

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**

**FACULTAD DE BELLAS ARTES**



## **El Cartel**

# **Proyectar Silencios...Esbozar Gritos**

Trabajo fin de Grado

Grado en Bellas Artes

**Por**

Julia Sánchez Barba

Director: Antonio Fernández García

**Madrid 2015 - 2016**



*“Probablemente, los grandes pasos hacia delante de la humanidad han estado provocados por una armonía entre lógica y sentimiento. Y los pasos hacia atrás, quizás se dieron cuando una de las dos cosas pesó más que la otra”.<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> Duran Escriba, Xavier, *Los secretos del cerebro*, Ediciones Bromera S.L. y Universidad de Valencia, 1995, pág. 133.

*“Lo importante es encontrar una silueta que sea expresiva, un símbolo que, sólo por su forma y colorido, sea capaz de atraer la atención de la multitud, de dominar al transeúnte. El cartel es una bandera, un emblema, un signo: In hoc signo vinces”.*

(Maurice Denis)

Proyectar

Julia

SILENCIOS...

Esbozar

GRITOS...

EL CARTEL



# 1. RESUMEN

El tema escogido para el presente proyecto versa sobre "El Cartel" como obra de arte, su historia, desarrollo y diferentes diseños. La propuesta es extensa, tiene múltiples líneas a seguir.

Una vez investigado el tema, he desarrollado, por un lado, carteles sobre cualquier tipo de violencia, social, género, animal; por otro lado he realizado carteles promocionales de fiestas, lugares o productos.

Son obras propias, en las que no he insertado texto. Pienso que una imagen, si es potente, no lo precisa.

Los trabajos resultantes son siete, cinco de ellos en un formato grande y dos de formato menor, además de numerosos bocetos que no se han llegado a realizar, quedando pues pendiente su ejecución como futuros carteles.

## 1.1. PALABRAS CLAVE

Cartel. Cartelismo. Publicidad. Arte. Grito. Pared.

The theme chosen for this project is "The Poster" as a work of art, its history, development and different designs. The proposal is extensive, has multiple lines to follow.

After investigating the subject, I have developed, on the one hand, posters on any type of violence, social, gender, animal; on the other hand I have made promotional posters of parties, places or products.

They are own works, in which I have not inserted text. I think an image, if it is powerful, does not need it.

The resulting works are seven, five of them in a large format and two in a smaller format, in addition to numerous sketches that have not yet been realized, thus remaining pending their execution as future posters.

## 1.1. KEYWORDS

Poster. Poster. Advertising. Art. Scream. Wall.



# 2. INDICE

<b>1. RESUMEN.....</b>	<b>7</b>
1.1. Palabras clave.....	7
<b>2. ÍNDICE.....</b>	<b>9-10</b>
<b>3. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>11</b>
3.1. Etimología del término cartel.....	12
3.2. Consideración histórica.....	13
3.3. Características. Mensajes y códigos.....	14
<b>4. DESARROLLO DEL PROYECTO.....</b>	<b>15</b>
4.1. Desarrollo Conceptual del Proyecto.....	15
4.2. Desarrollo Técnico del Proyecto.....	16
4.2.1. Medios necesarios.....	17
4.2.2. Materiales necesarios.....	17
4.3. Referentes.....	18
4.3.1. Shigeo fukuda.....	18
4.3.2. Milton Glasser... ..	19
4.3.3. Noma Bar.....	20
<b>5. PRESUPUESTOS.....</b>	<b>21</b>
6.1. Coste material Proyectos.....	21
<b>6. CONCLUSIÓN.....</b>	<b>23</b>
<b>7. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>24</b>

<b>8. OBRAS</b> .....	<b>25</b>
8.1. <b>V</b> iolentar la <b>V</b> iolencia.....	26
8.2. <b>A</b> hogar <b>G</b> ritos.....	27
8.3. <b>D</b> esesperación.....	28
8.4. <b>M</b> oquetar la <b>C</b> risis.....	29
8.5. En el <b>P</b> unto de <b>M</b> ira.....	30
8.6. <b>A</b> iren.....	31
8.7. <b>B</b> aco <b>A</b> braza la <b>C</b> iudad.....	32
<b>9. ANEXO</b> .....	<b>33</b>
9.1. <b>D</b> ibujos y <b>b</b> ocetos previos.....	34-42
9.2. <b>Á</b> frica.....	43-46
<b>10, EPÍLOGO</b> .....	<b>47</b>

### 3. INTRODUCCIÓN

El cartel como documento histórico y antropológico es un inestimable instrumento para el estudio del contexto en el que ha sido producido y consumido, en él encontramos no solo el sentido estético de la época, también las costumbres, los hábitos, el lenguaje, creencias y modas. Es de alguna forma heredero de la tradición plástica del arte occidental, fuente de expresión personal y reducto de valores estéticos.

Si el arte no es principalmente comunicación, sino creación, entonces los carteles, con su función prescrita de publicidad y propaganda, serían una forma secundaria del arte. Y sin embargo, los carteles han mantenido una curiosa relación con la pintura en sus primeros cien años de existencia. Aparte de llevar al consumidor medio los movimientos artísticos del siglo XX, el carácter y las limitaciones de la publicidad han influido a veces en la forma y dirección de la pintura.<sup>2</sup>

En 1933 Cassandre opina sobre el diseñador de carteles: "Es difícil determinar el lugar que corresponde al cartel entre las artes pictóricas. Unos lo consideran una rama de la pintura, lo cual es erróneo; otros lo colocan entre las artes decorativas y, en mi opinión están igualmente equivocados. El cartel no es ni pintura ni decorado teatral, sino algo diferente, aunque a menudo utilice los medios que le ofrecen una u otro. El cartel exige una absoluta renuncia por parte del artista. Este no debe afirmar en él su personalidad. Si lo hiciera, actuaría en contra de sus obligaciones"<sup>3</sup>.

