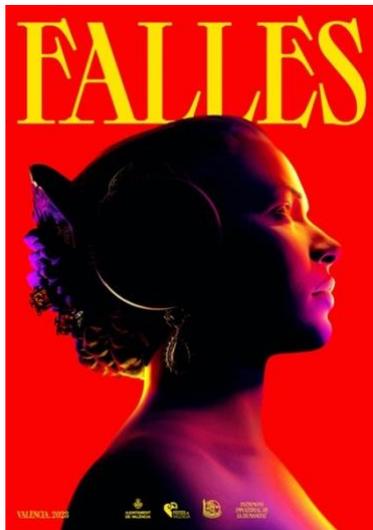


FIG 18. Democràcia Estudio. 2023. Último cartel de Fallas realizado hasta la fecha

en la hoguera los restos de madera, virutas y trastos viejos limpiando sus talleres y dando la bienvenida a la primavera.

Sin embargo, a pesar de su larga tradición, no fue hasta el año 1929 cuando los responsables de la Sociedad Valenciana de Fomento del Turismo decidieron mostrar las Fallas al resto del mundo. El Ayuntamiento de Valencia contrata al pintor Josep Segrelles que es el responsable de crear el primer cartel de fallas de la historia. Desde ese primer cartel y hasta día de hoy, la mayor representación gráfica de la fiesta a nivel internacional es la cartelería que se edita año tras año y se adapta a los tiempos y sociedad de cada época a través de las obras.

Centrándonos en el análisis y los aspectos estilísticos de la cartelería fallera, podemos ver que la mayoría de los elementos que aparecen corresponden y construyen la propia identidad colectiva valenciana, convirtiéndose así en un símbolo propio de representación y difusión de la fiesta.

Elementos icónicos identitarios de la ciudad y propios de las fallas, se convierten en símbolos de la gran fiesta de Valencia. Se pueden encontrar elementos arquitectónicos como el edificio del ayuntamiento, el Micalet, las Torres de Serranos, la barraca (construcción típica valenciana), el Palau de la Música, el Palacio de Congresos, el Hemisfèric y la silueta de la ciudad, transformados en símbolos icónicos y representativos no solo de la ciudad, sino también de las Fallas.

La indumentaria y el peinado valencianos, que provienen de los vestidos de gala de los labradores de la huerta de Valencia tal y como indica Ariño Villaroya en su libro *“La ciudad ritual: la fiesta de las fallas”* (1992), son elementos con identidad propia que se repiten año tras año en las propuestas de carteles falleros. Elementos que definen a la provincia de Valencia y sus costumbres únicas de cara al panorama internacional.

Por otro lado, no se puede hablar de la fiesta de San José sin mencionar el fuego, elemento purificador siendo el que pone punto final a las festividades con la cremà y que a su vez da inicio a la primavera.

En términos estilísticos, el color cobra una gran importancia en el desarrollo y creación de la cartelería. Cobra un fuerte carácter simbólico utilizando los colores rojo, amarillo y azul en representación al fuego y a la señora valenciana. Predominan las tonalidades cálidas construyendo el simbolismo en torno a la idea del fuego representado de diferentes formas adaptándolo a la época y las modas dentro del diseño gráfico.



FIG 19. Ibán Ramón. 2016. Serie de carteles de Fallas del año 2016

Actualmente podemos encontrar todos los carteles desde 1929 hasta 2023 junto a algunos carteles finalistas del concurso, en el Museo Fallero de la ciudad. Es una parada obligatoria para admirar no solo la evolución del estilo artístico, sino también de la fiesta y las tradiciones de una sociedad cambiante y que se refleja en cada uno de los carteles que allí se exponen.

## 4. CARTELISMO EN LA ACTUALIDAD

La ciudad del Levante está rodeada de tradición y arte en sus calles, siglos y siglos de historia que podemos apreciar en sus edificios, sus fiestas, su cultura y sobre todo el diseño, el cual ha estado ligado de cierta manera al mar Mediterráneo y la forma de vida única de su sociedad.

Ya no solo hablamos de museos y galerías de arte, sus calles en Fallas son un testimonio vivo de la cultura particular de esta ciudad y sus habitantes, pero también lo es el diseño y las artes gráficas que han visto nacer a artistas como Josep Renau, Manuel Monleón y más contemporáneamente a Iban Ramón con sus carteles de Fallas o Pepe Gimeno, responsable de la identidad gráfica del transporte valenciano EMT, Metro Valencia y MetroBus.

El diseño gráfico es capaz de transmitir mensajes claros que son capaces de prolongarse en el tiempo contando así la historia de una ciudad a través de las artes gráficas y el paso del tiempo. Se adapta y amolda a la sociedad y sus cambios, contribuyendo así a causas sociales, políticas, económicas, festivas y un largo etcétera que abarca todos los ámbitos.

Con las guerras, en especial la II Guerra Mundial y la posterior Guerra Fría, el diseño gráfico en general y el cartelismo en concreto, comienzan a adquirir un tono más minimalista y la tipografía cobra una gran importancia. También es



FIG 20. Pepe Gimeno. 2011. Identidad gráfica de la empresa de transporte EMT

después de superar estos tiempos difíciles, cuando la cartelería adopta un tono de humor como reacción al miedo y la represión, sobre todo en la publicidad de productos cotidianos.

También es en estos años, cuando los carteles cinematográficos comienzan a tener una mayor importancia en el mundo del cartelismo, así como los títulos de crédito del artista Saul Bass, que revolucionó el mundo del cine y el diseño gráfico con sus trabajos en películas como “Vértigo” o “Anatomía de un asesino”.

