

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACION

## **HISTORIA DEL CARTEL PUBLICITARIO**

Asignatura optativa de Segundo Ciclo

Créditos: 4,5; teóricos: 2,5; prácticos: 2

Prof. Dr. Luis Gutiérrez-V. Espada

Prof. Doña Tamara Bueno Dorado

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD II

---

### **PROGRAMA DE LA ASIGNATURA**

#### **TEMA 1: El cartel como objeto de estudio histórico**

- 1.- El cartel publicitario en su contexto histórico
- 2.- La periodización de la Historia del Cartel Publicitario
  - 2.1. Diferentes propuestas de periodización
  - 2.2. Nacimiento y desarrollo del cartel publicitario
  - 2.3. El ocaso del cartel artístico

#### **TEMA 2 : Jules Chéret**

- 1.- El creador del cartel publicitario moderno
- 2.- Sus carteles más importantes
- 3.- Los discípulos de Chéret

#### **TEMA 3 : El cartel francés**

- 1.- El medievalismo de Grasset

- 2.- Mucha y el ornamentalismo
- 3.- Los Nabis y Tolouse - Lautrec
- 4.- Montmartre, centro de desarrollo del cartel artístico
- 5.- La renovación del lenguaje publicitario : Cappiello

#### **TEMA 4 : El cartel en Bélgica y Holanda**

- 1.- Bruselas, centro de las vanguardias artísticas
- 2.- La escuela de Lieja
- 3.- Amsterdam : el cartel y su diseño urbano

#### **TEMA 5 : El cartel británico**

- 1.- Del academicismo a la innovación : Walker y Greiffenhagen
- 2.- El orientalismo de Beardsley
- 3.- El cartel popular inglés : Hardy y Hassal
- 4.- La simplificación de los Beggarstaff Brothers
- 5.- El grupo de Glasgow

#### **TEMA 6 : El cartel americano**

- 1.- Antecedentes : el cartel de circo
- 2.- Desarrollo del cartel artístico a través de las revistas ilustrados
- 3.- Panorama del cartel americano hasta la Primera Guerra Mundial

#### **TEMA 7 : El cartel italiano**

- 1.- El estilo Liberty
- 2.- La Casa Ricordi
- 3.- Otras aportaciones de la cartelería italiana

## **TEMA 8 : El cartel alemán**

- 1.- Factores condicionantes en el arte publicitario alemán
- 2.- Las revistas ilustradas como gran soporte del arte gráfico alemán
- 3.- El Jugendstil en Munich
- 4.- Evolución del arte publicitario: Hohlwein
- 5.- Berlín, sede del sach - plakat
- 6.- La colonia artística de Darmstadt

## **TEMA 9 : La cartelería del Imperio Austro - Húngaro**

- 1.- Panorama artístico en la Viena imperial de finales del s. XIX
- 2.- La Wiener Secession y su “Ver Sacrum”
- 3.- La Kuntschau y las nuevas tendencias
- 4.- Otros centros de interés cartelístico

## **TEMA 10: El cartel español**

- 1.- El cartel taurino
- 2.- El cartel modernista catalán
- 3.- Ramón Casas

## **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

APPELBAUM, Stanley: *Masters of the posters*, Dover Publications, Nueva York, 1990.

ASH, Russell: *Toulouse-Lautrec. The complete posters*, Bloomsbury Books, Londres, 1995.

BARGIEL-HARRY, Réjane y ZAGRODZKI, Christophe: *Le livre de l'affiche*, Éditions Alternatives, Paris, 1985.

BARNICOAT, J.: *Los carteles. Su historia y lenguaje*, Gustavo Gili, Barcelona, 2003

BRIDGES, Ann: *Alphonse Mucha. Obra gráfica completa*, Libsa, Madrid, 1992.

BROIDO, Lucy: *The posters of Jules Chéret*, Dover Publications, Nueva York, 1992.