La historia del cartel es susceptible de ser abordada, al menos, desde tres perspectivas: la de los autores, la de las obras o la del cartel como un sistema. A ellas se une la de reducir al cartel como forma artística, que resulta la más atractiva y de mayor raigambre.



A.M. Cassandre. 1931  
L'Atlantique

<sup>2</sup> BARNICOAT, John. *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Editorial Gustavo Gili. S.A. Barcelona, 1972, pág. 2

<sup>3</sup> BARNICOAT, John. *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Editorial Gustavo Gili. S.A. Barcelona, 1972, pág. 82

### 3.1. Etimología del término “cartel”

A esta manifestación de arte e información se le ha llamado afiche, del francés afiche; póster, del inglés poster, y cartel, del italiano cartello. El diccionario de la lengua española no admitía sino cartel hasta su edición de 1884.

La última edición del Diccionario oficial, 1992, admite las tres palabras, afiche, póster y cartel, como válidas en español.

El DRAE, 1992, define los tres sustantivos: Afiche, cartel, como papel, pieza de tela o lámina de otra materia, en la que hay inscripciones o figuras y que se exhibe con fines informativos, de anuncio, propaganda, Etc.

Póster: cartel que se cuelga en la pared como elemento decorativo, o como: “Un grito pegado en la pared”.

Las plazas, las encrucijadas de caminos, los soportales de las iglesias y ayuntamientos, fueron durante siglos sus emplazamientos favoritos.



En 1956, un escritor publicitario de Estados Unidos decía que al diseñar un cartel *“Uno ha de suponer que la gente que lo ve, no puede o, al menos, no quiere leerlo. Hay que contarle la historia en unos seis segundos”*

(H. W. Hepner, 1956)



A. Rodchenko, 1923

A. Rodchenko, uno de los titanes del diseño gráfico del siglo XX, opina: *“Contrariamente al cartel americano, nuestro cartel no estaba pensado para ser cazado al vuelo y con una fugaz mirada desde un automóvil a toda velocidad, sino para ser leído y explorado en la distancia corta”*.

(Aleksandr Rodchenko)

## 3.2. Consideración histórica

Pensamos que el cartel, ha existido desde siempre. Sin embargo, tal como lo conocemos, es relativamente joven. Con el desarrollo de técnicas como la xilografía, la litografía y la utilización de la imprenta, comienza a tener realmente importancia.

Fue en torno a 1870, cuando la perfección de las técnicas de litografía en color posibilita su producción en serie. Se convierten en el medio dominante de la comunicación de masa en las ciudades de Europa y América. Las calles de París, Milán y Berlín fueron transformadas rápidamente en la “galería de arte de la calle”. Cautivó a los artistas más destacados de aquel momento, entre los cuales cabe destacar a Toulouse-Lautrec, a los diseñadores del art nouveau, simbolistas y cubistas, artistas y tipógrafos revolucionarios de la Bauhaus y de Stijl, a los hippies y demás elementos “underground” de la década de los sesenta. Por ello se convirtió en un eco divulgador de cada uno de los estilos plásticos predominantes en cada momento.

Han formado parte de la vida urbana al menos durante los últimos dos siglos, informando a los ciudadanos con sus bandos públicos, mercancías y disposiciones gubernativas.

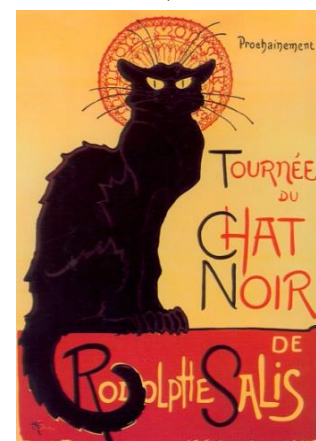
La Litografía inventada en 1798 por Aloys Senefelder, era una técnica, al principio, demasiado lenta y costosa para la producción de carteles. La mayoría de los carteles eran producidos por xilografía o grabados del metal con poco color o diseño.

El cartel comercial nació en París de la mano de Jules Chéret, creador de la cromolitografía y popularizador de este medio, aunque otros representantes destacados son Toulouse Lautrec, Alphonse Mucha y Ramón Casas.

El desarrollo del proceso litográfico de tres colores de Chéret abrió una brecha que permitió que los artistas alcanzaran cada color del arco iris con tan sólo tres piedras, generalmente rojas, amarilla y azul, impresas en un registro cuidadoso. El proceso era difícil, el resultado era de una intensidad notable de color y textura, con sublimación de las transparencias y matices imposibles en otros medios. La combinación de palabra e imagen en



Cheret, 1889



Henri de Toulouse-Lautrec. 1881

un formato atractivo y económico, hizo del cartel litográfico una innovación de gran alcance. El periodo 1914-18 fue decisivo en la historia del cartelismo, Durante la Primera Guerra Mundial los poderes públicos lo utilizaron en sus campañas de alistamiento y en su función de inculcación patriótica y descalificación del enemigo. La Revolución soviética de 1917 continuó desarrollando el cartelismo político, como medio de agitación de masas en los espacios públicos.