Es en los 80 cuando las artes gráficas sufren un cambio drástico con el lanzamiento del primer Macintosh de Apple, que supone para los diseñadores experimentar con las nuevas tecnologías y las posibilidades gráficas que ofrecían.

Hoy en día, la sociedad en la que vivimos está saturada de información e imágenes visuales. Somos una población cuyos intereses se basan en el consumo rápido y las imágenes fugaces y llamativas. Con el cartelismo sucede lo mismo, poca gente se para a visualizar carteles poco llamativos y con mucha información.

Por esta razón, los estudios de diseño valencianos y de todo el mundo han adaptado sus creaciones para un público saturado de información. Carteles flexibles y versátiles que se centran en un concepto puro y lo desarrollan con creatividad para que sean percibidos en pocos segundos.

Tipografías y formas geométricas son los elementos principales de muchos carteles; Representaciones abstractas de un concepto y una forma simple, son los principales objetivos de los cartelistas y diseñadores, aunque muchos de ellos no dejan de lado la figuración, pero la adaptan a los tiempos modernos utilizando nuevas técnicas tanto digitales como manuales.

Cuando hablamos de diseño gráfico y cartelismo en la ciudad de Valencia, tenemos que mencionar a Ibán Ramón; Es diseñador gráfico desde 1994 aunque no crea su propio estudio y marca personal en Valencia hasta 2001 con el que sigue activo hoy en día tal y como él mismo lo describe en su web oficial. En cada uno de sus proyectos combina el oficio, la funcionalidad y la búsqueda de soluciones contemporáneas, de esta manera muchos de sus proyectos son conocidas campañas hechas para el ayuntamiento de la capital levantina o campañas más internacionales como la identidad visual de “València World Design Capital 2022”.



**FIG 21.** Ibán Ramón. 2022. Identidad gráfica para la ciudad de Valencia elegida capital mundial del diseño en 2022

Este último encargo y el más reciente fue realizar la identidad visual para el año en el que Valencia fue elegida para ser la capital del diseño 2022. Fue un encargo muy importante y del que Ibán fue responsable de buscar una solución. A partir de las iniciales VWDC realizó una construcción simple basada en la simplicidad geométrica. El uso de este lenguaje y el reducido código cromático que emplea, convierten el diseño de Ibán en un emblema de modernidad propio de la elegida capital del diseño 2022.

Otro gran estudio que ha revolucionado el diseño gráfico y el cartelismo es el formado por María Pradera y Lorena Sayavera llamado Estudio Yinsen. Entre sus proyectos más destacados, se encuentra la identidad visual de las Fallas 2018 que dio mucho de qué hablar.

Al no ser de origen valenciano, fue todo un reto ser las responsables de la imagen visual de unas fiestas muy importantes para la sociedad levantina, ya que el diseño es un arte muy subjetivo que puede gustar a unos y horrorizar a otros.

Es así como crean tres carteles con tres lemas distintos con la intención de abarcar los diferentes conceptos que engloban en conjunto a la fiesta tal y como comentan las autoras en una entrevista realizada para GRÀFFICA (Gil 2018). Lo que más destaca de este proyecto y lo que lo hace tan especial es sin duda la técnica que emplean; En esta misma entrevista realizada para GRÀFFICA, las dos artistas comentan el uso del papel con la conocida técnica “papercut” y el posterior retoque para componer el producto final, hace que esta campaña tenga un gran valor artesanal que hace referencia al trabajo de los artistas falleros. El uso del color es fundamental, colores vibrantes y brillantes destacando otro gran concepto de las Fallas.

Por otro lado, el uso de la tipografía y los tres diferentes lemas “Som pólvora”, “Som tradició”, “Som foc”, crean en conjunto una sugerente y fresca campaña que nada que ver tiene con las que hasta entonces se habían realizado.



FIG 22. Estudio Yinsen. 2018. Identidad gráfica de las Fallas en 2018

Aunque podríamos mencionar muchos otros proyectos de cartelería e imagen gráfica, estos dos en especial los quería destacar, no solo por los premios que han conseguido sino por lo diferentes que son entre sí.

Dentro de lo que es actualmente el mundo del diseño gráfico, la mayor parte de los proyectos están hechos con técnicas digitales ya que a partir de la aparición de los ordenadores, se dejaron de lado las técnicas tradicionales a causa de las grandes posibilidades que ofrecía la era digital.

Es por esta razón que el cartel de Fallas de 2018 es tan especial, recuperan técnicas tradicionales y manuales, aunque posteriormente utilicen edición digital.

Por otro lado, la imagen gráfica hecha por Ibán Ramón destaca por su simplicidad y por el uso de menos elementos para resolver un problema planteado. El uso de elementos menos figurativos y más conceptuales se emplea hoy en día en la mayoría de los proyectos que llevan a cabo los grandes estudios de diseño, centrándose más en el concepto del proyecto, buscan soluciones simples capaces de llegar a un público más extendido. Esta es la misión de un buen diseño, resolver de una manera creativa un problema planteado.

## CARTELISMO PORTUGUÉS

Portugal, nuestro país vecino, es conocido por sus playas y paisajes, por su cultura y sus amables habitantes, pero sobre todo por su turismo. Es aquí donde los carteles y el diseño gráfico desarrollan su mayor actividad, en la promoción cultural y turística de la República Portuguesa.

Si nos remontamos a los primeros carteles conocidos, nos encontramos con manuscritos que datan de un par de siglos atrás durante el período medieval, en los cuales las órdenes religiosas desarrollaban sus ideas y pensamientos en textos de una o dos columnas.

Los carteles durante el siglo XVII no son perfectos, es más, tienen defectos de impresión a causa de la falta de profesionalidad y conocimiento en este sector emergente. Estos carteles fueron utilizados para difundir entre la población las iniciativas de censura tomadas por la Inquisición (Santo Oficio) sobre libros considerados profanos.

