

ÍNDICE

Introducción	11
Hipótesis y objetivos	14
Antecedentes y estado actual	15
Metodología	15
Planificación temporal	15
Medios utilizados	17
1. Antecedentes histórico-artísticos	19
1.1. Antecedentes históricos	20
1.2. Antecedentes artísticos	21
2. El expresionismo alemán: una revolución artística	25
2.1. El contexto histórico-artístico	28
2.2. El grupo <i>Die Brücke</i> y la obra gráfica	29
2.3. <i>Der Blaue Reiter</i> y la obra gráfica	36
2.4. El realismo expresionista y el grabado	39
3. El lenguaje del cartel	45
3.1. La composición	48
3.2. El color	50
3.2.1. Armonía y contraste	51
3.2.2. Dinámica de los colores	52
3.2.3. El efecto de los colores limítrofes	52
3.2.4. Visibilidad y memoria de los colores y las formas	53
3.2.5. Simbología del color	53
3.2.6. El color en el diseño de carteles	54
3.2.7. El color en la tipografía	55
3.3. El claroscuro	56
3.4. El ritmo	57
3.5. La proporción áurea	58
3.6. Tipografía	60
3.6.1. La tipografía moderna y su relación con el cartel	60
3.6.2. La tipografía de plomo	63
3.6.3. Mayúsculas, minúsculas y líneas de referencia	64
3.6.4. Elementos de los caracteres	66

3.6.5. Variaciones de estructura	68
3.6.6. Tendencias humanística y geométrica	68
3.6.7. La modulación del trazo	68
3.6.8. Clasificación de las familias de tipos	68
4. Evolución del cartel publicitario en las dos primeras décadas del siglo XX	71
5. El cartel expresionista alemán	81
6. Otros movimientos de vanguardia en el cartel	93
7. El cartel de cine	99
7.1. Historia del cartel cinematográfico de principios del siglo XX	101
7.2. Texto e imagen en el cartel cinematográfico	103
8. El cartel de cine expresionista	109
9. Cine expresionista alemán: <i>El Gabinete del Dr. Caligari</i>, <i>Nosferatu</i> y <i>Metrópolis</i>	119
9.1. Los carteles originales alemanes. Análisis formal. Influencia del expresionismo y otros movimientos artísticos	125
9.1.1. <i>El Gabinete del Dr. Caligari</i>	125
9.1.2. <i>Nosferatu</i>	136
9.1.3. <i>Metrópolis</i>	146
9.1.4. Conclusiones: similitudes y diferencias entre los carteles	156
10. Otras versiones de carteles coetáneos del expresionismo	159
10.1. <i>El gabinete del Dr. Caligari</i>	160
10.1.1. Viena	160
10.1.2. Estados Unidos	163
10.2. <i>Nosferatu</i>	164
10.2.1. Checoslovaquia	164
10.3. <i>Metrópolis</i>	165
10.3.1. Hungría	165
10.3.2. Bélgica	167
10.3.3. Yugoslavia	168
10.3.4. Suecia	169

10.3.5. España	170
10.3.6. Viena	171
10.3.7. Estados Unidos	172
10.3.8. Francia	175
11. Otra publicidad: los programas de mano, postales, lobby cards, press-books, catálogos, murales, anuncios y otros materiales	181
11.1. Programas de mano	182
11.2. Tarjetas postales	188
11.3. Carteleras	191
11.4. Press-books	194
11.5. Catálogos	196
11.6. Otros materiales	196
11.7. Murales y carteles de gran formato	197
11.8. Anuncios en prensa	200
11.9. El cartel en prensa y revistas especializadas	212
11.10. Portadas de libros y revistas	214
11.11. Conclusiones	217
12. Una propuesta personal	219
13.1. <i>El gabinete del Dr. Caligari</i>	222
13.2. <i>Nosferatu</i>	224
13.3. <i>Metrópolis</i>	228
13. Conclusiones	233
Bibliografía	239
Anexos	247
A.1. Otros diseños contemporáneos	248
A.1.1. <i>El gabinete del Dr. Caligari</i>	248
A.1.2. <i>Nosferatu</i>	250
A.1.3. <i>Metrópolis</i>	251
A.2. Serigrafía, collage y fotomontaje. Otra propuesta personal	255
A.2.1. <i>El gabinete del Dr. Caligari</i>	256
A.2.2. <i>Nosferatu</i>	258
A.2.3. <i>Metrópolis</i>	261
A.3. Creación de la imagen corporativa del cine <i>Metrópolis</i> ..	264