Actualmente sigue siendo un medio ilustre y respetable de comunicación.



Alphonse Mucha. 1897



Ramón Casas, 1914

### **3.3. Características. Mensajes y códigos**

Cuando hablamos del cartel estamos hablando de un soporte efímero, alterable, frágil, por lo tanto envejece. Papel, cartón, tela, o lienzo son los materiales habituales.

Un cartel no debe ser oscuro, difícil de entender. El diseñador no debe expresar una idea personal que las generaciones futuras no puedan descifrar, es necesario hablar un lenguaje popular, caracterizado por su integridad y un cierto ingenuísimo.

El color es muy importante porque si se utilizan muchos colores podemos cansar al espectador, por eso normalmente se usan pocos. En cuanto al tamaño, normalmente se usan las medidas de 100x70 cm. o de 70x50 cm., en formato vertical u horizontal.

La composición debe buscar la armonía entre imagen, texto, colorido y estética, de forma que todo ello conforme una unidad equilibrada.

Existen en el cartel una gran variedad de mensajes, pero todos ellos tienen el mismo fin, captar la atención, comunicar e inducir.

Las peculiaridades del cartel reside tanto en el soporte como en el mensaje, ambos pueden ser variopintos, tanto en su discurso, como en sus objetivos o códigos que maneja. Existen una gran variedad de ellos, pero todos comparten el mismo fin, captar la atención, notificar e influir. Para ello debe impresionar y atraer, despertar la curiosidad del que lo lee, por lo que es muy importante el lugar donde se sitúa.

Las herramientas para convencer, tamaños, tipos de letra e ilustraciones, no solo comunican, buscan estimular un comportamiento comercial y también político.

## 4. DESARROLLO DEL PROYECTO

### 4.1. Desarrollo conceptual del proyecto

Encontrar una buena idea es la clave para llevar a buen término un proyecto. Creo haberla encontrado en el cartel y su vinculación con el arte. La elección del tema fue algo circunstancial. Nunca pensé trabajar sobre este asunto, pero a veces de manera casual te encuentras transitando caminos que de no haber mediado la casualidad jamás hubieses recorrido.

Alguien me pidió ayuda para realizar un taller, no se había presentado nadie y necesitaban gente con la que trabajar. La propuesta consistió en hacer unos carteles con el tema de África y los opuestos blanco/negro. Escribí un texto en el que destacué la importancia que tiene acabar con la discriminación y la idea de que no hay personas inferiores al resto, por su ubicación geográfica o por el color de su piel.

Conceptualmente el cartel posee un lenguaje de naturaleza híbrida entre lo visual y lo verbal. Trabajar texto e imagen o ambas cosas por separado, me gustó, por lo que pensé seguir investigando el cartel, como obra de arte y desarrollar este tema en mi Trabajo Fin de Grado.

Dicen que la pared es el mejor medio de comunicación, y que un cartel es un grito pegado en la pared.

Así pues, propongo proyectar SILENCIOS y esbozar GRITOS...

*“... ¿Por qué no un grito, si es eso lo que se necesita? Si el artista es auténtico, hasta su grito es bello...Según lo que se le pida, el artista “gritará” o cargará el acento de algún otro modo”.<sup>4</sup>*

<sup>4</sup> BARNICOAT, John. *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Editorial Gustavo Gili. S.A. Barcelona, 1972, pág.139

## 4.2. Desarrollo Técnico del Proyecto

El desarrollo técnico gira, como en todos mis trabajos, en torno al dibujo. Dibujos que he realizado en formato A3, con pilot, rotulador, pastel y grafito, para después pasarlos a un tamaño ostensiblemente superior 50x70cm o 100x70 cm.

Como fuente de inspiración, por un lado, fotos que resultan sugerentes por su gesto o pose, modificando, cortando o pegando sobre ella, para finalmente llevarla al papel y crear un dibujo nuevo. Por otro lado, usar viejos apuntes de modelo del natural, modificando, superponiendo o añadiendo algo que los renueve y lleguen a ser, al igual que en el caso de fotos, propias o de internet, dibujos de creación.

También utilizaré Photoshop, para una línea de Carteles que editaré con la intención de imprimirlos.

Con la fotografía negativa, la ampliación y el fotomontaje quiero introducir un elemento de fantasía. Aislando y relacionando distintos elementos, crear algo nuevo a partir de la foto fija.

El texto puede ir solo o reforzando la imagen, siempre debe ser directo y claro para que el mensaje sea eficaz. Jugar con las letras en cuanto a tamaño y contenido icónico, elaborar mensajes.

Los soportes, papel Guarro para los apuntes de dibujo y cartón estucado, 100x70 para el cartel definitivo en color blanco y negro.

Dibujar sobre el cartón estucado es interesante, permite aguadas, pintura acrílica, pastel y admite bien tanto la tinta como el grafito.

“Para que un producto pueda formar parte de un cartel publicitario, es necesario aislarlo, representarlo con fidelidad, creando al mismo tiempo una nueva realidad”<sup>5</sup>

*“El cartel ya no es un cuadro se ha convertido en una máquina de anunciar”*

(A. M. Cassandre)

---

<sup>5</sup> BARNICOAT, John. *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Editorial Gustavo Gili. S.A. Barcelona, 1972, pág.156.