Es ya en este siglo cuando las tecnologías y materiales de impresión empiezan a cobrar mayor importancia en la creación y distribución de la cartelería portuguesa. El papel, como soporte principal, tiene un lento desarrollo a nivel nacional con la aparición de fábricas de papel, pero con el fuerte impacto de las fábricas internacionales en el país, surgen las marcas de agua.

Con la aparición en el panorama portugués de la litografía, se comenzó a valorar en los carteles la imagen, dándole mayor importancia y cuidado a la cartelería.

El uso de la tipografía en la cartelería también cobra gran importancia, incluso se realizan obras exclusivamente tipográficas buscando la atención del público con combinación del rojo y el negro.

Dos siglos después, en el siglo XIX, la cartelería se divide en tres grandes categorías: los carteles políticos, culturales y comerciales.

La cartelería política se caracterizaba por el uso de un escudo incluido en una composición de una o tres columnas de texto.

En la cartelería cultural el principal elemento es la imagen. Se caracteriza por una mayor libertad de expresión, poco texto y el uso de colores tanto para el papel como los contenidos visuales.

Para los carteles comerciales surgen los emblemas y los márgenes, además, se caracterizan por la brevedad de sus mensajes.

Los carteles de los que se tienen registros hasta finales del siglo XIX no estaban firmados y no se sabe quiénes fueron sus autores.



FIG 23. Thomaz de Mello. 1964. "Portugal: Good morning mr. Sun!"

Durante la dictadura de Salazar conocida también como Estado Novo, se pretende promocionar el país y mejorar el turismo de este. Fomentando la producción de carteles como medio principal de comunicación que se puede apreciar gracias a la cantidad de cartelería conservada sobre todo de los años 60 que destaca la importancia del turismo y la intención de Portugal de colocarse en el mapa a nivel internacional.

SIN (Secretaría Nacional de Información) es la responsable, durante todo el periodo de la dictadura de Salazar, de la propaganda política, la información pública, los medios de comunicación, el turismo y la acción cultural. Por esta razón, todas las obras creadas durante este periodo están basadas en el control y la censura siendo desestimadas todas aquellas ideas y obras revolucionarias de las que prácticamente no se conserva nada.

Con el paso de los años y siglos, cada ciudad portuguesa representaba en sus carteles elementos característicos del paisaje o de la arquitectura. Un elemento que comienza a ser utilizado a partir del régimen de Salazar es el gallo portugués.

Este famoso emblema más conocido como el gallo de Barcelos tiene su origen en una leyenda católica muy antigua que Salazar recuperó y transformó en un emblema del turismo portugués.

Hablando del diseño gráfico y el arte en general, podemos encontrar una serie de artistas muy influyentes en los años anteriores a la Revolución de Los Claveles del 25 de abril de 1974. Como comenta M. H. F. B. Barbosa en su ensayo "*Una historia de diseño del cartel en Portugal del siglo XVII al XIX*" realizado para la Universidad de Aveiro, dentro del diseño gráfico portugués destacan figuras como el ilustrador y dibujante Rafael Bordalo Pinheiro, el pintor y poeta Almada Negreiros, el arquitecto y fotógrafo Víctor Palla y los arquitectos João Abel Manta y Daciano da Costa.

Como cartelista, cabe destacar la obra de Fred Kradolfer, de origen suizo, que fue un gran impulsor de las artes gráficas en Portugal. Sus obras de los años 30 tienen una gran influencia de las vanguardias y bebe de referentes tanto franceses como suizos en su larga trayectoria laboral.

El considerado padre del diseño portugués Sebastião Rodrigues hace honor a este apodo a causa de sus obras basadas en la fuerte investigación y la gran curiosidad del artista. Fue capaz de recorrer Europa y aprendiendo de los movimientos artísticos fusionándolos con la tradición portuguesa y que hace único su trabajo.

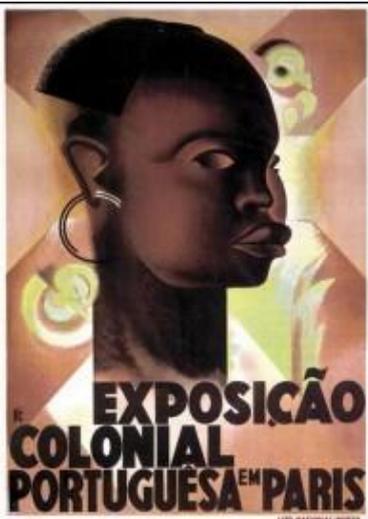


FIG 24. Fred Kradolfer. 1931. Cartel para la Exposición colonial portuguesa en París

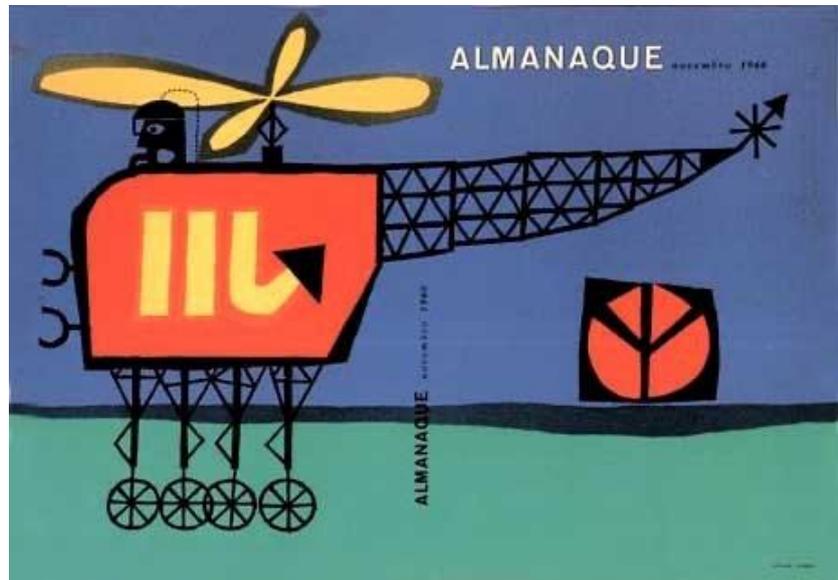


FIG 25. Sebastião Rodrigues. 1960. Portada y contraportada de la revista "Almanaque"