CAMPBELL, Colin: *The Beggarstaff Posters*, Barrie & Jenkins, Londres, 1990.

CASAL PIGA, Alfonso y GRAU GUADIX, Rosa María: *Carteles 1800-1900*, Erisa, Madrid, 1983.

FANELLI, Giovanni: *El diseño Art Nouveau*, Gustavo Gili, Barcelona, 1982.

GALLO, Max: *L'affiche, miroir de l'histoire*, Robert Laffont, Paris, 1979.

GUTIÉRREZ ESPADA, Luis: *El cartel Art Nouveau*, Ed. Drac, Madrid, 1998.

- *El cartel publicitario. Desde sus inicios hasta la I Guerra Mundial*, Editorial Complutense, Madrid, 2000.

HORNUNG, Clarence P.: *Bill Bradley.His graphic art*, Dover Publications, Nueva York, 1974.

KIEHL, David W.: *American Art Posters of the 1890's*, Metropolitan Museum of Art, Nueva York, 1987.

MEGGS, Philip B.: *Historia del Diseño Gráfico*, Trillas, México, 1991

PAL, Maria y STEWART, Robert: *El arte del póster*, Lisma Ediciones, Madrid, 2008.

SOUTER, Nick y Tessa: *El arte de la ilustración*, Lisma Ediciones, Madrid, 2008.

WEILL, Alain: *L'affiche dans le monde*, Somogy, Paris, 1984.

## **OBJETIVO DOCENTE**

Adquisición de la capacidad de análisis en el cartel publicitario:

Aprendizaje del alumno en el conocimiento y la aplicación correcta de las herramientas de estudio e interpretación de los componentes icónicos y textuales del cartel publicitario.

## **METODOLOGIA**

Combinación de clases teóricas y prácticas: El objetivo docente más arriba señalado es sólo alcanzable mediante la adquisición de unos conocimientos

históricos y teóricos –a partir de las clases magistrales del profesor-completados con permanentes ejercicios prácticos ante los propios carteles para cultivar y desarrollar en el alumno las destrezas en el análisis de contenidos y, consecuentemente, saber establecer correctamente los valores comunicativos de los contenidos publicitarios.

### **CRITERIOS DE EVALUACION**

- A.** La asistencia a clase es OBLIGATORIA, habida cuenta de que *Historia del cartel publicitario* es materia de difícil seguimiento por su alta especialización. Es obvio que, en consecuencia con lo anteriormente dicho, deben de abstenerse de matricularse aquellos alumnos que hagan coincidir sus horarios (los de esta asignatura) con otras disciplinas (aunque se lo autorice la Secretaría de Alumnos) y presentarlo después como justificante para no asistir a clase. Es contrario a la normativa reguladora del plan de estudios para asignaturas optativas y a los más recientes criterios de Bolonia.
- B.** Los alumnos entregarán PERSONALMENTE el primer día de clase su ficha al profesor para iniciar a continuación las entrevistas tutoriales y ser incluidos en el programa de evaluación continua. Por la propia naturaleza de este programa, no se aceptarán alumnos una

vez iniciado el curso, aunque siguen teniendo la oportunidad del examen final.

**C.** Dado lo limitado de las horas lectivas disponibles y la continua necesidad de involucración activa del alumno para conseguir el objetivo docente mas arriba mencionado, no se podrá atender, desgraciadamente, las faltas reiteradas aunque sean justificadas.

**D.** Se calificará desde la primera semana a través de las prácticas realizadas (evaluación continua), pudiéndose aprobar la asignatura por este sistema sin necesidad de realizar examen final. Los alumnos que no superen la evaluación continua, o no asistan a clase, tienen derecho al examen final que podrá ser de tipo test y/o cuestiones a desarrollar del programa de la asignatura. Para su preparación, consultar la bibliografía básica citada más arriba. El profesor **NO AUTORIZA** apuntes de clase.