#### 4.2.1. Medios necesarios

El proyecto “Proyectar silencios...esbozar gritos en la pared” ha precisado de un proceso de investigación, lectura y estudio de publicaciones tanto en libros como en internet.

Una vez reunida la información, procedí a extraer. De los libros que he consultado el más completo y el que se acomoda a mis intereses para desarrollar este trabajo es el texto titulado: “Los carteles, su historia y su lenguaje”, de Jhon Barnicoat, también, “Un siglo de carteles” de Martijn F. Le Coultre y Aiston W. Purvis. El primero ha sido de gran ayuda en lo referente a los textos y a las citas. Los dos cuentan con unas magníficas ilustraciones.

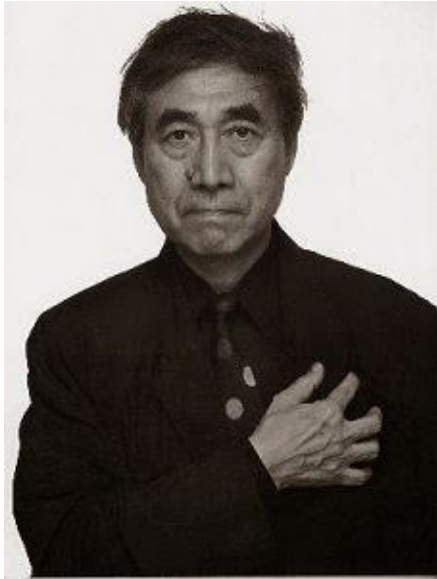
Photoshop ha sido el programa con el que he editado mis dibujos y las fotos que he utilizado en el proyecto.

#### 4.2.2. Materiales necesarios

- Libros de consulta e información.
- Photoshop
- Imágenes e información de Internet.
- Fotocopias.
- Impresiones digitales.
- Acrílico de diferentes colores.
- Barras y lápices de Pastel.
- Pilot negro, 0,005, 0,5, 0,8.
- Lápiz y portaminas de grafito, HB 0,5, 0,7.
- Pinceles diferente tamaño.
- Papeles de diferentes texturas y gramajes.
- Cartones

#### 4.3.1. SHIGEO FUKUDA

(Tokio, Japón 1932-2009)



Fue un escultor, diseñador gráfico y sobre todo un maestro de la cartelería, creador de ilusiones ópticas y el volumen, siguiendo la gran tradición japonesa del origami y con un un estilo gráfico muy potente, basado en la

ilustración en negro sobre fondos de colores fuertes y llamativos!

## 4.3. Referentes



*"Para diseñar un cartel dedico un 50% al absurdo"*

(Shigeo fukuda)

SHIGEO FUKUDA, *self-Defense*. 1974

### 4.3.2. Milton Glaser

*“Las computadoras  
son para diseñar,  
como los microondas  
para cocinar”  
(Milton Glaser)*

Sin lugar a dudas, es una de las referencias del diseño gráfico de todos los tiempos.

Neoyorquino de nacimiento, su carrera profesional ha estado intrínsecamente ligada a la ciudad de los rascacielos, para la

que ha realizado algunos de sus iconos más populares. Quizás, el más memorable de ellos haya sido el logotipo “I love New York”. Es reconocido por su trabajo para revistas y magazines. Además ha realizado más de 300 carteles y portadas de discos para músicos, como el célebre afiche de Bob Dylan de 1967.



*“Suficiente es  
más”  
(Milton Glaser)*



Cartel de Bob Dylan, Milton Glaser, 1969.

### 4.3.3. NOMA BAR

El más joven de la lista. Noma Bar es un diseñador israelí cuyo lenguaje gráfico se fundamenta en la monocromía y la sencillez, pero sobre todo en el concepto de espacio negativo, es decir, el espacio que rodea el motivo principal y que, en su caso, crea inconscientemente una imagen oculta. Sus trabajos para revistas como Esquire, The Guardian, The Economist o UKnow muestran un juego visual apegado a las siluetas vacías y el doble sentido. En todos ellos, Noma Bar se interroga sobre los tabús morales de nuestra sociedad, tocando temas como el sexo o la guerra.



Carteles antibióticos, Noma Bar.

# 5. PRESUPUESTOS

## 5.1. Coste material del Proyecto

Desglose de costes para la ejecución de este proyecto:

♦ Cartón gris, 105x75 (3 unidades/ x 2€).....	6.00€
♦ Cartón, Negro 1,5 mm. 100x70 cm. (2 Unidades/x 6,40 €).....	12,80€
♦ Cartón estucado 2 mm., blanco, 104x74 cm. (3 unidad/x 6,05 €).....	18,15€
♦ Cartón estucado blanco, 2mm., 70x50 cm. (2 unidad/x 3,00 €).....	6,00€
♦ Fotocopias, B/N (6 unidades/x 0,20 €).....	1,20€
♦ Impresión digital (1 unidad/x 1 €).....	1,00€
♦ Pilot ( 3 unidades/x 1,20 €).....	3,60€
♦ Acrílicos ( 6 unidades/x 1,90 €).....	11,40€
<b>Total (Aproximado).....</b>	<b>50,15€</b>

**Coste total Proyecto..... 50, 15€**

Madrid 23. 05. 2016

*“Estoy en contra de lo que se conoce como armonía de una composición. Cuando sea necesario utilizaremos tres o cuatro columnas por página y veinte tipos de letras diferentes, en cursiva unas letras otras como chillido en negrita; sobre la página impresa nacerá una nueva representación tipográfica de tipo pictórico”.*

(Marinetti, 1909)



## 6. CONCLUSIÓN

Terminada la investigación sobre el cartel, como obra de arte, he quedado convencida de sus posibilidades expresivas, gran poder de persuasión y su impacto visual.