FIG 26. Diferentes autores. Recopilación de las sardinas ganadoras como imagen de las fiestas de Lisboa. Recopilación realizada por Silva!Designers

Avanzando en la línea del tiempo, nos situamos en los años 90, donde el diseño portugués cada vez tiene más fuerza a nivel nacional e internacional agrupando así a los diseñadores en tres grandes asociaciones profesionales: APD (Associação Portuguesa de Designers), AND (Associação Nacional de Designers) y CPD (Centro Português de Design).

Es también durante estos años cuando estudiar diseño en Portugal comienza a ser una educación universitaria que se inicia en las grandes ciudades como Lisboa y Oporto para posteriormente ir extendiéndose al resto del país.

Es posible definir el diseño portugués en tres rasgos que son la melancolía, la capacidad de inventiva y la creatividad. Estas tres categorías caracterizan tanto carteles, como imágenes de marca que definen el estilo portugués, un ejemplo de esto es la campaña "Sardinhas" hecha por el estudio Silva! Designers que se convirtió en un icono de la capital lusa y sus fiestas.

Otro elemento característico de la tradición portuguesa y empleado para la difusión de la cultura y el turismo es el fado tal y como cuenta M. H. F. B. Barbosa en su ensayo "*O Design de cartazes turísticos portugueses dos anos 60: estratégias políticas e discursos visuais*" realizado para la Universidad de Aveiro. En este canto tradicional portugués se presentan temas como la melancolía, la nostalgia o historias de la vida cotidiana. Estas temáticas se presentan también sobre todo en la cartelería sirviendo como difusor directo de la cultura dentro y fuera del país.

La globalización de los últimos años ha permitido formarse en otros países a los diseñadores portugueses. Muchos de ellos desarrollan sus proyectos de manera simultánea entre Portugal y otros países como João Machado o el tipógrafo Ricardo Santos, fundador de la fundición Vanarchiv.

Estudios como R2 Design, fundado por Liza Ramalho y Artur Rebelo, Musa WorkLab o This is Pacifica, son algunos de los más punteros y premiados a nivel portugués e internacional especializados en varios ámbitos del diseño gráfico e interactivo.

En definitiva, aunque durante siglos el diseño y cartelismo portugués se han visto influido por la religión y la censura, también ha sido en parte esa imposibilidad de libre expresión la que ha hecho que actualmente los estudios lusos sean tan punteros e innovadores pudiendo expandir su cultura y su tradición al resto del mundo. Aunque principalmente su cartelismo se basa en la difusión del turismo, también lo es de las fiestas y las ideas de un país del que casi no se conocía nada a nivel gráfico pero que poco a poco se está haciendo un hueco en el panorama global del diseño.

## COMPARATIVA ENTRE EL CARTELISMO VALENCIANO Y EL PORTUGUÉS

España y Portugal, países vecinos que durante siglos sus historias se han visto enlazadas de una forma u otra, aunque cabe destacar que, aunque son muy próximos en muchos sentidos, también son muy diferentes en muchos otros aspectos.

Para comenzar, destacaría una de las diferencias más notorias entre los dos países que es el cambio horario, ya que Portugal y España tienen una hora de diferencia. Por supuesto el idioma que se habla en cada país es diferente, mientras que en el país luso se habla el portugués, en nuestro país hablamos español; relacionado a los idiomas, al ser culturalmente aceptable entre la población portuguesa el cine en versión original, están más que acostumbrados al inglés y tienen mayor fluidez a la hora de hablarlo y escribirlo.

Sin duda la mayor parte de las diferencias entre estos dos países son culturales, aunque esto no quiere decir que no seamos parecidos tanto a la hora de relacionarnos como en nuestros estilos de vida. Estas diferencias y similitudes también podemos verlas en otros aspectos como el diseño gráfico y más concretamente el cartelismo.

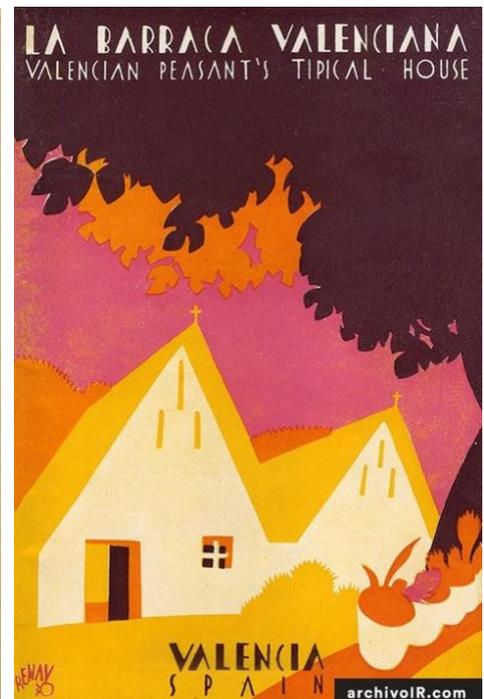
Dentro de la historia tanto de España como Portugal, hay un gran periodo marcado por la censura y la falta de libertad de expresión. Esto influye de manera directa en el diseño gráfico y produjo en los dos países un retraso con

respecto a la búsqueda de la modernidad y referentes que permitieran al país y a los artistas evolucionar. Aunque para Portugal esa expansión llegó bastante más tarde que para España, actualmente los dos países gozan de un alto nivel en lo que al panorama artístico se refiere.

La principal diferencia entre el cartelismo portugués y el español, más concretamente el valenciano, es la temática principal en la que se basan la mayoría de las obras. Por un lado, en Valencia durante la etapa de la II República y la Guerra Civil, el momento álgido de su cartelismo, nos encontramos con carteles de índole político y en ocasiones revolucionario. Mientras que en Portugal y durante la dictadura de Salazar, nos encontramos con carteles de índole turístico que ensalzan las virtudes y tradiciones de un país con intenciones de expansión, pero aún encerrados dentro de la censura.



**FIG 27.** Arturo Ballester. 1936. "El país valencià a la avantguarda d'Iberia" encargado para la Conselleria de Cultura y Propaganda



**FIG 28.** Josep Renau. 1930. Cartel para publicitar Valencia encargado por el Patronato Nacional de Turismo

En Portugal es muy recurrente el uso de elementos característicos como el fado o la guitarra portuguesa, así como lo es también en el Levante la figura de la fallera o el fuego que son elementos característicos en ambos casos de la tradición y las festividades.

Antes hemos comentado que el turismo es la temática principal de la cartelería portuguesa, para esto se emplean elementos arquitectónicos o destacables de las principales ciudades portuguesas. Estos lugares turísticos o característicos

también son usados en los carteles valencianos, como las barracas o las naranjas.

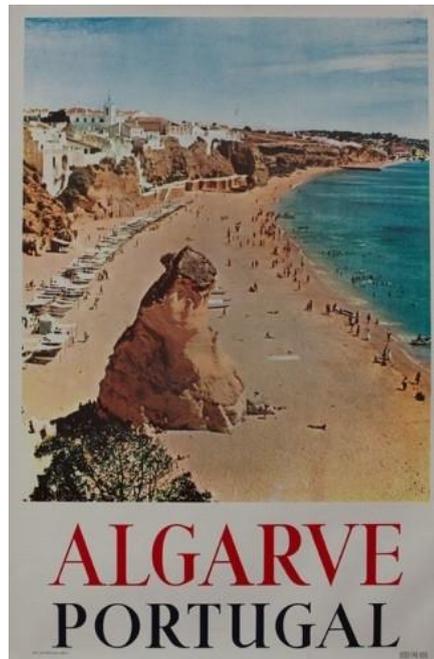


FIG 29. Autor anónimo. 1960. Cartel turístico del Algarve en Portugal

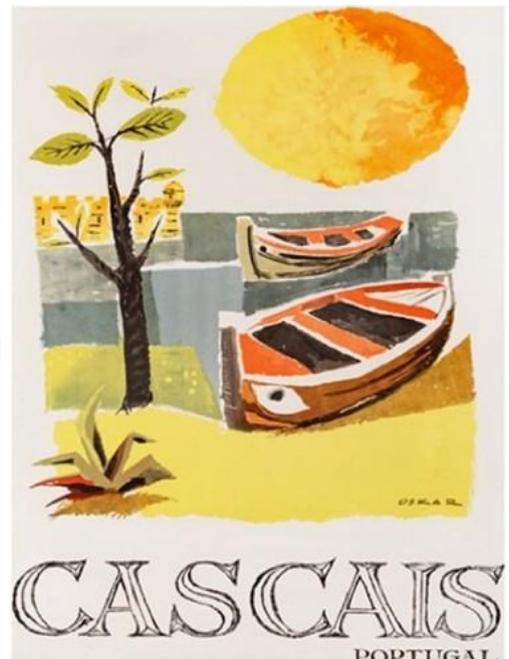


FIG 30. Oskar. 1966. Cartel turístico de la ciudad portuguesa Cascais

Relacionado con el turismo y como el diseño gráfico ayuda a promocionar las ciudades portuguesas, actualmente un claro ejemplo de esto es la identidad corporativa de la ciudad de Oporto. Se realizó en 2014 por el estudio luso White.





FIG 31. Estudio White. 2014. Identidad visual para la ciudad portuguesa de Oporto

Utiliza el logotipo con el nombre de la ciudad en palo seco como eje conductor y de unión de toda la identidad formada por distintos iconos que representan diferentes aspectos y elementos de la ciudad que funcionan como módulos originales de un patrón. Estos iconos se dividen en grupos relacionados con la ciudad como son el transporte la gastronomía, la cultura, etc.

Todos estos elementos también se ven cohesionados por el uso del color azul que se vincula con los azulejos típicos de Oporto y uno de sus principales atractivos turísticos.

Esta identidad visual es considerada una de las mejores a nivel gráfico y conceptual ya que resuelven un problema de una manera muy simple e ingeniosa además de añadirle valor y modernizar una ciudad. Sin duda este proyecto junto a otros muy buenos que tienen algunos estudios de renombre, sitúan a Portugal en el foco del diseño gráfico actual.

## CONCLUSIONES

Para concluir, retomando la idea inicial en la que se basa este trabajo de fin de grado, a lo largo de estas páginas hemos hecho un recorrido por la historia de la ciudad de Valencia a través de sus carteles y el diseño gráfico.

Por estas páginas hemos tratado diferentes etapas que a nivel de diseño han marcado un antes y un después como han sido los carteles de fallas y al ruta del Bakalao. También como principal referente del conocido cartelismo valenciano, hemos analizado el trabajo de Josep Renau que ha influido en los diseñadores posteriores y sus proyectos a nivel global.