Realizar un cartel es poner la inventiva al servicio de una idea, bien para difundir un producto, o bien para enviar mensajes a la sociedad de todo tipo. Estos mensajes pueden anunciar eventos, productos, cultura e ideologías

Los carteles que yo he realizado para este proyecto siguen dos líneas. Por un lado la violencia de género, por otro el cartel publicitario, fiestas, vino. Todo ello realizado con un lenguaje visual en el que lo bello y lo útil quede integrado.

Experimentar, percibir, analizar, organizar y sintetizar son puntos que hay que tener en cuenta al crear un cartel, difundir una idea con un lenguaje artístico, dotándolo de fuerza y significado por medio del dibujo, la pintura, programas de edición o el collage.

Concluyo pues, que lenguaje, palabras e imágenes son fundamentales en el cartel artístico, de manera que, un mensaje potente puede modelar o modificar conductas a través del arte.

*“La pintura es un fin en sí misma, mientras que el cartel es un medio para un fin, un medio de comunicación entre el anunciante y el público, semejante a un telegrama.*

(Cassandre)

# 7. BIBLIOGRAFÍA

## 1. Libros.

BARNICOAT, John. *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Editorial Gustavo Gili. S.A. Barcelona, 1972, pág. 2

F. LE COULTRE, Martijn, W. PURVIS, Aiston. *Un siglo de carteles*. Editorial Gustavp Gili, SA, Barcelona 2003, pág.8.

EGUIZÁBAL, Raúl. *El cartel en España*. Ediciones Cátedra (Grupo Anaya, SA) 2014.

DURAN ESCRIBA, Xavier, *Los secretos del cerebro*. Ediciones Bromera S.L. y Universidad de Valencia, 1995, pág. 133.

## Página Internet

<https://es.wikipedia.org/wiki/Cartel> (consulta 13. 03. 2016).

[http://www.maecei.es/pdf/n17/articulos/A3\\_ARTvertisers.Arte\\_y\\_publicidad\\_en\\_las\\_Vanguardias\\_historicas.pdf](http://www.maecei.es/pdf/n17/articulos/A3_ARTvertisers.Arte_y_publicidad_en_las_Vanguardias_historicas.pdf)  
(consulta y toma de datos, 27. 03. 2016).

[http://www.maecei.es/questiones\\_publicitarias17.html](http://www.maecei.es/questiones_publicitarias17.html)  
(consulta y toma de datos, 27. 03. 2016).

[http://www.maecei.es/pdf/n17/articulos/A9\\_Publicidad\\_y\\_leyes\\_de\\_violencia\\_de\\_genero.Estudio\\_empirico\\_en\\_Espana\\_y\\_Argentina.pdf](http://www.maecei.es/pdf/n17/articulos/A9_Publicidad_y_leyes_de_violencia_de_genero.Estudio_empirico_en_Espana_y_Argentina.pdf) (consulta 31. 03. 2016).

## 8. OBRAS





**8.1. Violentar la Violencia.** Julia 2016  
Soporte: Cartón estucado, blanco, 2mm.,  
Medidas: 103x73 cm.  
Técnica: Acrílico, tinta y grafito



**8.2. Ahogar Gritos.** Julia 2016  
Soporte: Cartón negro, 1.5mm.,  
Medidas: 100x70 cm.  
Técnica: Acrílico



**8.3. Desesperación.** Julia 2016

Soporte: Cartón blanco, 1,5 mm.,

Medidas: 70x50 cm.

Técnica: Acrílico y tinta.



#### 8.4. **M**oquetar la **C**risis. Julia 2016

Soporte: Cartón blanco, 1,5 mm.,

Medidas: 70x50 cm.

Técnica: Acrílico, grafito y tinta.



**8.5. En el Punto de Mira.** Julia 2016

Soporte: Cartón negro, 1,5 mm.

Medidas: 100x70 cm.

Técnica: Acrílico, .



**8.6. Airén.** Julia 2016

Soporte: Cartón blanco, 1,5 mm.,

Medidas: 100x70 cm.

Técnica: Grafito y tinta.



**8.7. Baco abraza la Ciudad.** Julia 2016

Soporte: Cartón blanco, 1,5 mm.,

Medidas: 100x70 cm.

Técnica: Acrílico y tinta.

## 9. ANEXO

Los dibujos incluidos en el anexo, están hechos en un Bloc para Esbozo, con tintas, grafito, rotuladores y acrílico.

Medidas: 40x30 cm.