Todas estas etapas han influido en lo que actualmente conocemos como diseño gráfico en la ciudad levantina. Los carteles del pasado son referentes para los carteles del presente y futuro tanto a nivel técnico como a nivel temático.

Pero verdaderamente ¿cómo han influido los carteles valencianos en la actualidad del diseño gráfico?, esta pregunta es posible resolverla conociendo el proceso evolutivo de cada periodo donde el cartel ha sido fundamental.

Como ejemplo de esta evolución tenemos los carteles de Fallas que hasta día de hoy tienen una gran importancia en la imagen corporativa de la fiesta. Desde los años 30 hasta hoy han ido adaptándose a las modas y estilos de la época pasando del papel al digital y recuperando técnicas tradicionales como en 2018 realizado por el Estudio Yinsen. En este ejemplo podemos ver como las diseñadoras pusieron su foco en las técnicas pasadas y recuperándolas para crear un nuevo proyecto, que, si bien es algo novedoso, no deja de tener influencias pasadas de las que debemos ser conscientes.

Con la cartelería de la Ruta podemos ver que, aunque fue un periodo con inicio y final también a nivel de diseño, introdujo en nuestro país y sobre todo en la Comunidad Valenciana, elementos hasta ese momento impensables como el merchandising o los fanzines introduciendo también la búsqueda de referentes de fuera de nuestro país expandiendo nuestros horizontes artísticos.

En definitiva, el cartelismo no solo se ha visto influenciado por referentes artísticos del pasado, también por los cambios sociales y políticos que han llevado a que se transforme como medio de expresión compartiendo ideas políticas o incluso siendo utilizado para fomentar el turismo y las festividades locales.

Finalizo este proyecto cumpliendo con el objetivo principal del mismo que era hacer un recorrido histórico del cartel en Valencia y ver como había influido en los carteles actuales a la vez que tratar etapas de la historia artística de una ciudad con mucha vida y arte en cada esquina.

## BIBLIOGRAFÍA

AGRAMUNT LACRUZ, F. *El cartelismo valenciano en la II República y Guerra Civil*. En Valencia y la República: Guía urbana 1931-1939. Recuperado de <https://www.uv.es/republica/plano/cultura/cultura5.htm> consultado el 11 de marzo de 2023.

CALVO, X. (2017). *Una decena de carteles para contar el último siglo de València*. En culturplaza. Recuperado de <https://valenciaplaza.com/una-decena-de-carteles-para-contar-el-ultimo-siglo-de-valencia> consultado el 11 de marzo de 2023.

BOTÁNICO ESTUDIO. (2022). *Historia del cartel publicitario en España*. En Botánico Estudio. Recuperado de <https://botanicoestudio.com/historia-de-cartel-publicitario-en-espana/> consultado el 13 de marzo de 2023.

ARIÑO VILLARROYA, A. (1992). *La ciudad ritual: la fiesta de las fallas*. Anthropos editorial del hombre.

RAMÓN, R y GÓMEZ AGUILELLA, M.J. (2022). *Investigación y experiencias en educación artística, creatividad y patrimonio cultural; capítulo 5: Narrativas visuales identitarias en los carteles de las Fallas de València*. Universitat de València y Universidad Internacional de Valencia. Editorial Dykinson S.L. Editor Dolores Álvarez Rodríguez.

À PUNT. (2022). *Documental "La Ruta del Bakalao"* [video]. En À Punt media. [https://www.apuntmedia.es/programes/zoom/complets/zoom-ruta-bakalao\\_134\\_1561336.html](https://www.apuntmedia.es/programes/zoom/complets/zoom-ruta-bakalao_134_1561336.html).

CANAL +. (1993). *Documental "Hasta que el cuerpo aguante"* [video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=zu9a0tVwQVM&t=250s>.

GARSÁN, C. (2022). *La Ruta del Bakalao a través de sus carteles*. En culturplaza. Recuperado de <https://valenciaplaza.com/la-ruta-del-bakalao-a-traves-de-sus-carteles> consultado el 3 de abril de 2023.

SANTANA, M y J. ALBERTOS, A. (2022). *Ruta Gráfica: el diseño del sonido de València*. Editorial Barlin.

IVAM. (2022). Dossier de prensa de la exposición *Ruta Gráfica: el diseño del sonido de València*. En IVAM. Recuperado de [https://ivam.es/wp-content/uploads/exposiciones/ruta-grafica-el-diseno-del-sonido-de-valencia/Dossier-prensa-Ruta-ES\\_MOD-01.pdf](https://ivam.es/wp-content/uploads/exposiciones/ruta-grafica-el-diseno-del-sonido-de-valencia/Dossier-prensa-Ruta-ES_MOD-01.pdf) consultado el 6 de abril de 2023.

COLECCIÓN MUSEO RUSO. (2018). *Carteles de la revolución*. En Colección Museo Ruso. Recuperado de <https://www.coleccionmuseoruso.es/exposicion/carteles-de-la-revolucion/> consultado el 10 de abril de 2023.

PÉREZ ROJAS, J. (2001). *Arte y propaganda, carteles de la Universidad de València*. Editado por la Universitat de València. Servei de publicacions.

ARTIUM MUSEO. *Cartelismo y diseño publicitario*. En Artium Museo. Recuperado de <https://catalogo.artium.eus/dossieres/artistas/josep-renau/cartelismo-y-diseno-publicitario> consultado el 9 de mayo de 2023.

LA IMPRENTA. *Josep Renau, cartelista y héroe del arte*. En La Imprenta. Recuperado de <https://www.laimprentacg.com/josep-renau/> consultado el 9 de mayo de 2023.

CABAÑAS BRAVO, M. (2013). *Josep Renau y la recuperación de una belleza comprometida*. En CSIC. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10261/90126> consultado el 12 de mayo de 2023.