## 9.1. Bocetos previos



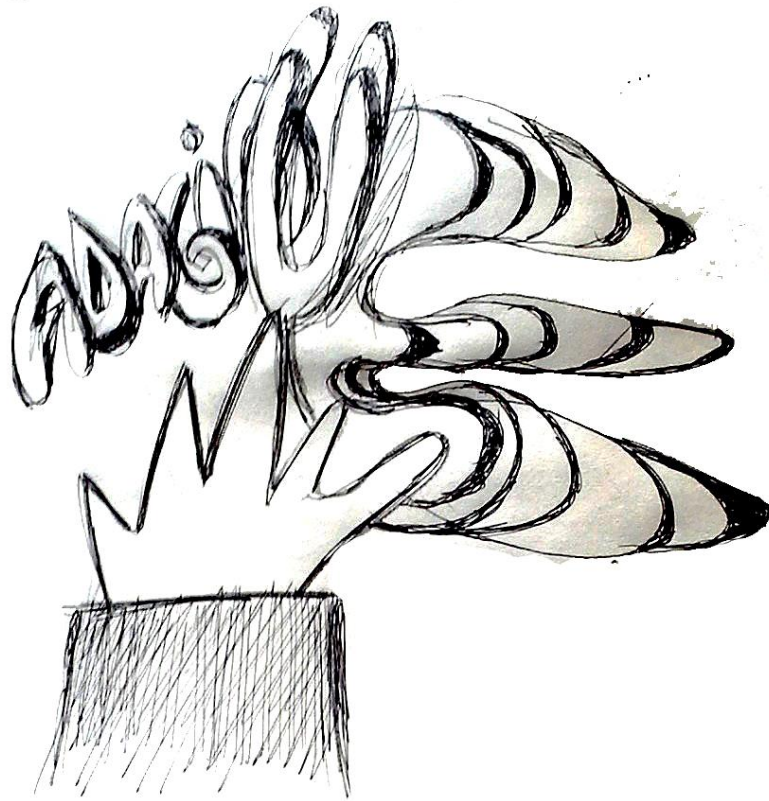












## 9.2. **ÁFRICA**

Los carteles de África, son el resultado de un taller realizado en el espacio de “La Trasera”, facultad Bellas Artes.

Las premisas eran poner en evidencia los opuestos Blanco/negro, en relación con África,

Escribí una reflexión sobre el tema propuesto que posteriormente edité con Photoshop, con tipografía sola en unos casos y, en otros, tipografía e imagen.

Juego con los textos, escritos en castellano, inglés y alemán (inglés y alemán, con el traductor de Google) y con el contorno del continente africano.

Resultan nueve carteles, he insertado las imágenes como muestra y complemento para el proyecto, no los he imprimido.

Incluyo este trabajo porque, fue el origen de mi interés por el cartel y su representación artística.

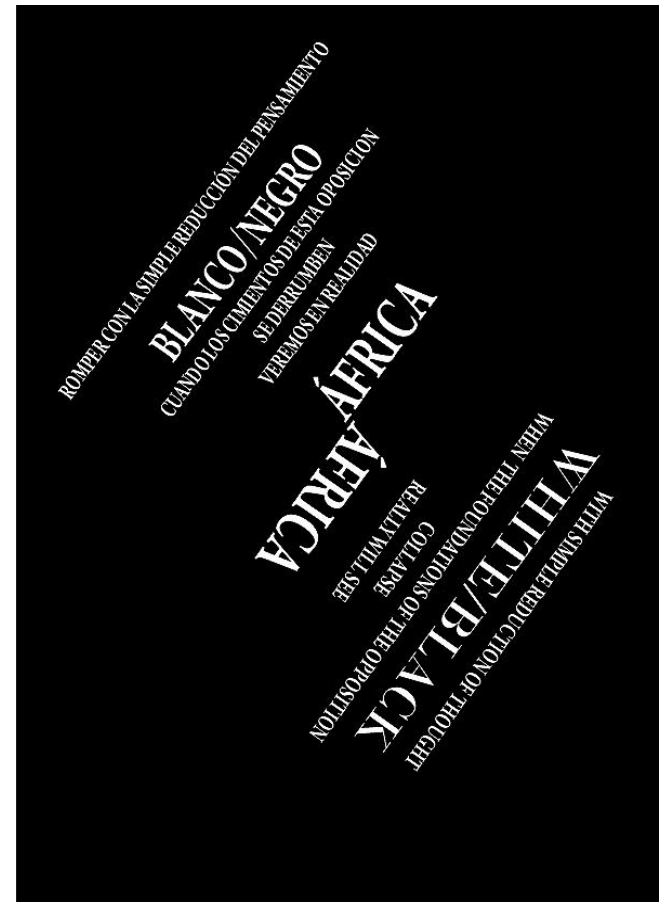
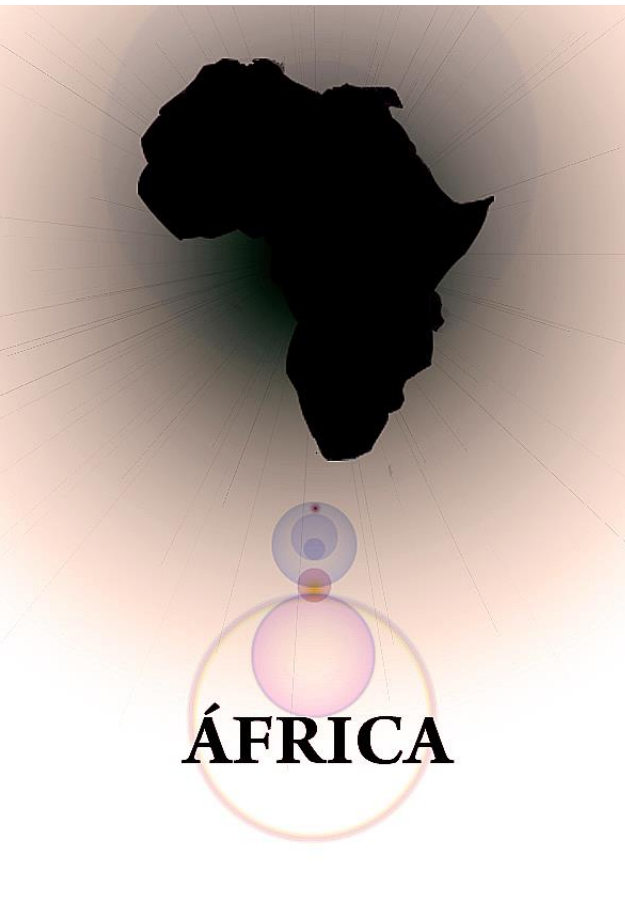
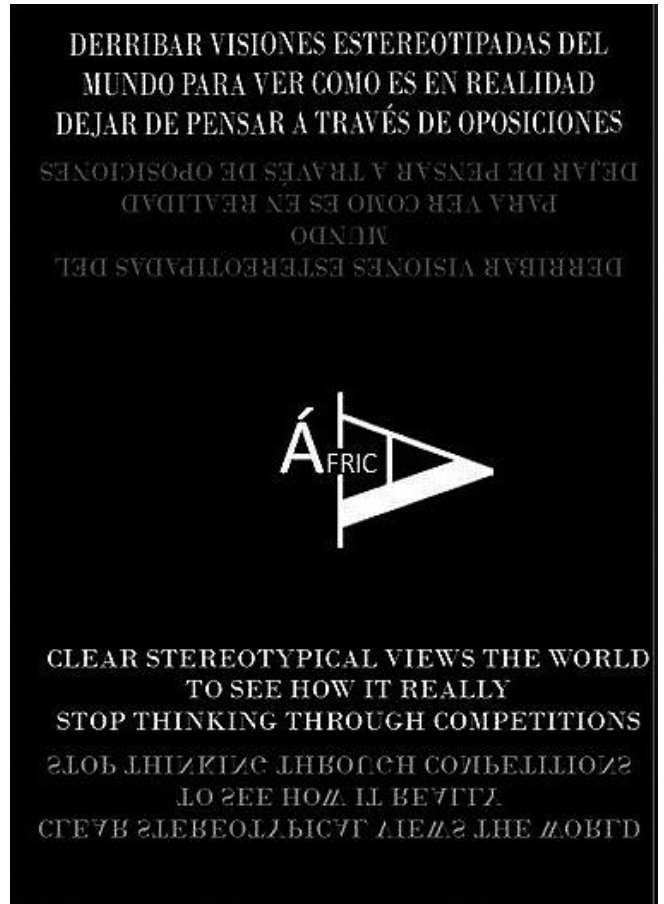
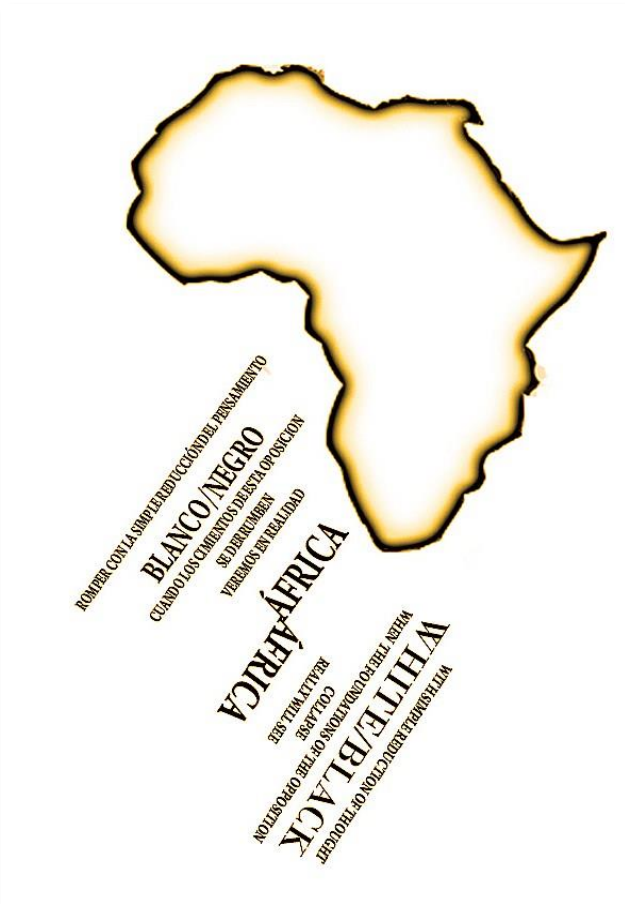
Romper con la simple  
reducción del pensamiento

Blanco/negro

Hay que destruir visiones  
estereotipadas del mundo pro-  
vet cómo es en realidad al  
dejar de pensar a través de  
oposiciones.