CABAÑAS BRAVO, M. (2007). *Josep Renau: Arte y propaganda de guerra*. Instituto de Historia CSIC. Editado por el Ministerio de Cultura de España.

WEB OFICIAL DE LA CIUDAD DE VALENCIA. *València, Capital Mundial del Diseño 2022*. Recuperado de <https://www.visitvalencia.com/capital-mundial-diseno> consultado el 12 de mayo de 2023.

JIMÉNEZ, J. (2018). *Los diseños gráficos que han hecho historia*. En RTVE. Recuperado de <https://www.rtve.es/noticias/20180317/disenos-graficos-han-hecho-historia/1695343.shtml> consultado el 12 de mayo de 2023.

MÜLLER, J. (2018). *The history of graphic design vol.2 1960- Today*. (J. Wiedemann, ed.). Editorial Taschen Benedikt.

FAJARDO, A (2019). *Nuevo libro de Taschen La historia del diseño gráfico volumen 2*. En albertofajardo.es. Recuperado de <https://albertofajardo.es/nuevo-libro-la-historia-del-diseno-grafico-volumen-2/> consultado el 17 de mayo de 2023.

JIMÉNEZ RIERA, N. (2021). *Guías de recursos de la Biblioteca Valenciana Nicolau Primitiu: Carteles*. Editado por Generalitat Conselleria de Educació, Cultura y Deporte.

FERNÁNDEZ LARRECHI, A. (2018). *La historia del diseño gráfico, memoria visual de una época*. En El Confidencial. Recuperado de <https://www.elconfidencial.com/multimedia/album/cultura/2018-02->

[05/disenio-grafico-historia-taschen\\_1514071/#0](#) consultado el 17 de mayo de 2023.

MADUEÑO, T. (2023). *La València que se construye a través de sus carteles*. En culturplaza. Recuperado de <https://valenciaplaza.com/valencia-a-traves-de-sus-carteles> consultado el 25 de mayo de 2023.

GIL, J. (2018). *Estudio Yinsen: "No vemos necesario hacer una descripción barroca de las fallas, hay muchas opciones válidas posibles"*. En Gràffica. Recuperado de <https://graffica.info/estudio-yinsen-carteles-fallas-2018-2/> consultado el 25 de mayo de 2023.

FUNDACIÓN CONEXUS. *Ocho valencianos entre los mejores carteles de diseño gráfico en los graphis*. En Fundación Conexus. Recuperado de <https://fundacionconexus.es/ocho-valencianos-entre-los-mejores-carteles-de-diseno-grafico-del-mundo/> consultado el 2 de junio de 2023.

Barbosa, M. H. F. B. (2017). *Una historia de diseño del cartel en Portugal del siglo XVII al XIX*. Universidade de Aveiro. *RChD: Creación Y Pensamiento*, 2(3). Recuperado de <https://doi.org/10.5354/0719-837X.2017.47693>.

Barbosa, M. H. F. B. (2022). *O Design de cartazes turísticos portugueses dos anos 60: estratégias políticas e discursos visuais*. Universidade de Aveiro. *RChD: Creación Y Pensamiento*, 7(13), 57–75. <https://doi.org/10.5354/0719-837X.2022.68288>.

1.2. TOURS. (2019). *El gallo de Portugal*. En 1. 2. Tours. Recuperado de <https://www.12tours.com/es/tours-oporto/blog/el-gallo-de-barcelos#:~:text=El%20famoso%20gallo%20de%20Portugal,delito%20que%20no%20hab%C3%ADa%20cometido> consultado el 5 de junio de 2023.

GRÀFFICA. (2010). *Gráficas del mundo: Portugal*. En Gràffica. Recuperado de <https://graffica.info/graficas-del-mundo-portugal/#:~:text=Tambi%C3%A9n%20Lu%C3%ADs%20Moreira%2C%20Dino%20Dos,cuando%20despunta%20el%20dise%C3%B1o%20portugu%C3%A9s%3F> consultado el 5 de junio de 2023.

GRÀFFICA. (2010). *Gráficas del mundo: Portugal*. En Issuu. Recuperado de [https://issuu.com/graffica/docs/graficas-del-mundo-portugal?utm\\_medium=referral&utm\\_source=graffica.info](https://issuu.com/graffica/docs/graficas-del-mundo-portugal?utm_medium=referral&utm_source=graffica.info) consultado el 5 de junio de 2023.

FAURA, R. (2022). *Oporto tiene nueva marca-ciudad*. En Brandemia. Recuperado de <https://brandemia.org/oporto-tiene-nueva-marca-ciudad> consultado el 7 de junio de 2023.

PALAU, V. (2017). *La Marina de Oporto*. En Gràffica. Recuperado de <https://graffica.info/marina-de-valencia-la-marina-de-oporto/> consultado el 10 de junio de 2023.

CALVO SANTOS, M. (2023). *Lord Kitchener Wants You, A mí no me señales!*. En HA!. Recuperado de <https://historia-arte.com/obras/lord-kitchener-wants-you> consultado el 11 de mayo de 2023

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>FIG 1.</b> Autor Anónimo. 1737. Primer cartel publicitario en España .....	8
<b>FIG 3.</b> Arturo Almar. 1898. Realizado para la Gran Feria de Valencia de 1898 .....	8
<b>FIG 2.</b> Josep Renau. 1932. “Balneario de las Arenas” .....	8
<b>FIG 4.</b> Marius Rossillon. 1898. “Bibendum” primera campaña publicitaria para Michelin .....	9
<b>FIG 5.</b> Alfred Leete. 1914. “Britons wants you” .....	10
<b>FIG 6.</b> John Heartfield. 1928. Realizado para el Partido Comunista Alemán .....	11
<b>FIG 7.</b> Josep Renau. 1937. Libro “Fundación social del cartel” .....	11
<b>FIG 8.</b> Josep Renau. 1929. Portada para la revista “La Esfera” .....	12
<b>FIG 9.</b> Josep Renau. 1936. “11 de febrero 1873: un anhelo; 14 de abril 1931: una esperanza; 16 de febrero 1936: una victoria” .....	13
<b>FIG 10.</b> Josep Renau. 1952-1966. “Seguridad Nacional” pertenece a su serie de fotomontajes “The American Way of Life” .....	14
<b>FIG 11.</b> Logotipos de las discotecas de la Ruta recopiladas en el libro “Ruta Gráfica: el diseño del sonido de València” de Moy Santana y Antonio José Albertos. 2022 .....	15
<b>FIG 12.</b> Ximo Bayo durante los años 80 en una de sus actuaciones .....	15
<b>FIG 13.</b> Edu Marín. 1988. Cartel para la discoteca “Chocolate” .....	17
<b>FIG 14.</b> Daniel Torres. 1981. Cartel para la discoteca “Metrópolis” .....	17
<b>FIG 15.</b> Armando Silvestre y Elisa Ayala. 1985. Cartel para la discoteca “Barraca” .....	17

<b>FIG 16.</b> Entradas y flyers de la discoteca “Spook” recopiladas en el libro “Ruta Gráfica: el diseño del sonido de València” de Moy Santana y Antonio José Albertos. 2022 .....	18
<b>FIG 17.</b> Josep Segrelles. 1929. Primer cartel de Fallas .....	19
<b>FIG 18.</b> Democràcia Estudio. 2023. Último cartel de Fallas realizado hasta la fecha.....	19
<b>FIG 19.</b> Ibán Ramón. 2016. Serie de carteles de Fallas del año 2016.....	20
<b>FIG 20.</b> Pepe Gimeno. 2011. Identidad gráfica de la empresa de transporte EMT.....	20
<b>FIG 21.</b> Ibán Ramón. 2022. Identidad gráfica para la ciudad de Valencia elegida capital mundial del diseño en 2022.....	22
<b>FIG 22.</b> Estudio Yinsen. 2018. Identidad gráfica de las Fallas en 2018.....	23
<b>FIG 23.</b> Thomaz de Mello. 1964. “Portugal: Good morning mr. Sun!” .....	25
<b>FIG 24.</b> Fred Kradolfer. 1931. Cartel para la Exposición colonial portuguesa en Paris ....	25
<b>FIG 25.</b> Sebastião Rodrigues. 1960. Portada y contraportada de la revista “Almanaque” .....	26
<b>FIG 26.</b> Diferentes autores. Recopilación de las sardinas ganadoras como imagen de las fiestas de Lisboa. Reco-pilación realizada por Silva!Designers .....	26
<b>FIG 27.</b> Arturo Ballester. 1936. “El país valencià a la avantguarda d’Iberia” encargado para la Consellería de Cultura y Propaganda .....	28
<b>FIG 28.</b> Josep Renau. 1930. Cartel para publicitar Valencia encargado por el Patronato Nacional de Turismo .....	28
<b>FIG 29.</b> Autor anónimo. 1960. Cartel turístico del Algarve en Portugal.....	29
<b>FIG 30.</b> Oskar. 1966. Cartel turístico de la ciudad portuguesa Cascais.....	29
<b>FIG 31.</b> Estudio White. 2014. Identidad visual para la ciudad portuguesa de Oporto.....	30



**ANEXO I.  
RELACIÓN DEL TRABAJO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE  
DE LA AGENDA 2030**

Anexo al Trabajo de Fin de Grado y Trabajo de Fin de Máster: Relación del trabajo con los  
Objetivos de Desarrollo Sostenible de la agenda 2030.

Grado de relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Objetivos de Desarrollo Sostenible	Alto	Medio	Bajo	No procede
ODS 1. Fin de la pobreza.				X
ODS 2. Hambre cero.				X
ODS 3. Salud y bienestar.			X	
ODS 4. Educación de calidad.			X	
ODS 5. Igualdad de género.	X			
ODS 6. Agua limpia y saneamiento.				X
ODS 7. Energía asequible y no contaminante.				X
ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.			X	
ODS 9. Industria, innovación e infraestructuras.			X	
ODS 10. Reducción de las desigualdades.			X	
ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.				X
ODS 12. Producción y consumo responsables.			X	
ODS 13. Acción por el clima.				X
ODS 14. Vida submarina.				X
ODS 15. Vida de ecosistemas terrestres.				X
ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.			X	
ODS 17. Alianzas para lograr objetivos.		X		

Descripción de la alineación del TFG/TFM con los ODS con un grado de relación más alto.



**Anexo al Trabajo de Fin de Grado y Trabajo de Fin de Máster:  
Relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la agenda 2030.**

En este trabajo final de grado muchos de los objetivos de Desarrollo Sostenible no se encuentran recogidos en el proyecto, aunque sí que se recoge como principal objetivo la igualdad de género.

En el mundo del diseño gráfico durante el periodo de la Segunda República Española y la Guerra Civil, no se encuentran a mujeres ni se reconoce el trabajo de estas, al igual que en los años posteriores hasta el fin de la dictadura.

En este trabajo se le da visibilidad a esos colectivos de mujeres en el mundo del diseño gráfico que estuvieron reprimidas mucho tiempo y con el fin de la dictadura y durante la época de la ruta del bakalao, se hicieron un hueco en un mundo principalmente masculino.

Por otro lado, hay muchos objetivos que en menor medida se pueden ver reflejados dentro de este proyecto como son la innovación, la educación de calidad o la producción y el consumo responsable entre otros.