Cuando los elementos de la  
oposición se destruyen  
retorna realmente

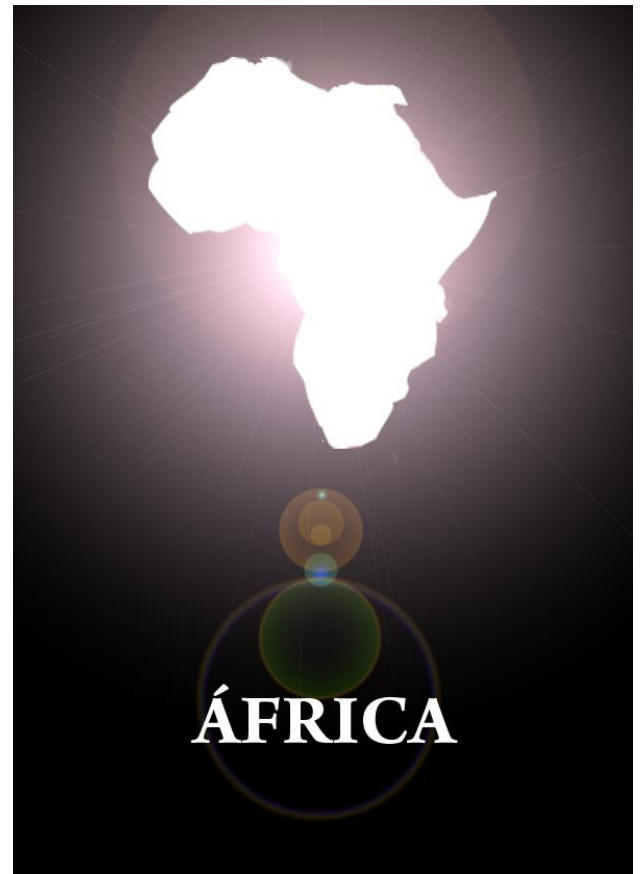
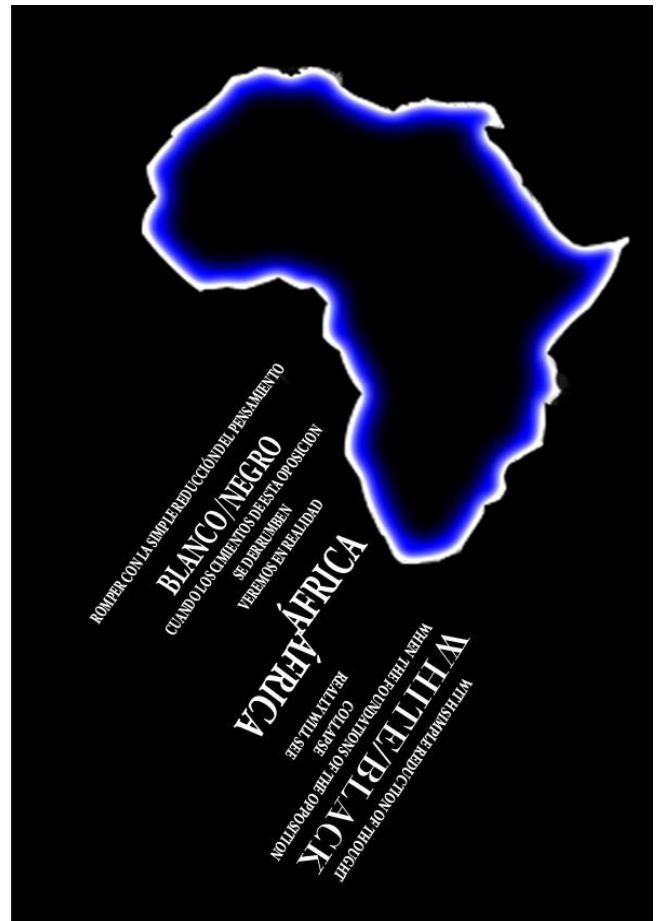
Africa



DERRIBAR VISIONES ESTEREOTIPADAS DEL  
MUNDO PARA VER COMO ES EN REALIDAD  
DEJAR DE PENSAR A TRAVÉS DE OPOSICIONES  
DEJAR DE PENSAR A TRAVÉS DE OPOSICIONES  
PARA VER COMO ES EN REALIDAD  
MUNDO  
DERRIBAR VISIONES ESTEREOTIPADAS DEL

DELETE STEREOTYPE VORSTELLUNGEN  
VON DER WELT  
ZU SEHEN, WIE WIRKLICHKEIT  
AUFHÖREN, DURCH WETTBEWERBE  
AUFHÖREN, DURCH WETTBEWERBE  
ZU SEHEN, WIE WIRKLICHKEIT  
VON DER WELT  
DELETE STEREOTYPISCHE VORSTELLUNGEN

CLEAR STEREOTYPICAL VIEWS THE WORLD  
TO SEE HOW IT REALLY  
STOP THINKING THROUGH COMPETITIONS  
STOP THINKING THROUGH COMPETITIONS  
TO SEE HOW IT REALLY  
CLEAR STEREOTYPICAL VIEWS THE WORLD



# 10. EPÍLOGO

Cada pensamiento, cada acción es sobre todo un acto de elección, de interpretación de la realidad presente, sea cual fuere, de forma positiva o negativa.

Las cosas que representamos de forma conceptual o realista, son conexiones del hilo que mantiene nuestra memoria y por lo tanto nuestra historia.

Entonces...

¿Por qué no.. Proyectar **SILENCIOS... O**

Esbozar **GRITOS...?**



Esbozar...

Julia

[Juliasanchezbarba@hotmail.com](mailto:Juliasanchezbarba@hotmail.com)

TFG

Bellas Artes 2015/ 2016

**GRITOS**

Proyector...

**SILENCIOS**

